
ZIARUL „НОВАЯ ГАЗЕТА” ȘI ROLUL LUI ÎN DEZVOLTAREA PUBLICITĂȚII ÎN BASARABIA ȚARISTĂ

Vera Serjant

Pentru perioada anilor 1910-1916 este caracteristică o creștere considerabilă a numărului de ziare în Basarabia, în special în capitala guberniei orașul Chișinău. În acest context, venim cu informații mai detaliate privind apariția unui ziar mic, dar deosebit, după părerea noastră. Este vorba de ziarul săptămânal „Новая газета”, redactat și editat de G. Calmanson la Chișinău, între anii 1911 și 1913, la tipografia lui G.Iu. Volin (Presa 2002, 261).

Cercetarea de față are drept surse o colecție de ziare depozitate în Patrimoniul MNAIM și în Biblioteca Academiei de Științe a Republicii Moldova, unicele instituții din republică, de altfel, unde poți găsi această publicație. În Patrimoniul MNAIM sunt depozitate nouă numere ale acestui ziar: nr. 12 din februarie, nr. 14, 15, și 16 din martie, nr. 22 din aprilie, nr. 30 din iunie și nr. 48 din 29 octombrie anul 1912. Mai sunt două numere: nr. 2 din 26 noiembrie și nr. 50 din 13 noiembrie, care au mai sus de frontispiciu informația: anul doi de ediție. Numărul doi al celei de-a doua ediții va fi datat tot cu anul 1912, deși pe ziar nu apare anul, ci doar luna, pentru că, ziarul a început să fie editat în luna noiembrie 1911 și anul doi de ediție a început cu această lună și nu ca de obicei, cu luna ianuarie. Celălalt număr, cel cu nr. 50 din 13 noiembrie, va fi datat cu anul 1913. Aducem aceste explicații pentru a argumenta perioada de apariție, anunțată mai sus, a acestei publicații. Toate aceste numere au fost transferate din Muzeul de Etnografie și Istorie Naturală din orașul Chișinău. În fondurile BAȘRM se găsește un singur număr al acestui ziar, numărul 9 din ianuarie 1912.

Astfel, tema anunțată a fost cercetată în baza acestor 10 numere ale ziarului, a căror majoritate datează cu anul 1912.

În continuare vom pune accent pe două aspecte ale acestei probleme. Este vorba de aspectul publicistic al acestui ziar, la care ne vom referi tangențial, și la cel publicitar, care, de fapt, este subiectul de bază al acestei comunicări.

În ceea ce privește aspectul publicistic, după formatul pe care îl avea (55×37 cm), săptămânalul „Новая газета” poate fi înscris în categoria ziarelor mici. Este curios faptul că sub frontispiciu nu are calificativele de ziar politic, social, literar, economic, așa cum erau prezente la alte ziare. Sub titlul ziarului sunt inserate câteva coloane, ale căror conținut țin de prețuri, pentru abonarea la acest ziar și pentru anunțuri publicitare. Aici este indicată și adresa redacției. Deci, nu este indicată „orientarea” ziarului. Altceva e că însuși redactorul/editorul va aborda, drept că superficial, subiecte din domeniul social, economic și chiar literar pe paginile ziarului. E și firesc, programul ziarului trebuia să conțină aceste rubrici, altfel editorul n-ar fi primit permisiunea de a edita ziarul. În realitate, cel mai mare spațiu era rezervat anunțurilor publicitare. Redactorul/editorul nu uita să sublinieze de fiecare dată sub frontispiciul ziarului că: „anunțurile din acest ziar aduc un profit mare anunțătorilor” (НГ 1912, 2).

Cele câteva foiletoane, rubrici cu noutăți locale și externe cu spații extrem de mici și subiecte mediocre, ascund de fapt scopul editării acestui ziar. Ele erau amplasate pe paginile 2 și 3 ale ziarului, din cele patru pagini ale lui. Aici găsim foiletoane semnate de autori cu pseudonime ca „Grișa Vesiolâi”, „Svoi” (uneori semnat doar cu litera „S”), „Hudojestvenaia Ruka”, poezii semnate de Tania Kogan și „pete de cerneală” (кляксы) semnate de „Gheca”. Noutățile externe erau preluate din ziarul rusesc „Новое время”, iar cele interne se reduceau la noutățile din Bender, Tiraspol, Chișinău și chiar din Odesa. Subiectele acestor noutăți țineau de domeniul omorurilor, furturilor etc., adică intrigau cititorul, ținându-l în suspans. În ziarul cu nr. 22 din aprilie 1912, a început publicarea unui roman „despre viața criminală locală”, scris de Gr. Lvov, care se intitula *Lațturile*. În alt număr găsim publicate niște notițe ale unui deținut, intitulate *Închisoarea*. Pe paginile ziarului puteai citi și „informații istorice”. Un articol, fără autor, care a apărut în câteva numere ale ziarului,

așa și se intitulează *Istoria Basarabiei*. El conține „informații istorice” din cele mai vechi timpuri și până la anexarea Basarabiei cu Rusia.

Rubrica oficială practic lipsea din programul acestui ziar. Doar uneori mai apăreau unele notăți despre starea sănătății prințului Alexie și câte un anunț, ca de exemplu, cel despre strângerea donațiilor pentru Flota Maritimă Rusă, care se afla într-o stare deplorabilă. Autoritățile locale își făceau și ele apariția cu unele anunțuri. De exemplu, șeful Poliției Petrovski anunța locuitorii orașului Chișinău, proprietari ai caselor din piață și ale localurilor publice, să înceapă curățarea zăpezii și evacuarea ei din oraș, subliniind că contravenienții vor fi pedepsiți (HG 1912, 48).

Așadar, din punct de vedere publicistic ziarul era mediocru. Se observă vădit lipsa profesionalismului din partea redactorului în domeniul presei scrise.

Și totuși, negustorul și „maestrul de balet” G. Calmanson a reușit, în pofida concurenței și a cenzurii, să editeze timp de doi ani acest ziar. Iată ce scria el în acest context, într-un anunț, publicat în mai multe numere ale ziarului: „Reclama aduce cu adevărat profit anunțătorilor, doar atunci, când este publicată într-un ziar cu un tiraj mare și se răspândește în rândurile clasei înstărite. «Новая газета» se expediază și se difuzează prin instituții, birouri, hoteluri, magazine, economii (moșii), instituții eparhiale. Iată de ce ziarul este socotit cel mai popular și mai răspândit ziar din Basarabia și din sudul Rusiei. El corespunde pe deplin intereselor anunțătorilor, de aceea publicarea anunțătorilor în ziar este un mijloc sigur de a-ți mări venitul” (HG 1912, 12).

Nu ne putem pronunța în privința tirajului acestui ziar, din motiv că nu-l cunoaștem. Nu putem afirma cu certitudine că el a fost „cel mai popular” și „cel mai răspândit ziar din Basarabia și chiar din Sudul Rusiei”, cum afirma editorul. Superlativele „cel mai”, „primul” erau folosite în publicitate, ca un truc, pentru a ademini cititorii și respectiv cumpărătorii. În cazul nostru în această ipostază sunt anunțătorii, adică toți acei care își făceau publicitate instituțiilor, localurilor, întreprinderilor, caselor de comerț, magazinelor etc. Astfel, Calmanson îi făcea publicitate ziarului său, afirmând că este cel mai bun pentru inserarea reclamelor și cel mai răspândit în rândul publicului înstărit. A fost așa cum se declara în anunț sau nu, vom

vedea în continuare. Mai întâi, însă, să urmărim unele aspecte din biografia lui G.L. Calmanson.

G. Calmanson a fost o persoană „cu un colorit viu” a Chișinăului de altă dată. Despre el se vorbea ca despre un „poet, motociclist, maestru de balet întotdeauna tânăr” (Шишкан, Пожар 2009, 338). Vine la Chișinău în anul 1897 și se stabilește cu traiul aici, aducându-și în noiembrie 1897 și familia, luând în chirie un apartament în stradela Varfolomeevskaia nr. 13 (astăzi stradela Teatrului)¹. Presupunem, că este originar din Akkerman. În lista specială a evidenței evreilor de gen masculin din sectorul 1 al orașului Akkerman din anul 1875, sub numărul 22, este înregistrat un oarecare Kelmanson (cu prenume greu de citit) care avea 8 luni². A activat ca profesor de dansuri în instituțiile de învățământ din Chișinău, a montat în calitate de regizor un șir de dansuri pentru copii și maturi. A montat un balet îmbinând dansurile naționale „Hora”, „Frumușica”, „Mititica”, „Lopățica”, „Ruseasca”, „Bulgăreasca” și „Săsâiaca” (Шишкан, Пожар 2009, 338). Astfel, G. Calmanson a contribuit într-un fel sau altul la dezvoltarea culturii baletului în Basarabia.

Pe lângă lecțiile de dans și de gimnastică, Calmanson mai vindea, repara, dădea în arendă și în rate biciclete. Mai mulți ani în șir sediul afacerilor lui s-a aflat în strada Pușkinskaia 30 (Друг 1909, 251). Pentru a înștiința publicul consumator, dar și mulți alți negustori, se folosea de serviciile oferite de publicațiile periodice, adică de reclamă. Anunțuri de publicitate ale articolelor pe care le vindea, sunt prezente în publicații ca ziarele „Друг”, „Бессарабская жизнь”, „Бессарабский календарь” etc. În unul din aceste anunțuri găsim, de exemplu, la ce prețuri vindea piesele de schimb pentru biciclete în anul 1909: șinele cu 1 rublă 70 copeici, lanțurile cu 3 ruble, spițele cu 4 copeici bucata, pedalele cu 2 ruble 50 copeici, iar bicicletele uzate la un preț de 20 ruble și mai mult (БК 1909, 48). Afacerea lui se va lărgi. Pe lângă biciclete va mai vinde automobile, patine pentru patinaj și scheting, patefoane și chiar carbid. Tot în același local, în strada Pușkinskaia 30, deținea și un atelier de reparație a articolelor, pe care le vindea. Aici va apărea și ziarul „Новая газета”, editat la tipografia lui G. Volin.

Mai târziu Calmanson își va schimba sediul afacerilor în strada Alexandrovskiaia 114, între strada

¹ ANRM, F. 153, inv. 1, d. 12, vol. 1, f. 48.

² ANRM, F. 134, inv. 2, d. 772, f. 12.

Boiukanskaia și Mescianskaia³. Despre aceasta el anunță în ziarul său cu nr. 2 din 26 noiembrie 1912 (al doilea an de ediție) chiar pe prima pagină, rezervând acestui anunț jumătate din spațiul paginii.

Așadar, „maestrul de balet”, negustorul G. Calmanson, își va încerca norocul și în domeniul jurnalismului. Și, sigur, că motivul care l-a făcut să aleagă acest domeniu a fost reclama. El a înțeles rolul reclamei în prosperarea comerțului desfășurat chiar de el însuși, conștientizând, totodată, importanța afacerilor în acest domeniu profitabil. Cu atât mai mult cu cât el avea deja experiență în domeniul reclamei exterioare (de stradă). G. Calmanson îndeplinea comenzi de clișee ale firmelor, magazinelor și altor instituții, executa exterioare, fațade, portrete, medalii, figuri etc. (HG 1912, 12). De data aceasta el a hotărât să se manifeste în domeniul reclamei tipărite. De aceea, ziarul „Новая газета”, pe bune, poate fi considerat ziar creat de reclamă și pentru reclamă.

Din cele patru pagini, pe care se tipărea, două, prima și a patra pagină, erau rezervate în întregime reclamelor. Anunțuri publicitare erau inserate și pe paginile 2 și 3, care de altfel erau cele mai scumpe. Prețul unui anunț publicat pe aceste pagini ajungea la 60 copeici pentru un rând petit, cele inserate pe prima pagină costau 30 copeici pentru un rând petit, iar cele din a patra pagină 20 copeici. Abonarea pe un an de zile la acest ziar costa 1 rublă 20 copeici, pe jumătate de an 60 copeici, pe trei luni 30 copeici, pe o lună 10 copeici, iar costul unui singur ziar era de 2 copeici. Ziarul „Новая газета” putea fi procurat și gratis. În câteva numere ale ziarului găsim anunțuri în care se înștiința că „doritorii de a primi gratis ziarul să trimită după el la redacție, ziarul va fi dat fără obstacole” (HG 1912, 48). Cercetând colecția de ziare de care dispunem, constatăm, că spațiul rezervat reclamelor s-a mărit și pe paginile 2 și 3. Ceea ce înseamnă, că a crescut numărul de anunțuri, venite la redacție și că ziarul avea succese în domeniul reclamei tipărite.

După o activitate de trei luni, G. Calmanson scria: „La redacție au ajuns știri, că o bandă de ticăloși, în frunte cu agentul Verb, alungat de la ziar pentru abuz în serviciu, își permite să răspândească diferite zvonuri stupide despre ziarul «Новая

газета». Cum reacționează la această mârșăvie societatea, se vede din fluxul de anunțuri noi ale celor mai solide firme din oraș, cât și propunerea de colaborare la ziar din partea multor persoane cunoscute din orașul Chișinău. Pe parcursul lunilor de existență, ziarul nostru a înaintat pe primul loc între ziarele mici, atât după numărul de anunțuri, cât și după conținutul original al articolelor pe diverse teme, retipărite (cu indicarea izvoarelor) din multe ziare deja constituite. Ziarul nostru servește drept ghid pentru public în multe hoteluri, cafenele și gări. Munca perseverentă, distribuția corectă și largă, conținutul interesant, au făcut ca într-un termen scurt, ziarul să devină cel mai popular în rândul publicului consumator, lucru apreciat de anunțători, prin anunțurile comandate de ei pentru întreg anul. În încheiere, subliniem, că publicația noastră, aproape gratis, a existat deja mai mult ca alte publicații cu plată din orașul Chișinău și din luna a doua a existenței a început să aducă venit curat, în timp ce alte ziare bune, la un preț de două copeici și o copeică, care au suportat cheltuieli morale și materiale, se închideau din cauza pagubelor mari. Indicând asupra fundamentului trainic al publicației noastre, redacția anunță, că nu va reacționa pe paginile ziarului la toate bârfelile și uneltirile mârșave” (HG 1912, 15).

În adresarea „Din partea redacției”, publicată deseori pe paginile ziarului, se menționa că reclama publicată în ziar „corespunde intereselor anunțătorilor și servește drept mijloc bun de mărire a veniturilor”. Cu adevărat, ziarul corespundea cerințelor anunțătorilor, odată ce aceștia se foloseau de serviciile lui. Drept mărturie ne servește conținutul mesajelor publicitare. Aici își făceau publicitate cele mai cunoscute case de comerț, magazine, birouri bancare, restaurante, hoteluri, frizerii, teatre, circ etc. din Chișinău, Odesa, Bender, Tiraspol și chiar din Moscova și Varșovia. Printre clienții din Chișinău ai ziarului se numărau: D.F. Kara-Stoianov și D.E. Spânuțov (proprietarii magazinelor de obiecte și lucruri bisericesti), E.G. Prohorencu (atelierul de iconostas), casele de comerț „Frații Alșvang” (magazin de manufactură), „N. Friman și Soția” (magazin de blănuri din Siberia), „Șor, Rozenfeld, Șeinberg” (magazin de manufactură), „Frații Kuzma” (magazin de manufactură), M.A. Beloțerkovski (magazin de blănuri), I. Fișman (magazin de galanterie), K. Iurkovskaia (magazin de manufactură),

³ Astăzi bulevardul Ștefan cel Mare, între străzile Sfatul Țării și Maria Cebotari.

E.N. Volcov (comerț cu produse din pește), I. Țuleka (atelier de confecționare a articolelor de marmură, labrador, granit și piatră), B. Roitștein (magazine de căciuli și pălării), M. Baran (magazin de galanterie), I. Lalevici (fabrica de mobilă), M. Strașun (magazin de manufactură), Șvarțman și Criștulin (magazin de manufactură), R. Kaușanski (casă de credit), A.G. Borst (societatea pe acțiuni de mărfuri de manufactură), Frații Kogan (fabrica de mezeluri), S. Tumanov (cafenea-patiserie), I. Pavleak (magazin de încălțăminte), G. Vâșcauțan (croitor – haine pentru bărbați), S. Șeinkerman (croitor – haine pentru bărbați), Z.I. Tebanov (magazin de albituri și țesături), I.M. Slepak (profesor de caligrafie), A.A. Baller (profesor de dansuri, maestru de balet), Frații Tarnopoli (fabrica de tapete), Ș.L. Liubcianski (reparația ceasurilor), R.I. Langhe (reprezentantul firmei de mașini agricole MAK-KORMIK în Basarabia), hotelul „Național” (proprietar I.R. Capmare), E.K. Panaioti (magazin de băcănie), S. Pelenovici (frizerie), G. Rozemberg (magazin de veselă și lămpi), I. Olhovski (fabrica de carete), Ț.A. Grobdruc (birou bancar), G.L. Moldavski (birou electrotehnic), G.M. Țurcan (vin din cătunul Ianovka), hotelul „Savoia”, societatea „SKOROHOD” (magazin de încălțăminte), Gherșcovici și Șvarțman (magazin de fructe), restaurantele „Sever”, „Național”, „Bellviu”, restaurantul de pe lângă hotelul „Suisse” (proprietar D.I. Spasov) etc.

D. Spasov deținea un restaurant în Grădina publică. Într-o casetă publicitară a acestui restaurant din ziarul „Бессарабская жизнь” din 3 iulie 1910 se anunță că „aici, după exemplul altor orașe capitale s-a plasat un ecran luminos pentru reclame ale firmelor locale, doritorii să se adreseze în bufet”. Este o a doua informație, întâlnită de noi, în presa locală, despre utilizarea ecranului luminos în orașul Chișinău. Anterior am vorbit despre ecranul luminos instalat pe magazinul lui Șlihenmeer de I. Volkomici în 1913 (Serjant 2011, 303-318), calificându-l drept primul ecran luminos instalat în Basarabia. Cercetările, însă, confirmă că aceste mijloace de reclamă s-au folosit mai înainte.

Colectarea anunțurilor pentru ziarul periodic „Новая газета” se efectua în biroul ziarului din Chișinău și în locuri speciale din orașele Odesa, Bender și Tiraspol (HF 1912, 12). Nu ne este cunoscut dacă Calmanson se folosea de serviciile Agenției de publicitate „L.E. Mettl și C^o” din orașul Moscova, care colecta anunțuri pentru toate

ziarele lumii și de ale cărei servicii se foloseau ziarele „Друг”, „Бессарабская жизнь” etc. Din zece numere de ziare cercetate, nici unul nu dispune de o astfel de informație. De obicei, ziarele cotidiene mari inserau această informație sub frontispiciul lor. În cazul ziarului nostru această informație lipsește. Cu toate acestea, în numărul 14 din martie 1912, găsim inserat un anunț al acestei agenții, prin care anunță publicul că a deschis o nouă filială de primire a anunțurilor, cea din orașul Lodz. Faptul că Calmanson a primit un anunț de la o Agenție de publicitate atât de mare, ne face să credem, că ziarul „Новая газета” era apreciat și cunoscut și în afara hotarelor Basarabiei.

În perioada anilor 1910-1916 în capitala Basarabiei își fac apariția „un șir de ziare mici cu o durată de existență neînsemnată, de la un an la doi ani, iar uneori de la o lună la trei luni, cu un tiraj mic, de la un exemplar la câteva zeci de exemplare” (Трубейко 1968, 29). După cum vedem, ziarul „Новая газета” poate fi inclus în categoria ziarelor mici cu o durată de existență de doi ani. Pe când altele, de exemplu ziarul „Бессарабское эхо”, editat și redactat de N.G. Hlopițki în Chișinău, începând cu 15 octombrie 1912, era nevoit deja să declare într-o reclamație către guvernator din 12 noiembrie 1912, despre închiderea lui (Danilov 2009, 240).

Informații documentare asupra istoriei presei basarabene sunt depozitate în mai multe fonduri ale ANRM. Dosarul 9276, fondul 2, inventar 1 conține o serie de documente (cereri, rapoarte, petiții, adrese, scrisori) ce țin de cenzura reclamei în presa din Chișinău (Danilov 2009, 239-242). Subiectul lor se reduce la o reclamație a lui Napoleon Hlopițki, redactorul și editorul ziarului „Бессарабское эхо”, adresată guvernatorului în care se plânge că i se interzicea publicarea unor reclame în ziarul său, pe motiv că nu s-au prezentat documentele care confirmau activitatea legală a întreprinderilor, firmelor etc., cărora urma să le facă publicitate. Drept argumente, el aduce exemplul ziarului „Новая газета” editat de Calmanson, căruia șeful Poliției nu i-a interzis să publice reclamele clienților comuni (Pelenovici, Kubițki, învățătorul de caligrafie Slepak, anunțul „Puterea noastră este în noi înșine” etc.). Calmanson era învinuit că nu prezenta întotdeauna șefului de Poliție documentele clienților, dar de publicat, publica reclamele acestora. Din acest motiv, el a fost nevoit să facă o notă explicativă adresată șefului de Poliție, în care

să confirme, că deține toate actele necesare pentru orice anunț apărut la el în ziar, și din acest motiv nu i s-a interzis publicarea acestora.

Faptul că între acești doi editori a avut loc un conflict s-a observat și din replicile făcute pe paginile ziarului „Новая газета”. Chiar sub titlul ziarului a început să apară informația: „cine vrea să se inițieze în documentarea ziarului, să se adreseze la biroul redacției”. În acest context în ziar s-a publicat o așa-zisă declarație „forțată” din partea redacției în care se menționa: „Avem informații, că niște subiecți propun publicului să-și publice reclamele în ziarul «Новая газета», prezentând însă în locul ei ziarul care nu se mai editează «Бессарабское эхо», o foaie agramată și pornografică. Din acest motiv suntem nevoiți să facem următoarea declarație: ziarul «Новая газета» nu are nimic în comun cu «Бессарабское эхо»” (HG 1912, 48).

O mărturie elocventă al autorității ziarului lui Calmanson ne poate servi și scrisoarea lui Pelelovici, proprietarul unei frizerii din Chișinău, în care el afirma că „anunțurile publicate în ziarul „Новая газета” i-au adus deja un real folos, iar faptul că nu i-a prezentat lui Hlopițki documentele, se explică prin «autoritatea» ziarului lui” (Danilov 2009, 242).

Ziarul lui Calmanson a ținut piept cenzurii și concurenței și a activat timp de doi ani. El a publicat o reclamă calitativă, nu numai după conținut, dar și grafic. Întregul arsenal de elemente grafice, cum ar fi chenarele, imaginile, jocul cu majuscule și minuscule, folosite de el dau un aspect atractiv anunțurilor. Subiectele lor țineau în mare parte de reclama comercială și mai apoi de mica publicitate. Redactorul aranja cu gust orice conținut al anunțului, încercuindu-l cu un chenar special, alcătuit din elemente geometrice sau florale. Majoritatea din ele erau însoțite și de o imagine a obiectului/produsului căruia i se făcea publicitate. În ziarul lui Calmanson a apărut și un anunț scris în versuri, lucru întâlnit rar în presa basarabeană. Proprietarul magazinului de gastronomie și băcănie din orașul Bender, M. Popov, făcea publicitate rachiului pe care îl comercializa, cu ajutorul versurilor (HG 1912, 14).

Ca negustor, Calmanson își făcea publicitate în ziar și articolelor pe care le vindea. Nu ieșea nici un număr al ziarului, fără ca să nu fie un anunț sau chiar câteva cu ele. Calmanson vindea, închiria și repara automobile, biciclete, patefoane, patine pentru patinaj și scheting, carbid.

Nu cunoaștem circumstanțele care au dus la închiderea ziarului. Se știe că luna noiembrie 1913 este ultima lună de existență a lui (Трубецкой 1968, 253). Numerele cercetate ale ziarului confirmă acest lucru.

Însă, G. Calmanson nu-și sistează întreaga afacere. El continuă negoțul cu automobile, motociclete, biciclete, se ocupă cu reparația lor (Друг 1914, 77). Continuă să se ocupe cu dansurile și gimnastica. Drept mărturie aducem un articol semnat de G. Calmanson în ziarul „Друг” din 29 ianuarie 1914, inserat în rubrica „Sport” și intitulat „Tangoul”.

Din cele relatate mai sus conchidem:

Printre ziarele editate în acea perioadă, iar numărul lor este impunător de mare (254 de denumiri), ziarul „Новая газета” își are un loc aparte, din mai multe considerente. În primul rând este remarcabil faptul că redactorul/editorul a reușit să-l editeze, în pofida concurenței și a cenzurii, o perioadă de doi ani. Ceea ce nu au reușit alți editori de ziare. Bineînțeles, că un factor însemnat în apariția acestui ziar a fost situația financiară a lui G. Calmanson. Însă existența și succesul acestuia se datorează în mare parte fluxului de anunțuri publicitare, venite pe adresa redacției. Lipsa lor ar fi dus la închiderea prematură a ziarului.

În al doilea rând, este vădit scopul adevărat al editării acestui ziar, de a obține profit în urma publicării reclamelor. Negustorul Calmanson a înțeles rostul publicității în societate. Programul ziarului, fără nici o „orientare” concretă era îndreptat spre publicul consumator „înstărit”.

Dacă din punct de vedere publicistic ziarul pare a fi mediocru, din punct de vedere publicitar, poate fi calificat drept unul dintre cele mai bune ziare mici, care au tipărit o reclamă calitativă. Deși ieșea o dată pe săptămână, el a devenit un adevărat ghid pentru publicul consumator.

Ziarul, cu câteva numere păstrate până în prezent, prezintă o sursă importantă în cercetarea istoriei publicității în Basarabia la începutul secolului XX.

Redactarea și editarea acestui ziar este o dovadă în plus că publicitatea a devenit pentru Calmanson o afacere destul de avantajoasă, iar activitatea lui desfășurată în acest domeniu ne permite să-l situăm printre puținele persoane, care au contribuit la dezvoltarea publicității în Basarabia sub ocupația țaristă.



1. Ziarul „Новая газета”, nr. 30, iunie 1912 (imagine generală a paginilor 1 și 4).



2. Frontispiciul ziarului „Новая газета”, nr. 12, februarie 1912.



3. Casete publicitare pentru patiseria lui S. Tumanov, magazinul de obiecte și lucruri bisericești D. Spânuлов și atelierul de icoane E. Prohorenko. „Новая газета”, nr. 12, februarie, 1912, pag. 1.

Bibliografie

- Danilov 2009:** M. Danilov, Presa și cenzura în Basarabia la începutul secolului XX. Tyragetia s.n. 2, vol. III [XVI-II], 2009, 229-244.
- Presa 2002:** (Ed. L. Kulikovski) Presa basarabeană de la începuturi până în 1957. Catalog (Chișinău 2002).
- Serjant 2011:** V. Serjant, Reclama caselor de comerț și a magazinelor în presa basarabeană (sf. sec. XIX - înc. sec. XX). Tyragetia s.n. 2, vol. V [XX], 2011, 308-318.
- БК 1909:** Бессарабский календарь, 1909.
- БЖ 1910:** Бессарабская жизнь, 3 апреля, 1910.
- Друг 1909:** Друг, 251, 20 октября, 1909.
- Друг 1914:** Друг, 77, 3 апреля, 1914.
- Друг 1914:** Друг, 29 января, 1914.
- НГ 1912:** Новая газета, 9, январь, 1912.
- НГ 1912:** Новая газета, 12, февраль, 1912.
- НГ 1912:** Новая газета, 14, март, 1912.
- НГ 1912:** Новая газета, 15, март, 1912.
- НГ 1912:** Новая газета, 16, март, 1912.
- НГ 1912:** Новая газета, 22, апрель, 1912.
- НГ 1912:** Новая газета, 30, июнь, 1912.
- НГ 1912:** Новая газета, 48, 29 октября, 1912.
- НГ 1912:** Новая газета, 2, 26 ноября, 1912.
- НГ 1913:** Новая газета, 50, 13 ноября, 1913.
- Трубецкой 1968:** Б. Трубецкой, Из истории периодической печати Бессарабии (Кишинев 1968).
- Шишкан, Пожар 2009:** К. Шишкан, С. Пожар, Молдавско-русские взаимосвязи в искусстве в лицах и персоналиях (XVIII - первая половина XIX века), том 1 (Кишинев 2009).

Newspaper “Novaya Gazeta” and its role in the development of advertising in Bessarabia

Abstract

The present article is based on the study of newspapers “Novaya Gazeta” from the collections of NMAIM and the library of the Academy of Sciences of Moldova, the only institutions in the country where you can find this publication. The purpose of this study is to elucidate its specific features and role in the development of newspaper advertising in Bessarabia. In the period of time from 1910 to 1916, the number of newspapers published in Bessarabia, particularly in the capital of the province – the city of Chisinau, significantly increased. We focus our attention on more detailed information regarding the occurrence of a newspaper, which was “more special”, in our opinion. It is the weekly newspaper “Novaya Gazeta” (The New Gazette) published in Chisinau by G. Kalmanson from 1911 to 1913. We call it “more special” because it was intended mainly for the publication of advertisements. Few feuilletons or sections of local and foreign news, which occupied a small place and had ordinary subjects, in fact, just masked the real purpose of this newspaper. Merchant G. Kalmanson managed to publish a newspaper which had a fairly large circulation among the wealthy public, providing space for advertisements. There have been placed advertisements of the most famous trading houses, shops, restaurants, hotels, hairdressers, photographic workshops, banking offices, factories, and so on, both from Chisinau and abroad. In this newspaper G. Kalmanson himself was advertising his goods: cars, bikes, traditional and roller skates, phonographs, carbide. The newspaper successfully resisted the onslaught of competition and censorship, and was published for two years.

G. Kalmanson fulfilled orders on clichés for firms, stores, and other establishments, that is one way or another had to deal with advertising already. However, publishing by him of this newspaper is the evidence that advertising has become for him a very profitable business, and allows us to consider him one of the few people who have contributed to the development of advertising in Bessarabia in the early 20th century.

List of illustrations:

1. Newspaper “Novaya Gazeta”, no. 30, June 1912 (overview of pages 1 and 4).
2. Front page of the newspaper “Novaya Gazeta”, no. 12, February 1912.
3. Ad units of the bakery of S. Tumanov, the store of church utensils of D. Spynulov, and the icon workshop of E. Prokhorenko. “Novaya Gazeta”, no. 12, February 1912, page 1.

4. Ad units of the haberdashery shop of K. Yurkovskaya, the sewing workshop of I. Lyubelsky-Menshchik, the bakery of A.I. Filatov, and Zingher photographic studio. “Novaya Gazeta”, no. 48, October 29, 1912, page 3.
5. Ad units of the workshop of mechanics and electroforming of Sh. Mereminsky, the hairdressing salon of Ostrovsky, the artesian wells drilling of B.O. Verner, and the shop of musical instruments of F.F. Kapras. “Novaya Gazeta”, no. 14, March 1912, page 4.
6. Ad units of watchmaker Sh.L. Lyubchansky, the fish shop of E. Volkov, and the shoe store of I. Pavlyak. “Novaya Gazeta”, no. 15, March 1912, page 4.
7. Advertisement of the hairdressing salon of S. Pelenovich (in all issues of the paper).
8. Ad units of works with lime, the hairdressing salon of L.K. Voskanov, tailor’s cutter N.G. Nikolaev, the repair shop of R. L. Zomen. “Novaya Gazeta”, no. 30, June 1912, page 4.
9. Advertisement of G. Kalmanson’s goods. “Novaya Gazeta”, no. 2 (second year of publication), November 26, 1912, page 1.
10. Ad units of the restaurant at the Noble Assembly, the restaurant of M.N. Vilchinsky, and the restaurants “National” and “Sever” (“North”). “Novaya Gazeta”, no. 48, October 29, 1912, page 1.
11. Ad units of the restaurant of the hotel „Swiss”, the owner D.I. Spasov, the hotel „Savoya” and wine from the store of G. Țurcan. “Novaya Gazeta”, no. 48, October 29, 1912, page 2.
12. Ad units to sell a car, of making cliché by G. Kalmanson, of the company „Vacuum Oil and C^o”, the factory of coaches of I. Olkhovsky, and the hat shop of B. Roitstein. “Novaya Gazeta”, no. 30, June 1912, page 4.
13. Ad units of the workshop on manufacturing products of marble, labradorite, granit, and stone of I. Tsulek, roller skates sold by G. Kalmanson, and the fish shop of E.K. Volkov. “Novaya Gazeta”, no. 48, October 29, 1912, page 3.
14. Ad units of the haberdashery shop of K. Yurkovskaya, the draper’s of M. Baran, bicycles of G. Schmalz at Bender, the icon workshop of G.V. Lavrov, the store and workshop of products of marble, labradorite, granit, and stone „De-Veki”, Z. Tebanov’s store, and the sale of carbide by G. Kalmanson. “Novaya Gazeta”, no. 30, June 1912, page 3.
15. Ad units of tailors L. Frank and S. Sheinkerman; advertisements. “Novaya Gazeta”, no. 16, March 1912, page 4.
16. Ad units of the laundry of M. Strashun, the men’s clothing store of Schwartzman și Cristul, and the pawnshop of I.R. Kaushansky. “Novaya Gazeta”, no. 12, February 1912, page 3.
17. Ad units of teacher of calligraphy I.M. Slepak and the grocery store of Popov in the town of Bender. “Novaya Gazeta”, no. 16, March 1912, page 1.
18. G. Kalmanson’s ad units to sell gramophones and repair bicycles (in many issues of the paper).
19. Ad units of the trading house of Khaslavsky in Odessa and dance teacher A.A. Baller. “Novaya Gazeta”, no. 48, October 29, 1912, page 1.
20. G. Kalmanson’s ad units to sell the bicycles „Swift” și „Pioneer” and Malamud and Nemirovsky’s ad units to sell the pens „Kaweco”. “Novaya Gazeta”, no. 22, April 1912, page 3.

«Новая газета» и ее роль в развитии газетной рекламы в Бессарабии

Резюме

Данная статья написана на основе изучения подшивок «Новой газеты» из фондов НМАИМ и библиотеки Академии Наук Молдовы, единственных учреждений в республике, где можно найти это издание. Целью статьи является определение его специфики и роли в развитии газетной рекламы в Бессарабии.

В период 1910-1916 гг. значительно выросло количество издававшихся в Бессарабии газет, особенно в столице губернии – городе Кишиневе. Мы остановимся на описании «особенного», на наш взгляд, издания. Речь идет о еженедельнике «Новая газета», издававшемся в Кишиневе Г. Кальмансоном с 1911 по 1913 год. «Особенном», потому что оно предназначалось в основном для публикации рекламных объявлений. Немногие фельетоны или разделы местных и зарубежных новостей, занимавшие небольшое место и отличавшиеся заурядной тематикой, лишь маскировали настоящее назначение этой газеты.

Купец Г. Кальмансон издавал газету, имевшую довольно большой тираж и получившую широкое распространение среди зажиточных слоев общества, предоставляя пространство для рекламных объявлений. В ней размещали свою рекламу самые известные торговые дома, магазины, рестораны, гостиницы, парикмахерские, фотоателье, банкирские конторы, фабрики и заводы, как кишиневские, так и зарубежные. Здесь же Кальмансон рекламировал и свой товар: автомобили, велосипеды, ледовые и роликовые коньки, патефоны, карбид. Газета успешно противостояла натиску конкуренции и цензуры и выходила в течение двух лет.

Г. Кальмансон выполнял заказы на клише для фирм, магазинов и других учреждений, то есть так или иначе и ранее имел дело с рекламой. Издание же этой газеты свидетельствует о том, что реклама стала для него выгодным делом, и позволяет нам считать его один из немногих, чья деятельность способствовала развитию рекламы в Бессарабии начала XX века.

Список иллюстраций:

1. «Новая газета», №30, июнь 1912 г. (общий вид 1 и 4 страниц).
2. Первая страница «Новой газеты», №12, февраль 1912 г.
3. Рекламные блоки кондитерской С. Туманова, магазина церковной утвари Д. Спынулова и художественно-иконостасной мастерской Е. Прохоренко. «Новая газета», №12, февраль 1912 г., стр. 1.
4. Рекламные блоки галантерейного магазина К. Юрковской, швейного ателье И. Любельского-Менщика, кондитерской А.И. Филатова и фотоателье Зингера. «Новая газета», №48, 29 октября 1912 г., стр. 3.
5. Рекламные блоки мастерской механики и электрогальваноластики Ш. Мереминского, парикмахерской Островского, Б.О. Вернера о бурении артезианских колодцев и магазина музыкальных инструментов Ф.Ф. Капраса. «Новая газета», №14, март 1912 г., стр. 4.
6. Рекламные блоки часового мастера Ш.Л. Любчанского, рыбной лавки Е. Волкова и обувной мастерской И. Павляка. «Новая газета», №15, март 1912 г., стр. 4.
7. Реклама парикмахерской С. Пеленовича (во всех номерах газеты).
8. Рекламные блоки о продаже извести, парикмахерской Л.К. Восканова, портного Н.Г. Николаева, ремонтной мастерской Р.Л. Зомена. «Новая газета», №30, июнь 1912 г., стр. 4.
9. Реклама товаров Г. Кальмансона. «Новая газета», №2 (второй год издания), 26 ноября 1912 г., стр. 1.
10. Рекламные блоки ресторана при театре Благородного собрания, ресторана М.Н. Вильчинского, ресторанов «Националь» и «Север». «Новая газета», №48, 29 октября 1912 г., стр. 1.
11. Рекламные блоки ресторана гостиницы «Швейцарская», гостиницы «Савойя» и вин хутора «Яновка» в магазине Г. Цуркана. «Новая газета», №48, 29 октября 1912 г., стр. 2.
12. Рекламные блоки о продаже автомобиля, Г. Кальмансона о изготовлении клише, фирмы „Vacuum Oil и С^o”, каретной фабрики И. Ольховского и шляпного магазина Б. Ройтштейна. «Новая газета», №30, июнь 1912 г., стр. 4.
13. Рекламные блоки мастерской И. Цулека по изготовлению изделий из мрамора, лабрадора, гранита и камня; Г. Кальмансона о продаже коньков; рыбного магазина Е.К. Волкова. «Новая газета», №48, 29 октября 1912 г., стр. 3.
14. Рекламные блоки галантерейного магазина К. Юрковской; мануфактурного магазина М. Баран; велосипедов Г. Шмальца в Бендерах; художественно-иконостасной мастерской Г.В. Лаврова; магазина и мастерской изделий из мрамора, лабрадора, гранита и камня «Де-Веки»; магазина З. Тебанова; Г. Кальмансона о продаже карбида. «Новая газета», №30, июнь 1912 г., стр. 3.
15. Рекламные блоки мужских портных Л. Франка и С. Шейнкермана; объявления. «Новая газета», №16, март 1912 г., стр. 4.
16. Рекламные блоки магазина М. Страшуна, магазина мужской одежды Шварцмана и Криштула, ссудной кассы И.Р. Каушанского. «Новая газета», №12, февраль 1912 г., стр. 3.
17. Рекламные блоки учителя каллиграфии И.М. Слепака и продуктового магазина Попова в Бендерах. «Новая газета», № 16, март 1912 г., стр. 1.
18. Рекламные блоки Г. Кальмансона о продаже патефонов и ремонте велосипедов (во многих номерах газеты).
19. Рекламные блоки торгового дома Я. Хаславского в Одессе и учителя танцев А.А. Баллера. «Новая газета», №48, 29 октября 1912 г., стр. 1.
20. Рекламные блоки Г. Кальмансона о продаже велосипедов «Свифт» и «Пионер» и Маламуда и Немировского о продаже самопишущих ручек «Kaweco». «Новая газета», №22, апрель 1912 г., стр. 3.

17.02.2012

Vera Serjant, Muzeul Național de Arheologie și Istorie a Moldovei, str. 31 August, 121-A, MD-2012 Chișinău, Republica Moldova