

# **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 Securității<sup>1</sup>, 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 Occidentului<sup>2</sup>. Asociațiile culturale pentru promovarea

---

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

<sup>1</sup> 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.

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