

## IDENTITĂȚI NAȚIONALE ȘI CONFLICT IDEOLOGIC ÎN CARICATURILE ȘI GRAFICA RĂZBOIULUI RECE (1950-1955)

*Paul NISTOR*

Războiul Rece, devenit vizibil mai ales prin crizele politice, tensiunile diplomatice și cursa înarmărilor, a fost purtat și cu arme mai rafinate care, deși folosite în plan secund, aveau o eficiență remarcabilă. Bătăliile desfășurate în domeniile militar, politic și economic au fost dublate de un front propagandistic, acolo unde ideologii Estului sau Vestului își permiteau experimente și jocuri ale minții, care să capteze încrederea indivizilor țintă. Și această dimensiune, însă, uza de strategii la fel de dure precum cele din zonele high politics, iar utilizarea propagandei albe, a propagandei negre și a subpropagandei avea rolul de a introduce confuzie prin distorsionarea adevărului și evidențierea unor realități relative<sup>1</sup>.

În tot acest peisaj de rivalitate politică și ideologică, folosirea umorului ca subspecie a propagandei a avut avantajele sale pentru inițiatori. Fiind capabil de a furniza nuanțe interesante, de la grotesc la extravagant, comicul a demonstrat că are funcții sociale complexe, reușind să impună mai facil modelarea atitudinilor și credințelor oamenilor, decât metodele brutale de pervertire a minții. Propaganda prin umor lua o formă suficient de umană într-o epocă sumbră, astfel încât să fie mai ușor acceptată de diferite segmente sociale<sup>2</sup>. Eludând într-un fel încrâncenarea politicului, comicul își folosea cu eficiență funcția ludică, impunând pseudo- valori, sentimente și false modele. Deși percepută în primă fază ca un joc de idei, implicarea graficii umoristice în strategiile ideologilor comuniști a tins și ea, la fel ca alte forme de propagandă, să indice cu severitate care erau axiomele oficiale de adevăr și moralitate ale regimului. Afirmând deschis că doar parodiază răul, caricaturile politice și

1 Garth S. Jowett, Victoria O'Donnell, *Propaganda and Persuasion*, London, 1992, p. 8-10.

2 *Umorul. Cea mai ieftină terapie*, Timișoara, 2008, p. 40-43.

grafica vremii se împregneau ele însele de rău și, încercând a-l exorciza declarativ, doctrinarii români mai mult se încărcau ei înșiși cu sentimente negative, transformându-le în valori cu suficient impact pentru populație<sup>3</sup>. Într-un tandem malefic, artistul și ideologul sugerau indivizilor o variantă oficială de interpretare a aceluia prezent politizat. Aceștia deveneau nu doar generatori ai umorului, ci și profeți ai societății, care ofereau chei pentru interpretarea prezentului și viitorului.

Caricaturile au fost utilizate cu succes, mai întâi în decredibilizarea rivalilor politici interni în diferite țări, așa cum arată cazuri celebre din bătăliile politice<sup>4</sup>. Apoi, s-a considerat că ele ar trebui să fie la fel de utile în cazul unor conflicte internaționale sau adversități dintre civilizații<sup>5</sup>. Inamicul trebuia prezentat drept barbar, crud, înfiorător și era de preferat ca el să inspire ură și nu amuzament<sup>6</sup>. Era important ca adversarul să fie identificat într-o zonă externă, ca parte a răului, un rău ce se cerea exorcizat. Impunerea acestei imagini asigura și o legitimare a violenței deoarece prezența răului însemna automat și necesitatea exterminării sale<sup>7</sup>.

În acest context, se poate constata și evoluția perfidă a propagandei comuniste est-europene care a inventat rivali, i-a creionat în detaliu, chiar când aceștia nu existau. Liderii politici au folosit nevoia oamenilor de un inamic extern pentru mobilizarea populară<sup>8</sup>, pentru conservarea unui potențial al ostilității naționale, dar și pentru un transfer de ură de la vechii adversari (Germania), către cei noi - occidentali<sup>9</sup>.

Evident, de fiecare dată, pericolul extern era prezentat prin clișee groșiere, inamicul era vizualizat doar ca întreg, nu avea deloc părți bune, nu avea nici o latură umană<sup>10</sup>. Era însă generator de violență și agresivitate, era imoral, iar

3 Jean-Mark Defays, *Comicul*, Iași, 2000, p. 13.

4 Isabel Simeral Johnson, *Cartoons*, în *The Public Opinion Quarterly*, Vol. 1, No. 3, July 1937, p. 38-42; Chang-Tai Hung, *The Fuming Image: Cartoons and Public Opinion in Late Republican China, 1945 to 1949*, în *Comparatives Studies in Society and History*, Vol. 36, No. 1, January 1994, p. 123.

5 Eberhard Demm, *Propaganda and Caricature in the First World War*, în *Journal of Contemporary History*, Vol. 28, No. 1, January 1993; Petra Kuppinger, *Review*, Fatma Müge Göçek (ed.), *Political Cartoons in the Middle East*, Princeton, N. J., 1988, în *International Journal of Middle East Studies*, Vol. 32, No. 4, November 2000.

6 *Ibidem*, p. 185.

7 Mark Poindexter, *ABC's The Path to 9/11, Terror-Management Theory and the American Monomyth*, în *Film & History*, July, 1, 2008, p. 57.

8 Shoon Kathleen Murray, Jason Meyers, *Do People Need Foreign Enemies?*, în *The Journal of Conflict Resolution*, Vol. 43, No. 5, October 1999, p. 555-556.

9 Rune Ottosen, *Enemy Images and the Journalistic Process*, în *Journal of Peace Research*, Vol. 32, No. 1, February 1995, p. 99.

10 Paul Coman, *Reading about Enemy: School Textbook Representation of Germany's Role in the War with Britain during the Period from April 1940 to May 1941*, în *British Journal of Sociology of Education*, Vol. 17, No. 3, 1996, p. 333.

esticii - „personajul bun”, aveau voie să amenințe, pentru că o făceau în numele dreptății (justiției internaționale)<sup>11</sup>.

Într-un asemenea imaginar violent, pacea și războiul constituiau teme de bază ale desenelor cu rol propagandistic. De cele mai multe ori în istoria umanității artiștii se raportau la aceste teme doar pentru a sublinia cinismul și cruzimea<sup>12</sup> și arareori se ajungea la o filosofie a moralității vizuale<sup>13</sup>. Efectul mesajului din grafica de război trebuia să fie dur, simplu și direct acesta fiind și cazul românesc. O tabără „dorea” pacea, alta „lucra” pentru un război care putea să aducă să un profit capitalist.

Descifrarea trecutului cu instrumente „neconvenționale” a fost făcută încă din a doua jumătate a secolului XX. În ansamblul tehnicilor de analiză a istoriei, caricaturile politice au fost acceptate ca surse importante care pot dezvălui credințe și prejudecăți, situații politice, conflicte și strategii, sau fragmente din evoluția unor personalități publice<sup>14</sup>. Transpunând idei abstracte în cadre concrete, grafica umoristică folosea aluzii, sugestii și stereotipuri, și prelua credințe populare pentru a le utiliza în comunicare, cu scopul transmiterii unor mesaje politice. În timpul Războiului Rece, doctrinarii comuniști au intenționat să manipuleze opiniile publicului larg din țările est-europene, controlând emoțiile și sentimentele oamenilor. În acest sens, caricaturile formau atitudini politice, deși aparent porneau de la umor și critică socială. Mai mult decât atât, caricaturile direcționau agresivitatea maselor și construiau psihoze naționale<sup>15</sup>, inventând rivali de moarte. Comuniștii au reușit să exploateze eficient diferențele între caricaturile destinate politicii interne și cele externe<sup>16</sup> și, mai ales, să găsească o cale pentru a îmbina caricatura politică cu cea socială<sup>17</sup>.

Concentrând mai multe simboluri vizuale într-un *super simbol*, caricatura și

- 11 David R. Spencer, *Visions of Violence. A Cartoon Study of America and War*, în *American Journalism*, 21(2), 47-48, Spring 2004, p. 52-55.
- 12 Brian Keith-Smith, *Review*, Wolfgang K. Hünig, *British and German Cartoons as Weapons in World War I: Invectives and Ideology of Political Cartoons. A Cognitive Linguistics Approach*, Frankfurt a. M., Peter Lang, 2003, în *The Modern Language Review*, Vol. 99, No. 3, July 2004, p. 858.
- 13 Chang-Tai Hung, *War and Peace in Feng Zikai's Wartime Cartoons*, în *Modern China*, Vol. 16, No. 1, January 1990.
- 14 Michael P. McCarthy, *Political Cartoons in the History Classroom*, în *The History Teacher*, Vol. 11, No. 1, November 1977, p. 29-32; Samuel J. Thomas, *Teaching America's GAPE (Or Any Other Period) with Political Cartoons: A Systematic Approach to Primary Source Analysis*, în *The History Teacher*, Vol. 37, No. 4, August 2004, p. 425-427.
- 15 Victor Alba, *The Mexican Revolution and the Cartoon*, în *Comparative Studies in Society and History*, Vol. IX, January 1967, p. 121.
- 16 W. A. Coupe, *Observations on a Theory of Political Caricature*, în *Comparative Studies in Society and History*, Vol. 11, No. 1, January 1969, p. 90-91.
- 17 Lawrence H. Streicher, *On a Theory of Political Caricature*, în *Comparative Studies in Society and History*, Vol. IX, No. 4, July, 1967, p. 432.

grafica politică s-au impus ușor, peste granițe etnice și lingvistice, furninzând mesaje clare, adeseori chiar brutale, înțelese însă rapid de toți receptorii, de la oamenii simpli la elitele naționale.

Impactul progresiv pe care artiștii și caricaturiștii l-au avut în secolele al XVIII-lea și al XIX-lea asupra publicului, precum și influența pe care au început să o exercite prin modelarea atitudinilor politice, au ridicat opera lor nu doar la rang de artă, ci și la stadiul de izvor istoric. Specialiștii au decis că imaginile nu conțineau doar doze însemnate de cinism și de umor, ci și indicii despre politicieni, credințe și prejudecăți ale epocilor, ideologii și atitudini față de rivalii interni sau internaționali. Rolul și ingeniozitatea demonstrate de numele mari ale domeniului<sup>18</sup> – Hogarth, Leech, Gillroy, Philipon, Daumier, Thomas Nast – au făcut ca la final de secol XIX și început de secol XX să fie editate primele colecții și analize ale caricaturilor politice – Graham Everitt, *English Caricaturists and Graphic Humorists of the Nineteenth Century* (London, 1886), James Parton, *Caricature and Other Comic Art* (New York, 1877), John Grant-Carteret, *L'Histoire, La Vie, Les Moeurs et La Curiosité* (Paris, 1928). Au urmat, spre mijlocul secolului XX, lucrări fundamentale care încercau să ofere o privire de ansamblu asupra întregului fenomen: A. Nevins, F. Weitenkamp, *A Century of Political Cartoons* (New York, 1944), D. Low, *British Cartoonists, Caricaturists and Comic Artists* (London, 1942), W.A. Coupe, *The German Illustrated Broadsheet in the Seventeenth Century* (Baden-Baden, 1966/1967).

După cel de-Al Doilea Război Mondial, abundența referințelor despre impactul avut de caricatura politică a făcut necesară apariția unor analize mai complexe asupra mesajului transmis prin imagini umoristice. Studiile lui Victor Alba<sup>19</sup> și W. A. Coupe<sup>20</sup> asupra legăturilor dintre *cartoons* și unele revoluții moderne (din Mexic și din Germania) au dat naștere la dezbateri referitoare la rolul graficii și organizarea ostilității și agresivității maselor. Plecând de aici, Lawrence H. Streicher scria în 1967 un studiu – *On a Theory of Political Caricature*, completat în 1969 de W. A. Coupe – *Observations on Theory of Political Caricature*<sup>21</sup>. Cei doi au lansat în dezbatere și analiză o serie de teme importante: distincția dintre caricatura politică și cea socială, unicitatea caricaturilor ca forme de artă, simbolistica deformării și exagerării,

18 Herbert M. Atherton, *Political Prints in the Age of Hogarth: A Study of the Ideographical Representation of Politics*, Oxford, 1974; David Kunzle, *History of the Comic Strip*, Los Angeles, London, 1973.

19 Victor Alba, *op. cit.*

20 W. A. Coupe, *The German Cartoon and the Revolution of 1848*, în *Comparative Studies in Society and History*, Vol. IX, January 1967.

21 Lawrence H. Streicher, *On a Theory of Political Caricature*, în *Comparative Studies in Society and History*, Vol. IX, No. 4, July, 1967; W. A. Coupe, *Observations on a Theory of Political Caricature*, în *Comparative Studies in Society and History*, Vol. XI, No. 1, January, 1969.

rolul propagandistic, credibilitatea și adevărul caricaturilor, rolul și evoluția caricaturiştilor, al publicațiilor care îi găzduiesc și al publicului receptor. În timp, s-au adăugat detalii despre psihologia caricaturii, deontologia artistului, efectele punitive sau umoristice ale satirii grafice, ajungându-se până la lucrări de genul: Kenneth Try Rivers, *Transmutations: Understanding Literay and Pictorial Caricature* (Lanham, 1991) sau John A. Lent, *Cartoonists, Works and Characters in the U.S. through 2005: An International Bibliography* (Westport, 2006).

Rușii au avut experiențe destul de timpurii în probleme de război imagologic (al imaginilor) cu Vestul, pe care să le transmită tuturor țărilor est-europene trecute la comunism. Astfel, în timpul Războiului Crimeii apare lucrarea lui Gustave Doré – *Histoire pittoresque, dramatique et caricaturale de la Saint Russie*<sup>22</sup> și numeroase caricaturi în „Punch”-ul britanic, la care rușii contraatacă cu desenele lui Nikolai A. Stepanov și V. Beliaev<sup>23</sup>. Chiar și în timpul Războiului Rece, occidentalii cunoșteau importanța propagandistică a caricaturilor sovietice dintr-o serie de lucrări editate în Occident – *Out of the Crocodile's Mouth. Russian cartoons about the United States from Krokodil* (Washington D.C., 1950), *Soviet Humor – Stories and Cartoons* (London, 1950), *The View from Red Square. A Critique of Cartoons from Pravda and Izvestia, 1947-1964* (New York, 1966), în care era prezentată o grafică ideologizată care pur și simplu descalifica America și pe aliații ei. Mai mult, se cunoșteau intervențiile directe ale C. C. al P. C. U. S., care concediasă redactori și reorganizase revista Krokodil, dar îi recunoscuse meritele în bătălia ideologică pe termen lung<sup>24</sup>.

În timp ce Partidul Bolșevic fusese de acord că umorul era o armă ideologică eficientă, chiar Lenin ceruse expres ca arta să servească propaganda, fără a se inventa umor de dragul umorului și artă pentru artă<sup>25</sup>. Dar se pare că desenatorii sovietici nu erau nicidecum inovatori pe domeniul lor, ci mergeau pe tradiția occidentală a lui Hogarth, Gillray sau Daumier<sup>26</sup>. Maeștrii sovietici Efimov, Ganf, Eliseev erau însă adevărate modele pentru caricaturiştii români – Ioan Doru, Nell Cobar, Eugen Taru, Cik Damandian, Rik Auerbach –, care copiau tehnicile, temele dar și brutalitatea mesajului sovietic<sup>27</sup>. Misiunea propagandistică extinsă a caricaturilor politice românești se vedea și din decizia

22 David Kunzle, *Gustave Dore's History of Holy Russia: Anti-Russian Propaganda from the Crimean War to the Cold War*, în *Russian Review*, Vol. 42, No. 3, July 1983.

23 Anthony Cross, *The Crimean War and the Caricature War*, în *The Slavonic and East European Review*, Vol. 84, No. 3, July 2006, p. 473-478.

24 *On the Magazine Crocodile*, în *Soviet Studies*, Vol. 2, No. 2, October 1950, p. 201.

25 David Low, *Krokodil Cartoonists*, în *Soviet Studies*, Vol. 2, No. 2, October 1950, p. 164.

26 *Ibidem*, p. 169.

27 Virgil Țărău, *Caricatură și politică externă. România anilor 1950-1951*, în Liviu Țărău și Virgil Țărău (ed.), *România și relațiile internaționale în secolul XX*, Cluj Napoca, 2000, p. 220.

luată de comuniști de a grupa în albume și expoziții cele mai reprezentative lucrări. Acestea primeau și explicații sub formă de texte în engleză și franceză, lăsând să se înțeleagă astfel că vizau, ca influență, și mediul extern<sup>28</sup>.

Există puține preocupări românești pentru analiza caricaturilor sau graficii politice, și subliniem că acest domeniu este încă în stadiul de pionierat pentru România. Amintim, printre cei care deschid studiul acestui domeniu, pe Alexandru Florin Platon, Andra Fătu-Tutoveanu și chiar pe cei care au investigat caricaturile de la începutul Războiului Rece românesc: Virgil Țărău<sup>29</sup> și Paul Nistor<sup>30</sup>.

Pentru a stabili care a fost aportul graficii în conturarea identităților naționale în imaginarul românesc postbelic, am ales aproximativ 100 de caricaturi (în majoritate) și grafică politică din ziarul „Scânteia”, officiosul Partidului Comunist Român. Imaginile au fost selectate din perioada 1950-1955 și privesc subiectele politice și sociale care constituiau nucleul propagandei vizuale a regimului comunist. Intenționez să urmăresc mai multe direcții de analiză: cum sunt prezentate identitățile naționale europene în timpul Războiului Rece, câte imagini reveneau inamicilor și câte esticilor, dacă au fost caricaturizate și personaje reale sau simbolice reprezentând România, U.R.S.S. sau blocul estic, în ce măsură au apărut și desene pozitive care înfățișează pe rivalii occidentali ai României, care au fost temele majore abordate în propaganda vizuală din „Scânteia”, ce personaje/țări aveau preeminență în cadrul imaginilor și care era doza de violență/agresivitate indusă cu ajutorul imaginilor încărcate de simbolistică ideologică.

La fel de importantă va fi și stabilirea detaliilor cu ajutorul cărora s-au dat nuanțele distincte ale diverselor identități naționale, particularismele locale, personaje reprezentative pentru anumite națiuni. Toate acestea vor fi interpretate cu ajutorul literaturii de specialitate, după modelele oferite deja de cazurile analizate de cercetătorii occidentali sau români care s-au ocupat anterior de subiecte similare.

Caricaturile și grafica politică din ziarul „Scânteia” din anii 50 au fost utilizate metodic ca instrumente care puteau schița o nouă identitate națională în interiorul tânărului stat comunist. Aproape obligatoriu, elementele de identitate socialistă, prezentate vizual, îmbinau ceva din tradiție, din fondul deja cunoscut de popor, cu noile direcții impuse de regimul Dej. Astfel, vigoarea românească a țăranilor și muncitorilor se plia pe detalii care insistau pe ideea de muncă, de pace, de încredere în sine și în viitor, de optimism, progres și construcție a unei noi societăți.

28 *Ibidem*.

29 *Ibidem*.

30 Paul Nistor, *Imaginea adversarului în caricaturile Războiului Rece*, în Andi Mihalache, Silvia Marin (coord.), *De la fictiv la real. Imaginea, imaginarul, imagologia*, Iași, 2010.



La scară europeană, avem suficiente exemple de imagini naționale, construite firesc, pe baza unor stereotipuri populare sau, dimpotrivă, datorită unor comenzi ideologice. O națiune văzută prin ochii alteia poate fi ceva amuzant uneori sau poate încărcat de gravitate în anumite situații. Astfel, irlandezii, văzuți de americani sau englezi, apar ca oameni needucați, bețivi și săraci, deținători ai unor slujbe mizere – bucătari, menajere, zidari<sup>31</sup>. Americanii erau prezentați ca dominatori de către englezi<sup>32</sup>, rasiști și abuzatori de către mexicani<sup>33</sup>, iar imaginea lor în ziarele sovietice din prima etapă a Războiului Rece se condensa în cele mai nocive simboluri: Ku-Klux-Klan-ul, gangsteri, militariști, capitaliști avari<sup>34</sup>. Înțelegem din aceste exemple că atunci când se dorește macularea imaginii unei națiuni, se procedează brutal la reducerea caracteristicilor acelei națiuni către viciile și tarele elementare. Așa s-a procedat și în cazul românesc, când comuniștii au intenționat să „dezvăluie” oamenilor simpli personalitatea „hidoasă” a popoarelor occidentale.

Și în cazul studiat de noi, deoarece identitatea și alteritatea erau legate intrinsec, ideologii P.C.R.-ului au ținut să prezinte o străinătate agresivă și periculoasă, care și ea își definea forme noi, postbelice, dar total opuse identităților socialiste, încă incipiente. Mai mult, prin antiteză cu caracteristicile occidentalilor, și mai puțin prin etichete explicite, românii, în particular, și esticii, în general, căpătau elemente de personalitate pozitivă.

De notat faptul că imaginile au fost folosite în mod diferit pentru manipularea politică, pentru generarea de atitudini și pentru creionarea de identități naționale sau de grup. În timp ce însușirile negative ale națiunilor și alianțelor vestice erau exagerate și hiperbolizate în caricaturi politice – arme cu mult mai eficiente pentru inventarea unui tip de prestigiu simbolic malefic, virtuțile Estului și ale României erau redată exclusiv prin desene, schițe și grafică încărcate cu seriozitate, ce țineau distanța față de domeniul caricaturii și ridiculizării. În plus, imaginile dedicate inamicilor copleșeau numeric pe cele destinate „lagărului socialist”, în acest fel creându-se impresia că Răul occidental, omniprezent, presa permanent asupra unui stat estic pacifist.

Arta grafică ideologizată, inserată în ziarul „Scânteia”, între 1950-1955, nu are foarte multe trimiteri la identitatea națională a celor implicați în rivalitățile Războiului Rece. Existau preferințe către alte detalii și se constată o translare

31 Jennifer K. Hardy, *The Caricature Of The Irish In British And U.S. Comic Art*, în *The Historian*, Vol. 54, Issue 2, December 1992.

32 Allen McLaurin, *America Through British Eyes. Dominance and subordination in British political cartoons of the 1940s*, în *Journalism Studies*, Vol. 8, No. 5, 2007.

33 Stephen D. Morris, *Exploring Mexican Images of the United States*, în *Mexican Studies*, Vol. 16, No. 1, Winter 2000.

34 Alexander Dallin, *America Through Soviet Eyes*, în *The Public Opinion Quarterly*, Vol. 11, No. 1, Spring 1947.

a atenției dinspre identitățile naționale către identități de grup sau de clasă. Totuși, în destule cazuri sunt identificabile elemente de culoare națională care permit cititorilor să facă distincția între națiunile occidentale și cele răsăritene europene.

Concentrându-ne mai întâi pe caricaturile politice putem vorbi de preferința artiștilor români de a ridiculiza pe liderii politici și militari ai Vestului. În fond, șefii de stat și de guvern erau meniți a încarna o națiune întreagă, iar caracteristicile personalității lor sunt echivalate abil cu însușirile națiunilor. Truman reprezintă întreaga Americă, Churchill – Regatul Unit, Adenauer – Germania, Plastiras – Grecia. Metonimia e forțată inteligent și toate viciile și caracteristicile negative ale liderilor sunt transferate țărilor respective, care decad în ochii publicului român<sup>35</sup>. Era facil să se condenseze caracteristicile negative ale liderilor cunoscuți și ușor identificabili și să fie prezentate ca aparținând tuturor americanilor, francezilor sau germanilor. Orice greșală politică a liderilor era o gafă a popoarelor și chiar a Vestului, ca întreg<sup>36</sup>.

La o privire simplistă, am spune că imaginile participau activ la crearea identităților naționale prin supradimensionarea unor virtuți unice sau prin simplificarea și denaturarea altor trăsături<sup>37</sup>. Evident, imaginile străinilor au rădăcini adânci, poate chiar istorice, într-o societate, dar ele sunt într-o continuă mișcare. În cazul nostru, imagini pozitive sau neutre au fost transformate în simboluri negative prin exacerbarea urii către anumite popoare sau prin legarea lor simbolică de criminali contemporani<sup>38</sup>. De multe ori îi întâlnim pe americani plasați lângă foști ofițeri naziști sau chiar lângă Hitler<sup>39</sup>. Nu trebuie să ne surprindă această violență vizuală deoarece masele, receptorii caricaturilor, aveau nevoie de un naționalism și de o alteritate rudimentară<sup>40</sup>. Apoi, la fel ca și în cazul indivizilor sau grupurilor care își construiesc identitatea prin stereotipuri și prin activarea ostilității și a temerilor față de dușmani, și națiunile folosesc aceleași impulsuri, doar că o fac cu instrumente mai rafinate – media, limbaj, discursuri<sup>41</sup>. Chiar și în cazul special studiat de noi, putem afirma că istoria caricaturii excelează prin discriminare rasială,

35 Brian Keith-Smith, *op. cit.*, p. 858.

36 *Scântea*, 9 septembrie 1950, 16 martie 1951, 24 octombrie 1951, 9 iulie 1952.

37 Christina Michelmores, *Old pictures in New Frames. Images of Islam and Muslims in Post World War II American Political Cartoons*, în *Journal of American and comparative cultures*, January, 1, 2000, p. 37; Sidney Tarrow, *Paradigm Warriors: Regress and Progress in the Study of Contentious Politics*, în *Sociological Forum*, Vol. 14, No. 1, March 1999, p. 73.

38 Rune Ottosen, *op. cit.*, p. 98.

39 *Scântea*, 24 ianuarie 1951, 14 ianuarie 1954.

40 Rhys Jones, *Relocating nationalism: On the Geographies of Reproducing Nations*, în *Transactions of the Institute of British Geographers*, Vol. 33, Issue 3, July 2008, p. 325.

41 Judith A. Howard, *Social Psychology of Identities*, în *Annual Review of Sociology*, Vol. 26, 2000, p. 371-372.



identitară, religioasă, afirmând mai întotdeauna superioritatea unei națiuni asupra altora<sup>42</sup>.

Percepțiile asupra inamicului contează enorm. Percepțiile negative pot lua naștere din interpretări greșite sau din distorsionări voite<sup>43</sup>. O țară care se deschide și intră în contact cu rivalii își poate schimba părerea despre aceștia, o țară care se închide, dimpotrivă, poate conserva mai bine imaginile terifiante. Deși mai multe decenii s-a spus că aceste percepții asupra inamicilor contează enorm pentru deciziile unei națiuni, către finalul secolului XX unii cercetători au stabilit că imaginea inamicului e mai puțin importantă și, din contra, alte detalii – sociale, culturale – contează în mod fundamental<sup>44</sup>. Apoi, nu întotdeauna alteritățile și clișeele negative ale adversarilor ar fi o problemă în sine, ci doar atunci când ele sunt însoțite și de un anumit nivel de insecuritate resimțit de cei ce se simt amenințați, real sau fictiv, din exteriorul granițelor<sup>45</sup>.

Identitatea națională a protagoniștilor caricaturii politice din „Scânteia” este redată prin câteva detalii de efect: elemente vestimentare din porturile sau moda națională, meserii su activități intrate în imaginarul general ca având un anumit specific local sau regional, și chiar simboluri naționale, din care, evident, cele mai multe sunt coborâte la nivelul de penibil.

Din prima categorie fac parte pălăriile specifice ale americanilor, englezilor și francezilor, în principal. Redingota și fracul aristocratic al francezilor, în principal, uneori și al liderilor americani<sup>46</sup>. Națiunile balcanice aliate ale Vestului oferă desenatorilor români posibilități mai mari de redare a exotismului local. Astfel, politicienii turci apar îmbrăcați cu șalvari și iminei, purtând fes și haine largi<sup>47</sup>, grecii sunt prezentați în portul național – cu *foustanella* (fustă), *segoumi* (vesta brodată), *gonatares* (jartiere pentru picioare) și *tsarouhia* (pantofi cu ciucur)<sup>48</sup>.

La domeniul activității și personaje care definesc anumite națiuni, cel mai frecvent apar *business-man*-ul și bancherul american, foarte rar burghezia balcanică<sup>49</sup>. Oamenii de afaceri occidentali, prezentați în ipostaze exclusiv

42 David Keane, *Cartoon Violence and Freedom of Expression*, în *Human Rights Quarterly*, Vol. 30, No. 4, November 2008.

43 Noel Kaplowitz, *National Self-Images, Perception of Enemies, and Conflict Strategies: Psychopolitical Dimensions of International Relations*, în *Political Psychology*, Vol. 11, No. 1, March 1990, p. 54-55.

44 Michele G. Alexander, Shana Levin, P. J. Henry, *Image Theory, Social Identity, and Social Dominance: Structural Characteristics and Individual Motives Underlying International Images*, în *Political Psychology*, Vol. 26, No. 1, February 2005, p. 27-29.

45 Mark Schafer, *Cooperative and Conflictual Policy Preferences: The Effect of Identity, Security, and Image of the Other*, în *Political Psychology*, Vol. 20, No. 4, December 1999.

46 *Scânteia*, 22 martie 1951, 5 iunie 1951, 10 octombrie 1952.

47 *Ibidem*, 11 decembrie 1952, 15 aprilie 1953.

48 *Ibidem*, 9 iulie 1952, 11 decembrie 1952.

49 *Ibidem*, 25 martie 1951, 22 iulie 1952, 22 septembrie 1953.

negative, mai întotdeauna finanțează ilegalități contra Estului sau contra păcii generale. Adeseori, imaginile lor sunt însoțite de semnele dolarului, băncilor și chiar a sângelui, care în mod cinic este plasat lângă bani și ideea de profit<sup>50</sup>.

În desfășurarea și evoluția imaginilor referitoare la identități observăm cu adevărat punerea în practică a ideii conform căreia națiunile sunt comunități imaginate, iar legăturile naționale – un construct social, pasibil de permanentă schimbare<sup>51</sup>. Astfel, comuniștii își permiteau să facă inginerii sociale pentru a reface identitățile locale, pe de o parte, și pentru a modifica identitățile occidentalilor, în imaginarul esticilor, pe de cealaltă parte. Noile identități ale statelor comuniste erau forjate prin discurs și imagini, care făceau apel direct la sentimente și emoții, atașament patriotic și de clasă. Mai ales în acele vremuri de turbulențe internaționale, când se inventau dușmani, noii lideri politici ai României știau că atașamentul față de națiune poate fi manipulat în sens pozitiv. Existând o relație directă între identitatea etnică și stima de sine<sup>52</sup>, doctrinarii P. C. R. încercau să ofere motive reale sau imagine de creștere a prestigiului național, și prin raportarea la străini.

Nu pot lipsi însemnele naționale, e drept, vidate de conținut sau cu o simbolistică chiar distorsionată. Drapelele britanic și american, echivalente ale imperialismului, flutură peste tot și stigmatizează orice demers de normalitate<sup>53</sup>. Prin sugestii bine gândite, aceste drapele sunt și însemne ale imperialismului și colonialismului. Apoi, leul britanic apare mai ales în roluri ridicole, umilit de americani. Jigărit, pansat, rănit, leul britanic e doar umbra gloriei de altă dată a Albionului și e mai mereu la cheremul „Unchiului Sam”<sup>54</sup>. Acesta din urmă reprezintă America, dar figura lui nu mai e cea severă și gravă din timpul primului Război Mondial, ci e una grotescă, machievelică, care țese intrigi și declanșează războaie.

Un gest constant al desenatorilor estici a fost acela al compromiterii simbolurilor naționale ale națiunilor occidentale: drapele, embleme, personaje istorice. Acestea reprezentau identitatea națională în sensul cel mai larg acceptat și proiectau imaginea unor țări spre lumea largă<sup>55</sup>. Lovirea directă în totemurile moderne ale națiunilor echivala cu dezonorarea inamicilor și cu coborârea simbolurilor naționale la nivelul ridicolului.

În schimb, în mod curios, Franței îi era redată demnitatea de către

50 *Ibidem*, 6 februarie 1950, 4 iunie 1950, 15 aprilie 1951, 2 octombrie 1953.

51 Thomas C. Davis, *Revisiting Group Attachment: Ethnic and National Identity*, în *Political Psychology*, Vol. 20, No. 1, March 1999, p. 26.

52 Judith A. Howard, *op. cit.*, p. 375.

53 *Scânteia*, 10 octombrie 1952, 1 septembrie 1951, 11 octombrie 1952, 26 octombrie 1952.

54 *Ibidem*, 6 februarie 1950, 10 ianuarie 1953.

55 Karen A. Cerulo, *Symbols and the World System: National Anthems and Flags*, în *Sociological Forum*, Vol. 8, No. 2, June 1993.

graficienii români, după ce Parlamentul de la Paris se opunea planului american de Comunitate defensivă europeană (Armata europeană). Franța este personificată, după moda Libertății lui Delacroix, într-o femeie tânără și puternică, purtând boneta frigiană, semn al tendințelor de autonomie<sup>56</sup>. De multe ori, Franța-femeie este în dispută cu un Adenauer purtând cască nazistă. Pentru compromiterea noii Germanii, mai toți miniștrii vest-germani sunt prezentați ca fiind purtători de zvastică sau ascunzându-se în spatele unei căști militare – simbolul Wehrmachtului<sup>57</sup>. Aceste simboluri naționale, din trecutul îndepărtat sau recent, probabil erau recunoscute ușor de cititorul român. Reținem însă că ele primesc o încărcătură exclusiv negativă chiar dacă unele, vreodată, au avut și un alt prestigiu în lumea românească.

Disputa ideologică a Războiului Rece nu va pune totuși în valoare diferențele naționale, ci va prefera o confruntare în numele identității de grup – Vestul versus Estul, sau a identității de clasă – muncitori și țărani versus oameni de afaceri și bancheri. Trecerea în plan secund a identităților naționale va reprezenta un avantaj pentru aparatele de propagandă deoarece, cel puțin în diversele forme ale artei grafice, identitățile de clasă și de grup erau abia în formare și de aceea au permis inventarea unor configurații aproape nelimitate de trasături pentru un inamic care trebuia desființat în ochii umanității și ca prestigiu simbolic.

Identitățile de clasă sau de grup, care îi privesc pe occidentali, sunt exclusiv circumscrise Răului și sunt puse permanent în antiteză cu cele care țin de Bine, ale esticilor. Mai în toate domeniile se crează câte un binom unde răul e o etichetă lipită pe vestici și binele o constantă a europenilor răsăriteni. Astfel pacifismul e opus militarismului și violenței<sup>58</sup>, construcția pașnică e inversul distrugerii, crima și agresiunea au în oglindă munca și educația<sup>59</sup>. Metaforele sunt atât de brutale și irup din desene cu atâta forță, încât cititorul aproape că nu mai e lăsat să opteze. De multe ori însă, mesajul nu e unul rafinat și complex, ci rudimentar și agresiv. Doctrinarii și graficienii comuniști nu sunt preocupați de finețe interpretativă, ci urmăresc doar o persuadare a publicului printr-o avalanșă de mesaje grosolane, dar excesiv de puternice.

În acest tablou general, americanii, francezii, englezii, iugoslavii sau grecii primesc aceleași trasături de caracter. Există slabe diferențieri, și acestea sunt prezente în special la imaginile care îi indică pe americani sau cele dedicate lui Tito<sup>60</sup>, aceste personaje fiind plasate în vârful unei ierarhii a repulsiei, trasate de artiștii estici. Astfel, ideile predominante în „personalitățile” occidentalilor

56 *Scântea*, 29 septembrie 1953, 9 iulie 1954, 2 septembrie 1954.

57 *Ibidem*, 2 octombrie 1952, 9 iulie 1954, 5 septembrie 1954, 25 martie 1955.

58 *Ibidem*, 8 martie 1950, 16 septembrie 1950, 13 martie 1951, 1 martie 1952.

59 *Ibidem*, 7 aprilie 1951, 31 decembrie 1951, 21 noiembrie 1952.

60 *Ibidem*, 12 februarie 1950, 4 iunie 1950.

sunt următoarele: agresivitatea, violența, crima, viclenia, cupiditatea, imoralitatea, cruzimea, cinismul. Americanii apar, suplimentar, în postură de dominatori, finanțatori ai Vestului, cei ce își umilesc chiar și aliații, făuritori de planuri sângeroase și capitaliști cinici care îi înarmează oriunde în lume pe agresori<sup>61</sup>. Tito, la rândul lui, poreclit „Călăul”, este însoțit mereu de un topor din care picură sânge și este arătat ca un trădător față de vechii tovarăși de drum<sup>62</sup>.

Conturarea unei noi și puternice identități național-comuniste folosea nu doar regimurilor, ci și indivizilor. Atașamentul la o puternică identitate etnică este corelat cu o înaltă stimă de sine, este de părere J. Phinney<sup>63</sup>, și satisface măcar trei necesități umane fundamentale, după J. E. Mack: dorința de apartenență, o preocupare pentru supraviețuire și o preocupare pentru sensul valorilor<sup>64</sup>. În diverse studii referitoare la rolul identităților și diferențelor în relațiile internaționale, specialiști precum De Lameter, Katz, Kelman, Terhune, Brewer, Kowalski, Wolfe, au analizat tipurile de atașament și implicare ce îi țin pe indivizi legați de națiunile lor. Astfel, relația individului cu comunitatea națională este valorizată în diferite moduri: emoțional, personal, normativ, acoperind o plajă largă, care se extinde de la ocupație/familie/patrie/locuri ale memoriei, până la chestiuni care țin de implicarea socială și cariera profesională<sup>65</sup>.

Metafora corpului și figura umană sunt și ele exploatate la maxim pentru a spori efectul negativ al caricaturalului. De cele mai multe ori trupurile vesticilor sunt schimonosite, pentru a transmite ideea de oameni nevolnici, meschini sau plini de vicii. Micșorate sau subțiate față de scara normală, adeseori corpurile poartă și însemnele păcatului: cocoșe, negi, bube<sup>66</sup>. Doar atunci când sunt prezentați ca și agresori războinici, vesticii sau Tito, devin niște uriași atotputernici, o hiperbolizare a răului interior. Figurile inamicilor lagărului socialist sunt cufundate și ele în plăgile cele mai negre ale sufletului, denotând viclenie, răutate, avariție, cruzime. Ca o contrapondere, esticii apar mai mereu cu fețe luminoase și priviri senine, în atitudini mobilizatoare și învingătoare, iradiind optimism și încredere de sine<sup>67</sup>. Războiul propagandistic este, în acest fel, total inegal și, cel puțin în interiorul României, occidentalii pierd orice șansă de a fi incluși într-un registru uman firesc. Prin asociere și cu diverse animale care stârnesc repulsie (broaște, șerpi, șobolani, bufnițe), rivalii

61 *Ibidem*, 8 martie 1950, 10 februarie 1951, 13 martie 1951, 31 iulie 1954.

62 *Ibidem*, 18 februarie 1951, 12 aprilie 1952.

63 Judith A. Howard, *op. cit.*, p. 375.

64 Thomas C. Davis, *op. cit.*, p. 29.

65 *Ibidem*, p. 29-32.

66 *Scântea*, 16 martie 1951, 31 decembrie 1952, 1 iunie 1955.

67 *Ibidem*, 4 martie 1951, 18 martie 1951, 31 decembrie 1954, 29 decembrie 1955.

estului sunt transferați într-o zonă insalubră a subumanului<sup>68</sup>.

Dacă este să ne referim la imaginile care îi reprezintă pe români sau pe cei din țările comuniste, vom constata, în primă fază, că ele evită zona caricaturii și sunt redade doar prin desene simple, dar grave. Cei care semnaseră această grafică nu sunt niște oarecare... Nu oricine îi poate desena pe învingători și pe „oamenii noi” ai Estului, ci doar artiștii care sunt agreați în mod special de regim, precum Adina Paula Moscu și Jules Perahim. Statele comuniste nu sunt reprezentate de lideri politici sau militari, ca în cazul țărilor capitaliste, ci de oameni simpli, adesea necunoscuți, cu care poporul trebuie să se identifice<sup>69</sup>. Scenele în care sunt prinși „oamenii noi” nu sunt alese la întâmplare ci spun ceva prin ele însele. Astfel, îi observăm pe români în mijlocul unor tablouri de muncă sau în dezbateri egalitare, uneori ne sunt prezentați celebrând partidul sau înfruntând forțele oarbe ale naturii<sup>70</sup>.

Cu mare frecvență sunt prezentate anumite tipologii umane și păături sociale: eroul, activistul, părintele, muncitorul, țăranul, minerul. Propaganda este împinsă până acolo încât sub flamura drapelului P. C. R. apare familia unită, iar o mamă care își ține copilul în brațe, simbol al viitorului, arată țăarii întregi cum trebuie să se voteze la urne<sup>71</sup>. Indivizii sunt însoțiți adesea de obiecte care sugerează munca și construcția unei noi societăți: ciocanul, tractorul, strungul, războiul de țesut, combina.

Portul oamenilor ori e unul tradițional românesc, în cazul femeilor sau al țăranilor, ori unul muncitoresc. Salopeta stă bine lângă ie și maramă, lângă căciulile românești și cămășile simple bărbățești<sup>72</sup>. Vestimentația națională, simplă dar decentă, devine o virtute prin comparație cu fracurile și uniforme militare în care graficienii comuniști îi îmbracă pe vestici. De reținut că în aceste imagini nu apar categoriile instruite din România, ci membri ai păturilor pe care se baza Partidul Comunist Român. Apelul la oamenii simpli indică cu exactitate și cui îi era adresat acest gen de propagandă destul de facilă și cu mesaj exprimat în clar.

Caracteristicile esticilor sunt exclusiv pozitive: disponibilitatea și entuziasmul muncii, sinceritatea, dialogul, bunătatea, hărnicia, dorința de pace, firea de învingători. Acești oameni sunt surprinși în atitudini speciale: mereu optimiști, plini de energie, într-o veșnică mobilizare, cu maximă încredere de sine. Binele socialist se împlinește prin ipostaze care înnobilează: munca creatoare, educația care iluminează masele, lupta pentru pace, șantierul. Figurile românești sunt senine și transmit o fericire interioară deplină. Metafora

68 *Ibidem*, 8 februarie 1950, 14 februarie 1950, 11 ianuarie 1951, 31 decembrie 1952.

69 *Ibidem*, 29 decembrie 1951, 4 ianuarie 1952, 3 ianuarie 1953, 31 octombrie 1954.

70 *Ibidem*, 31 martie 1951, 5 ianuarie 1952, 30 februarie 1952, 2 februarie 1952, 19 martie 1955.

71 *Ibidem*, 20 decembrie 1953.

72 *Ibidem*, 4 martie 1951, 5 ianuarie 1952, 30 aprilie 1953, 31 octombrie 1954, 6 mai 1955.

corpului redă și ea superioritatea omului trăitor într-un regim comunist, față de indivizii nefericiți ai capitalismului. Corpurile sunt armonioase și bine clădite, brațele – simbolul muncii și activității, sunt puternice și neobosite, ochii – inteligenți, frunțile – înalte, iar atitudinile umane – mai mereu triumfătoare<sup>73</sup>. Hilar spus, parcă și indivizii neînsuflețiți din aceste desene erau conștienți de misiunea „nobilă” pe care o aveau și de vremurile „glorioase” pe care le traversau.

Regăsim, în propaganda vizuală comunistă, date clare referitoare la imaginea de sine a unei națiuni sau percepțiile asupra inamicului, detalii care influențează strategiile de conflict. Aceste construcții imaginare, rezultat al valorificării psihologiei cognitive și abisale, interpretate în manieră behavioralistă, ne conduc la ideea că atitudinile politice pot fi generate de nevoi, emoții, percepții, credințe și chiar de mediul în care evoluăm. În plus, apare ideea unui ego extins, care, plecând de la persoană, include noțiunea și simbolurile naționale<sup>74</sup>. Din acest motiv, în mod automat, o îmbunătățire a imaginii naționale, ar conduce și la creșterea nivelului stimei de sine și nu doar la consolidarea prestigiului regimului politic din acel moment.

Imaginile de sine ale națiunii au, fără doar și poate, o dimensiune culturală și de multe ori sunt date de percepțiile comunității asupra propriei istorii. Există tentația de a privi în exterior către alții, pentru definirea propriului comportament, dar, în același timp, contează cum oamenii își văd istoria, ce lecții au învățat, care le sunt aspirațiile, ce cred despre scopurile naționale, dar și despre propriile puteri și limite<sup>75</sup>. Nu de puține ori, îmbunătățirea imaginii de sine presupune o strategie pe termen lung, de folosire a unor imagini morale (virtuți, dorința de pace, apelul la adevăr) astfel încât să crească prestigiul perceput și să fie îndepărtată teama de umilință în relațiile internaționale<sup>76</sup>.

\*

În condițiile tensionate ale Războiului Rece s-a creat o relație specială între imagini, caricaturi, atitudini naționale și strategii politice. Deși pleca de la înțelegeri populare și percepții simpliste, grafica umoristică a ajutat intensiv la conturarea imaginilor țărilor occidentale în imaginarul națiunilor estice. Impactul vizual considerabil pe care îl aveau aceste produse ale propagandei conducea, probabil, la articularea, peste granițe politice și lingvistice, a unor opinii despre rivalii din Vest. Mesajul imaginilor clama redarea adevărului și, în afara rolului mobilizator al artei, constatăm și maniera în care se articulau formule naționaliste, combinate cu respingerea modelelor modernizării de tip

73 *Ibidem*, 22 decembrie 1951, 4 ianuarie 1952, 3 ianuarie 1953, 30 aprilie 1953, 31 octombrie 1954, 19 martie 1955.

74 Noel Kaplowitz, *op. cit.*, p. 42-43.

75 *Ibidem*, p. 47.

76 *Ibidem*, p. 48-50.



occidental.

Temele recurente sunt utilizate din plin în imagini, tocmai pentru a fixa mai bine anumite „caracteristici” negative ale occidentalilor<sup>77</sup>. Astfel, se abuzează de teme precum: dominația Vestului, pace și război, capitalismul agresiv, militarismul american, falsa democrație apuseană, etc. Dintre toate acestea, anti-americanismul făcea o notă distinctă<sup>78</sup>, devenind nu doar o ideologie ci o amprentă de ură permanentă. Pentru a puncta mai bine figura agresorului, Uncle Sam este ales dintre toate emblemele Americii și exploatat într-un registru al maleficului, al minții bolnave care urzește permanente comploturi. Disputa Est - Vest se mai poate urmări – indirect – și pe clivajul dintre modernizare și stagnare economică și socială, la fel ca și în cazul altor ciocniri de civilizații (Islam - Occident)<sup>79</sup>. Estul se arată conservator, precaut față de asaltul banilor, băncilor, industriei capitaliste, mulțumindu-se să se păstreze într-o rețineră atentă față de modernizarea propusă de Vest.

Analiza acestui tip de grafică politică conduce la idea că alteritatea era adusă în prim plan doar prin diferite tactici ale violenței culturale. Se simte că aceste caricaturi organizau și direcționau ostilitatea maselor, plăsmuiau iluzii și construiau psihoze naționale. Pentru a-și prezenta superioritatea, românii uzau abundent de diferențierele tip „noi și ceilalți”, unde ceilalți erau portretizați într-un registru eminamente negativ. Violenta din imaginarul românesc, consolidată ideologic, permitea demonizarea străinilor și lansarea unor false stereotipuri naționale, profesionale și „de clasă”. Prin îmbinarea detaliilor sociale cu cele etnice, desenul propagandistic comunist transla ura și repulsia de la anumite pături sociale la anumite națiuni. În acest mod, etniile și statele occidentale se încărcau de vicii și tare imaginare ori reale, iar românii erau premiați cu cele mai virtuozose însușiri. Identitățile naționale erau împănate, de-a valma, cu trăsături sociale sau de caracter, care, după caz, le înnobilau sau, din contra, le depreciau.

77 Yeshayahu Nir, *U. S. Involvement in the Middle East Conflict in Soviet Caricatures*, în *Journalism Quarterly*, Vol. 54, No. 4, Winter 1977, p. 700-702.

78 David Ryan, *Americanisation and anti-Americanism at the periphery. Nicaragua and the Sandinistas*, în *European Journal of American Culture*, Vol. 23, No. 2, 2004, p. 112.

79 Petra Kupping, *op. cit.*, p. 572.

### Abstract

#### **NATIONAL IDENTITIES AND IDEOLOGIC CONFLICT IN THE CARICATURES AND THE GRAPHICS OF THE COLD WAR (1950-1955)**

In order to determine what was the contribution of graphics in shaping national identities in the Romanian post-war imagery, we chose approximately 100 caricatures (mainly) and political graphics from “Scânteia” newspaper, the Romanian Communist Party’s official newspaper. The images were selected from within the period 1950-1955 and refer to political and social issues which comprised the core of visual propaganda of the communist regime. The paper follows several directions of analysis: the number of images (percentage) showing the enemy and if real or symbolic characters representing Romania, USSR or the Eastern block were caricaturized, to what extent positive cartoons presenting Romania’s Western rivals appeared, what were the major themes addressed in the visual propaganda from “Scânteia” newspaper, what characters/countries were preeminent in such images and which was the aggressiveness dose induced by the images loaded with ideological symbolism.

The analysis of this type of political graphic leads to the idea that otherness was brought to front only through different tactics of cultural violence. It is understandable that these cartoons organized and directed the hostility of the masses, creating illusions and forging national psychosis. In order to display their superiority, the Romanians used ample distinctions such as “us and others”, where the others were portrayed in an entirely negative registry. The violence of the Romanian imaginary, ideologically strengthened, allowed the demonization of the foreigners and the launching of false national, professional or “class” stereotypes.