A PAGE OF HISTORY, A SLICE OF LIFE - ADS FROM 1949

Carmen Neamţu
Assoc. Prof. PhD., „Aurel Vlaicu" State University from Arad, Romania

Abstract:With market development and diversification of products offered, there was the need to find new means of communication, information and influence regarding the buyer. In short, that was how advertisments born and rise.
The aim is to arouse, wake up a reaction among customers in every age would they be.
The art to engage and captivate the buyer lies in the choice of words suitable and then combining them into memorable statements.
The ads can be viewed as a reflection of the era in which they were designed, a barometer of society, its aspirations.
We will see a slice of life from Arad, as it appears in advertisements of 1949.

1949 – o nouă eră, proletară

Voi încerca o privire istorică asupra fenomenului publicitar, evidenţiind caracteristicile cele mai importante ale structurării enunţului reclamei de-a lungul anului 1949. În numerele anterioare ale revistei am surprins şi alţi ani, diferenţele de concepţie fiind evidente.

Dacă facem un salt din anul 1944 în anul 1949 observăm cum discursul reclamelor se schimbă radical, adaptându-se transformărilor istorico-sociale. Fabricile şi proprietarii lor dispar, fiind „naţionalizate", adică trecute abuziv în proprietatea statului. O nouă eră începe, cea a proletariatului, a oamenilor muncii, în luptă pentru împlinirea idealurilor unei noi lumi, cea socialistă. Aşadar, mesajul reclamelor se adresează unui alt tip de receptori. Domul şi doamna, Onor Cientela, On. Publicul devin clasa muncitoare, oameni ai muncii, ţărani muncitori, tineri şi tinere, agitatori, ceferişti etc.

Reclamele analizate în anul 1949 au apărut în ziarul „PATRIOTUL", organ al Partidului Muncitoresc Român pentru Judeţul Arad. Cotidianul „Ştirea" (despre care am vorbit pe larg în numărul trecut al revistei) şi-a încetat activitatea. Realităţile economico-sociale sunt altele, iar articolele şi reclamele care apar acum reflectă aceste schimbări,în care gusturile şi chiar lecturile se schimă.

Au apărut în Editura partidului Muncitoresc Român
V.I. Lenin
I.V. Stalin
D. Fedosev
Kalinin
Gh. Gheorghiu Dej.[1]

Au sosit tablourile
Comitetului Central
al Partidului Muncitoresc
Român, complect în format
mare şi mijlociu la
LIBRĂRIA NOASTRĂ

[1] „Patriotul", an.VI, nr.1423, 3 februarie 1949, p.7.

BDD-A28246 © 2018 Arhipelag XXI Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.77 (2026-11-18 10:55:40 UTC)

Bulev. Republicii 92.[2]

Cinste fruntaşilor în producţie
care prin munca lor aduc o
mare contribuţie la împlinirea şi
depăşirea Planului de Stat[3]

Numele proprietarilor de altădată mai apare la început, în câteva reclame, nume folosite tot pentru a atrage clientela prin prestigiul renumelui câştigat prin ani de muncă în breaslă, dar girul calităţii se îndreaptă acum spre o nouă asociaţie: Cooperativa muncitorilor croitori „Solidaritatea“, unde numele citate prestează serviciile de odinioară.

Atenţiune!
Croitorii Hampel I., Walder Z. şi Weisz St.
lucrează în cadrul cooperativei croitorilor
„Solidaritatea“
Costume, paltoane etc. se pot
comanda la preţuri scăzute
în atelierul din Str. Frimu 18 telefon 2918
„SOLIDARITATEA“
Cooperativa muncitorilor croitori[4]



Apar acum şi enunţuri ce par a dori să comunice cititorilor că intreprinderea X există şi ea produce o marfă indispensabilă publicului.

LIBERTATEA
(fost Gloria) Intreprindere Naţionalizată
Fabrică de încălţăminte
Arad, Str. Grigore Alexandrescu No.23 . Telef. 22-11.[5]

Există texte culese cu caractere îngroşate şi încadrate în chenar, care prezintă grafic formatul reclamelor din anii cercetaţi anterior (1935 şi 1944), dar care nu propun spre vânzare nimic. Ele sunt, dacă vreţi, un soi de strămoş al relaţiilor publice de azi. Prin aceste anunţuri se încearcă crearea unei imagini excelente asupra unei structuri nou apărute, Organizaţia tineretului muncitor din oraşe şi sate. Limbajul de lemn e la începuturile sale în presă.

Organizaţia unică a tineretului muncitor din oraşe şi sate
are o importanţă politică-socială de primul ordin.
Ea este chemată a da Partidului cele mai bune forţe noi,
tinere, fiind în acelaş timp chemată să transmită
şi să asigure influenţa Partidului în masele de tineret.

[2]*Ibidem,* nr.1484, 15 aprilie 1949, p.6.
[3]*Ibidem,* nr.1495, 29aprilie 1949, p.5.
[4]*Ibidem,* nr.1399, 4 ianuarie 1949, p.6.
[5]*Ibidem,* nr.1401, 6 ianuarie 1949, p.4.

BDD-A28246 © 2018 Arhipelag XXI Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.77 (2026-11-18 10:55:40 UTC)

(din Rezoluţia C.C. al P.M.R. asupra activităţii Partidului în rândurile Tineretului)[6]

OAMENI AI ŞTIINŢEI ŞI TEHNICII
Contribuiţi prin activitatea voastră ştiinţifică
la grăbirea construirii socialismului
în ţara noastră. Aduceţi contribuţia voastră
la educarea sutelor de mii de constructori ai socialismului
în spiritul ştiinţei şi tehnicii celei mai înaintate.[7]

Oameni ai muncii!
Înainte, pentru întărirea luptei de clasă, pentru
victoria frontului păcii şi a socialismului!
Să învăţăm din experienţa minunată de luptă
a oamenilor sovietici!
Librăria „ARLUS – Cartea Rusă" filiala Arad
vă pune la dispoziţie cărţi şi broşuri
de ideologie marxist-leninistă
şi volume de literatură sovietică[8]

Oameni ai muncii din R.P.R.
Desvoltaţi întrecerea socialistă pentru
împlinirea şi depăşirea Planului de Stat!

Cinste fruntaşilor în producţie
care prin munca lor aduc
o mare contribuţie la îndeplinirea şi depăşirea Planului de Stat![9]

Aceste enunţuri nu sunt nici articole de ziar, pentru că sunt scurte şi nesemnate, dar nu sunt nici reclame în adevăratul sens al cuvântului, căci nu implică noţiunea de comerţ cu vreun bun sau serviciu. E timpul lozincilor şi al limbajului de lemn care va cunoşte o atât de mare răspândire în anii care vor urma.

Uzinele
Textile
30 Decembrie
ARAD
(Naţionalizată)
Noi muncitorii, tehnicienii şi funcţionarii
vom munci pentru realizarea
şi depăşirea Planului de Stat!

[6] *Ibidem,* nr.1949, 27 februarie 1949, p.6.
[7] *Ibidem,* nr.1466, 25 martie 1949, p.7.
[8] *Ibidem,* nr.1498, 3 mai 1949, p.10.
[9] *Ibidem,* nr.1495, 29 aprilie 1949, p.3 şi p.5.

BDD-A28246 © 2018 Arhipelag XXI Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.77 (2026-11-18 10:55:40 UTC)

Magazinul de Stat
„LANŢUL“
cu mare asortiment
de mărfuri în slujba
clasei muncitoare.[10]

Textele sunt fie enunţuri de constatare a unei stări de fapt, fie mici lecţii, reguli de pus în aplicare, adresate unui public special – agitatorii – cei care vor inocula maselor spiritul vremurilor. Destinatarul textelor e mărit la cuprinsul întregii societăţi, care e însufleţită de un singur gând: clădirea unei noi orânduiri, socialismul.

Oameni ai ştiinţei, artei şi literaturii!
Puneţi cunoştinţele, talentul şi puterea voastră
de muncă în slujba construirii socialismului,
în slujba culturii progresiste!
Creaţi opere de artă demne de poporul nostru![11]

Textele îmbracă haina lozincilor moralizatoare, reclamele propriu-zise (prin care se anunţa eficienţa vreunui produs nou pe piaţă) rărindu-se considerabil.

Muncitori, tehnicieni, funcţionari!
Desfăşuraţi cu avânt întrecerea socialistă
Pentru îndeplinirea şi depăşirea Planului de Stat![12]

FABRICA „7 NOIEMBRIE“
(Naţionalizată)
Mărim producţia
în slujba poporului!

„COMCAR“
Societate Comercială de Stat
Vom îmbunătăţi
aprovizionarea
şi distribuirea
cărnii pentru
oamenii muncii!



Societate Comercială de Stat
„Alimentexport“
Comerţul exterior
al ţării în slujba
clădirii socialismului.[13]

Calificativele produselor/serviciilor sunt şi ele în acord cu transformările sociale, unde *On. Clientelă* este acum *poporul muncitor*. Astfel, vinul devine

[10] *Ibidem,* nr.1497, 1 mai 1949, p.11.
[11] *Ibidem,* nr.1466, 25 martie 1949, p.7.
[12] *Ibidem,* nr.1594, 23 august 1949, p.5.
[13] *Ibidem,* nr.1497, 1 mai 1949, p.11.

BDD-A28246 © 2018 Arhipelag XXI Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.77 (2026-11-18 10:55:40 UTC)

vin popular[14], în timp ce *preţurile* sunt acum *cooperatiste*. Orice acţiune devine *luptă, avânt, mişcare*.

A sosit primăvara!
Comandaţi pardesiurile – costumele de primăvară la timp la
Cooperativa muncitorilor croitori
Arad, Str. Frimu Nr.18. Telefon: 29-18.
Croială ireproşabilă
Preţuri cooperatiste
Executare promptă.
Se lucrează şi pentru necooperatişti.[15]

Să dăm avânt mişcării pentru economisire
(Scânteia 18 –IV- 1949)
Să urmăm cu hotărâre acest îndemn
depunând economiile pe libret
C.E.C.[16]

În acest context, singurul discurs considerat eficient era cel al partidului unic. Presa anului 1949 este una *a imperativelor, a luptei, a acţiunii energice pentru o cauză care se credea dreaptă.*

Trăiască înfrăţirea tineretului muncitor
al tuturor naţionalităţilor conlocuitoare
în cadrul organizaţiei unice revoluţionare a tineretului![17]

Ţărani muncitori!
- *Pregătiţi din timp şi temeinic lucrările*
pentru reuşita campaniei însămânţărilor de primăvară!
- *Demascaţi pe acei cari încearcă să saboteze realizarea planului de cultură!*[18]

În aceste condiţii, anunţurile de cumpărare a unor produse (anunţuri lansate de intreprinderile statului) sau cele prin care o interprindere căuta să-şi găsească personal calificat într-un domeniu sau altul al pieţei se înmulţesc simţitor şi capătă calităţile grafice ale reclamelor de odinioară: chenar, corp de literă mărit, caractere îngroşate sau subliniate.

Deşi clare ca text, am găsit printre „reclamele“[19] anului 1949 una (singura!) cu o structură ambiguă şi care, citită azi, s-ar preta la interpretări datorită încărcăturii stilistice a termenilor. Dar apărută în contextul anului 1949 ea urmează programul partidului în directivele căruia erau prevăzute colectarea a tot felul de obiecte vechi, conform principiului nimic nu se pierde, totul se câştigă.

[14] *Societatea Comercială de Stat / „MUREŞUL“ / aduce la cunoştinţa consumatorilor particulari, / că a pus în vânzare / **vin popular**, Ibidem,* nr.1498, 4 mai 1949, p.10.
[15] *Ibidem,* nr.1445, 1 martie 1949, p.4.
[16] *Ibidem,* nr.1640, 16 octombrie 1949, p.6.
[17] *Ibidem,* nr.1438, 20 februarie 1949, p.6.
[18] *Ibidem,* nr.1443, 25 februarie 1949, p.11.
[19] Am preferat ghilimelele tocmai pentru că o mare parte din textele propuse spre analiză nu pot intra în categoria *reclamei*, ca activitate comercială prin care se face cunoscut un produs sau serviciu, urmărind să convingă publicul de importanţa cumpărării lui.

BDD-A28246 © 2018 Arhipelag XXI Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.77 (2026-11-18 10:55:40 UTC)

__NIMIC__ nu se pierde
__TOTUL__ se … colectează
Intreprinderea de Stat

***

În concluzie, mesajele publicitare ale anului 1949 pot fi privite ca o oglindă a epocii în care au fost concepute, un barometru al societăţii arădene, al aspiraţiilor ei. O felie de viaţă de odinioară. Textele îmbracă haina lozincilor moralizatoare, reclamele propriu-zise (prin care se anunţă eficienţa vreunui produs nou pe piaţă) rărindu-se considerabil. Singurul discurs considerat eficient era cel al partidului unic. Presa anului 1949 este una a imperativelor, a luptei, a acţiunii energice pentru o cauză care se credea dreaptă.

BDD-A28246 © 2018 Arhipelag XXI Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.77 (2026-11-18 10:55:40 UTC)