

ARTE VIZUALE, DESIGN ȘI TEHNOLOGII POLIGRAFICE

AFIȘUL PUBLICITAR ÎN MOLDOVA ÎN PERIOADA POSTBELICĂ

ROȘCA Luminița, SPÎNU Constantin
Universitatea Tehnică a Moldovei

Rezumat: *Grafica publicitară în Basarabia are o istorie de secole, dar care este prea puțin cercetată și cunoscută publicului. Produsele graficii publicitare ca gamă de variație a cunoscut o evoluție în timp și ca variație de produse dar și ca concept estetic.*

Cuvinte cheie: *publicitate, grafică, afiș, creativitate, culori, tipar.*

1. INTRODUCERE

Istoria publicității în Basarabia însă este un domeniu puțin cunoscut dar care are o istorie de secole. Acest domeniu a fost extrem de puțin cercetat, consider însă că este extrem de necesar de cercetat întreg patrimoniul cultural ce ține de grafica publicitară, deoarece publicitatea în Moldova a evoluat frumos și e necesar ca aceste momente istorice să fie tipărite și făcute cunoscute publicului larg, sau cel puțin celor care studiază și apreciază acest domeniu. Produsele graficii publicitare ca gamă de variație s-a modificat și ea în timp, fiind la început doar ca anunț publicitar în ziare ca acum să avem așa diversitate de produse, ceea ce denotă că creativitatea în publicitate a crescut considerabil, odată cu dorința de a vinde cât mai mult și de a avea un produs special între altele concurențiale.

1. PRIMELE ATESTĂRI ALE GRAFICII PUBLICITARE ÎN BASARABIA

Industria publicității capătă teren imens, ultimele decenii, și se dezvoltă cu o viteză extremă în întreaga lume. Istoria publicității în Basarabia însă este un domeniu puțin cunoscut dar care are o istorie de secole.

La începuturi, în Basarabia, mijloacele de promovare a publicității erau diferite: embleme de metal sau lemn, afișul, „glăsuirea” mărfurilor, și desigur presa scrisă.

Publicitatea cu forma sa simplă de anunț apare odată cu primele publicații din

Basarabia, în a doua jumătate a sec. XIX. Acestea sunt: ziarul „Бессарабские Областные Ведомости”, și prima revistă oficială religioasă „Кишиневские Епархиальные Ведомости”.

Alături de informațiile de interes general își fac apariția și informațiile „comerciale” și „particulare”. Astfel a apărut în „Бессарабские Областные Ведомости” nr. 17, din 6 noiembrie 1854 **primul anunț „publicitar”**.

Răsfoind presa anilor '70 ai sec. XIX, se observă o creștere considerabilă a numărului de anunțuri comerciale. Spre finele sec. XIX anunțurile publicitare ocupă spații tot din ce în ce mai mari pe paginile publicațiilor. Apar instituții specializate în fabricarea reclamei – birourile de anunțuri și publicații de specialitate. Astfel, în 1880, a apărut ziarul „Кишиневский листок справок и объявлений”, editat și redactat de A. Mișcenko. Primele publicații basarabene au inserate pe paginile lor anunțuri cu o redactare simplă. Textele lor sunt culese cu litere minuscule, lipsesc majusculele, vinițele, chenarele [3], exemplu ziarul „Бессарабская Жизнь” (figura 1).



Figura 1. Ziarul „Бессарабская Жизнь” nr. 208, 17 august 1916, pag. 4

Afișajul stradal sau reclama de exterior este un mijloc eficient al publicității, practicat din cele mai vechi timpuri. În 1889 a fost fondat primul Birou de reclamă din Chișinău, al lui H. Iuliș și A. Bluștein. Aici se îndeplineau comenzi la diverse tipuri de reclamă (figura 2), în special pentru localuri: pe acoperișul chioșcurilor (pe tamburele de fier), pe garduri, pe spetezele scaunelor (din Grădina orașenească și de pe bulevard), pe vitrinele speciale (din birourile poștale), pe chioșcuri, care erau amplasate pe toate străzile.

Mecanismul de organizare a presei basarabene includea în rețeaua sa o serie de instituții:

- Biroul de reclamă al lui Iuliș-Bluștein;
- Atelierele pictorilor Zeltman, Gukstein, Rehelis și alții din Chișinău, care aveau drept ocupație alcătuirea și amplasarea reclamei pe străzile capitalei și a altor orașe.



Figura 2. Casetă publicitară a Biroului de reclamă Iuliș-Bluștein, publicată în „Adres Calendari Besarabskii Gubernii pentru 1912-1913

Unul din cele mai răspândite tipuri de reclamă era cea tipărită. La începutul sec. XX, crește considerabil numărul tipografiilor.

Astfel între anii 1900-1916 în Basarabia se editau 254 de ediții periodice: 136 de ziare, 78 de reviste, almanahuri, suplimente literare, 14 înfrumare departamentale, calendare, 24 de culgere de departament.

2. AFIȘUL ÎN RSSM

Cuvântul „afiș” vine de la francezescul „affiche”, și este un gen de artă grafică, în care conținutul de idei se redă prin imagini, simboluri, metafore, alegorii, însoțite de un scurt text scris artistic, cu funcție mobilizatoare, de informare. Oportună este clasificarea tipurilor de afișe după mesajul transmis, figura 3.:

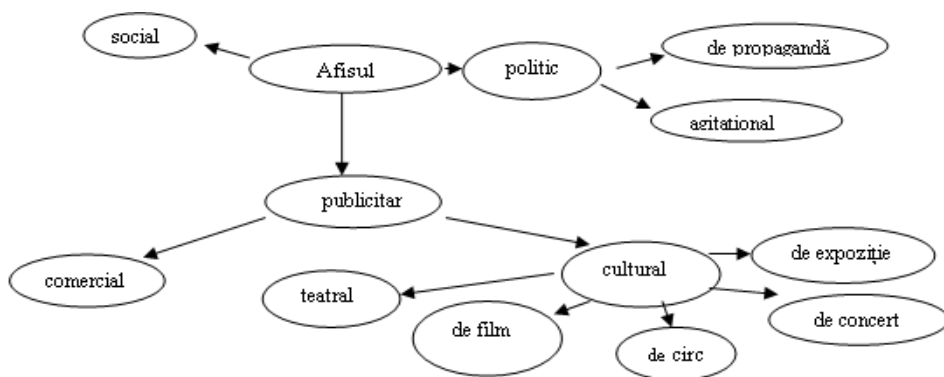


Figura 3. Clasificarea afișelor conform mesajului transmis

2.1. Afișele de cinematograf

Afișele de cinema sunt de mai multe tipuri: pentru film artistic, film muzical, comedie, film-premieră, festival, seară de creație. În 1966 la Studioul Moldova-Film a fost montat filmul „Poienile roșii” în regia lui E. Loteanu. Afișul acestui film (figura 4), avea format mare 880x485 mm, color, care includea și distribuția rolurilor, text

în limba română cu caractere chirilice. Afișul este semnat de pictorii scenografi V. Covrig și F. Hămuraru, imprimat la Combinatul Poligrafic din Chișinău într-un tiraj de 2000 de exemplare. De menționat că în anii 60 ai sec XX afișele de film, ca și cele de teatru erau semnate de pictorii scenografi.



Figura 4. Afiș. Filmul artistic „Poienile roșii” 1966

Un alt film de succes în regia lui Emil Loteanu este și filmul artistic „Această clipă”. E imprimat color cu imagine stilizată, includ distribuția rolurilor, text în limba română cu caractere chirilice. Autor la Averbuh. Afiș (figura 5) imprimat la tipografia „Reclama,, într-un tiraj de 7000 de exemplare.



Figura 5. Afiș. Filmul artistic „Această clipă” 1968

Stilistic afișul e foarte deosebit, cu un mesaj profund, autorul afișului a ținut cont de temele abordate în film, tema dragostei, războiului și patriotismului. Filmul îl are ca erou pe Mihai Adam, voluntar care a luptat în războiul civil din Spania în 1937, fiind pilot. Lozinca „No pasaran”, era foarte populară în mediul politic, fiind considerată simbol al antifascismului, săgeata deseasemenea poartă conotație simbolică, reprezentând simbol al falangei franciste. Culoarele alese negru, roșu și galben sunt preluate din steagurile Spaniei și cel al Falangei franciste (figura 6). Profilul actorilor este realizat foarte artistic prin intermediul clarobscurului, jocului dintre lumină și umbră, care totodată adaugă romantism și pasiune afișului. Elementele compoziționale sunt plasate vertical-central. Cât ține de utilizarea caracterelor, sunt utilizate 2 tipuri, un tip gen scris de mână pentru lozinca și altul mai geometric pentru titlu și roluri. Caracterele sunt plasate pe partea stângă, astfel partea dreaptă rămâne cu mai mult spațiu ceea ce evidențiază mai mult rolul masculin din film. Concluzia este că autorul afișului a fost foarte aproape de acest film, simțindu-i foarte bine linia narativă.



Figura 6. a) Flagul Falangei franciste; b) Flagul Spaniei [8]

Filmul artistic „Explozie cu efect întârziat” în regia lui V.Gajiu, produs la studioul Moldova-Film, în anul 1970 (afiș ilustrat în figura 7), este istoria unei Tipografii clandestine Iskra, de importanță mare pe întreg teritoriul sovietic, fiind ilustrată și de marele artist Moisei Gamburd în una din lucrările sale, (figura 8), film gen polițist, revoluționar cu isme romantice.



Figura 7. Afiș. Filmul artistic „Explozie cu efect întârziat”, 1970 a [6] b [9]

Ambele afișe sunt expresive, conțin secvențe din film, fiind complexe ca compoziție. Primul afiș (fig. 7.) a, conține eroii principali, pe planul doi e reprezentată o flacără făcând aluzie la explozie, care, iluzoriu transmite titlul filmului care e înscris pe fundalul focului. Fonturi utilizate de grosimi diferite și aliniere centrată în 3 spații și în colțul stâng inferior, e aliniere stânga-dreapta, aranjarea caracterelor și utilizare multor grosimi un pic deranjează compoziția. Afișul doi, (figura 7.b), semnat de același autor, reprezintă un moment din timpul tiparului la tipografia „Iskra”, despre care este însuși filmul. Cromatic realizat în două nuanțe, în sur sunt prezentate acțiunile și în oranj mesajul textual. Culoarea oranj denotă acțiune, energie și dynamism, însuși alinierea textului într-o formă arcuită și fonturile prezentate ca mărime, crescândă, transmite ideea unei explozii. Deci prin intermediul mijloacelor stilistice graficianul evidențiază idei ale filmului.



Figura 8. Pictura „Tipografia clandestină Iskra”, Moisei Gamburd

3. AFIȘELE DE TEATRU, OPERĂ

Un număr mare de afișe cu referință la activitatea Teatrului de Operă și Dramă din Chișinău le găsim în colecția dirijorului Orchestrei Simfonice a Filarmonicii din Chișinău Boris Miliutin. Aceste afișe includ elemente standard: se indică denumirea spectacolului, regizorul, pictorul, compozitorul muzicii, pe alocuri distribuția rolurilor, locul și ora reprezentației, tipografia unde a fost imprimat și tirajul. Ținem să menționăm afișul spectacolului de operă „Cio-Cio-San” de G. Puccini, montat la Teatrul Moldovenesc de Operă și Dramă în anul 1947 (figura 9).



Figura 9. Afiș. Opera „Cio-Cio-San”, de G Puccini Teatrul Moldovenesc de Operă și Dramă, 1947

Afișele teatrale din anii '40-'60 ai sec. XX sunt semnate de pictori scenografi din prima generație: V. Poleakov, V. Sokolov, N. Alentiev ș.a. Afișele teatrale din anii '40-'60 ai sec. XX au fost imprimate la Combinatul Poligrafic din Chișinău. În anii '70-'80 ai sec. XX cel mai frecvent întâlnite afișe sunt tipărite în două-trei sau patru culori pe hârtie mai groasă, lucioasă sau mată de diferite dimensiuni (cel mai des 85×60 cm).

Pe afișele de acese model, deopotrivă cu textul, tot mai frecvent apar imagini cu secvențe din spectacole. Afișul conține denumirea spectacolului, autorul piesei, se mai indica regizorul, scenograful și compozitorul muzicii. Prezintă interes și

afișele festivalurilor unionale și republicane, cum ar fi Festivalul Unional „I. Druță și teatrul contemporan” (20-27 noiembrie 1988). Acest afiș (figura 10) este de format mare 70×100 cm, text imprimat color, cu secvențe din spectacole, conține repertoriul spectacolelor prezentate în cadrul festivalului și este editat în limbile română cu grafie chirilică și rusă. [5]. Stilistic are prezentă aranjarea simetrică a pozelor cu secvențe. S-au utilizat doar două tipuri de caractere, dar de 3 dimensiuni diferite conform importanței informației, în centrul afișului e plasat portretul autorului.



Figura 10. Afiș. Festivalul Unional „Ion Druța și teatrul contemporan”, Chisinau, 1988

Afișul pentru spectacolul „Casa Mare” (figura 11), are un mesaj simbolic, nuca din prim plan reprezentată în jumătate semnifică starea națiunii de după război, care a fost despăcată, o bucată a națiunii a fost ruptă, denotă dramatism și durere totodată însă miezul reprezintă speranța, viața celor care au rămas în viață. Partea ascunsă a nucii e trecutul, cealaltă prezintă viitorul, fiind prezentată din față. Afișul e compus într-un stil minimalist. Caracterele utilizate sunt de două tipuri, pentru titlul s-a ales un tip mai plastic.

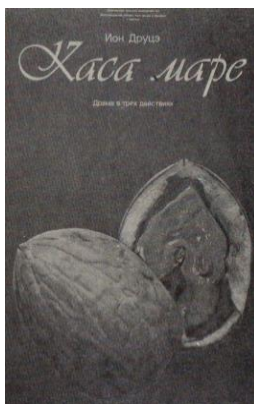


Figura 11. Afiș. Spectacolul „Casa Mare”, format 90x60, autor Roșca Vitalie, 1989

Afișele spectacolelor pentru copii s-au bucurat de mai multă libertate, fiind extrem de colorate. Multe dintre au fost făcute de Vladimir și Galina Cantor, de exemplu „Dănilă Prepeleac” (1985) (figura 12). Majoritatea afișelor teatrale din această perioadă au fost imprimate la tipografia „Reclama”.



Figura 12. Afiș. Spectacolul „Danila Prepeleac”, de I. Creanga, Teatrul Republican „Licurici”, 1985

Afișul spectacolului „Dănilă-Prepeleac”, reprezintă eroii poveștii, pe Dănilă și unul din drăcușorii care au fost amăgiți. Dănilă este prezentat ca un personaj naiv, dar coroana denotă faptul că în pofida faptului că toți îl considerau prost și nedescurcăreț, el reușește să amăgească dracii în cele 3 încercări (simbolistice în acest fapt fiind liniile deschise la culoare care se evidențiază, pe fundalul întunecat) și în final luându-le banii, aranjat foarte plastic, însuși fontul fiind foarte artistic. Afișul impresionează prin jocul liniilor de diferite grosimi și nuanțe, astfel afișul primește o notă pozitivă, în special linia de jos plasată pe diagonală conferă dinamism și acțiune.

Sunt interesante afișele spectacolelor montate la Teatrul „Eugene Ionesco”, foarte colorate și totodată bogate în informație. Numim aici: „Iosif și amanta sa” de Val. Butnaru, „Regele moare” și „Cântăreața cheală” de E. Ionescu (figura 13). Text și imagine imprimat color, în limba română, dimensiuni 97×57.

Afișul operei „Cântăreața cheală”, ne prezintă un personaj deosebit compus din două profiluri, unul frumos și unul urât, ilustrarea cântăreții chele care efectiv lipsește în totalitate din piesa de teatru, fără identitate și fără importanță nici pentru spectator și nici pentru autor, asta și fiind o caracteristică a teatrului absurd. Grafic afișul este foarte interesant, textul de sus este echilibrat cu textul artistic din prim plan. Liniile plastice din partea stângă face ca profilul mai frumos să se evidențieze mai mult. Afișul cel mai recent al acestui spectacol, (figura 14), anul 2015, este un afiș deosebit, și face parte din stilul stilistic al teatrului, de la o perioadă deja aproximativ toate afișele acestui teatru au adoptat acest stil corporativ, exemplu este și un alt afiș la spectacolul „Arta conviețuirii”, anul 2017 (figura 15), care are aceleași elemente constituente, mesaj textual fiind denumirea teatrului, a spectacolului cu litere mărite, genul piesei și regizorul, deasemenea include și logotipul teatrului. Deci indiferent de spectacol afișele îmbracă aceeași haină stilizată, diferență fiind culoarea fundalului.



Figura 13. Afiș. Spectacolul „Cântăreața cheală”, de E. Ionesco, Teatrul „Eugen Ionesco”, anii '90 ai sec. XX



Figura 14. Afiș. Spectacolul „Cântăreața cheală”, de Eugene Ionesco, Teatrul „Eugen Ionesco”, 2015



Figura 15. Afiș. Spectacolul „Arta conviețuirii”, de Yasmina Reza, Teatrul „Eugen Ionesco”, 2016

4. AFIȘUL MUSICAL

Afișul muzical dintotdeauna a avut rolul de popularizare și promovare a muzicii. Afișul muzical din RSSM a evoluat în contextual celui sovietic din URSS.

Distingem două tipuri de afișe: imprimate și scrise cu mâna sau cu trafaretul. Cele imprimate erau făcute la Tipografia Centrală din Chișinău, sau la Fabrica de imprimare din Tiraspol. Afișele scrise de mână sau cu trafaretul, de regulă erau cele care anunțau diverse concerte în aer liber, care aveau loc în Grădina Publică din Chișinău.

Afișele imprimate pe hârtie de o calitate mai bună și de format mare (110×85 cm) erau cele ale concertelor dedicate unor manifestări speciale. Cum ar fi cel din 1949 care anunță un concert dedicat aniversării a 25-a de la formarea RSSM, cu participarea mai multor colective artistice. Este un afiș (figura 16) compus doar din text, fără imagine, imprimat în două culori (roșu și negru) în limba rusă [9]. Se observă lipsa de aerare a spațiului acestui afiș, dar nu e deranjant, deoarece diferența de culoare și dimensiune a caracterelor îi oferă afișului o stilizare interesantă de parcă ar fi un colaj din caractere, există un ritm tonal, liniile de diferite grosimi oferă plasticitate.



Figura 16. Afiș. Concert dedicat aniversării a 25-a de la formarea RSSM, Chisinau 1949

În anii '80 ai sec. XX, vedem un flux de afișe care popularizează, diverse manifestări culturale, concerte, festivaluri, seri de creație, turnee ș.a. Afișul muzical al anilor '80 ai sec. XX este unul de dimensiuni mari, color, majoritatea au în prim plan imagini cu orchestre și interpreți. Cele mai spectaculoase afișe din acești ani sunt cele ale Orchestrei de muzică populară „Lăutarii”, capela corală „Doina”, ansamblul de dansuri populare „Joc”, Orchestra de Cameră condusă de Alfred Gherșfeld ș.a..

Pentru festivalul „Maluri de Prut”, dedicat regretaților interpreți de muzică ușoară Doina și Ion Aldea-Teodorovici, semnează afișe pictorul-scenograf Petru Balan [9], Sinițchii Vladimir (figura 17), afișul e compus din o fotografie a marilor maeștri Teodorovici, înconjurați de caractere aranjate stilistic. Compoziția caracterelor confer originalitate, e present contrastul de dimensiuni și tonalități.



Figura 17. Afiș. Formația „DIAT”, 1989

Afișul muzical din anii 2000 mai poate înfrumuseța holurile sălilor de concerte, afișajul de pe stâlpi, dar nu mai este o formă artistică, cum era altă dată. Artiștii plastici tot mai rar semnează afișe. Ca rezultat, acestea vor conține o imagine fotografică a artistului sau a formației, orchestrei (majoritatea grafică computerizată), și nu creația pictorului.

2. REFERENCES

- [1] Б.А.Трубецкой, Из истории периодической печати Бессарабии, 1854-1916, Chișinău Cartea moldovenească, 1968г. p. 28
- [2] В.С. Иванов, Как создается плакат, Editura Академии художеств СССР, 1963, Editura Советский художник, 1990
- [3] Vera Serjant, Articolul științific „Primele anunțuri „publicitare” în presa basarabeană (1854-1899)”, Tyragetia, vol II [XVII], nr.2, 2008, p. 285-290;
- [4] Vera Serjant, Articolul științific „Unele reflecții asupra mecanismului efectuării reclamei în Basarabia (sfârșitul sec.XIX-începutul sec.XX)”, Tyragetia, vol III [XVIII], nr.2, 2009, p. 213-221;
- [5] Vera Stăvilă, Articolul științific „Afișul teatral din patrimoniul Muzeului Național de arheologie și istorie a Moldovei”, Tyragetia, vol VI [XXI], nr.2, 2012, p. 347
- [6] Vera Stăvilă, Articolul științific „Afișul cinematografic din patrimoniul Muzeului Național de arheologie și istorie a Moldovei”, Tyragetia, vol VII [XXII], nr.2, 2013, p. 357
- [7] Vera Stăvilă, Articolul științific „Afișul muzical din patrimoniul Muzeului Național de arheologie și istorie a Moldovei”, Tyragetia, vol VIII [XXIII], nr.2, 2014, p. 304-315
- [8] http://ro.wikipedia.org/wiki/Drapelul_Spaniei
- [9] <http://www.kino-teatr.ru/kino/movie/sov/939/annot/>
- [10] L. Cezza, Moisei Efimovici Gamburd, Chișinău, Cartea Moldovenească, 1959
- [11] <http://tei.md/tei/en/performances/cantareata-cheala-2/>
- [12] <http://tei.md/tei/ro/performances/arta-convietuirii/>