НАШ ГОРОД, НАШИ ЗАБОТЫ

# КАКОЙ ЛИК МНЕ УЛЫБАЕТСЯ

УЛИЦА многолика и многоголосе.

Она говорит со мной языком афиш и реклам, зазывает распахнутыми дверями магазинов и кафе. Иногда улыбается яркой витриной, иногда раздражает нелепой вывеской...

Ну как, по-вашему, чем занимается, например, кооператив «Лолита»? Может это кооперативный детсад для девочек-переростков, или литературный клуб почитателей творчества Владимира Набокова? Ошибаетесь. Это всего лишь прокат автомобилей. И такса подходящая—80 рублей в сутки...

А что вам говорят названия «Кармен», «Гаянэ», «Анаит»? Кто чем торгует, кто чем занимается? Кооператоры вообще народ скрытный. Они торгуют японскими кассетами, итальянскими очками, австрийскими колготками по бешеным ценам, и никто не знает, что за фантастический конвейер поставляет им товары, в то время, когда выдающиеся экономисты ломают голову над проблемой: откуда достать валюту и как сделать рубль конвертируемым, чтобы эти самые иностранные товары свободно лежали на прилавках государственных магазинов.

Иному может показаться, что речь пойдет о теневой экономике и кооператорах-спекулянтах. Нет, разговор наш о рекламе. Здесь возникает резонный вопрос, если нет товаров, то что же рекламировать?

Товар и реклама и впрямь неразлучные спутники. Но далеко не всегда дефицит товара объясняется его фактическим отсутствием, иной раз это прямое следствие отсутствия рекламы. Умело представить товар, разрекламировать его вовсе не означает обмануть покупателя, сплавить ему некачественную продукцию. Настоящая реклама—компас, позволяющий покупателю найти нужное изделие среди подобных. У нас такой проблемы нет. Зачем рекламировать холодильники, если с руками отрывают те, что появляются время от времени в магазинах! Смешно говорить сейчас о рекламе миксеров, пылесосов, когда выбирать их не приходится. Но трудности наши, хочется верить, временны, а реклама вечна. И ей нужно учиться даже тогда, когда налицо скудность прилавков.

К тому же нельзя забывать и о другой функции рекламы.

ВИТРИНА, рекламные надписи, фирменные атрибуты—активные компоненты городского дизайна. **Яркий цвет, запоминающаяся форма, приближенность к зрительному полю человека, высокая информативность** — вот основные компоненты хорошей рекламы, призванной привлечь внимание, заинтриговать прохожего, помочь ему сделать выбор.

Какую только рекламу не встретишь на ереванских улицах! От традиционной—бронзовой по стеклу на черном фоне, до громоздкой, выносной, типа рекламы магазина «Васпуракан» на проспекте Ленина. Но, как правило, фирменного налета эта реклама не имеет.

Попробуйте отличить рекламу и витрины магазинов пищеторга от, скажем, книжных магазинов? Разве что в первом случае на стеклах трафаретные банки и колбасы, а во втором—книги.

Приходится только мечтать о том, что проходя по ереванским улицам, мы будем отличать тот или иной магазин по фирменному цвету, запоминающейся кованой или чеканной эмблеме. Замечали—на старых фотографиях у входа в мастерскую висит над тротуаром изящный сапожок? Издалека видно—здесь чинят сапоги. Крендель указывает на хлебный магазин, часы — на часовщика. Незатейливые, в общем-то, знаки, но их возрождение в новом качестве в прибалтийских городах дало ощутимый дизайновый эффект.

В Ереване же только ювелирные и комиссионные магазины можно узнать сразу и безошибочно — по зарешеченным витринам.

РЕКЛАМА — не красивая декорация, а, в первую очередь, художественно и психологически точно поданная информация, если хотите, нить Ариадны для покупателя. Здесь важны не столько активность, сколько выверенность и узнаваемость компонентов. Стандартизация рекламных средств и, в то же время их сменяемость и обновляемость позволяют постоянно держать людей в сфере притяжения рекламы. Ну, а как заметить, к слову, на проспекте Ленина фирменный магазин «Орбита»? Архитектура здания не позволяет использовать оформление световых проемов. Тогда почему бы не обратиться к такому широко практикуемому за рубежом оформительскому элементу, как выносные витрины?

Подходя к теме шире, можно сказать, что реклама, оформление витрин способны создать запоминающийся образ улицы там, где язык архитектурный исчерпан.

Взять, к примеру, районы массовой жилой застройки, типа улицы Абовян. Хотя здесь и отсутствует комплексный архитектурный ансамбль, но есть интересная среда, привлекающая массы людей.

## Кто во что горазд

К СОЖАЛЕНИЮ, каждая вновь открывающаяся торговля или общепитовская точка оформляет предоставленный ей отрезок фасада по принципу: «кто во что горазд». Где уж тут говорть о комплексном цветовом и световом оформлении какой-нибудь улицы в целом или, хотя бы, ее отрезка.

В последнее время то тут, то там возникающие кооперативы внесли еще больший рекламный разнобой в облик города. Не всегда это делается со вкусом, иногда просто неграмотно— как, например, «Оформление цветами», но почти всегда кричаще и бросско — вот чего у кооператоров не отнимешь!

Стоит ли говорить, что рекламно-информационные элементы, являясь принадлежностью городского дизайна, в то же время выполняют и коммерческую функцию. Допустим, проходя мимо магазина «Тысяча мелочей», вы замечаете в витрине анонс «Новинка» и выставленный образец товара. Пусть это будет мелочь в прямом смысле слова—баллончик очистителя воздуха, предмет домашней утвари, рабочий инструмент. Невольно захочется зайти, приглядеться, а может и купить новинку. В то же время, уже приученные к подобной рекламе, вы, каждый раз проходя мимо знакомой витрины, будете оглядываться на нее — проверяя, а не появилось ли чего-нибудь нового?

Замечаем ли мы витрины магазинов сейчас? Почти что нет! Между тем, мировая практика рекламно-оформительского искусства показывает, что эффект воздействия может быть достигнут весьма простыми средствами, основанными на знании человеческой психики. Помещая рекламируемый товар в условия, схожие с реальными, вам как бы говорят — так может быть и у вас, в вашей квартире, на даче, в быту.

## Патриоты или провинциалы?

В ПОСЛЕДНИЕ месяцы много говорят о возрастании роли армянского языка. Заметно уменьшилось количество русскоязычных надписей. Зато англоязычные—можно встретить на каждом шагу, и это, почему-то, не оскорбляет национальных чувств: «Шопы», «Буки», «Флауэрсы»...

Каждая мелкая лавка стремится украсить вход иноязычной надписью, чтобы выглядеть солиднее. Солиднее ли? Или это поветрие выдает наш дремучий провинциализм?

На рекламно-оформительские работы в Ереване затрачиваются немалые средства, в них занята армия специалистов. Отсутствие видимого эффекта объясняется, очевидно, отсутствием четкой стратегии, общей политики, учитывающей индивидуальность архитектурного облика города, его неповторимый образ.

Образ этот складывается из мозаики впечатлений. Он должен быть не уныл, а многолик. И один из ликов его, повседневно являющийся нам,—реклама. Не повредит ли ее индивидуальности вульгарная безвкусная косметика? Улыбнется ли реклама прохожему, начнет ли с ним свой диалог на понятном обоим языке? Хочется, чтобы ответ на этот вопрос был положительным.

**П. ДЖАНГИРОВ.**

ЧИТАТЕЛЬ СПРАШИВАЕТ

# ВСЕ НА ПРОДАЖУ?

**В редакцию часто звонят читатели, обеспокоенные тем, что в последнее время резко подскочили цены на концертные билеты. В частности, они интересовались странной ценой — десять рублей — на концерт прославленной звезды рок-музыки Иана Гиллана и целой в 9 рублей на концерт русско-американской звезды Вилли Токарева.**

**Чтобы выяснить, в чем причина резкого «скачка» цен, по просьбе читателей наш корреспондент З. ВАРТАНЯН встретился с заместителем генерального директора Армгосфилармонии С. МЕЛКОНЯНОМ и попросил его прояснить ситуацию.**

— Для того, чтобы обстоятельно ответить на этот вопрос, необходимо сделать небольшой экскурс в недавнее прошлое, — говорит С. Мелконян, — потому что именно тогда начались все беды и заботы, в том числе и те, что вызвали сегодня резкое повышение цен.

29 декабря 1988 года Совет Министров СССР принял решение, по которому разрешалась деятельность концертных кооперативов. Кооператорам разрешалось работать по договору с организациями, для которых концертная деятельность являлась основной. В марте прошлого года соответствующее решение приняло и правительство Армении. Должен сказать, что эти решения были непоследовательными, носили половинчатый характер и ставили в привилегированное положение кооператоров. В них даже не было конкретно указано, кто и как должен осуществлять контроль за деятельностью кооператоров. Порученное Министерству юстиции задание — подготовить в двухмесячный срок проекты соответствующих договоров — пока не осуществлено, не установлен «потолок» цен, чем не замедлили воспользоваться кооператоры. Даже Госконцен не наделен соответствующими полномочиями. Мы понимаем, что кооперация — дело новое, что правительство страны желает поощрять предприимчивых людей на благо всех граждан и все-таки не стоило отдавать это дело во власть стихии, не подготовив необходимого законодательства.

Словом, сложилась сложная ситуация. Только не хотелось бы, чтобы у читателей создалось впечатление, что мы против кооперации, или хотим сохранить монопольное положение в концертной деятельности. Напротив, мы только за сотрудничество, причем уже есть и пример такого сотрудничества — наши взаимоотношения с кооперативом «Нордар», который, к слову, в отличие от большинства своих коллег, не забывает и о пропаганде классической музыки, что в нынешних условиях делать очень трудно.

Суть проблемы повышения цен на билеты заключается прежде всего в новой, изменившейся конъюнктуре «музыкального рынка» и политике союзного монополиста в этой сфере — Всесоюзного объединения Госконцерт. Ведь и высокие цены на билеты — не только чья-то прихоть, но и следствие сегодняшних реалий. Дело в том, что Госконцерт СССР стал хозрасчетной организацией и получил право монопольно устанавливать цены. Естественно, что после этого цены «поползли» вверх, чему способствовали и законы рынка. Исполнители и ансамбли, которые ранее обходились в сотни рублей, теперь стоят тысячи. Если ранее максимальный гонорар артиста за одно выступление составлял двести рублей, то сейчас только гонорар Иана Гиллана составил без валютной части 30 тысяч рублей (Гиллан передал их в фонд помощи жертвам землетрясения Армении), гонорар того же Вилли Токарева составил за три концерта 25 тысяч рублей. Думаю, что приведенные цифры помогут читателям лучше сориентироваться в проблеме цен. А ведь это еще далеко не «потолок». А для того, чтобы самим выйти на «звезд», минуя Госконцерт, нужна валюта, которой у нас нет. Хотелось бы сказать, что даже такая цена вовсе не является гарантией высокой прибыли. Бывали случаи, когда даже «семирублевые» концерты были убыточны — всякое может быть. А если нам предоставят равные с кооператорами права, то мы принесем государству куда больше прибыли.

Читатели газеты должны знать, что далеко не все зависит от организаторов гастролей. Надо реально смотреть на вещи — нам никуда не уйти от осознания горького факта — повышения цен на концертные билеты в первую очередь связано с изменившимися, подорожавшими условиями всего мирового «музыкального рынка» — это неизбежный процесс, который нельзя не принимать во внимание, если мы хотим видеть «звезд» в Армении. Невольно и мы включаемся в процесс взвинчивания цен, поскольку иначе рынком концертных услуг всецело завладеют кооператоры. Возможно, позже сработает механизм рынка, и цены несколько понизятся, но в настоящее время таких перспектив я не вижу.

Нам следует начать постоянный деловой диалог с кооператорами, создав для этого **координационный орган для совместной взаимовыгодной деятельности.** Согласовывая работу с целью, допустим, недопущения одновременного приезда в Армению сразу нескольких «звезд». Можно обсудить и проблему ценообразования. Мы разделяем обеспокоенность армянских любителей музыки повышением цен на билеты — десять рублей при и без того дорогой жизни и низкой средней зарплате — дорогое удовольствие — и считаем, что нужно всерьез изучить эту проблему с целью найти «золотую» середину.

## НОВОСТИ

### «Барекамутюн»— на русском языке

**В Красносельске начал издаваться русский вариант газеты «Барекамутюн» — органа районного комитета Компартии и Совета народных депутатов района. В основном материалы на русском — это переводы статей армянской газеты.**

— Необходимость печатать русский вариант газеты назрела давно, — говорит редактор газеты «Барекамутюн» Г. Гюлумян. — Определенная часть населения района — русскоязычная. Довольно много у нас и беженцев, большинство которых не читает по-армянски. Хотя выпускать русский вариант мы могли бы уже в июне, но из-за слабой типографской базы — не хватает шрифтов, из трех печатных станков работает лишь один — первый номер газеты вышел в июле. Трудности с изданием испытываем и сегодня.

Редакция уже укомплектована на кадрами: в новых штатах—заместитель редактора, ответственный секретарь, два переводчика.

**Д. СААКЯН.**

### Звучит дудук

**Благодаря новинке Всесоюзной фирмы «Мелодия» с «голосом» дудука смогут познакомиться многие любители музыки в стране. «Мелодия» подготовила к выходу в свет пластинку известного армянского исполнителя Дживана Гаспаряна.**

Новая пластинка — прекрасный сплав чудесного инструмента и талантливого исполнителя. Пластинка появится на прилавках магазинов в стереофоническом варианте. Вместе с Дживаном Гаспаряном над пластинкой работали редактор К. Симонян и звукорежиссер Э. Шахназарян.

### Памяти Г. Агаяна

**Любителям армянской литературы хорошо известно имя армянского писателя и педагога Газароса Агаяна. Он автор романа «Две сестры», мемуаров «Главные события моей жизни», сказок для детей, трудов по воспитанию, методике преподавания армянского языка, учебников для армянской школы.**

Памяти Газароса Агаяна Министерство связи СССР посвятило свою новинку — художественный почтовый маркированный конверт. В его композиции использован портрет Г. Агаяна работы художника В. Нестеренко.

**Г. ХОБОТЬЕВ.**

## СПОРТ ● СПОРТ

ЛЕГКАЯ АТЛЕТИКА

### СНОВА ЭММИЯН

**Роберт Эммиян из Ленинакана после «перерыва» на Играх доброй воли одержал очередную победу в соревновании прыгунов в длину на «Хунгалу» — международных соревнованиях из серии «Гран при» международной федерации легкой атлетики (ИААФ). Результат рекордсмена Европы на этот раз невысок — 770 см, но в Будапеште прыгунам, впрочем, как и спринтерам, серьезно мешал при разбеге довольно сильный встречный ветер.**

### КАКИЕ НОВОСТИ В ФУТБОЛЕ?

ЛОНДОН. Элтон Джон, кумир поп-фанатов на протяжении уже многих лет продал свое любимое детище — футбольный клуб второго дивизиона «Уотфорд». Эта была третья попытка эстрадной звезды расстаться с принадлежавшей ему львиной долей «акций» клуба. Джон, который 14 лет был бессменным председателем «Уотфорда», не собирается полностью расставаться с командой. «Я буду продолжать интересоваться всеми делами клуба и оказывать ему полную поддержку, — сказал агентству Франс пресс Элтон Джон. — Просто с некоторого времени я почувствовал, что надо передать дела человеку, которому удастся сделать на этом посту больше». Таким человеком стал Джек Питчи, торговец автомобилями и уже бывший директор клуба «Вест Хэм». Сам Элтон Джон отныне будет почетным президентом «Уотфорда».

ЛОМЕ. Сборная небольшого африканского государства Того сыграла вничью с одним из грандов латиноамериканского футбола — аргентинским клубом «Рэсинг клаб» из Буэнос-Айреса — 1:1. Причем, именитым гостям удалось спасти игру за несколько минут до финального свистка...

БОНН. «Бавария — ха-ха-ха» —так выглядит один из самых «мягких» газетных заголовков, посвященный первому кругу розыгрыша кубка ФРГ по футболу. Знаменитая мюнхенская «Бавария», чемпион прошлого года и обладатель национального суперкубка (всего неделю назад мюнхенцы в матче за этот трофей разгромили «Кайзерслаутерн» — 4:1) выбыла из борьбы, проиграв... любительскому клубу третьего дивизиона «Вайнхейму»—0:1.

БУХАРЕСТ. В румынской столице создана лига руководителей футбольных клубов страны, сообщает газета «Тинеретул либер». Цель нового органа — «представлять и защищать интересы тех, кто фактически занимается румынским футболом, и кто, как это ни парадоксально, не имел даже своего представителя в национальной федерации». Следующим шагом после принятия программы лиги будет создание профсоюза игроков, пишет газета.

ВЕЛОСПОРТ

### «ДЖИРО Д'ИТАЛИЯ» И «ТУР ДЕ СЮИСС»

БЕРН, 8. Две крупнейшие шоссейные велогонки профессионалов — по Италии (Джиро д'Италия») и по Швейцарии («Тур де Сюисс») состоятся в будущем, 1991 году одновременно. Об этом стало известно, когда национальные федерации велоспорта этих стран подали свои планы в международные инстанции. «Джиро» пройдет с 21 мая по 16 июня, а велогонка по Швейцарии стартует 11 июня.

Кстати, сезон велопрофессионалов в Италии богат соревнованиями. Он начинается 16 февраля «сицилианской неделей». 16 марта пройдет традиционная гонка Милан — Сан-Ремо. 10—12 июля на Сицилии состоится «Руота д'Оро» (эти состязания тоже частично пересекаются по срокам с «Тур де Франс»), а 19 октября стартует гонка по Ломбардии. В большинстве из них примут участие советские профессиональные велосипедисты.

БАСКЕТБОЛ

### Где сидеть тренерам?

БУЭНОС-АЙРЕС, 8. Едва начавшийся здесь мужской чемпионат мира по баскетболу принес первые новости: тренеры и запасные игроки должны будут теперь не покидать во время матча точно ограниченное пространство, характеризуемое как «тренерские ложи». Иначе им грозит незамедлительная дисквалификация. Такое решение было принято Международной федерацией баскетбола (ФИБА) на конгрессе в столице Аргентины.

Этой новинкой ФИБА хочет ограничить влияние извне на арбитров. «Тренерской ложей» будет считаться место, маркированное линиями вблизи игровой площадки. (ТАСС).

## ЧТО? ГДЕ? КОГДА?

### ТЕЛЕВИДЕНИЕ

АТ

**9 АВГУСТА**

**I ПРОГРАММА**

9.00 — Гимнастика. 9.10 — Художественный фильм «Маленькие мечтатели». 10.15 —Новости. 10.30 — По заявкам малышей: мультфильм «Ну, погоди!». (X—XII серии). 11.00 — На сессии Верховного Совета Армянской ССР. 18.00 — Мультфильм. 18.10 — Новости (на русском языке). 18.20 — Телемастерская. 18.45 — Мультфильмы: «Веснушка — укротитель зверей», «Веснушка на каникулах у бабушки». 19.00 —С. Ованнисян. «Струнный квартет № 3». 19.15 — «Человек и закон». 20.05 — Эстрадный концерт. 20.40 — «Сказка зовет». 21.00 — Вестник. 21.30 — Объявления. 21.35 — Избранное классической музыки. 22.15 — Художественный фильм «Зеркало для героя» (I, II серии).

**II ПРОГРАММА**

19.00 — Ереван и ереванцы. 19.45 — Дневник сессии Верховного Совета Армянской ССР. 19.55 — Фильм-концерт. 20.15 —Школа матерей. 20.30 — Художественный фильм «Только вдвоем».

ЦТ

**9 АВГУСТА**

**I ПРОГРАММА**

7.30 — «120 минут». 9.30 — Премьера художественного телефильма «Ференц Лист» (IV серия). 10.45 — «Педагогика для всех». 11.45 — Концерт. 12.25 — Детский час (с уроком английского языка). 13.25—Коллаж. 13.30 — Время. ТСН. 17.00 —ТСН. 17.15 — Фильм—детям. «Гостья из будущего» (IV серия). 18.20 — «Праздник фольклора». 19.30 — Время. ТСН. 20.00 — «...до 16-ти и старше». 20.45 — Премьера художественного телефильма «Ференц Лист» (III серия). 22.00 — Время. ТСН. 22.40 — «По сводкам МВД». 22.50 — Из золотого фонда ЦТ. «Слово Андроникова». 23.50 — «Кинопанорама». 01.20 —ТСН.

●

Художественный телефильм «Синдикат-2» (IV серия). «Бал Александра Малинина». Фильм-концерт «Артист цирка Игорь Петрухин».

**II ПРОГРАММА**

9.00 — Гимнастика. 9.20 — Премьера документальных фильмов. 10.00 — Концерт. 10.30 — «Волшебник изумрудного города». 11.00 — Фильм - балет «Чаплиниана». 12.05 — Ритмическая гимнастика. 12.35 — Сеанс повторного телефильма. «Семнадцать мгновений весны» (III серия). 18.00 — Баскетбол. Чемпионат мира. Мужчины. СССР — Аргентина. 19.30 — Время. ТСН. 20.00 — Футбол. Чемпионат СССР. «Динамо» (М.). —ЦСКА. В перерыве — «Спокойной ночи, малыши!». 21.50 —Коллаж. 21.55 — «Диалоги об экологии». 22.40 — V Всесоюзный телеконкурс молодых исполнителей эстрадной песни. 2-й тур. В перерыве — Дневник чемпионата мира по стрелковому спорту.


**КОНКУРС**

Ректорат Ереванского ордена Трудового Красного Знамени медицинского института им. Мхитара Гераци объявляет конкурс на замещение следующих вакантных должностей: заведующего кафедрой психиатрии; профессоров кафедр рентгенологии и медицинской радиологии (онколог) — 1, биохимии — 1; доцентов кафедр ЛОР болезней —1, терапии ПСС факультетов — 1, биохимии — 1, гигиены санитарно-гигиенического факультета — 0,5, психиатрии — 0,5, педиатрии № 2 педиатрического факультета —1; ассистентов кафедр медицинской биологии и генетики — 0,5, нормальной анатомии — 1, педиатрии № 1 педиатрического факультета —1, пропедевтики внутренних болезней—3, неврологии—0,5, терапевтической стоматологии—1, клинической фармакологии и фармакогнозии с ботаникой—1, рентгенологии и медицинской радиологии—1, туберкулеза — 1, внутренних болезней № 1—1, детской стоматологии—1, инфекционных болезней с детскими инфекциями — 1, психиатрии—0,5, внутренних болезней № 2—1, детской хирургии — 1, хирургических болезней № 1—1; старших преподавателей кафедр физвоспитания и здоровья (борьба, волейбол) — 2, социальной гигиены и организации здравоохранения с основами АСУ — 1; преподавателей кафедр политэкономии—1, политологии и теории социализма—1; старших научных сотрудников группы морфологии и электронной микроскопии ЦНИЛ—1, группы биофизики и молекулярной биологии ЦНИЛ — 1, лаборатории социально-гигиенических проблем ЦНИЛ—1.

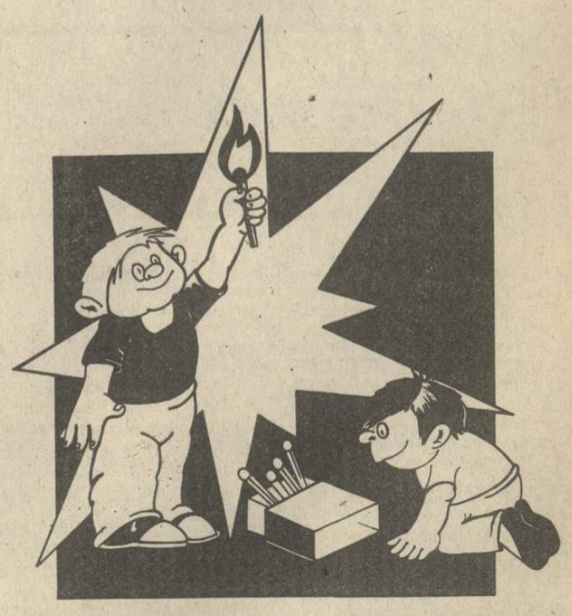
Условия конкурса —согласно положению о порядке замещения должностей в высших учебных заведениях.

**ВНИМАНИЕ!**

Армянская республиканская организация по торговому посредничеству «Армпосредторг» предлагает кооперативам, производящим товары народного потребления, услуги по реализации товаров, оказывает квалифицированную помощь, дает консультации по порядку оптовой продажи товаров через посреднические организации, обеспечивает необходимыми бланками и графиком проведения ярмарок по стране.

Обращаться по адресу: Ереван, ул. Амиряна, 3. «Армпосредторг». Телефоны: 58-07-51, 58-05-16.


ДЕТСКАЯ ШАЛОСТЬ С ОГНЕМ.

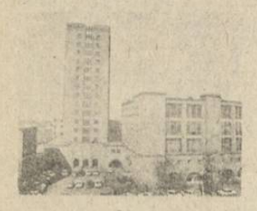


как правило, приводит к пожарам. Уделять еще больше внимания детям, не оставлять их одних в доме, особенно в период летних каникул — забота каждого родителя.

Постарайтесь организовать и разнообразить досуг ваших детей, а во время всевозможных игр объясните им элементарные правила пожарной безопасности. И тогда свободное время, появившееся у них в достатке, не обернется бедой.


АРП АРМЯНСКОЕ РЕКЛАМНОЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ

по заказу УПО МВД Армянской ССР.


Редактор Б. М. МКРТЧЯН

Наш адрес: 375023, г Ереван, пр. Орджоникидзе, 2, 7—8 этажи. ТЕЛЕФОН ДЛЯ СПРАВОК: 52-92-45

ТЕЛЕФОНЫ ОТДЕЛОВ РЕДАКЦИИ:
партийной жизни и советского строительства 52-89-18, 52-89-28,
пропаганды — 52-99-42,
промышленности, строительства и транспорта—52-77-97, 52-89-08
сельского хозяйства—52-77-87,
науки, культуры, образования —52-78-57,
социальной политики—52-79-77,
писем — 52-77-14,
информации—52-16-91, 52-69-04,
спорта — 52-69-04,
иллюстрации — 52-89-13,
зав. редакцией — 52-77-23.
Прием объявлений: 53-86-49.

КОРРЕСПОНДЕНТСКИЕ ПУНКТЫ:
в Москве — 285-19-62,
Ленинакане — 7-39-35,
Кировакане—5-02-21, 5-07-08,
Кафане— 4-74-61,
Сисиане — 34-78,
Варденисе — 2-47-52.

ИЗДАТЕЛЬСТВО ЦК КП АРМЕНИИ
г. Ереван, пр. Орджоникидзе, 2.
Объем 2 печ. л. Индекс 69117
Заказ 475.
ВЫХОДИТ 300 РАЗ В ГОД
Срок подписания газеты в 21.30
Номер подписан в 22.30
1 2 3 4 5 6 7 8