

Imaginea României comuniste în propaganda turistică și culturală externă între anii 1960-1975. Forme de implicare a nomenclaturii și strategii acționale

Lucian ROBU*

Keywords: *communist propaganda, tourism, arts, journals, macy, leader's Communist cult*

Romanian Touristic and Cultural External Image between 1960-1975. The Nomenclatura Involvement and Strategies

The following study deals with the historic challenge of analyzing the most important ways used by Romanian Communist Party to increase the external image of Socialist Romania. We underlined especially the political interest connected to the propaganda effort. In fact, there is no strong demarcation line between political and propagandistic contents and cultural contents during the process of external discourse. We also detected the implication of numerous writers and journalists in the effort of Romania's turistic and cultural promotion. During the Ceausescu's era (regime) the image of RSR seconded the image of the communist leader. Another main idea deals with the propaganda for foreigner guests and the tourist was also used as an instrument for communist legitimacy. There is another important fact regarding the procedure of involving and subordinating the Romanian writers and journalists to the Communist Party interest. This interest regards the aim of regime self consolidation and further elevation, during the Cold War confrontation.

Istoriografia referitoare la exportul de imagine a României în anii '60-'80 reține cu precădere volumele de documente editate de Consiliul Național Pentru Studierea Arhivelor Securității¹, de Arhivele Naționale Istorice Centrale sau de cele ale Institutului pentru Investigarea Crimelor Comunismului, istoricii implicați în aceste demersuri subliniind vulnerabilitatea, dar și interesul crescut al regimului comunist în ceea ce privea receptarea sa în afara țării. Semnificative sunt și memoriile celor implicați direct în evenimente, acești actori principali subliniind importanța accentului pus pe promovarea imaginii României în directă corelație cu comandamentele ideologice. Acestea erau imperative, fie că vorbim de reflectarea în propaganda externă a industrializării și colectivizării României populare (anii '50 și '60), fie că vorbim de cultul personalității lui Nicolae Ceaușescu. Componentele cultului ceaușist sunt, de altfel, din ce în ce mai evidente și în strategiile de propagandă culturală și turistică destinate Occidentului². Asociațiile culturale pentru promovarea

* Doctorand al Universității din București, cadru didactic asociat la Facultatea de Istorie și Patrimoniu, Universitatea „Lucian Blaga” din Sibiu.

¹ Moldovan, Anisescu 2008. Volumul elaborat de cei doi autori depune mărturie asupra formelor și instrumentelor de acțiune ale Securității, în relație cu societatea românească în ansamblul ei; reprezintă un testimoniu informațional și în ceea ce privește modul în care Securitatea avea în vedere și strategiile de propagandă externă a României, fie că vorbim de prezențe culturale sau de promovare turistică, fie că avem în vedere tiparul prin care oamenii de cultură erau asimilați acestui proces de externalizare, a interfeței dezirabile a regimului comunist.

² Investigațiile pe care le-am derulat asupra colecției periodice „Tribuna României”, cu pagini consistente destinate străinătății, susțin ipotezele afirmate mai sus.

relațiilor cu străinătatea au fost, fără echivoc, subordonate intereselor politice³. În acest sens, ambele perioade, atât cea a lui Gheorghiu-Dej, cât și cea a lui Ceaușescu, au marcat același specific al propagandei externe, diferite fiind doar formele și conținuturile⁴.

O suită întregă de publicații periodice destinate campaniei de propagandă internă, dar și mediilor socio-politice din afara granițelor a fost activată, în vederea diseminării conținuturilor prin care urma să se susțină imaginea României comuniste⁵. Un rol important, în acest sens, îl dețineau organele centrale de presă, „România Liberă”, „Scântea”, „Scântea tineretului”, „Contemporanul” (dublă de dimensiunea de revistă culturală și social-politică), „Gazeta Literară” (ulterior „România Literară”), „Lupta de clasă”⁶ (mai târziu „Era socialistă”), „Problemele păcii și socialismului”, almanahurile publicațiilor amintite, alături de reviste precum „Lumea”, „Veac Nou”, „URSS”, „Munca de Partid”, „Tribuna României” ș.a.

Instrumentele de propagandă românească de la începutul anilor ‘60 aveau un caracter eclectic și se înscriau în logica istorică a perioadei de relativă destindere ideologică, perioadă survenită de la începutul anilor ‘60. Nota de eclecticism era conferită de exigențele multiple reclamate de albumele de prezentare a României. Pe de o parte, ele erau tributare mesajului artistic tradițional (în special dacă ne referim la reprezentările picturale și sculpturale), dar încercau, în același timp, să surprindă și orientările noi în arta progresistă din România populară. Totodată, albumele de prezentare căutau să reflecte transformările de natură socială⁷.

Artistul Gheorghe Șaru, reprezentativ pentru noua generație de artiști din sfera realismului socialist, coordona colecția *Arta în Republica Populară Română*, publicațiile apărute sub egida acesteia cuprinzând și texte în limbile franceză și engleză. Albumul la care ne-am referit, deși poate fi considerat un mijloc de promovare, inclusiv turistică, încerca să răspundă mai multor provocări ale propagandei culturale. Pe lângă prezentarea principalelor atracții în materie de artă grafică, albumul oferă detalii suplimentare asupra dramaturgiei românești și a producției de film, ilustrează realizările procesului de naționalizare și colectivizare (reflectate în artă), iar la final decupează secvențe ale participării exponenților artelor frumoase din RPR la diverse manifestări de profil din străinătate. Încercând să surprindă integrarea României într-o dinamică a schimburilor culturale, atât cu Vestul cât și cu Estul european, colecția coordonată de Șaru descrie diversitatea raporturilor culturale ale României; se remarcă, de pildă, participarea României la festivaluri de teatru și film, în Franța, Ungaria, America Latină, Iugoslavia, acestea reprezentând doar câteva din locurile în care creația artistică românească s-a regăsit. Totodată, manifestările din cadrul acestor festivaluri și expoziții au reprezentat,

³ A se vedea rolul IRRCS al Asociației România și chiar al ARLUS-ului. Explorarea fondului documentar oferit de Asociația pentru strângerea legăturilor de prietenie cu URSS va releva coordonate esențiale în conformitate cu care s-a derulat, în deceniile anterioare lui 1989, propaganda românească în Uniunea Sovietică. Se pot releva de asemenea limitele și specificul acestei propagande, atent monitorizată atât de PCR cât și de PCUS și modulată în funcție de relațiile politice dintre cele două state, în cadrul blocului statelor comuniste.

⁴ Vezi *PCR și intelectualii.....* 2007, p. 34.

⁶ În anii ‘60 revista populariza o serie de impresii pozitive despre România, receptate dinspre personalități ale culturii mondiale, acestea din urmă vorbind laudativ la adresa comunismului românesc.

⁷ Șaru 1961, pp. 56-67.

pentru amatorii de frumos, o carte de vizită și o invitație la turism cultural⁸. Conținuturile acestui album rămân încă fidele comandamentelor politice, tocmai de aceea publicația nu poate fi considerată un instrument tipic de promovare turistică. Aceasta se datorează faptului că, pe alocuri, reproducerea fotografică ilustrau peisaje industriale, figuri de muncitori și țărani sau diverse secvențe din viața gospodăriilor colective. Acestea erau de fapt expresia scindării sociale, în viziunea ideologiei marxiste, inevitabil prezente în publicațiile destinate propagandei culturale. Aceasta era o formulă tipică de limbaj propagandistic și de redare a concepției unui regim totalitar, formulă aflată în conformitate cu ceea ce considerau exponenții săi că i-ar putea interesa pe străini.

Tot în deceniul al 7-lea, mai precis în prima jumătate a acestuia, Editura Politică continua un proces de editare a unor broșuri menite să popularizeze prezențele românești din punct de vedere cultural, tehnic și turistic pe alte meridiane și, implicit, să sublinieze interesul străinilor pentru România⁹. Datele statistice pe care ni le oferă broșura, cuprinse între 1950 și 1963, lasă mai degrabă impresia că, dincolo de orice confruntări între Est și Vest, România era un factor activ în raporturile culturale, politice și tehnice internaționale. Astfel, între 1950 și 1963, România participase la 192 de târguri internaționale și de expoziții, deschise în peste 60 de orașe de pe întregul glob. De pildă, autorul broșurii susține că în 1962 România își promovase valorile la 26 de târguri internaționale, dintre care le amintim pe cele de la Lagos și Goetheborg, Leipzig și Salonic, Posaca, Milano și Barcelona. Deși România insista la aceste târguri internaționale pe prezentarea acelor componente ce ilustrau dezvoltarea economiei socialiste, referințele bibliografice amintesc și de prezențe culturale în orașele importante ale lumii. Amintim aici *Expoziția de fotografie și pictură românească de la Paris* din 1963, *Expoziția Ciucurencu* de la Berlin, *Expoziția Jules Perahim* din orașul Frunze. Exportul de imagine asupra potențialului cultural al României se realiza și prin participarea RPR la festivalurile internaționale de film, atât în țările socialiste, cât și la evenimentele deja consacrate de o tradiție solidă. Astfel, în 1963, România era medaliată cu Medalia de Argint la Festivalul Internațional al Filmului de la Moscova, pentru filmul lui Mihnea Gheorghiu, *Lupeni*. În același an, la Festivalul Filmului de la Cannes, se distingea filmul *Codin*, o producție a Studioului București. Filmele românești, participante la peste 70 de festivaluri cinematografice, au contribuit, într-o manieră subiectivă, la promovarea imaginii României, fie că vorbim de producții artistice sau de documentare. Producția de carte românească se remarcă și ea, prin participarea puținelor edituri românești la expozițiile cărții organizate peste hotare. O astfel de expoziție se organizase în 1962 la Londra, iar conform versiunii oficiale aceasta se bucurase de un succes notabil. Patrimoniul istoric al României făcuse și el obiectul exportului de imagine și al unor expoziții internaționale, cum a fost *Expoziția arheologică românească*, organizată la sfârșitul anilor '60 la Havana. Expoziția era departe de a stârni interesul potențialilor turiști cubanezi (având în vedere specificul regimului castrist), dar dobânda o conotație profund politică, deoarece era dedicată „revoluționarului” popor cubanez, cu care, în acest context, România se solidariza: „O expoziție arheologică plecată

⁸ Autorii albumului se axează mult pe prezentarea detaliată a unor filme documentare românești despre litoral, despre Delta Dunării, despre tradițiile din Transilvania sau despre mănăstirile din nordul Moldovei și din Maramureș, subliniindu-se totodată interesul pe care l-a generat difuzarea în Occident a acestora.

⁹ Nămlaru 1964.

din vechiul Tomis, vorbea locuitorilor eroice Cube despre trecutul de milenii al pământului țării noastre”¹⁰.

O modalitate de cunoaștere a României de către străini s-a regăsit în cursurile de vară organizate la Sinaia, pentru oameni de cultură, profesori, scriitori de pe întregul glob. Intenția regimului comunist, prin prisma unor asemenea manifestări, era aceea de a-i determina pe oaspeții de seamă ai școlilor de vară ca, ulterior, întorși în țările lor, să elaboreze o serie de cărți, broșuri, articole care să constituie veritabile instrumente de propagandă în ceea ce privea România. Astfel, redăm aici câteva dintre lucrările apărute despre România, în urma unor asemenea întâlniri estivale: pentru scriitorul Ruben Sinay, România era *Țara pâinii și a păcii*; pentru scriitorul belgian Camil Deleclos, România era o *Țară nouă*, la fel și pentru savantul american B. Liber¹¹.

Dacă ar fi să insistăm pe sinceritatea referințelor autorului, atunci putem sublinia că în prima jumătate a anilor '60, alte câteva personalități remarcabile ale vieții literare și publicisticii internaționale pregăteau lucrări elogioase despre România. Între aceștia, îi amintim pe Rafael Alberti, Miguel Asturias, Jorge Falcon, Shiro Suzuki. Putem deduce, din cele spuse mai sus, între anumiți parametri, se manifesta un anume miraj al României socialiste, creat asupra personalităților profane ale vizitatorilor care nu cunoscuseră România *de profundis*. Era, poate, modalitatea cea mai agreată de autorități, anume o cunoaștere dirijată și superficială a României, astfel încât ipostazierea regimului Gheorghiu-Dej în publicistica internațională să fie una pozitivă.

Presă și propagandă turistică

Unul dintre periodicele „cu bătaie lungă” în activitatea de propagandă turistică a fost revista „Tribuna României”. În contextul prezentării României ca un tărâm unic, al celor mai frumoase tradiții și al nenumăratelor forme de turism, redactorii revistei inițiază un tip de discurs de prezentare a unor oferte inedite pentru turiști. Este vorba de un concept cunoscut mai degrabă sub numele de „nuntă ca produs turistic”. Era o ofertă oarecum consistentă, o invitație adresată turiștilor occidentali de a-și oficializa căsătoriile, în spațiul tradițional al unor comunități rurale românești. În România, una dintre cele mai cunoscute localități, accesate de turiștii străini, a fost comuna Lerești din județul Argeș. Într-unul dintre numerele sale, revista relatează un episod interesant, căsătoria unui cuplu de americani, în anul 1973. De reținut pentru abordarea noastră este faptul că acest gest inedit a determinat, ulterior, încă 200 de turiști americani să viziteze acele locuri. Conform discursului jurnalistic, evenimentul nupțial care a implicat participarea multor vizitatori americani a fost mediatizat în presa din SUA, generând un interes crescut pentru România¹². Un astfel de eveniment a putut fi lecturat în 3 limbi de circulație internațională, revista fiind distribuită prin intermediul rețelei de distribuție a „Asociației România”¹³. Într-o altă ordine de idei se poate remarca faptul că revista oferea cititorilor străini și alte modalități de petrecere a timpului liber, de a practica turismul: parcurgerea unor trasee

¹⁰ Nămolaru 1964, p. 3.

¹¹ Nămolaru 1964, p. 92.

¹² *Nunta...* 1973, p. 2. O altă comunitate rurală care a găzduit evenimente matrimoniale pentru invitații (turiștii străini) era Sibielul, în județul Sibiu.

¹³ Era vorba de limbile franceză, engleză și germană.

montane unice, loisir la pescuit și vânatoare, participarea la sărbătorile tradiționale românești, vizitarea unor patrimonii muzeale singulare prin valoarea lor¹⁴.

Alte publicații, precum „România Pitorească” cu variantele sale în limbile engleză, franceză și germană, alături de revista „Holidays in Romania”¹⁵, se încadrau în categoria produselor (publicațiilor) care prezentau Occidentului oferta de turism românesc. Aceste reviste cuprindeau o serie de referințe fotografice (evident, publicitare), cu privire la infrastructura unităților hoteliere românești, prezentate ca spații de cazare și agrement moderne și oferind certitudinea unor servicii turistice de calitate. Reclama prezentă în cele două reviste era o garanție suplimentară și asupra calității și capacităților personalului capabil să răspundă celor mai diverse exigențe venite din partea turiștilor¹⁶. În același timp, prezențele publicitare din revistele menționate ofereau detalii suplimentare asupra magazinelor de artizanat românești, care comercializau suveniruri cu elemente simbolice despre România.

Pentru vorbitorii de limbă germană, ca și pentru mediile sau statele germane, o altă revistă își aroga aproape sistematic rolul de instrument de propagandă turistică. Este vorba de revista „Neuer Weg”, organul de presă al minorității germane din România. Oferta turistică românească pe stațiuni și în funcție de anotimpuri era surprinsă detaliat, alături de alte evenimente sportive și turistice prezentate ca argumente suplimentare care să-i determine pe germani să viziteze România¹⁷. Și revista „Contemporanul” devine un spațiu de dezbatere a problemelor turismului. Deși redactată în limba română, revista se regăsea adesea (alături de alte publicații similare) în standurile târgurilor internaționale la care participa România. Publicația dădea cuvântul periodic lui Toma George Maiorescu, scriitor și redactor șef al revistei „România pitorească”. Evenimentele din sfera turismului cultural sau balnear, elementele de reclamă turistică, deopotrivă, se regăseau în paginile publicației¹⁸.

¹⁴ Vezi colecția „Tribuna României” anii 1970-1982.

¹⁵ Limbajul folosit în revistă era unul accesibil, iar calitatea textelor era de ținută, alături de detaliile fotografice care prezentau direct potențialului turist, o paletă de opțiuni (servicii) turistice.

¹⁶ În numărul 98/1980 al revistei „Holidays in Romania” erau consacrate două pagini prezentării detaliate a capacităților de cazare ale Hotelului Timișoara, argumentele fiind susținute de fotografii cu interioarele generoase ale așezământului. Totodată, alte numere ale revistei ilustrau prin articole manifest o suită de argumente care să răspundă la întrebările turiștilor vizavi de criteriile care i-ar determina să aleagă România ca destinație turistică; vezi articolul *Why Romania?*, în „Holidays in Romania”, nr. 104, 1980.

¹⁷ „Neuer Weg” a fost un cotidian central de limba germană, finanțat de stat, care a apărut în România în perioada 1949-1992, fiind destinat minorității germane din România. Editarea ziarului „Neuer Weg” a fost inițiată în 1949 de Comitetul Antifascist German. Ziarul apărea de șase ori pe săptămână. La sfârșitul anilor ‘50 și în anii ‘60, tirajul era de circa 60.000 de exemplare. Misiunea politică principală a ziarului era atragerea cititorilor spre edificarea unei societăți socialiste. Ziarul era supervizat direct de Direcția de Presă a Comitetului Central al PCR și, la fel cu toate celelalte publicații, era supus cenzurii. Redacția avea sediul în București, cu reprezentanțe în unsprezece orașe ale României. Colectivul de ziariști de la conducere până la corectură, consta, în special, din sași, șvabi și evrei vorbitori de limba germană, majoritatea proveniți din Transilvania, Banat și Bucovina. În anul înființării ziarului, 1949, minoritatea națională germană reprezenta circa 2,5% din populația României.

¹⁸ *Prezențe ...1961; Conferința3 iulie 1970.*

Personalități și acțiuni românești și străine în paradigma promovării turismului internațional și a culturii României

Se poate observa că de-a lungul anilor '60 Institutul Român pentru Relațiile Culturale cu Străinătatea a derulat o strategie diversă de promovare a potențialului cultural și turistic românesc, apelând la o serie de intermediari, oameni de cultură italieni; însă, reprezentanții IRRCs optaseră pentru personalități cu puternice vederi de stânga, cu acțiuni politice și culturale de inspirație marxistă și cu capacitatea de a populariza „operele” realismului socialist. În 1958, academicianul Emil Condurachi dona Academiei Italiene albume ce ilustrau potențialul turistic inedit al României, cel din Delta Dunării, din Valea Bistriței, albume despre orașele medievale, dar și albume de artă, ilustrând creațiile celor mai cunoscuți pictori români.

În 1967, profesorul și cercetătorul Tancred Bănățeanu vizita câteva orașe importante din Franța și mai ales muzeele de istorie și artă tradițională din aceste orașe, în vederea stabilirii unor relații culturale bilaterale, dar și de promovare a potențialului artei tradiționale românești. Profesorul donează Facultății de Istorie din Montpellier o colecție de peste 250 de volume de etnografie, artă populară și folclor românesc, discuri și diafilm¹⁹. Aceste produse culturale reprezentau un instrument de popularizare a frumuseților culturale ale României în rândul cercurilor studențești franceze, dar constituiau și un instrument de lucru pentru lectoratul românesc din Montpellier. Chiar și prelegerile ținute la Facultatea de Litere și Științe Umaniste a Universității din Montpellier puteau constitui deopotrivă forme de promovare și propagandă, în relație cu imaginea externă a României. În spiritul aceleiași propagande culturale (și cu finalități turistice), profesorul Tancred Bănățeanu stabilea o serie de demersuri pentru schimbul de publicații și de articole despre potențialul cultural și turistic al celor două țări. Mai mult decât atât, erau stabilite detaliile organizării unei expoziții permanente românești la Universitatea din Montpellier. Din aprecierile aceluiși cercetător român, se putea deduce faptul că autoritățile comuniste doreau transformarea, la nevoie, a lectoratului românesc din Montpellier într-un centru de propagandă pentru regimul comunist²⁰.

Un alt raport, care analiza acțiunile de propagandă culturală de-a lungul anului 1966, considera că o modalitate de diseminare a potențialului cultural și turistic românesc era reprezentată de trimiterea unor delegații culturale și a unor ansambluri artistice peste hotare (cca. 3200 persoane componente ale delegațiilor românești, pe anul 1965). Astfel de manifestări erau considerate drept acțiuni cu un coeficient de reușită propagandistică foarte ridicat. Mai mult decât atât, de-a lungul anilor 1965 și 1966, fuseseră trimise în străinătate peste 40 de expoziții tematice, între care amintim: *Expoziție de pictură și sculptură contemporană în R.P. Chineză*, *Expoziția de cultură și pictură a secolului XX în URSS*, *Expoziție de artă plastică contemporană în Republica Socialistă Federativă Iugoslavia*, *Expoziție de carte (inclusiv turistică) în Republica Socialistă Cehoslovacia*²¹. Acțiunile propagandistice cu acest profil au fost orientate sistematic și către statele capitaliste: *Expoziție de artă veche românească în Statele Unite ale Americii*, *Expoziție de artă plastică „Ion Țuculescu” în Franța*, *Expoziție de pictură pe sticlă și xilografură în RF*

¹⁹ Arhivele Naționale Istorice Centrale (în continuare ANIC), Fond C.C. al P.C.R., Secția de Propagandă și Agitație, dos. 26, 1967, f. 17.

²⁰ ANIC, Fond C.C. al P.C.R., Secția de Propagandă și Agitație, dos. 26, 1967, f. 17.

²¹ ANIC, Fond C.C. al P.C.R., Secția de Propagandă și Agitație, dos. 26, 1967, f. 20.

Germană, *Expoziție de artă plastică „Brăduț Covaliu, Ion Irimescu”* în Norvegia, *Expoziție de cărți și tipărituri vechi și publicații actuale* în Franța, *Expoziție de scenografie* în Franța, *Expoziție de artă plastică a tinerilor artiști români* în Italia, *Expoziție de pictură pe sticlă* în Olanda²².

Un domeniu prioritar în propaganda turistică îl reprezenta participarea României la festivalurile internaționale de filme, acesta fiind poate, pentru deceniul al șaptelea, cea mai coerentă oportunitate de promovare atât a cinematografilei românești, cât și a României în ansamblu. Autoritățile raportau ca pe un succes faptul că în țările socialiste fuseseră organizate chiar zile ale filmului românesc (exemple elocvente fiind Cehoslovacia și Bulgaria). Crescuseră chiar și vânzările de filme artistice românești, cca. 115 în 1966, față de 78 de filme de scurt metraj și documentare în anul 1965. Filmele românești fuseseră achiziționate în 27 de țări²³. Anul 1966 reprezenta un succes, din această perspectivă, mai ales că România fusese prezentă la 58 de festivaluri cinematografice organizate peste hotare, iar cinematografia autohtonă se făcuse remarcată prin câteva producții. Schimburi culturale intense în anii 1965-1966 avuseseră loc cu Franța, Italia și S.U.A., mai ales că România încheiase acorduri culturale cu aceste state.

O altă acțiune-reper organizată în România, acțiune care atrăsese atenția a numeroși specialiști, era simpozionul cu tema *Muzeele etnografice în aer liber* organizat sub egida Comitetului Național al Consiliului Internațional al Muzeelor. Acest eveniment reunise 66 de specialiști din 22 de țări, invitații luând contact cu etapele dezvoltării muzeografiei românești și cu valorile etnografice, etnologice și antropologice locale. Mai mult decât atât, reușita propagandistică era detectată de autorități la nivelul relațiilor stabilite între specialiștii români și străini, dar mai ales în ceea ce privește posibilitatea organizării unor expoziții românești în țări socialiste și capitaliste. Un alt rezultat pozitiv invoca cele 42 de titluri de lucrări românești apărute în străinătate, dar și participarea României la 19 expoziții și târguri internaționale de carte, creându-se astfel premisele unei familiarizări prin lectură cu România²⁴.

În 1963, scriitorul, Miguel Angel Asturias, vizita România și realiza câteva note de călătorie, cuprinse într-o lucrare cu titlul *Note de călătorie în țara românilor*. Lucrarea se dorea a fi, conform referatului întocmit de activiștii din cadrul Secției de Propagandă și Agitație a C.C.-ului, un ghid turistic inedit despre România, pentru potențialii turiști străini. Spre deosebire de opiniile critice exprimate anterior de autorități vizavi de impresiile de călătorie ale lui Silvio Micheli (care ignoraseră pe alocuri rețetarul ideologic), cartea lui Miguel Asturias era integral conformă dezideratelor propagandei: „Unele aprecieri exagerate, o apologie puțin euforică, totul s-a rezolvat paradiziac. Totul a fericire, horă sau cu anumite confuzii teoretice, cu afirmații insuficient de susținute prin date comparative: industria, una din cele mai bune din Europa etc.”²⁵. Cele 230 de pagini dactilografiate ale lucrării oferă suficiente temeuri autorităților pentru a considera lucrarea un veritabil instrument de propagandă pentru regimul socialist²⁶. Mai mult decât atât,

²² ANIC, Fond C.C. al P.C.R., Secția de Propagandă și Agitație, dos. 26, 1967, f. 40.

²³ ANIC, Fond C.C. al P.C.R., Secția de Propagandă și Agitație, dos. 26, 1967, f. 67.

²⁴ ANIC, Fond C.C. al P.C.R., Secția de Propagandă și Agitație, dos. 27, 1967, f. 17; dos. 21, 1961-1966, f. 27.

²⁵ ANIC, Fond C.C. al P.C.R., Secția de Propagandă și Agitație, dos. 26, 1967, f. 17 dos. 27, 1967, f. 1.

²⁶ ANIC, Fond C.C. al P.C.R., Secția de Propagandă și Agitație, dos. 26, 1967, f. 17 dos. 27, 1967, f. 8

lucrarea vorbește la superlativ despre regimul comunist, insistă pe datele pozitive care ilustrau avântul industriei, subliniază entuziasmul omului nou, creator și, mai ales, surprinde pitorescul peisajelor, toate acestea fiind ingredientele ofertei turistice românești. Autorul referatului lucrării lui Asturias remarcă chiar importanța politică a unei asemenea lucrări, considerând că această carte „ne va face, neîndoielnic, un mare serviciu în străinătate. Ea va răspunde întrebărilor, îndoielilor multor oameni de bună credință, va da o lovitură grea multor calomnii. Aceasta, cu prestigiul și cu argumentarea faptică și artistică a lui Asturias”²⁷. Observăm că și în acest context discursul turistic este impregnat cu elemente de factologie politică, ilustrând opoziția dintre intențiile regimului de promovare a Republicii Socialiste și de obturare a abuzurilor interne și contraatacurile la adresa României, venite din partea inamicilor de clasă. Pe lângă limbajul tipic propagandei, aflată în răfuială cu dușmanii reali sau imaginari ai regimului, sesizăm un imperativ organizațional și acțional al regimului Dej²⁸. Era vorba tocmai de nevoia de a identifica și alte personalități de talia lui Asturias, care, într-un context sau altul, să intre în serviciul României și să deruleze, deliberat sau nu, acțiuni culturale de credibilizare a României pe plan extern. Autoritățile considerau chiar că o imagine mai mult decât pozitivă în plan extern va crea efecte imediate și în planul politicii interne, contribuind pe undeva la detensionarea raporturilor sociale²⁹.

Existau și alte modalități de care responsabilii cu propaganda din cadrul Asociației România se foloseau pentru a contura o imagine de deschidere a regimului față de reprezentanții perioadei interbelice. Astfel, urmașii familiilor politice care conduseseră România erau proiectați de periodicele care se adresau străinătății într-o lumină cât se poate de favorabilă, mimându-se o anume solidaritate a regimului cu aceștia. La rândul lor, cei din urmă remarcă avântul social-economic al României, vorbind despre legăturile profunde pe care le nutreau față de patria de origine. De asemenea, erau rememorate experiențele turistice pe care le trăiau la revenirea în România precum și angajamentul pe care și-l luau în vederea promovării României în spațiul occidental. Un exemplu elocvent îl oferă Barbu Călinescu, fiul prim-ministrului asasinat în anul 1939, arhitect cu o poziție solidă în cadrul corpului profesoral de la Cambridge. Vizitând România, acesta amintea că: „cu doi ani în urmă am făcut o excursie la mănăstirile din Nordul Moldovei. M-am gândit că ar trebui să fac ceva ca ele să fie vizitate și de arhitecții englezi și mai cu seamă de englezi”³⁰. Deducem aici un tip de angajament public pe care un intelectual format în Occident și-l asumă, așa după cum propaganda dorea să arate acest tip de mobilizare. Mai mult, detectăm o anumită solidaritate a lui Barbu Călinescu cu interesele politice ale factorilor de decizie de la București. Acest tip de solidaritate echivala, pentru regimul comunist, cu recunoașterea sa pe plan internațional. Era astfel și o formă insidioasă de legitimare.

O altă modalitate frecventă prin care autoritățile comuniste înțelegeau să promoveze potențialul cultural și creator al României se referea la apelul la patrimoniul cultural

²⁷ ANIC, Fond C.C. al P.C.R., Secția de Propagandă și Agitație, dos. 27, 1967, f. 173.

²⁸ ANIC, Fond C.C. al P.C.R., Secția de Propagandă și Agitație, dos. 27, 1967, f. 45.

²⁹ ANIC, Fond C.C. al P.C.R., Secția de Propagandă și Agitație, dos. 28, 1967, f. 19.

³⁰ *Tribuna României*, 1973, p. 3.

(artistic) sau la personalitățile de prim rang ale culturii române din deceniile anterioare³¹. Procesul exportului de imagine culturală presupunea, printre altele, editarea unor albume de artă de condiții grafice ridicate și concentrate pe evidențierea numeroaselor personalități creatoare din panteonul cultural românesc. Un astfel de instrument putea să fie însoțit de texte de prezentare, exclusiv în limbile germană, engleză sau rusă. Înțelegem astfel că ele erau destinate exclusiv exportului, prin intermediul instituțiilor specifice subordonate Ministerului Comerțului Exterior sau Institutului pentru Relațiile Culturale cu Străinătatea. Asemenea albume reprezentau, după caz, „piesele forte” ale expozițiilor internaționale la care România era parte participantă. Adesea, ele reprezentau cel mai bun purtător de cuvânt asupra autenticității creației locale. Un astfel de album, apărut în 1969 și însoțit de textele artistului Ionel Jianu (redactată integral în limba germană), era dedicat pictorului Nicolae Grigorescu. Calitatea albumului este remarcabilă, acesta fiind parțial color și structurat pe câteva teme predilecte din creația lui Nicolae Grigorescu. Se poate considera că reproducerea peisajelor celebre ale artistului prin intermediul acestui album puteau să fie o invitație la turism³². Un alt album, închinat tot lui Grigorescu, apărut în 1978, este însoțit de texte în limbile franceză și engleză, aparținând lui Henri Focillon și reprezentând o pledoarie pro-clasicistă în ceea ce privea creația lui Grigorescu. Față de albumul anterior, ediția din 1978 este mai elaborată și conține un tabel cronologic complex, dar și referințe românești și străine despre opera lui Grigorescu. Și acest album putea reprezenta un mod de stimulare a interesului iubitorilor de artă din afara granițelor României și o invitație de a cunoaște opera artistului la fața locului³³. Conținutul său constituie o pledoarie asupra ineditului peisajelor românești, fiind golit de conținutul politic, inerent în cazul unor lucrări asemănătoare. Continuând seria albumelor de propagandă culturală, Editura Meridiane edita un alt album *Luchian*, cu o cronologie detaliată în limbile franceză și engleză³⁴ a cunoscutului pictor român.

Un alt posibil punct de atracție pentru turiștii străini, dar și pentru iubitorii de vestigii istorice, era reprezentat de bisericile medievale transilvănene, prezente în limbajul istoriografic comunist sub numele de *cetăți țărănești*. Un astfel de album era elaborat de criticul de artă George Oprescu, tradus în limba germană în 1961 și publicat în RDG, la Dresda. Calitatea albumului (cu fotografiile alb-negru integral) se remarcă mai ales dacă avem în vedere detaliile științifice abundente ce puteau convinge orice iubitor al istoriei sau artei medievale să vină să le viziteze³⁵.

O altă piesă de export valoroasă a fost creația pictorului Alexandru Ciucurencu. Criticul de artă Mircea Deac a elaborat și publicat în 1978 un album parțial color, dedicat lui Alexandru Ciucurencu. Publicația era însoțită de texte în limbile germană și engleză, cuprinzând simultan și câteva referințe externe asupra prezenței artei lui Ciucurencu în afara granițelor României. Arta lui Ciucurencu s-a remarcat la expozițiile din Praga, Budapesta, Sofia și Plovdiv, generând interesul unor critici de artă din țările respective,

³¹ Aceste personalități se aflau la rândul lor într-un plin proces de reabilitare, astfel că antrenarea lui Arghezi, Călinescu sau Bakonsky în asemenea acțiuni, reprezentau modalități prin care regimul le oferea posibilitatea de a-și arăta „recunoștința” și de a le fi admis trecutul.

³² Grigorescu 1969, p. 78.

³³ Grigorescu 1978, p. 90.

³⁴ Alexandru 1978, p. 54.

³⁵ Oprescu 1961, p. 90.

care, în presa culturală din țările lor, au omagiat numele autorului. Exista o puternică componentă politică în discursul omagial al albumului, referitoare la asimilarea operei pictorului cu marile provocări ale industriei comuniste. Astfel, autorul devine un pledant al ilustrării „succesului” comunismului în România. Unul dintre tablourile la care se face des referire în critica epocii a fost *Export de tractoare*, crearea acestui tablou fiind motivată chiar de Ciucurencu prin cuvintele: „pe mine m-a impresionat în mod deosebit imaginea tractoarelor românești, a tractoarelor pe care acum le fabricăm în țară”³⁶. Discursul creației lui Ciucurencu capătă accente politice atunci când autorul înțelege să promoveze imaginea României, prezentând cinci lucrări la Expoziția Internațională de la Moscova, în anul 1976, intitulată *30 de ani victorioși*³⁷. Asemenea producții artistice se înscriu perfect în efortul continuu al autorităților comuniste de a păstra și de a conferi, după caz, accente politice demersurilor expoziționale externe. Prezența politicului la Ciucurencu este vizibilă în componența albumului amintit, acolo unde, alături de peisaje și natură moartă, apar reproduceri cu trimitere la conceptul de lumpen³⁸. Nu este omis de la reprezentare nici conceptul luptei de clasă, astfel încât, în albumul prezent la expozițiile externe este inclusă și o reproducere după tabloul intitulat *Epilogul răscoalelor – 1907*.

În galeria personalităților literare angrenate în efortul de propagandă românească (precum a fost cazul lui A.E. Bakonsky) îl întâlnim și pe criticul literar Petru Comarnescu, acesta fiind autorul unei ediții critice asupra creației lui Octav Băncilă. Albumul în cauză beneficia de reproduceri alb-negru și color după operele lui Băncilă, însoțite de mențiuni critice în limbile română și franceză³⁹. Evident, un asemenea album a beneficiat de un tiraj consistent, parte din acesta regăsindu-se în expozițiile internaționale de carte. Prezența unor personalități exponențiale ale culturii românești în efortul de propagandă turistică, între anii 1960-1980 poate denota mai multe sensuri.

În primul rând, putem identifica aici intenții ale legitimării regimului și dezideratul de consolidare a credibilității României pe plan extern, în contextul procesului firav de distanțare față de URSS. Într-un alt sens, putem desprinde maniera în care regimul comunist înțelegea să-i reabiliteze pe aceia care cunoscuseră reclusiunea, din motive politice sau de frondă, după momentul 23 august 1944. Regăsim în menționatul efort, nume importante: pe Tudor Arghezi, semnând prefața unui album intitulat *România*, editat în anul 1960; A.E. Bakonsky vizitează Italia, Franța, Austria, RFG, începând cu anul 1967. Volumele sale de poezii sunt traduse în germană sau franceză și reprezintă instrumente de propagandă culturală românească la expozițiile de carte din Occident⁴⁰.

Un moment aparte în biografia lui Bakonsky îl reprezintă călătoriile în Europa și în Asia, de la sfârșitul anilor '50, soldate cu apariția unui volum de reportaje de călătorie, cu valoare de legitimare a regimurilor comuniste (direct și de legitimare a progreselor regimului comunist instalat în România). Este o perioadă destul de încordată în raporturile sale cu autoritățile comuniste, fiind în plină derulare dosarul său de urmărire informativă. Cu toate acestea, faptul că i se permite să călătorească în spațiile statelor socialiste, la doar

³⁶ Deac 1978, p. 97.

³⁷ Este vorba de lucrările: *Export de tractoare, Nu ne veți înfrânge!, Modernizarea agriculturii în R.S. România, Noul pod peste Dunăre, Primul întâi mai liber*.

³⁸ Amintim aici tablourile: *Spălătoreasă, Călcătoreasă, Tăietor de lemne*.

³⁹ Comarnescu 1972.

⁴⁰ Bakonsky 1954; Bakonsky 1960; Bakonsky 1963.

câtiva ani de ruptura sa față de tribulațiile realist-socialiste, poate fi înțeles în mai multe chei de interpretare. Pe de-o parte, poate fi vorba de acțiuni de convingere asupra autorului că revoluțiile comuniste (în țările satelit ale URSS) sunt nu doar o certitudine ci, mai mult, se află în plină expansiune, sunt de nezdruccinat. Pe de altă parte, poate fi înțeleasă permisiunea autorităților, tocmai prin aceea că se vor putea folosi ulterior, în sens propagandistic, de cele văzute și scrise de Bakonsky în periplusul său european și asiatic. Deloc întâmplător, volumul *Călătorii în Europa și Asia* apare la o editură cu rol de politizare a mesajului literar, de purificare sau aliniere ideologică. În fine, într-un al treilea sens, călătoriile și volumul lui Bakonsky, în opinia noastră, pot fi înțelese și dintr-o cheie analitică pe care am mai evocat-o cu alte ocazii, aceea potrivit căreia și demersurile reportericești ale unui important scriitor, ca și statutul său politic și personal (de renegat sau paria pentru regim) pot să fie asimilate și nivelate politic de cenzură, iar pe viitor Baconsky putea servi cauzei comunismului național.

Reținem și alți oameni de litere, dublați de calitatea de jurnaliști, scriitori care îndemneau, din paginile revistei „Tribuna României” să viziteze spațiul rural românesc, satele tradiționale și chiar așezămintele de lângă mânăstiri. Fără argumente solide, Toma George Maiorescu, redactorul unei cunoscute reviste de turism a perioadei, susținea existența unui aflus crescut de turiști străini care preferau să-și petreacă cea mai mare parte a concediului în mediul rural. Pledoaria autorului este una relativ simplă, axată pe descrierea mediului natural din satele moldave, acolo unde invitația era lansată⁴¹. Era susținută ideea unui tip de agroturism incipient prin care propaganda comunistă căuta să inducă ideea diversității turismului românesc, dar și o anume deschidere a acestuia față de opțiunile turiștilor occidentali.

Debutul anilor '70 a atras după sine un impuls ideologic dat propagandei externe a României. Astfel, în iunie 1972 se constituia la nivelul Comitetului Central, al Secției Propagandă și Agitație, o Comisie de coordonare a propagandei externe românești. Aceasta urma să fie coordonată direct de Secția menționată, dar și de secretarul CC pe probleme internaționale⁴². Atribuțiile comisiei vizau: dezbateră și aprobarea programului activităților de propagandă peste hotare, inclusiv pe acela destinat emigrației (evident, acest program trebuia supus aprobării C.C.-ului⁴³); coordonarea acțiunilor de propagandă externă ale instituțiilor centrale, pentru o cât mai bună cunoaștere peste hotare a politicii interne și externe a regimului Ceaușescu⁴⁴; analiza formelor de organizare și a conținuturilor propagandei externe, corespunzătoare politicii externe a României, adaptarea lor la specificul diferitelor zone și țări dar și categoriilor sociale cărora se adresează⁴⁵. Aceeași comisie urma să impulsioneze activitățile instituțiilor responsabile pentru sporirea numărului de articole, studii, informări, materiale documentare despre societatea și economia RSR⁴⁶. Trebuia intensificată propaganda externă în contextul organizării expozițiilor României, din diversele târguri internaționale. La fel de importante erau și filmele istorice

⁴¹ *Sate...* 1973, p. 90.

⁴² ANIC, Fond CC al PCR, secția Cancelarie, dosar 71/1972, 23-29.

⁴³ ANIC, Fond CC al PCR, secția Cancelarie, dosar 71/1972, f. 89.

⁴⁴ ANIC, Fond CC al PCR, secția Cancelarie, dosar 71/1972, f. 97.

⁴⁵ ANIC, Fond CC al PCR, secția Cancelarie, dosar 71/1972, 94.

⁴⁶ ANIC, Fond CC al PCR, secția Cancelarie, dosar 71/1972, f. 87.

sau documentarele cu specific turistic sau cultural, în special pentru vizitatorii externi. Vizitele delegațiilor străine trebuiau organizate detaliat, astfel încât acestea să atingă obiectivul vizat de autoritățile comuniste: o cât mai bună cunoaștere a realizărilor regimului. Evident era vorba de o cunoaștere controlată. Trebuiau reluate cu intensitate activitățile de propagandă ale Asociației „România”, în special în rândurile emigrației românești⁴⁷. Toate aceste măsuri, dincolo de rezultatele imediate vizate, denotau incontestabil o continuă nevoie de legitimitate a lui Ceaușescu în plan extern.

Elemente ale cultului personalității lui Nicolae Ceaușescu se identifică la nivelul articolelor din periodicele destinate construirii imaginii destinată exteriorului. De fapt, componenta politico-ideologică din textele de prezentare o surmontează pe aceea de imagine turistică a României. În aprilie 1973 revista „Tribuna României” publica un reportaj amplu despre umanismul lui Ceaușescu, despre caracterul amplu al personalității sale, recunoscute chiar de publicațiile din Occident. Autorul articolului era nimeni altul decât Eugen Barbu, acela care insista în abordarea sa pe faima lui Nicolae Ceaușescu, suficientă pentru a induce un interes foarte mare pentru România, în rândul potențialilor vizitatori străini. Nicolae Ceaușescu apărea drept un spirit adânc, înțelegător, un om al poporului, un român ospitalier, gata să stea de vorbă cu fiecare delegație străină care ar vizita România. Imaginea sa de așa-zis lider redutabil era recunoscută chiar de Occidentul imperialist: „O revistă din RFG îmi confirmă ceea ce, noi cei de acasă știam, că se scoală la 5 de dimineață, că taie iarba din curte ca un țăran, după care citește ziarele și ia din sertar o hârtie pe care și așterne gândurile sale curate [...]. Poporul îl iubește pentru că simte în el un fiu al lui, un om care din fragedă tinerețe s-a luptat pentru drepturile celor mulți. Iată de ce se întoarce mereu în fabrici și șantiere, are o inteligență sclipitoare”⁴⁸. Din text transpare și nevoia suplimentară de legitimitate a lui Ceaușescu, dar și mecanismele de aservire a personalităților literare.

Propaganda culturală și turistică externă făcea eforturi ca prin prezentarea planului de acțiune al liderului PCR acesta să apară convingător în postura de ideolog de factură marxistă, vizionar în relațiile externe, portstindard al păcii în mișcarea pacifistă externă. Chiar produsele culturale oferite străinilor erau elaborate, conform discursului oficial, prin prisma *doctrinei* Ceaușescu⁴⁹.

Concluzii

Observăm așadar, pe de-o parte, faptul că strategiile de promovare a imaginii României atât în Est cât și în Vestul european au ținut aproape de exigențele ideologice. Pentru deceniul al șaptelea nu putem vorbi de o viziune complexă de promovare a imaginii României, ci mai degrabă de un mixaj atipic de produse culturale și teze politice inserate în cele dintâi. Se conturează clar rolul important pe care presa pentru străinătate îl deținea, mai ales dacă recunoaștem eforturile politice ale regimului de a se apropia de câțiva exponenți ai exilului românesc, prin intermediul Asociației „România”. În acest sens, relațiile de colaborare cu Barbu Călinescu sunt relevante. Mai mult, aceiași reprezentanți ai

⁴⁷ ANIC, Fond CC al PCR, secția Cancelarie, dosar 71/1972, f. 79, f. 80.

⁴⁸ Barbu 1973. Pentru a sublinia popularitatea lui Ceaușescu autorul oferea detalii suplimentare: „Un șofer din Roma m-a întrebat într-o seară pe când mă în întorceam din Sicilia, de unde sunt. Din România, i-am răspuns. A! Ceaușescu a zis el. Această identificare a conducătorului nostru cu patria mi s-a părut un omagiu suprem”.

⁴⁹ Gabanyi 2003, p. 52; Câmpeanu 2002, pp. 45-57.

exilului ar fi putut deveni, după caz, purtători de cuvânt ai realizărilor regimului. La fel, scriitorii aflați într-un sinuos proces de reabilitare trebuiau să devină, într-o anumită măsură, porta-voci ale regimului, în paradigma unei mimate democratizări/deschideri ale acestuia, în raport cu propria societate pe care o patrona.

Nu sunt de neglijat nici elementele „profesioniste” al ofertei turistice, prezente în discursul destinat exteriorului. Astfel, România apărea ca un spațiu turistic care îmbina ofertele modernității cu resursele turistice de esență tradițională. Sistemul de pensiune turistică al mănăstirilor din nordul Moldovei apărea ca un fapt inedit, pentru vizitatorul străin, cu atât mai mult cu cât vorbim de o societate comunizată, areligioasă, cuprinsă într-un proces ideologic, atent dirijat, de ateizare. De aici rezultă, pe de-o parte tensiunea generată de imperativul încadrării în dogme, iar pe de altă parte, dimensiunea strict economică, comuniștii români confruntându-se continuu cu nevoia achiziționării de valută.

Cu toate acestea, propaganda externă românească nu s-a detașat, profesionist, de exigențele rigide ale noilor teze ale propagandei. Era, în fapt, concepută și tributară diverselor faze ale confruntării dintre statele comuniste și occidentul capitalist. În acest sens, imperativul ținea mai ales de sublinierea fără echivoc, a superiorității sistemului comunist, chiar și atunci când se vehicula „oferte culturale” sau turistice.

Bibliografie / Bibliography

I. Surse inedite:

Arhivele Naționale Istorice Centrale, Fondul CC al PCR, *Secția Propagandă și Agitație*, 1960-1980; Fondul CC al PCR, *Secția Cancelarie*, 1960-1980; Fondul Institutului Român pentru Relațiile Culturale cu Străinătatea; 1960-1980; Fondul ARLUS, 1960-1970.

Presa culturală:

„Contemporanul” 1960-1980;
 „Tribuna României” 1970-1980;
 „România Pitorească” 1970-1980;
 „Almanahul Turistic” 1970-1980
 „Holidays in Romania” 1980.

II. Surse editate:

Alexandru 1978 – Ioan Alexandru, *Luchian*, Editura Meridiane, București, 1978.
 Bakonsky 1954 – A. E. Bakonsky, *Itinerar bulgar*, București, 1955.
 Bakonsky 1960 – A. E. Bakonsky, *Călătorii în Europa și Asia*, București, 1960.
 Bakonsky 1963 – A. E. Bakonsky, *Cluj și împrejurimile sale. Mic îndreptar turistic*, Cluj-Napoca, 1963.
 Barbu 1973 – Eugen Barbu, *Omul Nicolae Ceaușescu*, în „Tribuna României”, 13 aprilie 1973, p. 5.
 Bud 2006 – Crina Bud, *Rolurile si rolul lui A.E. Baconsky in cultura romana*, Editura Paralela 45, Colectia „Deschideri”, Pitesti, 2006.
 Câmpeanu 2002 – Pavel Câmpeanu, *Ceaușescu, anii numărătorii inverse*, Polirom, Iași, 2002.
 Comarnescu 1972 – Petru Comarnescu, *Octav Băncilă*, Editura Meridiane, București, 1972.
 Conferința 1970 – *Conferința națională de balneologie*, în „Contemporanul”, din 3 iulie 1970, p. 2.
 Deac 1978 – Mircea Deac, *Alexandru Ciucurencu*, Editura Meridiane, București, 1978.
 Diaconescu 2009 – A. E. Baconsky urmărit de Securitate, Ioana Diaconescu, în „România Literară”, nr. 40, 2009, p. 4.
 Diaconescu 2009 – A. E. Baconsky urmărit de Securitate, II., Ioana Diaconescu, în „România Literară”, nr. 41, 2009.
 Gabanyi 2003 – Anneli Ute Gabanyi, *Cultul lui Ceaușescu*, Polirom, Iași, p. 23-56.
 Jianu 1969 – *Maestri ai picturii românești – Grigorescu*, text de Ionel Jianu, Editura Institutului Cultural pentru Relațiile Culturale cu Străinătatea, București, 1969.
 Maiorescu 1973 – Toma George Maiorescu *Sate turistice - muzee deschise* în „Tribuna României” din 15 mai 1973, p. 4.

- Moldovan, Anisescu 2007 – Silviu B. Moldovan, Cristina Anisescu, *Partiturile Securității, Directive, ordine, instrucțiuni, 1947-1987*, Nemira, București, 2007.
- Movileanu 1978 – Grigorescu, *argument introductiv, cronologie și antologie de texte și de reproduceri*, editor George Sorin Movileanu, Editura Meridiane, București, 1978.
- Nămolaru 1964 – V. Nămolaru *Prezențe românești în lume*, Editura Politică, București.
- Nistor 2006 – Paul Nistor, *Sărbătorile comuniste și propaganda românească în America*, în „Xenopoliana”, XIV, 2006, pp. 203-211.
- Nunta 1973 – *Nunta la Lerești* – „Tribuna României” din 1 august 1973, p. 2.
- Pavelescu, Dumitru 2007 – *PCR și intelectualii în primii ani ai regimului Ceaușescu, 1965-1972*, volum de documente elaborat de Arhivele Naționale ale României, coordonatori Alina Pavelescu, Laura Dumitru, București, 2007.
- Prezențe 1961 – *Prezențe românești la târgurile internaționale*, în „Contemporanul”, din 29 decembrie 1961, p. 4.
- Oprescu 1961 – George Oprescu, *Die wehkirchen in Siebenbürgen*, Sachsenverlag, Dresden, 1961.
- Șaru 1961 – Gheorghe Șaru, *L’art dans la Repulique Populaire Roumaine*, București, 1961.
- Simion 2011 – Eugen Simion, *A.E. Bakonsky, I*, în „Cultura”, nr. 30, 2011, p. 4.
- Simion 2011 – Eugen Simion, *A.E. Bakonsky, II*, în „Cultura”, nr. 31, 2011. p 4.

