
RECLAMA FABRICILOR, UZINELOR ȘI DEPOZITELOR ÎN PRESA BASARABEANĂ (sfârșitul secolului XIX - începutul secolului XX)

Vera Serjant

Presa a fost și va rămâne unul dintre cele mai importante mijloace de reclamă. Este cunoscut faptul că reclama a apărut în ziare chiar odată cu apariția lor. Ce este „reclama” și ce este „publicitatea”? Există oare vreo deosebire între aceste noțiuni? Pentru a răspunde la aceste întrebări vom apela la terminologia și esența acestor cuvinte. Aceste precizări sunt impuse în legătură cu folosirea adeseori incorectă a acestor noțiuni. Cuvântul „reclamă” este de origine latină și provine de la latinescul *clamare* ceea ce înseamnă „a striga”, „a chema”, „a proclama”. Acest cuvânt aproape fără schimbări a intrat aproape în toate limbile europene. În Anglia și în America se utilizează expresiile „advertise”, „advertising”, însă nu cu sensul îngust de publicare a anunțurilor în presă, ci cu unul mai larg corespunzător cuvântului „advertere” de la latinescul *ad-vertto* – a întoarce, a îndrepta spre, a atrage atenția asupra ceva (cu ajutorul panourilor, firmelor etc.). Francezii folosesc cuvântul „publicité” pentru a indica cuvântul reclamă, de unde a fost împrumutat de limba română și care este utilizat și în prezent. Termenul „publicitate” s-a format de la latinescul „publicus” și a fost atestat în limba franceză la anul 1689. La început el era utilizat în sens juridic, adică publicul și instanțele judecătorești chibzuiesc în comun asupra luării unei hotărâri, fără a mai fi ținută în secret. Abia în anul 1829 pe măsură ce reclama s-a extins prin presă, afișe și prospecte ia accepțiunea tehnică modernă de „fapt de a exercita o acțiune asupra publicului cu finalitate comercială” (Petcu 2002, 141). Deci, termenul de „publicitate”, cu sensul de „înștiințare a publicului”, ia o accepțiune mai largă – de a exercita o acțiune asupra publicului în scopuri comerciale, ceea ce de fapt se urmărește prin reclamă.

În ceea ce privește esența noțiunii de reclamă, în literatură sunt păreri diferite. De exemplu, reclama ar fi, după Efron și Brokhaus, un anunț despre vinderea produselor sau oferirea serviciilor, cu scopul captivării consumatorilor prin laude, deseori exagerate, ale calităților produselor (Брокгауз, Ефрон 1899, 527).

Prin noțiunea de reclamă se înțelege în genere o discuție (tâlcuire) în public despre ceva, îndeosebi cu ajutorul presei, propagarea unei întreprinderi, afaceri, producții, inovații, descoperiri, perfecționări, a capacităților deosebite ale unor persoane etc. (Плиский 1894, 14). Esența reclamei în sensul larg al acestui cuvânt, înseamnă o acțiune planificată asupra psihicului omului cu scopul de a-i trezi o dorință irezistibilă de a procura sau a păstra bunurile pământești (Уперов 1994, 366). Această acțiune se realizează pe calea publicității prin tipărituri, radio, televiziune etc. Mesajele, însă, transmise prin intermediul instituțiilor mass-media se plătesc. Prin urmare, „vom continua să numim publicitate mesajele transmise pe baza unei relații contractuale (contra cost), datorită accepțiunii largi a termenului și a preluării sale pe filieră latină – franceză” (Petcu 2002, 142). Deci, noțiunile de „reclamă” și „publicitate” sunt originar sinonime, când este vorba de o acțiune cu finalitate comercială și industrială. Aceasta se referă la utilizarea acestor termeni în limba română. În limba rusă, de exemplu, există doar un singur cuvânt, pentru identificarea acestei activități, cel de reclamă.

Fondatorul publicității tipărite în Europa este socotit Théophraste Renaudot. În 1630 fondează „Bureau d’adresses” – biroul de adrese și de informații, care își tipărea reclamele și în ziarul „Gazette de France”. „Tatăl” reclamei tipărite europene, medicul Renaudot, a reușit să capete de la Richelieu dreptul de a tipări un ziar, deși aceasta costa foarte scump.

Cel mai înalt nivel de dezvoltare a publicității tipărite, la sfârșitul sec. XIX - începutul sec. XX, l-au atins presa engleză, americană, franceză și germană. Reclama din presă de aici era deja un domeniu destul de avansat al businessului. Cele mai răspândite ziare din Anglia erau: „Times”, „Daily News”, „The Standard”, „The World”. Anunțurile publicitare de pe paginile lor ocupau de două ori mai mult spațiu decât însuși textul. Veniturile

din publicitate erau foarte mari. De exemplu: ziarul „Times” avea în urma lor anual echivalentul a 3.500.000 ruble (Плиский 1894, 14). Americanii, popor pragmatic, cu mult mai înainte decât alte popoare au înțeles, că publicitatea este o armă puternică spre succes. Ei au apreciat cel mai bine importanța publicității și au investit cel mai mult în această afacere. Cele mai răspândite ziare americane din perioada cercetată sunt: „New York Herald”, „The World”, „The Tribune”, „The Sun”, „The Evening Star”. Ele se tipăreau pe trei foi mari de 1,5 arșini în lungime și un arșin în lățime, în 48 de coloane, cu caractere mici. Se vindeau doar cu 6-8 copeici (în bani rusești), adică tot atât, cât costau în Rusia ziarele mici. Despre amploarea anunțului publicitar în presa americană ne vorbește și următorul exemplu: în anul 1881 redacția ziarului „New-York Herald” a hotărât să numere câte coloane cu anunțuri sunt publicate în cele mai mari ziare locale într-un număr de duminică și s-a constatat că în „New York Herald” erau 105 coloane în care erau inserate 4.437 de anunțuri și reclame cu un text mediu de 300 rânduri. În aceeași zi „New York Times” avea 22,5 coloane cu 503 reclame, „The World” – 18,5 coloane cu 525 reclame, „The Sun” – 14,5 coloane cu 413 anunțuri (Плиский 1894, 16).

Cele mai mari ziare americane și engleze aveau mereu un număr mare de anunțuri. De un format mare, originale prin conținut, atrăgeau de la sine cititorul. Deși toate anunțurile erau tipărite cu caractere diferite, cuvintele-cheie la care urmau să atragă o atenție deosebită se repetau de câteva ori formând figuri tipografice bizare, ingenioase. Anunțurile sunt amplasate pe rubrici, ușurând astfel căutarea. Reclame se întâlneau, deseori, și în textul redacțional, tariful lor fiind foarte mare (Плиский 1894, 16).

O nouă etapă în dezvoltarea publicității în Rusia se începe odată cu desființarea iobăgiei în 1861 și dezvoltarea rapidă a relațiilor capitaliste. Un eveniment însemnat în dezvoltarea reclamei ruse l-a constituit și lichidarea monopolului statului în publicarea anunțurilor particulare în ziare și reviste. Aceasta duce la creșterea numărului de publicații. Apar primele agenții de publicitate. La hotar dintre secole ziarele ruse acordă o jumătate din spațiu anunțurilor, ceea ce duce la proteste din partea societății. Astfel acestei perioade îi este caracteristică o înflorire a reclamei, legată de creșterea veniturilor ei.

Publicitatea din presa basarabeană, avea specificul său, determinat de condițiile social-economice de dezvoltare a Basarabiei sub țarism. Ea se caracterizează printr-un nivel mai scăzut, în comparație cu cel din țările avansate. Una din cauzele dezvoltării mai lente a reclamei din presa basarabeană o constituia și faptul apariției tardive a presei în acest ținut (1854). Abia în 1889 apare aici și primul ziar particular – „Бессарабский Вестник”, editat de E. Sokolova. Însă, și în acest ținut, spre sfârșitul sec. XIX - începutul sec. XX se observă un avânt în dezvoltarea publicității. El este legat de creșterea numărului de publicații periodice, îndeosebi a ziarelor particulare, în programul cărora nu lipsea rubrica *Anunțuri*. Anunțurile din ziare ies din limitele acestei rubrici care, de obicei se afla pe ultima pagină. Inserții găsim de acum și pe prima pagină și chiar pe paginile de mijloc ale ziarelor, cele mai scumpe de altfel. Mai mult de jumătate din spațiul ziarelor este acordat anunțurilor publicitare. Mesajele lor erau diverse și cuprindeau toate sferile vieții. De aceea, pentru o cercetare mai aprofundată, am decis să clasificăm anunțurile în funcție de mesajele ce le conțin, adică pe sfere sociale: economie (industrie, agricultură, finanțe, comerț); servicii sociale (odihnă, călătorii); servicii intelectuale (învățământ, medicină, teatre, cinematografe); religie; politică; jurisprudență etc.

Publicitatea îndeplinește în societate o serie de funcții importante, în primul rând, cea economică. În esență, publicitatea este un fenomen economic. Ea rezolvă o serie de sarcini, ce stau în fața producătorului sau vânzătorului de mărfuri și servicii, influențează deciziile economice, luate de consumatori, constituie o parte integrantă a sistemului economic. În epoca dezvoltării tehnice și concurenței permanente este cu adevărat o artă nu de a produce mărfuri, ci de a le vinde. Este cu mult mai ușor de a folosi în producție cele mai noi inovații, decât de a avea afacere cu psihicul omului (Уперов 1994, 371).

Tematica acestui articol este legată de unele subiecte economice ale reclamei din presa basarabeană. Este vorba de publicitatea fabricilor, uzinelor și depozitelor, prezentă, atât în publicațiile de stat, cât și cele particulare. Scopul acestui articol, este de a dezvălui particularitățile de publicare a anunțului publicitar de către publicațiile de stat și cele particulare. Pentru început voi apela la un gen de publicație periodică de stat precum sunt calendarele: publicații anuale la care deja am ape-

lat pe parcursul cercetării anterioare a tematicii respective, unde de fapt sunt concentrate anunțuri cu mesaje diverse din întreaga gubernie. În comunicarea dată voi pune accent pe următoarele calendare: „Бессарабия”, calendar literar-economic de masă, alcătuit și editat de M.I. Britan (apare în 1893, 1894, 1895, 1896); „Бессарабский адрес-календарь” și „Бессарабский календарь”, ediții publicate de ziarul „Бессарабские губернские ведомости”; „Адрес-календарь Бессарабской губернии”, ediție a Comitetului de Statistică din Basarabia, redactor В.А. Топиро; „Бессарабский юбилейный сельско-хозяйственный календарь”, supliment al revistei „Бессарабское сельское хозяйство” (a apărut în 1912, 1914 și 1917) (Трубецкой 1968, 201).

Calendarele conțin un număr mare de anunțuri ale fabricilor, uzinelor și depozitelor. Ele pot servi drept surse importante de cercetare a industriei din acest ținut. Înainte de a trece direct la subiectul acestei analize, am vrea să ne oprim pe scurt la situația industriei din ținut. Fiind o regiune agrară, industria în Basarabia se afla într-o stare rudimentară. Aici predomina munca manufacturieră și industria casnică. Deși în unele ateliere erau introduse mașinile cu aburi, lucrările de bază se efectuau manual. În 1895 în Basarabia funcționau 771 de fabrici, la care lucrau 3971 de persoane, venitul anual al cărora îl constituia 2.130.252 rub. (НЛЭКБ 1895, 96). Fabricile, uzinele și alte meșteșuguri nu erau dezvoltate. Cele mai dezvoltate ramuri industriale erau: tăiatul pădurilor, fabricarea lumânărilor, fabricarea cărămizilor, fabricarea uleiului și a macaroanelor. Numărul total al fabricilor îl constituie 931, cu un total de 4.580 muncitori și cu un venit de 1.007.476 rub. (Вся Россия 1903, 47). O altă sursă documentară, și anume Calendarul-adresă ilustrat al guberniei Basarabia pentru anul 1913, publicație a Comitetului de Statistică, editat sub redacția lui В.А. Топиро, dă următoarea informație: întreprinderi industriale în gubernia Basarabia pentru anul 1911 s-au înregistrat 300, cu un venit anual de 679 mii ruble (ИАКБГ 1912, 218). Însă ele sunt clasificate în categorii – III, IV, V, și VI, adică aici nu mai erau incluse și cele casnice. Tot aici, pentru comparație, este dat numărul de întreprinderi din anul 1910. El constituie cifra de 252, cu un venit de 489 mii ruble. Dacă comparăm aceste date, observăm totuși o evoluție în dezvoltarea industriei în ținut. Fapt remarcat și prin creșterea numărului de reclame ale acestor întreprinderi în presa locală. Vorbind

despre mesajele acestor reclame, vom încerca în continuare să le clasificăm după conținutul lor. Pe primul loc vor fi plasate anunțurile fabricilor de distilare, de producere a berii, a vinului și alcoolului, a apei minerale și limonadelor.

Basarabia intra în lista guberniilor privilegiate, unde proprietarii de moșii dețineau monopolul în producerea și vinderea spiritului (Жуков 1975, 97). Majoritatea fabricilor de alcool în anul 1861 se aflau pe teritoriul moșiilor și aparțineau proprietarilor acestora¹. Mai târziu ele vor apărea și în orașe. Dacă fabricile de alcool au apărut în Basarabia în anii '60 ai secolului XIX, cele de bere sunt cu mult mai vechi. Și ele erau situate, la început, în sate, îndeosebi în județul Hotin și Soroca (vezi conținutul reclamelor). În 1913 în Basarabia existau 15 fabrici de bere. Ele produceau 800 mii de căldări de bere, cu mult mai puțin decât în guberniile Herson și Podolia (Бепр 1918, 218). În continuare reproducem conținutul reclamelor acestor întreprinderi:

- În orașul Hotin, gubernia Basarabia; Prima fabrică de producere a berii-hidromelului și fabrica de malț M. A. KALPAKCI și a urmașilor lui L. BRONȘTEIN, există din 1797; PRODUCE DIVERSE SORTURI de BERE și MIERE; Mai produce diverse sorturi de MALȚ: de culoare întunecată, deschisă, de Pilzen și Kulibahsk DE CALITATE SUPERIOARĂ (АКБГ 1912).
- Fabrica (cu aburi) DE BERE ȘI MALȚ a urmașilor lui L.M. BUCARESKI din orașul Hotin, distinsă la Expoziția agricolă internațională de la Paris din 1908 cu Medalia de aur, și cea de la Hotin, din 1911, cu Medalia de argint; produce sorturi bune de malț și următoarele tipuri de bere: „Risovoe” (din orez), „Martovskoe”, „Țarskoe”, „Pilzenskoe”, „Ceșskoe”, „Miunhenskoe” și „Bavarskoe” (АКБГ 1912).
- FABRICA de DISTILARE a ALCOOLULUI nr. 27 din IANOUȚI a proprietarilor Ana și Nicolae CAZIMIR; Fabrica de rectificare a lui Nicolae Alexandru CAZIMIR, ambele fabrici se află în satul Ianăuți la 3 km de stația căii ferate (АКБГ 1912).
- Fabricile de distilare a alcoolului, de producere a berii, a hidromelului și malțului „DNESTR” a lui ABRAM PEISAH și urmașilor lui Leib Miller. La fabrica de bere și hidromel se produce BERE și HIDROMEL de diferite sorturi, cât și

¹ ANRM, F. 2, inv. 1, d. 7372, f. 40-78.

- MALȚ DE PILZEN de calitate superioară. Orașul Hotin, lângă râul Nistru (AKБГ 1911).
- FABRICA DE DISTILARE MIHALCĂUȚI nr. 36 (cu secție de filtrare a alcoolului), situată pe moșia MIHALCĂUȚI, județul Hotin, aparținând proprietarului ABRAM MOISEEVICI BERȘTEIN, Adresa poștală: localitatea Briceni, județul Hotin. Gubernia Basarabia, A.M. Berștein (БЮСХК 1912).
 - Fabrica de ape minerale A. DARDIKA, orașul Bălți, strada Peterburgskaia, casa proprie (AKБГ 1912).
 - Fabrica de ape minerale M. VIZENTAL, orașul Bălți, strada Peterburgskaia, casa proprie (AKБГ 1912).
 - BERE, LIMONADE, APE MINERALE ale fabricilor „RAPP” a lui I. Kurtz, strada Sadovaia, telefon 276. LIVRARE LA DOMICILIU (AKБГ 1912).
 - Fabrica de bere Dnesrtrovsc și fabrica de ape sintetice - minerale din orașul Bender. Bere: „Vieneză”, „Pilzen”, „Bok-Bier” și „Export”. APE DULCI și LIMONADE. Executare rapidă și cu acuratețe a comenzilor (AKБГ 1911).
 - Fabrica de ape minerale Z. BELBURDA, orașul Akkerman. Limonade din fructe, oranj, vin de mere și alte băuturi din fructe. Pentru calitatea înaltă a produselor, fabrica a fost menționată cu medalii de aur și argint (AKБГ 1916).

Printre întreprinderile industriei de prelucrare se numără și fabrica de zahăr din Zarojeni. Iată conținutul anunțului acestei fabrici:

- Societatea Industrială ZAROJENI, FABRICA DE ZAHĂR, satul Zarojeni, județul Hotin, gubernia Basarabia, Poșta, orașul Hotin (AKБГ 1911). Această Societate își anunță începutul activității în baza statutului adoptat la 15 iunie 1890, începând cu 20 septembrie 1890. Sediul ei se afla în orașul Odesa (БГВ 1890). Fondatorii ei sunt frații Marc, Alexandru, Artemie, Eugen, Arcadie, Gheorghe și Alexei Rafalovici. În componența ei au intrat o serie de moșii, a căror valoare era de 7.400 desetine de pământ și două fabrici ale fraților Rafalovici: cea de zahăr din Zarojeni și cea de distilare a vinului din Stavceni, din județul Hotin cu localitățile Zarojeni, Stavceni, Dolineni, Corestăuți, Șirouți, Șilovți, Rucșini, Levinți ș.a. Valoarea totală a capitalului acestei Societăți era de 1.850.000 (un milion opt sute cincizeci de mii) ruble².

În presa locală sunt prezente o serie de anunțuri ale uzinelor mecanice. În listele fabricilor și uzinelor pentru anii 1880-1902 sunt atestate următoarele ateliere mecanice: ale lui R. Ghikiș, R. Hamudis, I. Krimarjevski, G. Izelin, S. Serbov, N. Bacumski, I. Langhe – în Chișinău, G. Rozner și K.F. Gobbaher în județul Akkerman, C. Garting în județul Orhei, I. Perelman în județul Hotin, C. Iancovski în județul Ismail (ЖУКОВ 1975, 86). Însă numai patru din cele menționate mai sus erau incluse în rândul întreprinderilor constructoare de mașini (a lui S. Serbov/Ștefan Sârbu, I. Langhe, F. Gobaher și C. Garting). În 1914 în Basarabia erau șase întreprinderi constructoare de mașini, care produceau și reparau producție în valoare de 83 mii ruble (Беpr 1918, 218).

Reproducem conținutul unor reclame ale acestor uzine:

- Uzina mecanică I.I. LANGHE, Chișinău, lângă Școala Eparhială de Fete, vis-à-vis de barieră, telefon 365. Execută lucrări de reparație: a cazanelor cu aburi, locomobilelor, batozelor cu aburi, alte mașini și unelte agricole; motoarelor cu petrol, instalează aceste motoare; CONFECȚIONEAZĂ: cazane cu aburi (cu diferite sisteme), rezervoare, teascuri pentru fabricarea vinului și uleiului, valțuri pentru stoarcerea uleiului, piese pentru mori și TRANSMISIE. Crestează și șlefuieste valțurile de la mori cu ajutorul unui strung performant. Lucrul se execută conștiincios și cu acuratețe. Prețuri moderate (БАК 1908, 23).
- Fabrica de mobilă P.F. BACUMSKI, Chișinău, în drum spre havuz, la colțul străzilor Mincovskaia și Voznesenskaia, 71, la stația de tramvai: **IEFTIN!!! paturi** metalice-modele engleze, picturale, **de campanie** – cu greutatea nu mai mult de 20 funturi, obișnuite și altele, de la **2 rub. 50 cop. Saltele** cu cuirasă, plase – igienice, cu arcuri, moi și altele de la **1 rub. 75 cop. NOUTATE!!! Saltea** demontabilă „**SPIRALĂ**” rezistentă și moale, confortabilă, absolut necesară bolnavilor; **MĂSUȚE** pentru lavoare și samovare etc. Scaune, cărucioare, biciclete, obiecte de lăcătușărie și altele. **NOTATE!!! Masă-comodă** cu loc pentru păstrarea albiturilor – ziua, iar seara pat pentru copii sau pat mare metalic cu o plasă cu 26 de arcuri, ocupă 1/5 din spațiul pe care îl ocupă un pat; de la **7 ruble**. Invenția a fost apreciată cu MEDALII. Se primesc comenzi în particular și

² ANRM, F. 2, inv. 1, d. 8812, f. 11.

Въ городѣ ХОТИНѢ
Бессарабской губернии.

Первый пиво-медоваренный
и солодовенные заводы

М. А. Калпаки
и наследниковъ ихъ
А. Бронштейна,
существ. съ 1797 г.

ИЗГОТОВЛЯЕТЪ РАЗНЫЕ СОРТА
ПИВА И МЕДА
А ТАКЖЕ
ИЗГОТОВЛЯЕТЪ РАЗНЫЕ СОРТА
СОЛОДА
какъ-то: темный, свѣтлый,
пильзенскій и кульбахскій,
ВЫСШИХЪ КАЧЕСТВЪ.

1. Reclama fabricii de bere, miere și maț M.A. Kalpakci din orașul Hotin, publicată în Адрес-календарь Бессарабской губернии на 1913, 1912

Аноуцкій № 27-й
ВИНОКУРЕННЫЙ ЗАВОДЪ
принадлежащий
АНА И НИКОЛАЮ АЛЕКСАНДРОВИЧАМЪ
КАЗИМИРЪ

РЕКТИФИКАЦИОННЫЙ ЗАВОДЪ
принадлежавший ЗЕМЛЕВЛАДѢЦУ
НИКОЛАЮ АЛЕКСАНДРОВИЧУ
КАЗИМИРУ

Оба завода находятся въ сел. Аноуцахъ въ 3-хъ верстахъ отъ жел.-ж.-дор. станци.

2. Reclama fabricii de distilare a alcoolului nr. 27 din Ianăuți a proprietarilor Ana și Nicolae Cazimir, publicată în Адрес-календарь Бессарабской губернии на 1913, 1912

ЗАВОДЪ
ШПИЧУХИХЪ ВОДЪ
А. ДАРДИКА
г. Бѣльци,
Петербургскія ул., соб. дворъ.

3. Caseta publicitară a fabricii de ape minerale A. Dardika din orașul Bălți, publicată în Адрес-календарь Бессарабской губернии на 1913, 1912

Пиво, лимонады, минеральныя воды
ЗАВОДЪ
„РАППЪ“ И КУРТЦА.
Садовая улица. Тел. № 276.
ДОСТАВКА НА ДОМЪ.

4. Reclama fabricii de bere, limonade, ape minerale „Rapp” a lui I. Kurtz din orașul Chișinău, publicată în Адрес-календарь Бессарабской губернии на 1912, 1911

ФАБРИКА
ИСКУССТВЕННЫХЪ МИНЕРАЛЬНЫХЪ ВОДЪ
З. Бельбурда
въ Аккерманѣ.

Фруктовые лимонады, ситро, апельс., яблочный сидръ и друг. фруктовые напитки.

За отличныя качества продуктовъ фабрика удостоена золотой и серебряной медали.

Зарожанское
Промышленное Общество.

САХАРНЫЙ
ЗАВОДЪ

Въ с. ЗАРОЖАНАХЪ.
Хотинскаго уѣзда, Бессарабской губернии.
Почта гор. Хотинъ.

7. Reclama fabricii de zahăr din satul Zarojeni, județul Hotin, gubernia Basarabia, publicată în Адрес-календарь Бессарабской губернии на 1912, 1911

5. Caseta publicitară a fabricii de ape minerale Z. Belburda din orașul Akkerman, publicată în Адрес-календарь Бессарабской губернии на 1916, 1916

МЕХАНИЧЕСКІЙ
и чугуно-литейный
ЗАВОДЪ
ИНЖЕНЕРЪ-ТЕХНОЛОГА
С. И. СЕРБОВА
АРЕНДАТОРЪ
ИНЖЕНЕРЪ

М. И. ГОТЛИБЪ
КИШИНЕВЪ, вблизи пассаж. вокзала, Мунчештская дор., № 237. Тел. № 92.
ИЗГОТОВЛЯЕТЪ:

ПЛУГИ,
маслобойные и виноградные
ПРЕСЫ,
виноградныя мялки,
маслобойные вальцы.
КУКУРУЗНЫЯ МОЛОТИЛКИ

МАЦЪ-МАШИНЫ,
СОЛОМОРВЗКИ,
конныя приводы, мельничныя принадлеж. и трансмисси,
СУШИЛКИ американской системы,
ПРЕСЫ
для фруктовъ и овощей.

ПРИНИМАЕТЪ:
КОТЕЛЬНЫЯ РАБОТЫ,
РЕМОНТЪ:
ЛОКОМОБИЛЕЙ,
ПАРОВЫХЪ КОТЛОВЪ
и разнаго рода
земледѣльческихъ машинъ.
НАРѢЗКУ И ШЛИФОВКУ
мельничныхъ вальцевъ.

УСТРОЙСТВО
ПАРОВЫХЪ И
НЕФТЯНЫХЪ
МЕЛЬНИЦЪ.
УСТАНОВКА НАСОСОВЪ
И ВСЯКАГО РОДА ОТЛИВКИ
ИЗЪ ЧУГУНА И МѢДИ.

Адресъ для корресл.: Кишиневъ, М. ГОТЛИБЪ, заводъ Сербова.

6. Caseta publicitară a uzinei mecanice de turnat fontă al inginerului tehnolog S. I. Serbov (Sârbu), arendată de inginerul M.I. Gotlib din orașul Chișinău, publicată în Бессарабский юбилейный сельскохозяйственный календарь на 1913, 1912

- în scris, se pot schimba, închiria, modifica; nichelarea, oxidarea samovarelor, ambalarea etc. (БАК 1908, 38).
- Fabrica mecanică de butoaie A. Blank, telefon 27. Primește comenzi la BUTOAIE, putine și răzătoare și alte articole necesare vinificației. Butoaiile se confecționează din lemn ales și uscat, fără ceruză și carie (АКБГ 1911).
 - Uzina mecanică de turnat fontă a inginerului-tehnolog S.I. SERBOV, arendator – inginerul M. I. G O T L I B, Chișinău, nu departe de gară, drumul Muncești, nr. 237, tel. nr. 92; **PRO DUCE:** PLUGURI, TEASCURI, TREIERĂTORI (BATOZE) pentru păpușoi, tocătoare de paie, teascuri pentru fructe și legume; **REPARĂ:** LOCOMOBILE, CAZANE CU ABURI și alte tipuri de mașini agricole, CRESTEAZĂ ȘI ȘLEFUIEȘTE valțurile de la mori; **MONTEAZĂ** mori cu ABURI și cu PETROL, instalează POMPE, și alte piese turnate din fontă și aramă (БЮСХК 1912).
 - Uzina de mașini și unelte agricole C.C. LANER și F.F. GOBAHER (Sărata, gubernia Basarabia). Pentru calitatea producției a fost distinsă la Expoziția agricolă din Basarabia cu următoarele distincții: Medalia de aur – pentru pluguri cu un brăzdar și mai multe brăzdare; medalia de aur – pentru semănătoarea Buckler; Medalia de aur – pentru treierătoarea cu aburi pentru porumb; Medalia de aur – pentru teascurile pentru struguri; Medalia Mare de argint – pentru mașinile de recoltare a grânelor (Бещарабен 1904).

Pe paginile tipăriturilor basarabene este inserat un număr însemnat de anunțuri ale fabricilor de bomboane:

- Prima fabrică de bomboane și cofetării I.M. DUVINSKI, Chișinău, strada Gostinaia, casa lui Grosman, cu Filială pe strada Alexandrovskaja, vis-à-vis de clădirea pompierilor. Caramelă, dropsuri, marmeladă, bomboane fondante, ciocolată, halva, rahat-lucum, turte, biscuiți la ceai și prăjituri. BOMBOANE și CIOCOLATĂ. Se primesc comenzi la TORTE și alte prăjituri (НЛЭКБ 1895).
- Fabrica de BOMBOANE, ciocolată, turte dulci și halva N.M. ROZENBERG, Chișinău, strada Șmidt colț cu Armeană nr. 82, produce zilnic diferite sorturi de bomboane și turte dulci. Ciocolată de la diverse fabrici. Prețuri moderate (БАК 1908, 37).

- PATISERIA, FABRICA DE BOMBOANE, TURTE DULCI și HALVA N.A. SÍCENKO, strada Alexandrovskaja, vis-à-vis de circ, casa Braunstein;

Catalog succint de prețuri:

1 funt de caramea moale.....	40 cop.
1 funt de caramele	20 cop.
1 funt de migdale prăjite.....	40 cop.
1 funt de turte dulci	20 cop.
1 funt de biscuiți la ceai	16 cop.
1 funt de turte dulci în	30 cop.
1 funt de bomb. de ciocolată.....	50 cop.
1 funt de turte dulci	12 cop.
1 funt de caramele moi	40 cop.
1 funt de dropsuri	20 cop.
1 funt de halva	16 cop.
1 funt de bețișoare	30 cop.

TOATE PRODUSELE LA PREȚURI ANGRO (БЮСХК 1912)

- Prima fabrică de bomboane din sudul Rusiei M. M. D O R F M A N, Bălți, telefon 129, Medalia Mare de Aur la Bruxelles în 1906 (АКБГ 1912).

Sunt curioase și următoarele texte ale reclamei fabricilor de săpun, de ștampile, de tuburi mecanice:

- **50 % ECONOMIE 50 %;** FABRICA DE SĂPUN FRAȚII A. și Ș. FELDMAN, Chișinău, „Feldmanin” – săpun nou pentru spălătul ru-felor, produs exclusiv din grăsimi naturale fără adausuri. „Feldmanin” se vinde doar cu etichete ale firmei noastre. Datorită calității superioare și mirosului plăcut poate fi folosit ca săpun de toaletă.

F E R I Ț I - V Ă D E F A L S I F I C Ă R I ! (БЮСХК 1912).

- Fabrica cu aburi D.D. LIBEROVICI, orașul Chișinău. Tuburi mecanice și hârtie pentru țigări (БЮСХК 1912).
- Fabrica de ȘTAMPILE din cauciucuri și comercializarea hârtiei de scris I.B. RUBINȘTEIN, Chișinău, strada Pușkinskaia colț cu Haralampievskaja; Prețuri dintre cele mai ieftine (БАК 1908, 44).

Doar o parte foarte neînsemnată de materie brută era transformată în produse de manufacturieră, prin urmare, populația Basarabiei consuma pro-

8. Reclama fabricii de bomboane, turte dulci și halva N. M. Rozenberg din Chișinău, publicată în Бессарабский адрес-календарь на 1909, 1908

Фабрика удостоена высшей награды GRAND PRIX и золотой медали.

КОНФЕКТНАЯ И КОНДИТЕРСКАЯ
ФАБРИКА
Н. М. РОЗЕНБЕРГА
Нишиневь, Шмидтовская, уголъ Армянской.

ВСЕГДА ИМѢЮТСЯ: разные шоколадные, фруктовые и другие сорта **КОНФЕКТЪ,**
а также разные печенія, бисквиты и проч.

Съ почтеніемъ Н. М. Розенбергъ.

9. Caseta publicitară a fabricii de bomboane M.M. Dorfman din orașul Bălți, publicată în Адрес-календарь Бессарабской губернии на 1913, 1912

1-я ЮЖНО-РУССКАЯ ФАБРИКА
КОНФЕКТЪ
М. М. ДОРФМАНА.
Бѣльзы. Телефонъ, 129.
Большая Золотая Медаль въ Брестѣ въ 1909 г.

50% ЭКОНОМИИ 50%

дасть вновь выпущенное мыло для стирки бѣлья

„ФЕЛЬДМАНИНЪ“
МЫЛОВАРЕННАГО ЗАВОДА
Бр. А. и Ш. ФЕЛЬДМАНЪ
ВЪ КИШИНЕВѢ.

„ФЕЛЬДМАНИНЪ“ приготовленъ исключительно изъ чистыхъ жировъ и безъ всякихъ примѣсей. „Фельдманинъ“ продается только въ этикеткахъ съ нашей фирмой. Благодаря высокому качеству и приятному запаху „Фельдманинъ“ можетъ быть употребляемъ какъ туалетное.

ОСТЕРЕГАЙТЕСЬ ПОДЪЛОЖЪ!

10. Caseta publicitară a fabricii de săpun Frații A. și Ș. Feldman din Chișinău, publicată în Бессарабский юбилейный сельскохозяйственный календарь на 1913, 1912

Кафельно-кирпичный и черепичный
ЗАВОДЪ
(бывш. Р. Кальвейта)
М. И. Беньямовича,
Александровская, № 1.
ОТДѢЛЕНИЕ ВЪ ГОРОДѢ: **Новый базаръ,** Армянская ограда, рядомъ съ чайной „Араганъ“.
Большой выборъ кафеля для печей и черепицы.

11. Caseta publicitară a fabricii de teracotă, cărămidă și olane M.I. Beniamovici din Chișinău, publicată în Бессарабский юбилейный сельскохозяйственный календарь на 1913, 1912

КОНДИТЕРСКАЯ
КОНФЕКТНАЯ, ПРЯНИЧНАЯ И
ХАЛВИЧНАЯ ФАБРИКА
Н. А. СЫЧЕНКО
Александровская улица, противъ цирка, д. Брауштейна.

КРАТКІЙ ПРЕЙСЪ-КУРАНТЪ:

1 фунт. унучекъ 40 коп.	1 фунт. карамель 20 коп.
1 - мизальдарен. 40 -	1 - пряниковъ 20 -
1 - печенія къ чаю 16 -	1 - пряниковъ въ 30 -
1 - конфетъ ш. 50 -	1 - пряниковъ 12 -
1 - миз. карамель. 40 -	1 - монпансье 20 -
1 - халвы 16 -	1 - соломки 30 -

ВСѢ ТОВАРЫ
ПО ОПТОВЫМЪ ЦѢНАМЪ.

12. Reclama fabricii de bomboane, turte dulci și halva N.A. Sicenco din Chișinău, publicată în Бессарабский юбилейный сельскохозяйственный календарь на 1913, 1912

КИШИНЕВСКІЙ ФАБРИЧНЫЙ СКЛАДЪ
ДЛЯ РОЗНИЧНОЙ ПРОДАЖИ
Ліцензіюваною Обласною Суконною фабрикою

А. Г. БОРСТЪ
ВЪ ЗГЕРЬВѢ,
Нишиневь, Александровская ул. въ Пассажи.

ВСЕГДА СНАВОНЕНЪ
*** БОЛЬШИМЪ ВЫБОРОМЪ ***
ВСЕВОЗМОЖНЫХЪ СУКОНЫХЪ ТОВАРОВЪ,
КАКЪ-ТО:
ТРИНО, ШЕВІОТЫ ***
*** СУННА, и ДРАПЫ
для мужскихъ и дамскихъ костюмовъ и пальто.

КАСТОРЫ, ДІАГОНАЛИ и пр.
для форменной одежды.

ПРОЧНЫЯ УЧЕНИЧЕСКАЯ СУННА.
Надѣлы нашей фабрики по качеству и извѣстности не уступаютъ самымъ лучшимъ иностраннымъ фабрикатамъ.

ЦѢНЫ ФАБРИЧНЫЯ.

13. Reclama depozitului de mărfuri pentru vinderea cu amănuntul al Societății pe Acțiuni de stofe manufacturiere A.G. BORST, publicată în Бессарабский юбилейный сельскохозяйственный календарь на 1913, 1912

ФАБРИКА КАУЧУКОВЫХЪ
ПРОДУКТОВЪ
и ПЕЧЕВНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ
И. В. РУБИНШТЕЙНА
Кишиневь, Пушкына ул. уг. Карадзиевской.
Цѣны дешовле чѣмъ вездѣ.

14. Reclama fabricii de ștampile a lui I.V. Rubinștein, Chișinău, publicată în Бессарабский адрес-календарь на 1909, 1908

ПОСТАВЩИНЪ Киш. Отд. ИМПЕР. Русск. Музык. Училища

Р. СИКОРА и Ко
Александровская ул. (Пассажи).

ДЕПО
РОЯЛЕЙ, ПИАНИНО, ФИСГАРМОНИИ
и музыкальныхъ инструментовъ.

Единственное представительство для Бесс. губ. всемирно извѣстныхъ фабрикъ
БЛЮТНЕРЪ, БЕХШТЕЙНЪ
и другихъ первоклассныхъ фабрикъ.
РАЗСРОЧКА ПЛАТЕЖА
ПРОКАТЪ, НАСТРОЙКА, ПОЧИНКА.

15. Reclama depozitului de instrumente muzicale R. Sicora și Co din orașul Chișinău, publicată în Бессарабский адрес-календарь на 1909, 1908

duse manufacturiere importate, în mare parte din Rusia, Kiev și Polonia. Fiind importate, ele erau păstrate în depozite. Ce mărfuri erau depozitate aici, fiind propuse consumatorului basarabean? Răspuns la această întrebare găsim în următoarele anunțuri:

- Depozitul angro de produse chimice și farmaceutice ale fabricii E. MERK din Darmstadt reprezentat în gubernia Basarabia de către ISAC GRINFELD, Chișinău, strada Gostinaia, casa lui Kenișșat 27; Adresa pentru scrisori și telegrame: Chișinău, Isac Grinfeld (НЛІӘКБ 1895).
- Depozit de materiale pentru apeducte și construcții V. KARPENTER, Chișinău, Sinadinovskaia colț cu Podolskaia. Primește comenzi la instalarea apeductelor și a canalizării și în general a multor altor instalații, closetelor cu apă, a gropilor de curățare, pisoarelor, canalelor de scurgere a căzilor, havuzurilor, bazinelor etc., precum și lucrări de betonare. Vinde: olane de Marsilia, ciment, nisip de Liusdorf, foi de plumb și ținc. Țevi de fier, de fontă, de plumb și ceramică, robinete, furtunuri, havuzuri, lavoare, căzi, vaterclosete, chiuvete de gunoi etc. Catalogul ilustrat cu prețuri la cerință-gratuit. Adresa pentru scrisori și telegrame: Karpenter-Chișinău. Comenzile se primesc și din alte localități, în afară de Chișinău (НЛІӘКБ 1895)
- Depozitul angro de produse textile și de postav ELIȘ GALPERIN cu fiii, la colțul străzilor Alexandrovskaia și Kupeceskaia, în casa proprie, telefon 171 (БАК 1902).
- Depozitul de pianе (cu coadă), piano și harmonium și alte instrumente muzicale, R. SICORA și K. strada Alexandrovskaia (Passaj), unicul reprezentant în Basarabia a renumitelor fabrici BLIUTNER, BEHȘTEIN și alte fabrici; Plata în rate; Închiriere; Acordare; Reparație (БАК 1908, 9).
- Câștigător al Premiului Mare (Grand-Prix) la expoziția internațională de la Bruxelles din 1906 depozitul de medicamente și de parfumuri V.S. ȘLEZINGHER, Chișinău, strada Haralampievskaia colț cu Bulgară. Propune un asortiment mare de parfumuri produse la fabricile rusești și străine; instrumente chirurgicale, materiale de pansat, obiecte de uz casnic. Coloranți pentru vin și cofetării, pieptene, perii: pentru cap și dinți; săpun de rufe produse la fabricile din Odesa și multe alte mărfuri la PREȚURI în afa-

ra concurenței; SECȚIE SPECIALĂ – mijloace contraceptive pentru doamne și bărbați; La comandă se trimite gratis catalogul cu prețuri (БАК 1908, 12).

- Depozitul de cărți „Образование”, strada Alexandrovskaia, telefon 244, cu un asortiment larg de CĂRȚI NOI, rechizite pentru birouri și bănci; ASORTIMENT BOGAT de rechizite de cancelarie și de desen la prețuri de capitală; PRIMIREA ABONAMENTELOR la reviste și ziare cu prețuri de la redacție (АКБГ 1911).
- Depozitul de medicamente și articole cosmetice, obiecte chirurgicale și fotografice din orașul Bălți a lui IOSIF L. GHERȘCOVICI, strada Peterburskaia (АКБГ 1911).
- Depozitul de mărfuri pentru vinderea cu amănuntul al Societății pe Acțiuni de Stofe manufacturiere A.G. B O R S T din Zgherj, Chișinău, strada Alexandrovskaia. Întotdeauna aprovizionat cu un sortiment bogat de diferite stofe ca: TRICO, POSTAV, ȘEVIOT, DRAP pentru costume pentru bărbați și femei. CASTOR, DIAGONALĂ (țesătură în diagonală) pentru uniforme. POSTAVURI REZISTENTE PENTRU ELEVI. Articolele fabricii noastre, prin calitate și eleganță, nu cedează celor mai bune fabrici străine. PREȚURI DE FABRICĂ (БЮСХК 1912).

Dintre numeroasele anunțuri am vrea să le remarcăm și pe cele ale fabricilor de cărămidă, teracotă și olane. Printre cele mai cunoscute fabrici de acest gen în Basarabia au fost: a lui G. V. Clein din Chișinău (activa din anul 1900, cu un motor cu aburi de 14 cai putere și 15 muncitori); cele două din județul Orhei – prima din satul Saharna, aparținând proprietarei E.I. Apostolopulo (activa din 1896) și cea de-a doua din satul Galești, al proprietarului P.P. Dicescu (deschisă în 1901) (Жуков 1975, 85). Erau foarte întrebate pe piața locală olanele fabricii de la Saharna. Olanele sunt de o culoare roșie deschisă, prețuită, îndeosebi, la cumpărători. Probleme cu vânzarea lor nu-s, din contra, cererea este mai mare decât oferta (Об устройстве 1905, 9). Probabil de aceea nu găsim nici un anunț publicitar al acestei fabrici. În schimb, îl întâlnim pe cel al fabricii lui P. Dicescu și a altor proprietari:

- Fabrica de cărămidă și olane din Galești, a urmașilor lui P. DICESCU, este perfecționată sub supravegherea inginerilor germani, conform descoperirilor noi ale științei ceramice. Județul Orhei (АКБГ 1913).

– Fabrica de teracotă-cărămidă și olane (a fostului proprietar R. Kalveit) M.I. BENIAMOVICI, Alexandrovskaja, nr. 1 SUCURSALĂ ÎN ORAȘ: PIAȚA NOUĂ, curtea Armenească, lângă ceainăria „Ardagan”. Asortiment mare de teracotă și olane (БЮСХК 1912).

Reclama este un instrument pe cât de delicat, pe atât de agresiv, care influențează emoțiile oamenilor. Și puterea ei poate fi cu adevărat mare. Însă ea cu adevărat influențează publicul doar atunci când a stabilit cu el un contact psihologic. Dar chiar și atunci, argumentele nu vorbesc de la sine, fără un text bine format din punct de vedere literar. Textul anunțului publicitar poate fi alcătuit prin diferite metode: cea rațională, care acționează cu ajutorul argumentelor (preț mic, calitate bună etc.) și emoțională – îndreptată spre emoțiile și dorințele oamenilor. Limbajul publicitar al mesajelor cu caracter economic, analizate mai sus, fac parte, credem, din prima categorie, cea cu metoda rațională. În ceea ce privește formele lor, apoi putem evidenția în majoritatea cazurilor anunțul-afiș cu haina lui grafică ingenioasă (vignete, chenare, ilustrații). Fiind amplasate la începutul sau sfârșitul calendarului și dispunând de un spațiu cu mult mai mare (uneori de o pagină întreagă), tipograful varia literele astfel ca să poată crea un efect dorit.

Care era situația la capitolul reclame în ziare? Dacă ne referim la ziarele particulare, menționăm că reclama aici este în abundență. Nu întâmplător se zice că reclama a creat ziarele, iar ziarele au fost create pentru reclamă. În ceea ce privește publicitatea „industrială”, putem observa, că proprietarii făceau publicitate întreprinderilor lor și în ziare, de altfel, cele mai răspândite instituții mass-media, pe atunci. Mesaje cu subiecte economice sunt inserate pe paginile ziarelor *Бессарабский Вестник*, *Бессарабец*, *Бессарабская жизнь*, *Друг*, *Новая газета* etc. Cunoaștem, deocamdată, mai puțin ziarele din alte orașe și nu putem să ne exprimăm în această privință. Știm doar că, de exemplu, ziarul *Южный Край*, editat de Natenzon la Bender, era sărac în astfel de reclame. De fapt, ziarele au specificul lor de publicare a anunțurilor. El este legat de spațiul mic de care dispune și din acest motiv conținutul și forma acestora diferă uneori de cel din reviste și calendare. Se deosebesc ele și prin haina lor tipografică. De cele mai multe ori în ziare se practică anunțul-standart (cules doar din caractere minuscule). Drept

exemplu ne poate servi reclama fabricii de vin și alcool a lui E. Reidel din Chișinău: „COGNIAC natural din Basarabia al fabricii de VIN și ALCOOL E. REIDEL din Chișinău. Produs după metoda franceză din vinuri alese basarabene și lăsat să se păstreze în beciurile fabricii, calitatea lui nu cedează în fața celor franceze, la prețuri cu mult mai mici. Vinderea cu amănuntul conform catalogului de prețuri al fabricii, în toate rețelele de comerț cu vin din orașul Chișinău și județele guberniei Basarabia. Pe lângă fabrică funcționează o secție de producere a votcii și lichiorului exclusiv din spirt rectificat de struguri. Calitatea băuturilor produse la fabrică nu cedează calității băuturilor străine, deoarece ele se produc după aceeași tehnologie ca și cele franceze, din spirt de struguri rectificat, absolut curat și plăcut la gust. Catalogul cu prețuri angro se expediază fără întârziere, la dorința comercianților” (ББ 1894). Dar existau ziare care își permiteau publicarea reclamelor cu toate artificiile tipografice. Printre ele era și ziarul *Новая газета*, editat la Chișinău între anii 1911-1913, de G. Calmanson. Un ziar destinat publicului înstărit cu următoarea taxă a anunțurilor: pe prima pagină pentru un rând petit 30 cop.; pag. 2 și 3 – 60 cop.; pag. 4 – 20 cop. (НГ 1912). Ziarul apărea o dată pe săptămână și avea un succes foarte mare. Pe paginile acestui ziar sunt prezente și reclame ale fabricilor, uzinelor și depozitelor. Printre ele se numără: fabrica de mobilă metalică I. Lalevici, Chișinău, strada Buiucanskaia 47; Fabrica de ape dulci și minerale Ș. Zilberberg, strada Izmailovskaia colț cu Alexandrovskaja 46; Fabrica de mezeluri a fraților Kogan; Sculeanskaia rogatka 208a; Depozitul Societății pe Acțiuni de producere a postavului A.G. Borst, Chișinău, Alexandrovskaja, Pasaj; Uzina mecanică de topire a fontei S.I. Serbov, arendator M.I. Gotlib, Chișinău, în apropierea gării; Societatea M.A. Șustrov din Moscova; Asociația A.N. Șapoșnicov și C^o. din Sankt Petersburg, Uzina mecanică de topire a fontei Langhe – reprezentant al uzinei americane constructoare de mașini agricole Mak Kornik, strada Șmidt, casa proprie, tel. 355.

Concluzie: Deși industria Basarabiei se afla într-o stare rudimentară, micile fabrici și uzine, care activau pe teritoriul ei, foloseau reclama pentru a înștiința publicul de existența și activitatea lor, propunând un sortiment variat de mărfuri și produse. Creșterea numărului de întreprinderi la începutul secolului XX duce la creșterea numărului

de anunțuri publicitare atât în publicațiile de stat, cât și cele particulare. Depozitele ca reprezentante ale fabricilor străine își fac și ele publicitate prin intermediul presei, oferind consumatorilor mărfuri de larg consum și chiar de lux.

Astfel, anunțul publicitar din presă ne poate oferi informații prețioase pentru studierea istoriei Basarabiei la compartimentul dezvoltarea social-economică.

Bibliografie

- Petcu 2002:** M. Petcu, O istorie ilustrată a publicității românești (București 2002).
- АКБГ 1911:** Адрес-календарь Бессарабской губернии на 1912 год (Кишинев 1911).
- АКБГ 1912:** Адрес-календарь Бессарабской губернии на 1913 год (Кишинев 1912).
- АКБГ 1913:** Адрес-календарь Бессарабской губернии на 1914 год (Кишинев 1913).
- АКБГ 1916:** Адрес-календарь Бессарабской губернии на 1916 год (Кишинев 1916).
- БАК 1902:** Бессарабский Адрес-календарь (Кишинев 1902).
- БАК 1908:** Бессарабский Адрес-календарь на 1909 год (Кишинев 1908).
- БВ 1894:** Бессарабский вестник, 1177, 2 ноября, 1894.
- БГВ 1890:** Бессарабские губернские ведомости, 98, 4 октября, 1890.
- Берг 1918:** Л.С. Берг, Бессарабия – страна – люди – хозяйство (Петроград 1918).
- Бессарабец 1904:** Бессарабец, 205, 5 августа, 1904.
- БЮСХК 1912:** Бессарабский юбилейный сельскохозяйственный календарь на 1913 год (Кишинев 1912).
- Брокгауз 1899:** Ф.А. Брокгауз, И.А. Ефрон, Энциклопедический словарь, том 26а (Санкт-Петербург 1899).
- Вся Россия 1903:** Вся Россия. Сборник сведений по России (Санкт-Петербург 1903).
- Жуков 1975:** В. Жуков, Города Бессарабии (1861-1900) (Кишинев 1975).
- НЛЭКБ 1895:** Настольный литературно-экономический календарь «Бессарабия» (Кишинев 1895).
- НГ 1912:** Новая газета, 14, март, 1912.
- Об устройстве 1905:** Об устройстве школы виноделия и опытной фермы на части вотчины Сахарна, завещанной Бессарабскому земству инженером И.К. Апостолопуло. В сб.: Доклады Бессарабской губернской Земской Управы Губернскому Земскому Собранию XXXVI очередной сессии в 1904 году (Кишинев 1905).
- Плиский 1894:** Н. Плиский, Реклама. Ее значение, происхождение и история. Примеры рекламирования (Санкт-Петербург 1894).
- Трубецкой 1968:** Б. Трубецкой, Из истории периодической печати Бессарабии. 1854-1916 (Кишинев 1968).
- Уперов 1994:** В.В. Уперов, Реклама - ее сущность, значение, историческое развитие, психологические основы. В сб.: Гермес. Торговля и Реклама (Санкт-Петербург 1994).

Advertising factories, plants and warehouses in Bessarabian press (end of 19th - beginning of 20th centuries)

Abstract

Printed press was and will remain one of the most important means of advertising. The number of periodical publications in Bessarabia increases considerably at the end of 19th-beginning of 20th century. Along with the growing number of periodical publications, increases also the number of advertising ads. Their messages were diverse and included all life aspects.

The thematic of this article is focused on certain economical aspects of publicity from the Bessarabian press. It reveals the issue of advertising factories, plants, warehouses in the public and private publications. A big number of ads about factories, plants and warehouses are contained in calendars–addresses, yearly public publications, issues of *Бессарабские губернские ведомости* newspaper, of *Бессарабское сельское хозяйство* journal and of the Statistical Committee. The newspapers offer more than half of their space for advertising. These publications serve as documentary resources for elucidating various aspects of the Bessarabian advertising.

The ads from different publications serve as a base for a classification of offer from various Bessarabian producers to local consumers. The offer is very diverse: from candies, alcohol, wine, mineral water and lemonades, sugar, fish, tobacco to furniture, tiles and bricks, cars and farming tools etc.

The publicity ads from the printed press can offer precious information about Bessarabian history, at the chapter social-economical development.

**Реклама фабрик, заводов и складов в бессарабской печати
(конец 19 - начало 20 вв.)**

Резюме

Пресса была и останется одним из наиболее важных средств рекламы. В Бессарабии в конце 19 - начале 20 вв. значительно увеличилось количество периодической печати. С ростом числа периодических изданий, увеличилось количество рекламных объявлений. Их сообщения были разными, и охватывало все стороны жизни.

Данная статья посвящена экономической рекламе в бессарабской печати. Реклама фабрик, заводов и складов присутствует как в государственных, так и частных изданиях. Большое количество объявлений промышленных предприятий и складов содержат адрес-календари, ежегодные публикации, изданные газетой *Бессарабские губернские ведомости*, Статистическим комитетом и журналом *Бессарабское сельское хозяйство*. Они выступают в качестве документальных источников в раскрытие данной тематике, призванные подчеркнуть особенности бессарабской рекламы.

На основе этих объявлений, в статье дается классификация предложений местных производителей потребителям Бессарабии. Эти предложения были разнообразны: от конфет, вино, минеральной воды и безалкогольных напитков, сахар, табак до мебели, плитки и кирпича, сельскохозяйственных машин и орудий и др.

Таким образом, реклама в прессе предоставляет ценную информацию в изучении истории Бессарабии к социально-экономическому разделу.

13.04.2010

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

