

VALENȚE ALE PUBLICITĂȚII ÎN PUBLICAȚIILE DE LIMBA GERMANĂ DIN BASARABIA INTERBELICĂ

*Silvia GROSSU,
doctor în istorie, conferențiar universitar*

Summary

The issue of national minorities' press (most recently, in order to avoid any hint of discrimination, another term is used - ethnic cohabiting), always stood in front of any national state. In Bessarabia this problem, in some periods of time, has held a prioritar position, especially in the 90's when it became vital for the independence and sovereignty of the new state – the Republic of Moldova. The importance of this study lies in perennial actuality of this topic, the relations between majority and minority, between state and ethnic groups being still insufficiently studied. In Moldova these topics were often approached tendentiously or with intended exaggeration of their political dimension. In order to understand correctly and to address some critical situations in the not so simple relations between representatives of various ethnic groups retrospective, a multiaspectual retrospective is welcome, in this given case the proposed subject of research being the history of interwar bessarabian press in other languages, a more extensive research to follow.

Perioada interbelică a fost dificilă pentru presa din Basarabia, dar istoricii și cercetătorii literari, în numeroase studii [Nota 1], au consemnat și succese remarcabile, înregistrate de publicațiile periodice cu caracter cultural sau pedagogic. O parte considerabilă din aceste realizări se datorează presei grupurilor etnice din Basarabia, supusă analizei în prezentul studiu. După Unire, prin stipulările Tratatelor de la Saint-Germain, Trianon și Paris, România este obligată să respecte mai multe prevederi referitoare la minoritățile naționale, care includeau facilități pentru dezvoltarea națională, ceea ce a stimulat implicit și evoluția presei aloingve [6, p.21-23]. Pentru a conferi claritate și concludență studiului, se impune mai întâi o trecere în revistă a publicațiilor aloingve cu caracter politic, literar, clerical, economic, școlar, care au apărut în Basarabia interbelică (preluată dintr-un articol, publicat în RRIP) [9]. Bineînțeles, studiul se va axa pe elementele de publicitate din presa grupurilor etnice, îndeosebi presa în limba germană.

În perioada interbelică situația minorităților naționale s-a schimbat mult în comparație cu cea de până la 1917. În anul 1919, în timpul Conferinței de Pace de la Paris, prin care se recunoștea unirea Basarabiei cu România, aceasta din urmă a acceptat prevederile Tratatului pentru minorități încheiat la Paris, obligându-se să acorde nu doar cetățenie tuturor locuitorilor din aceste teritorii, dar și facilități

pentru menținerea identității naționale a etniilor conlocuitoare. În acest context trebuie amintit că imediat după Primul Război Mondial, în România s-a înființat un subsecretariat de stat pentru minorități [5]. Grupurilor etnice li s-a permis o reprezentare parlamentară și dreptul de a-și constitui partide proprii [1]. De consemnat că în Basarabia, încă din 1917, în baza dreptului la autodeterminare națională, proclamat de revoluția burghezo-democratică din Rusia, se înființaseră mai multe asociații și partide ale minorităților din Basarabia [3]. În virtutea prevederilor tratatelor menționate, presa alolingvă, constituită din *presa de limbă rusă*, *presa evreiască* și *presa de limbă germană* beneficiază de multiple ajutoare din partea administrației locale și a statului, devenind un eșalon solid al presei basarabene, însumând peste o sută de denumiri [4].

Presa de limbă rusă alcătuiă cel mai numeros segment al presei alolingve. Stabilă pe toată perioada interbelică, dominantă în raport cu presa autohtonă, ea deținea primatul și în raport cu celelalte două segmente ale presei alolingve: presa evreiască și cea de limbă germană. Conform datelor statistice prezentate de Constantin Mățu, doar în deceniul de după Unire au fost înregistrate 36 de cotidiene de limbă rusă [4], din care cinci cu apariție constantă – patru la Chișinău: *Bessarabskoje Slovo (Cuvântul basarabean)*, *Golos Bessarabii (Glasul Basarabiei)*, *Bessarabskaja Pocita (Poșta Basarabiei)*, *Kișinevskii Listoc (Foița Chișinăuiană)* și unul la București – *Nașa Reci (Cuvântul /Graiul nostru)* [10, p.71].

Succesul presei de limbă rusă în primul deceniu de după Unire era asigurat de existența unui public cititor stabil, fidel și numeros, care manifesta interes pentru viața social-politică a Basarabiei și profita de orice fisură legală sau abatere de la normă a autorităților pentru a-și promova drepturile foarte insistent, uneori chiar agresiv. De remarcat că printre cititorii ziarelor rusești se numărau reprezentanții tuturor etniilor conlocuitoare din Basarabia. Pe lângă alolingvi, și puținii români basarabeni știutori de carte citeau în rusă, deoarece aceasta era limba în care învățaseră. Cea mai mare parte a populației basarabene, grav afectată de penuria economică, derutată de mizele jocului politic, ațâțată de propaganda bolșevică, lipsită de experiența activismului social-politic, mai era și analfabetă – „Bărbații știutori de carte alcătuiă doar 10,5%, iar printre femei – 1,7%. Românii basarabeni ocupau ultimul loc la acest indice, rămânând cu mult în urmă față de celelalte naționalități și grupuri etnice”, după cum avea să se constate mai târziu [1, p.123]. Așadar, analfabetismul băștinașilor era factorul esențial care genera o atitudine nepăsătoare față de problemele presei naționale, acesta traversând o perioadă extrem de dificilă după Unire [9, p.51-55].

Presa evreiască. În perioada interbelică, evreii basarabeni erau mai degrabă adepții culturii ruse, decât ai celei române. O mare parte din publicațiile în limba rusă aparțineau, de fapt, comunităților, asociațiilor culturale, religioase sau poli-

tice evreiești. Dar erau suficiente și în idiș sau ivrit. Numărul acestora se ridicase până în deceniul al IV-lea la peste treizeci de titluri [9, p.182-186]. O publicație cu apariție mai mult sau mai puțin regulată pe parcursul anilor 1922-1938 a fost cotidianul în limba idiș, redactat cu caractere ebraice *Unzer Zeit (Vremea noastră)*, editat de M.Landau și dirijat de un comitet de redacție în frunte cu N.M. Rotman, de fapt și unicul cotidian evreiesc din întreaga Românie. În anii 1927-1929 a fost editat suplimentul *Eshcoloth (Struguri)* [16, p.357]. În februarie 1936, cu ocazia apariției celui de-al 4000-lea număr, colectivul redacțional, în frunte cu redactorul Zalman Rozenhal, a redactat numărul jubiliar în 38 de pagini, cu publicitate generoasă și cu diverse materiale, axate pe probleme economice, sociale și culturale ale evreilor din Basarabia și din întreaga țară. „Ziarul *Unzer Zeit* s-a dovedit a fi singura tribună, care de la apariție și până în prezent, apără interesele evreiești și informează asupra evenimentelor din viața evreilor români” [20]. Popularitatea, dar și profitul acestei publicații se datorau, în mare parte, publicității de calitate, diversificate și extinse din paginile ei. Alte publicații periodice în idiș sau ivrit din Basarabia nu s-au ridicat la nivelul ziarului *Unzer Zeit*, dar apăreau concomitent cu acesta, satisfăcând diverse necesități ale grupului etnic respectiv [Nota 2].

Alte știri despre situația evreilor în Basarabia aflăm și din săptămânalul *Tribuna Izraelită (Evrejskaia Tribuna)*, ziar independent (redactor L.O. Leibovici), care apărea din 1929, cuprinzând toate genurile de informații. În cronica internă erau inserate știri, informații ample despre evenimentele din țară, despre mișcarea sionistă, iar cronica externă prezenta informații despre evreii din alte țări. Bineînțeles, ziarul publica foarte multă reclamă, care la un moment capătă și conotații politice, de solidarizare a grupului etnic. Din 1934 apar primele știri despre hitlerism, despre gravele amenințări la adresa evreilor, iar din 1935, ca o răzbunare contra politicii antisemite a Germaniei, nu se mai face publicitate la mărfurile de proveniență germană, inițiindu-se chiar și o mișcare de boicotare a producției acestei țări cu sloganul: „*Evrei – nici un ac de la germani!*”. Reperele identitare erau foarte importante pentru presa alolingvă, mai ales în vremuri de răstăriște.

Presa de limbă germană. Începând cu 1918, germanii, ca și evreii și rușii din Basarabia, deși beneficiau de înlesnirile legale pentru promovarea identității și valorilor naționale, inclusiv prin asociații de cultură și diverse publicații periodice, întâmpinau oricum dificultăți de acomodare la noile realități social-politice. De remarcat că de la instalarea coloniștilor în Basarabia, doar cei germani beneficiaseră de instruirea în limba maternă, nu numai în școlile primare, ci și în cele două gimnazii (de băieți și de fete din Tarutino), și în Seminarul Pedagogic de la Sarata [19, p.150]. Așa se explică de ce nemții constituiau cea

mai instruită categorie de locuitori ai Basarabiei. „În pofida tuturor carențelor școlii vechi a coloniștilor, rămâne o performanță deosebită faptul că numărul analfabeților în rândul coloniștilor germani din Basarabia era extrem de redus. Astfel, în parohia Arciz, în cadrul unei cercetări efectuate în anul 1846 la ordinul Ministerului rus de Interne, s-a constatat că în rândul membrilor comunității din categoria de vârstă 7-45 de ani doar două procente nu puteau citi și scrie. O altă investigație din anul 1867 a ajuns la același rezultat... Importanța acestui sistem german de învățământ elementar [Nota 3] devine clară în comparație cu șansele educaționale ale altor grupuri etnice ale Basarabiei și, îndeosebi, ale populației majoritare moldovenești, pentru care nu exista școală în limba maternă” [19, p.150]. E de la sine înțeles că acest grup etnic avea o bună organizare interioară, dar și o bună comunicare cu ceilalți.

Deși până în 1917 coloniștii nemți din Basarabia nu aveau publicații periodice în limba maternă, „...cel mai citit ziar al populației germane din Basarabia era *Odessaer Zeitung*, fondat în 1863, editat în ultima perioadă de consilierul Karl Ludwig Wilhelm, originar din Lichtental/Basarabia. Cu ajutorul acestei publicații a fost impulsionată crearea asociațiilor, cooperativelor și a altor organizații, precum și dezvoltarea acestora. După alipirea la România, pentru germanii din Basarabia această publicație a încetat brusc să mai existe”, explica Ute Schmidt [19, p.238]. Acesta a fost un motiv în plus ca după 1917 în teritoriul Basarabiei să fie fondate propriile publicații periodice. Astfel, la 6 noiembrie 1919, din inițiativa pastorului superior Daniel Haase și a unui grup de șase profesori de la gimnaziul de băieți din Tarutino, apare primul număr al ziarului *Deutsche Zeitung Bessarabiens* (*Ziarul german al Basarabiei*), cu statut de publicație bisăptămânală, dar care, din 1920 până în anul 1924, iese în fiecare joi la Tarutino. Ziarul devine un element indispensabil de informare și de solidarizare a minoritarilor germani. Dar munca în cadrul redacției era foarte anevoioasă, din aceleași motive care au determinat și eșecul presei cotidiene românești din Basarabia în primul deceniu de după Unire – deficiențele materiale generale, lipsa mijloacelor tehnice indispensabile pentru astfel de activități, absența profesionalismului și abilităților necesare [9, p.53-55]. Din aceste motive, în primii ani de apariție, publicațiile periodice în limba germană aveau un aspect neîngrijit. Textele monotone erau înșirate unul după altul, fără a se ține seamă de regulile tradiționale de amplasare, titlurile erau inexpressive și toate poziționate după același calapod, paginile fiind aproape identice ca aspect grafic. Publicitatea se constituia doar din simple anunțuri, care nu erau citețe și atrăgătoare din cauza cernelii tipografice inadecvate și a hârtiei de calitate inferioară. De reținut că în general „publicitatea cu forma sa simplă de anunț apare odată cu primele publicații, în a II-a jumătate a sec. al XIX-lea” [17, p.7-9]. Dar inserarea de anunțuri cu mesaje pur informaționale, de strictă necesi-

tate, era caracteristică și primelor publicații periodice în limba română din Basarabia la începutul secolului al XX-lea – fie *Basarabia* (1906-1907), *Moldovanul* (1907-1908), *Luminătorul* (1908-1944) sau *Cuvânt moldovenesc* (1914-1920; 1926-1940; 1941-1944). Tot astfel de anunțuri se utilizau constant în publicațiile din România până la Primul Război Mondial [15].

Situația presei din Basarabia în primul deceniu de după Unire era dificilă. Era etapa de start a unor ziare și reviste, care de cele mai multe ori nu dispuneau de suficiente mijloace pentru tipărire, nu aveau colaboratori profesioniști, dar mai ales familiarizați cu activitățile din domeniul publicității. Tot nepregătiți s-au pomenit și cei câțiva profesori de la gimnaziile din Tarutino, care s-au încumetat să editeze prima publicație periodică pentru nemții din Basarabia. Stângăcia și monotonia – acestea ar fi cele mai potrivite calificative pentru primele publicații ale minorității germane din Basarabia. Diletantismul era greu de depășit. Doar pe parcursul unui singur an, în fruntea primei publicații periodice germane s-au perindat trei redactori – Christian Kalmbach (până la 9 martie 1921), A.Knauer (din 12 martie până pe 8 iunie 1921), apoi Ernst Neuman (de la 11 iunie 1921). Editorul dintotdeauna al publicației a fost Karl Liebram [9, p.182]. Același editor și același comitet de redacție pregăteau și publicau suplimente pentru diverse categorii de cititori [Nota 3].

Deși specialiștii afirmă că abia în jumătatea a II-a a secolului al XIX-lea se face distincția clară între anunț și reclamă (acțiune cu finalitate comercială) [14, p.114-116], în Basarabia acești termeni au fost îndelung folosiți concomitent, fără a se face vreo diferențiere relevantă. Și în presa germană din Basarabia, în primii ani de la fondare – 1918-1924, se publicau înștiințări simple, *nemeșteșugite*, despre expozițiile cu vânzări, desfacerea uneltelor agricole, despre prețurile la cereale și mașini, despre diverse vânzări/cumpărări, angajări și altele. În situația de criză de după Primul Război Mondial, doar presa de limbă rusă avea o altă abordare a publicității. Aici și-a spus cuvântul nu doar experiența profesională a ziariștilor ruși din Basarabia, suplinită și completată cu a celor care au emigrat din Rusia, devenită între timp sovietică, stabilindu-se în România, ci și situația materială net superioară a presei de limbă rusă, care beneficia de diverse susțineri din partea asociațiilor de emigranți ruși. Astfel presa rusească continua tradiția de până la Unire, reprezentând afaceri profitabile pentru fondatorii și editorii ei. Dar această experiență nu era preluată de editorii de presă germană. Ute Schmidt aprecia că nici „presa din alte teritorii din România, populate de germani, nu era luată în seamă de majoritatea germanilor din Basarabia; doar intelectualii citeau cele mai mari cotidiene românești. Nici publicațiile din Imperiul German nu prea erau citite, cu excepția publicației *Schwäbischer Merkur* [19, p.238], din paginile căreia coloniștii germani din

Basarabia se informau despre diversele produse și servicii de înaltă calitate din țara lor de origine.

Publicațiile periodice germane nu erau atât de dependente de donațiile externe ca cele rusești. Deoarece în perioada interbelică, grație prevederilor pentru minoritățile etnice, degradarea educațională a germanilor nu mai constituia un pericol, așa cum fusese în perioada anterioară (sub regim imperial), solicitarea de carte și de publicații periodice în rândul coloniștilor este în creștere [19, p.150]. Publicațiile periodice dispuneau de un public cititor constant și stabil. Întrucât numărul analfabeților în rândul coloniștilor germani din Basarabia era extrem de redus [19, p.161], nu e de mirare că și oamenii simpli – agricultorii din diferite sate, meșteșugarii, manufactorii, micii negustori – recurgeau la publicitate (de cele mai multe ori anunțuri simple cu redundanță nulă) pentru a-și vinde mai ușor suplimentele de cereale, legume sau produse animaliere [Nota 5] (Anexa 1). Acest tip de anunțuri constituia segmentul publicitar primar, cel mai extins și cel mai solicitat de un număr mare de utilizatori. Anume aceste anunțuri publicitare, cu configurația lor puțin expresivă, dar utilă, s-au extins în majoritatea publicațiilor, iar tarifele de publicare, cele mai mici posibile, de obicei erau tipărite în mici casete lângă titlul gazetelor. În pofida tuturor carențelor grafice și de creativitate ale acestor tipuri de înștiințări și reclame, rămâne o performanță deosebită faptul că grație acestora produsele coloniștilor nemți au căpătat o anumită notorietate și erau la mare căutare nu doar în localitățile învecinate, dar și în târgurile mai îndepărtate. Dovada acestui impact încurajator pentru agricultorii și meșteșugarii din coloniile germanilor o constituie însăși publicitatea cu elemente identitare din presa germană (Anexele), dar spicuim mărturii și în cercetările recente [7, 9,19].

Deceniul al patrulea aduce modificări esențiale în conceptul presei de limbă germană, îndeosebi ameliorându-se aspectul grafic al publicațiilor, inclusiv al publicității, imaginea devenind elementul-cheie al acesteia (Anexa 2). Reclamele asigurau un bun suport material pentru publicațiile periodice, astfel acestea, fie că erau abonate, fie că erau procurate de către marea majoritate a coloniștilor, înregistrează treptat o dinamică evolutivă în ascensiune. Grație noilor achiziții și donații de tehnică și aparataj performant din Germania, sporește și tirajul publicațiilor. Din Germania mai veneau donații de cărți de la *Deutscher Auslandsinstitut* (DAI – *Institutul German pentru Străinătate*) din Stuttgart sau de la *Verein für das Deutschtum im Ausland* (VDA – *Asociația pentru Germanii din Străinătate*) [2].

În perioada analizată, un rol important pentru basarabeni, dar și pentru coloniști, îl jucau „calendarele” [18, p.239]. Tradiționale pentru acele vremuri, calendarele anuale (în română, rusă, germană și idiș) erau foarte populare. Din 1920, și publicația periodică *Deutsche Zeitung Bessarabiens* a început a edita un calendar popular de tipul unui anuar – *Deutscher Volkskalender für Bessarabi-*

en – *Calendarul german pentru Basarabia* (Anexa 3). Acest supliment anual al ziarului *Deutsche Zeitung Bessarabiens* era, de fapt, o minieniclopedie uzuală, cu caracter informativ și instructiv pronunțat, inserând date actualizate an de an despre componența localităților, despre situația demografică, cantitatea și calitatea roadei ș.a.m.d. Din 1936 și până în 1940, Biroul de cultură și presă al „Consiliului etnicilor germani din Basarabia” edita un calendar al țăranilor, *Bauernkalender* (Anexa 4), care, la fel ca și publicația *Deutsches Volksblatt*, fondată în 1935, încerca să promoveze ideologia „mișcării populare de înnoire”. De remarcat că această tradiție s-a menținut încă mulți ani după repatrierea nemților din Basarabia, afirmă cercetătoarea Ute Schmidt: „După repatriere și refugiere, în aceeași tradiție apare anual, din 1950 și până astăzi, și publicația *Heimatkalender der Bessarabiendeutschen* (*Calendarul patriei germanilor din Basarabia*)” [19, p.239].

De regulă, unul dintre cele mai apreciate și solicitate compartimente în aceste calendare, care se extindea pe 10-15 pagini, era cel destinat publicității. De cele mai multe ori se recurgea la publicitatea obișnuită, cu caracter strict informativ, expusă în mai multe pagini, exemplele fiind numeroase (Anexa 5). Întrucât în localitățile coloniștilor toate activitățile și meseriile legate de agricultură, meșteșugărit, industria ușoară erau asigurate de coloniști, necesitatea de informare era iminentă [Nota 4]. Uneori, pentru a promova valori deosebit de importante pentru coloniști, chiar și în calendare, publicitatea la utilaje, unelte, ustensile beneficia de suficient spațiu pentru a prezenta fotografii de calitate, reprezentând mașini, unelte, cărți, medicamente ș.a., însoțite de texte laconice, sobre, neaglomerate de informații, astfel sporindu-se efectul persuasiv preponderent prin elocvența și relevanța imaginii (Anexele 6, 7). Unele publicații (de ex., *Deutsches Volksblatt*) își permiteau să organizeze loterii, promovându-le stăruitor în paginile lor (Anexa 8).

Principalele materiale din paginile publicațiilor anuale, de regulă, vizau problemele spațiului comunitar, domeniul școlii și al bisericii luterane, care recurgeau la publicitate indirectă pentru a-și promova valorile – informații despre succesele elevilor, înștiințări despre cursuri, evenimente culturale, sărbători religioase, angajări, înmatriculări etc. Iată de ce calendarele erau elemente de ordonare, stabilitate și dezvoltare comunitară asigurată. Dar în deceniul al IV-lea, ultimul din viața coloniștilor germani pe pământul basarabean, presa conține mai puține materiale despre școala și biserica din Basarabia și mai multe cu referință la situația înfloritoare a Germaniei și la organizațiile ei de tineret, care, în viziunea giranților acestor publicații, trebuiau să devină model de asociere și pentru tineretul german din Basarabia. În această perioadă aspectul grafic al paginilor se înviorază mult grație abundenței de desene și de fotografii cu chipurile fericite ale conducătorilor Germaniei, alături de cele, nu mai puțin radioase, ale cetă-

țenilor de rând; cu întreprinderi înfloritoare, câmpii mănoase și hambare pline, clădiri impunătoare, mijloace de transport moderne etc. – toate aceste imagini, însoțite de texte în stil megaloman, vădit exagerat, constituie repere foarte ademenitoare în contextul politicii de repatriere, promovată tot mai insistent de către Germania (Anexele 9, 10). Este tocmai modul firesc de abordare a publicului, caracteristic nu atât campaniilor de promovare a succeselor poporului german, cât campaniilor de propagandă. Deși în aceste pagini stilul este unul preluat din propaganda nazistă, se cere remarcat faptul că, în general, limbajul este decent, ponderat, pentru întreaga perioadă de apariție a publicațiilor. Chiar și atunci când erau abordate teme incendiare, protestele și dezideratele formulându-se în termeni mai duri decât de obicei (precum a fost cazul cu rezultatele examenelor de bacalaureat din 1935), de regulă, în presa germană nu se aluneca pe pista periculoasă a invectivelor, amenințărilor sau a trivialității, așa cum se întâmpla deseori în paginile presei de limbă rusă.

Periodicitatea și durata de apariție a publicațiilor periodice ale coloniștilor germani depindeau de mai mulți factori, dar îndeosebi de posibilitățile redacționale de moment. Unele publicații precum *Deutsche Zeitung Bessarabiens* au apărut mai mulți ani la rând, pe când altele pot fi consemnate doar ca publicații efemere. Bunăoară, în 1933 a apărut ziarul *Bessarabischer Beobachter* (*Observatorul basarabean*), transformat în luna octombrie a aceluiași an în organul Partidului Național-Socialist din România și interzis în anul 1934. Au existat, pe lângă ziare și reviste, între 1935 și 1938, suplimente cu statut de autonomie (Anexa 11) sau publicații periodice specializate – de exemplu, un anuar de geriatrie – *Monatsberichte: Organ für internationale Altersforschung und Altersbekämpfung* (*Rapoarte lunare: organ pentru cercetarea internațională a geriatriei*). Redactor este doctorul D.A. Kotovsky (Chișinău, 1935-1936).

Așadar, într-o perioadă relativ scurtă de timp, situația se schimbă radical: se impune ținuta sobră a acestor ziare și aspectul grafic îngrijit al publicațiilor, acesta din urmă datorat înzestrării cu utilaje moderne procurate direct din Germania. Pe lângă abundența imaginilor fotografice (uneori pagini întregi cu fotografii), apare și posibilitatea utilizării neobișnuite a titlurilor, corpului de literă și a culorilor (Anexa 12). Bunăoară, ultimul număr al ziarului *Deutsches Volksblatt* din 24 decembrie 1939 iese cu elemente decorative de culoare verde (chenarele și titlurile din pagini) (Anexa 13).

În anii treizeci, beneficiind tot mai insistent de varii încurajări din Germania, una după alta se perindă reviste, săptămânale, astfel că în deceniul IV sporește și tirajul, și periodicitatea, și numărul publicațiilor periodice în limba germană – toate chemate să contribuie la sporirea „coeziunii naționale a tuturor germanilor”. Conform statisticilor și evaluărilor recensământului din 1930, în România erau

745 000 de locuitori de naționalitate germană, cifră care până la izbucnirea războiului în 1939 a sporit la aproximativ 780 000, iar numărul nemților din Basarabia varia în jurul cifrei de 90 000 [22]. Conform unor mărturii din epocă, se apreciază că ziarele de limbă germană, adoptând discursul admirativ (*orientarea de dreapta*) și stilul *ornandis*, ar fi depășit tirajele obișnuite de 1000 de exemplare, acestea dublându-se, iar uneori atingând cotele maxime de 5000-7000 de exemplare [7]. Aceste statistici ne sugerează că unele publicații de limbă germană din Basarabia erau difuzate și în alte provincii românești, unde locuiau nemți.

În concluzie, putem menționa că, deși nu întotdeauna realizate de profesioniști, publicațiile grupului etnic german din Basarabia interbelică au constituit instituții media de mare utilitate, devenind în timp exemple de devotament față de comunitate – valoarea prioritară de necontestat pentru coloniștii germani. Publicitatea din presă, în toate formele sale, evoluând de la cele mai simple și până la cele moderne, căpăta conotații suplimentare celor esențiale – de promovare a prosperității, de iradiere a spiritului de încredere în viitor. La aceasta contribuia, în primul rând, necesitatea de informare a coloniștilor, solicitarea de comunicare comunitară, iar în al doilea rând, rațiunea pragmatică a giranților publicațiilor periodice, care determina acordarea de spații tot mai extinse în paginile de ziar, revistă sau calendar, în al treilea rând, abundența de imagini și linii, diferența de caractere confereau atractivitate aspectului grafic al presei. Efectul de coroborare a elementelor componente ale publicității – text, imagine, mesaj – a contribuit nu numai la dinamizarea activității comerciale și a diverselor forme ale comunicării comerciale, ci și la consolidarea statutului publicațiilor periodice, care au devenit tot mai solicitate, mai numeroase, mai ieftine. Presa acestui grup etnic a influențat accelerarea procesului de modernizare tehnologică a comunităților, comportând și alte efecte de durată – cele de ascensiune socioculturală și de coeziune națională a populației germane din Basarabia. Așadar, putem deduce că numeroasele valențe ale presei alolingve au fost determinate și de demersul tentant al publicității.

Referințe bibliografice:

1. Agrigoroaie I., Palade Gh. *Basarabia în cadrul României întregite*. Chișinău: Universitas, 1993.
2. Benz W., Mihok B. (Ed.). *Holocaustul la periferie*. Chișinău: Cartier, 2010.
3. Colesnic I, *Sfatul Țării*. Enciclopedie. Chișinău: Museum, 1998.
4. Crihan D. *Drepturile românilor din Basarabia după unele surse rusești*. Colecția „Document”. București: Eminescu, 1995.

5. Clark C.U. *Basarabia română*. București: Semne, 1996.
6. Dobrinescu V.-F. *Bătălia diplomatică pentru Basarabia*. Iași: Junimea, 1991.
7. Fassel L. Reformele școlare românești de după 1919 și presa germană din Basarabia. În: *Revista de lingvistică și știință literară*, 1995, nr. 2.
8. Ghibu O. *Cum s-a făcut unirea Basarabiei*. Cluj, 1926.
9. Grossu S. *Presa din Basarabia în contextul sociocultural al anilor 1906-1944*. Chișinău: Tehnica-Info, 2003.
10. Grossu S. Presa minorităților naționale din Basarabia în perioada interbelică. În: *Revista română de istorie a presei*, 2010, nr. 2 (8), p. 127-136.
11. Halippa P., Moraru A. *Testament pentru urmași*. Chișinău: Hyperion, 1991.
12. Mățu C. *O necesitate desconsiderată: presa românească în Basarabia*. Chișinău, 1930.
13. Moraru A. *Istoria Românilor. Basarabia și Transnistria. 1812-1993*. Chișinău: Universul, 1995.
14. Petcu M. (coord.). *Studii și cercetări de istorie a publicității*. București: Tritonic, 2015.
15. Petcu M. *Istoria jurnalismului și a publicității în România*. Iași: Polirom, 2007.
16. Petcu M. *O istorie ilustrată a publicității românești*. București: Tritonic, 2002.
17. *Presa basarabeană de la începuturi până în anul 1957. Catalog*. Chișinău: Epigraf, 2002.
18. Serjant V. Debutul anunțurilor „publicitare” în primele publicații basarabene. În: *Revista română de istorie a presei*, 2008, nr. 2 (4), p. 7-9.
19. Schmidt U. *Basarabia. Coloniștii germani de la Marea Neagră*. Chișinău: Cartier, 2012.
20. *Viața Basarabiei*, 1936, nr. 933.
21. www.ioanscurtu.ro/content/view/112/28/
22. www.e-scoala.ro/istorie/perioada_interbelica.html

NOTA 1

Vezi: Mihai Cimpoi. „O istorie deschisă a literaturii române din Basarabia”. Ed. ARC, Chișinău, 1996; Alexandru Burlacu. „Literatura română din Basarabia. Anii 20-30”. Ed. Tehnica-Info, Chișinău, 2002. „Scriitori de la Viața Basarabiei. Poezie, proză, critică și publicistică literară.” Selecție de Alexandru Burlacu și Alina Ciobanu. Ed. Hyperion, Chișinău, 1990; *Presa basarabeană de la începuturi până în anul 1957. Catalog*. Chișinău. Epigraf, 2002; Ion Varta. „Presa românească

că din Basarabia la începuturile sale”, în *Destin românesc*, Chișinău, 1995, nr.2; Veronica Bâtcă. „Crizantema de la frontieră”. Antologie. București, 1996; Iordan Datcu. „Pagini basarabene”, în *Steaua*. Revistă lunară a Uniunii Scriitorilor, București, 1991, nr. 10; Iordan Datcu. „Revista „Viața Basarabiei” (1932-1944)”, în *Revista de lingvistică și știință literară*, Chișinău, 1994. nr.1; Irina Digodi. „Reviste literare în Basarabia interbelică pe orbitele unității naționale”, în *Literatura și Arta*, 1996, nr. 21; Irina Digodi. „Publicații pedagogice în Basarabia interbelică, în *Contrafort*, 1997, nr.6; Ion Șpac. „Revista „Viața Basarabiei. 1932-1944”, în *Cercetări bibliografice și informative*. Ed. Pontos, Chișinău, 2002; Ion Șpac. „Arhivele Basarabiei”. Ed. Epigraf, Chișinău, 2007; Ion Șpac. „Pagini de istorie a presei periodice basarabene”, AȘM, Chișinău, 2010 ș.a.

NOTA 2

Alte publicații periodice ale evreilor din Basarabia au fost:

Buletin fun der zionistișer organisazie un Bessarabie (Buletinul organizației sioniste în Basarabia). Apărea în limba idiș; *Das Bessarabii Leben: progresiw-demokratischer Organ* (Viața Basarabiei: organ democrat-progresist), era redactat de un comitet. 25 iulie 1919-15 octombrie 1919. Chișinău, apare neregulat; *Das Cooperative Wort. 1927-1940*, Chișinău. Apărea în idiș; *Die Woche* (Săptămâna). Apărea în idiș la Chișinău.

Der Funk (Scânteia). Chișinău, ziar de limba idiș; *Der Id* (Evreul). 1920-1922. Cotidian. Titlul în idiș, litere latine și cu caractere ebraice; textul în idiș cu caractere ebraice; *Der Morgen* (Dimineața) – organ evreiesc cotidian, sub conducerea lui M. Șaichevici (director-editor) și I. Weistein, apare între anii 1919-1920. Titlul, subtitlul și textul în idiș cu caractere ebraice; *Der Strom* (Curentul) – revistă, 1930-1931. Apare la Chișinău în limba idiș; *Dereh hanoer*. 1933-1934. Apare la Chișinău în limba ivrit; *Dos Vort* (Cuvântul) – redactor: Idel Malamed. 1921-1922. Cotidian, apare zilnic în afară de sâmbătă și sărbători. Textul în idiș cu litere ebraice.

Forn Idisn Kind (Despre copilul evreu). 1925-1927. Chișinău; *Erd und Arbet* (Pământ și muncă). 1920-1922, 1927-1933. Chișinău. Apare în limba idiș cu caractere ebraice; *Bessaraber haint* (Realitatea basarabeană). Apare în idiș la Chișinău; *Hanuar hazioni*. Publicația periodică a Organizației educative sioniste de tineret, apare la Bălți; *Unser Kampf* (Lupta noastră): ziar de limbă idiș.

NOTA 3

Ute Schmidt, op. cit., p. 150: Limbă de predare în școlile germane era cea maternă. Începând cu 1892 se introduce limba rusă și în învățământul primar. Adresând un demers țarului, coloniștii germani au obținut totuși un compromis: limba

rusă a fost introdusă ca limbă de predare doar în anul trei de școală, până atunci fiind predată zece ore săptămânal. Mai mult de jumătate din disciplinele obligatorii erau ținute în limba rusă. După revoluția rusă din 1905 s-a mai făcut o concesie: pentru orele de matematică, în școlile germane a fost iarăși permisă utilizarea limbii materne. „...În pofida subordonării formale sub supravegherea statului, în realitate școlile germane ale coloniștilor au rămas și în continuare sub influența Bisericii. Temuta rusificare a școlilor germane din Basarabia nu a avut loc”.

NOTA 4

a) pentru țărani – Der bessarabische Landwirt. Beiblatt zur Deutsche Zeitung Bessarabiens (Agricultorul basarabeian. Supliment al Ziarului German al Basarabiei), din 14 septembrie 1921 până pe 14 august 1923;

b) pentru profesori – Unsere Schule: Organ des deutschbessarabischen Lehrervereins... (Școala noastră: organ al Asociației profesorilor basarabeni germani), de la 10 februarie până în 9 iulie 1923. Editor Karl Liebram, redactor Christian Kalmbach. Suplimentul apare lunar, cu numerotare proprie;

c) pentru credincioși – Kirchliche Nachrichten (Noutăți bisericești) – din 4 martie 1922 până pe 14 iunie 1924. Apare neregulat, doar în limba germană, la Tarutino, la Tipografia „Gebruder Imas”. Același editor: Karl Liebram, iar redactor devine pastorul D. Haase, substituit apoi de W. von Gromann.

NOTA 5

Pe lângă rotărie și fierărie, în satele germane din Basarabia lăcătușeria, tâmplăria, cizmăria și croitoria au fost meserii clasice până la repatrierea din 1940. O listă a meșteșugurilor din comuna Sărata – unde trei pătrimi dintre imigranți erau meșteșugari sau comercianți – oferă o privire de ansamblu asupra diversității meșteșugăritului până la cumpăna secolelor. În acest târg, pe lângă profesiile numite mai sus, activau constructori, zidari, dulgheri, sobari, olari, țesători, cizmari, șelari, morari, măcelari, funieri, tăbăcari, sitari, fluierari, legători de cărți, ceasornicari și fotografi. În afară de aceasta, în comunele germane din Basarabia existau și lăptării, distilerii, fabrici de bere și măcelării pentru prelucrarea și valorificarea produselor agricole. Printre altele, au apărut și ateliere de olărie, fabrici de cărămidă, de săpun, fabrici de prelucrare a lemnului și a pielii. Într-o salină din Tuzla, situată în sudul Basarabiei, din apa limanurilor Mării Negre se obținea sare. Se cere menționată, nu în ultimul rând, și fabrica unui legător de cărți imigrat în Sărata de la Odesa în 1860, unde a fost produsă și prima carte basarabeiană de cântări bisericești. Înflorirea comerțului și a industriei a reflectat spiritul antreprenorial remarcabil al coloniștilor. Antreprenorii basarabeni de etnie germană erau preocupați de inovațiile tehnologice.

ANEXE

Anexa 1. Atelier de tâmplărie, maistru-tâmplar Otto Weiss, Tarutino.

Mobilă, Teplîța.

Pe centru – se caută un contabil pentru angajare imediată în cooperativa „Reforma”, com. Ciobana, jud. Tighina.

Atelier de fierărie, Albert Grade, Arciz.

Curele de transmisie de toate dimensiunile, marca „Caronia”, produs german, produse germane de pielărie, Cetatea Alba, str. Regele Carol II, nr. 54.

Pluguri cu un singur sau cu mai multe brăzdare.



Anexa 2. Antreprenorii basarabeni de etnie germană erau preocupați de inovațiile tehnologice. Reclamă la aparate de radio tip 680 Philips – o minune a radiotehnicii moderne. Se vinde în rate lunare mici. Sus: A venit timpul să ascuți radio!



Anexa 3. Coperta de calendar – Deutscher Volkskalender für Bessarabien, supliment al publicației periodice Deutsche Zeitung Bessarabiens.



Anexa 4. Coperta de calendar – Bauernkalender, supliment al publicației periodice Deutsches Volksblatt.

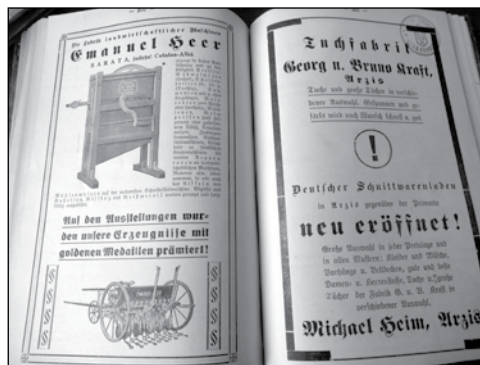
Anexa 5. Fabrica de mașini agricole Emanuel Heer din Sărata, Cetatea Albă: produce treierătoare, mori, teascuri etc. și piese de schimb pentru mașinile agricole și repararea lor. Executarea pieselor din metal și oțel. Cele mai avantajoase prețuri.

Produce premiate cu medalii de aur la expoziții.

Și pe pagina a II-a:

Fabrica de postavuri Georg și Bruno Kraft din Arciz.

Deschiderea unui nou magazin de textile la Arciz vizavi de primărie. Michael Heim, Arciz.



Anexa 6. Mașină de cusut, reclamă în calendar (Deutscher Volkskalender für Bessarabien, 1931).



Anexa 7. Reclamă la aspirină pe o pagină de calendar (Bauernkalender, 1939, p.121).

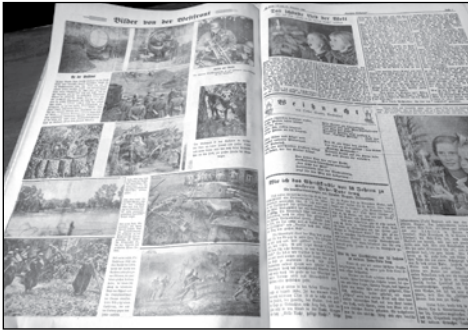


Anexa 8. Publicitate pentru extragerea de clasa I a loteriei 20:

Cumpărați din timp lozuri la ghișeele Mercur.

Câștigurile vor fi achitate jucătorilor fără impozitare.

Milionul înseamnă milion!



Anexa 9. Pagini de ziar, copios ilustrate.



Anexa 10. Imagini cu însemne naziste.



Anexa 11. Ziarul Femeia și poporul – supliment al publicației periodice Deutsches Volksblatt.



Anexa 12. Pagini bogate în imagini, inclusiv autopromovarea publicației: Citiți și difuzați ziarul „Das Deutsche Volksblatt”!



Anexa 13. Numărul de Crăciun al publicației periodice Deutsches Volksblatt – urări de bine și poezii.