

dacică apare figurată pe câteva scene de pe Columna lui Traian și de pe monumentul triumfal de la Adamclisi (destul de puțin evidențiate de creatorii expoziției).

Pentru Evul Mediu, remarcăm obiecte de îmbrăcăminte, arme și podoabe care reconstituie dinamica relației femeie-bărbat; astfel, indiferent de statutul social, odată cu căsătoria, femeia prelua toate îndatoririle casei, tot ceea ce era de împlinit în interiorul și în jurul acesteia, iar bărbatul tot ceea ce era legat de lumea din afara casei.

De menționat este aspectul modern al expoziției, poate cam exagerat sau nepotrivit pentru istoria veche și medie, dualitatea vitrine-postere din această expoziție.

În epoca modernă femeile sunt remarcate în saloanelor mondene, iar în efervescentului secol XIX s-au implicat activ în viața politică prin manifestări proprii. Evident, importante vitrine (cu fotografii, scrisori, diverse documente, obiecte personale ș. a.) sunt închinat familiei regale.

În epoca contemporană expoziția redă femeia regimului comunist din România. Astfel, marcarea mișcării de rezistență din Munții Făgăraș, printre membrii căreia s-au numărat și femei. Regimul comunist a impus în mod brutal femeia ca “muncitor socialist egal” cu bărbatul. Acest model al femeii muncitor se împletea cu imaginea femeii-mamă a națiunii socialiste, soție și fidelă apărătoare a păcii.

Vernisajul expoziției a început cu cuvântul lui Crișan Mușțeanu, director general al Muzeului Național de Istorie a României. Domnia sa a menționat faptul că este vorba de o expoziție cu un subiect mereu actual. A mulțumit deopotrivă colectivului din cadrul instituției organizatoare, cât și muzeografilor și cercetătorilor din instituțiile partenere.

Ilinca Tomoroveanu, implicată din partea Teatrului Național în realizarea acestei expoziții, a mulțumit pentru oportunitatea oferită instituției sale de a participa la acest proiect și și-a exprimat speranța continuării colaborării și pe viitor între instituțiile implicate în acest proiect.

Alexandru Vulpe, directorul Institutului de Arheologie “Vasile Pârvan” din cadrul Academiei Române, a subliniat faptul că o parte însemnată a exponatelor, datând din neolitic până în epoca romană, provin din colecțiile Institutului de Arheologie și a mulțumit organizatorilor pentru invitarea participării la acest proiect.

În finalul vernisajului a vorbit Vasile Timiș, Secretar de Stat în cadrul Ministerului Culturii, Cultelor și Patrimoniului Național. Acesta a felicitat Muzeul Național de Istorie a României și celelalte instituții implicate în această expoziție.

Expoziția a fost deschisă în perioada 18 martie-3 mai 2010, în holul MNIR. La realizarea ei au colaborat: Ministerul Culturii și Patrimoniului, Institutul de Arheologie “Vasile Pârvan”, Teatrul Național București, Muzeul Național Filatelice și Societatea Română de Radio, parteneri fiind Revista “Istorie și Civilizație”, Radio România Cultural, onlinegallery.ro.

Monica Negru

Expoziția *De la sublim la ridicol. 70 de ani de reclamă în România*

Deschisă la Institutul Cultural Român, 29 aprilie-20 mai 2010, expoziția intitulată “De la sublim la ridicol. 70 de ani de reclamă în România” prezintă o imagine vie a două societăți românești: cea interbelică și cea comunistă, o reflecție prin

intermediul reclamelor a șapte decenii de istorie economico-socială. Mentalități și moduri de viață diferite, două tipologii artistice și ideologice, practic două lumi, ne sunt sugerate simbolic și interesant prin unele reclame, selectate de doi profesori de la Universitatea “Babeș-Bolyai” din Cluj-Napoca, Ancuța Lăcrimioara Chiș și Ucu Bodiceanu.

Reclamele sunt redată prin reproducere de machete și afișe publicitare românești, precizându-se și originea lor: diferite ziare, reviste de epocă.

Astfel, este reflectat luxul interbelic prin bijuterii, îmbrăcăminte și încălțăminte – șoșoni de damă cu patent “Macintosh”, parfumuri “d’Orsay”, “Coty”, șampoane și loțiuni de înfrumusețare, medicamente de slăbit “Jodillon-Secretul Francezelor”, sau pentru înlăturarea sbârciturilor, mașinile – Casa “C[h]rysler”, alimente (cafea, bere “Ursus”, cacao “Knorr”) ș. a., precum: reclame luminoase “Helios”, aparate radio, de fotografiat. Utilitarismul comunist este imaginat prin reclame cu primul autobuz românesc, cu noua mașină “Volga”, un nou tip de tractor, asigurări de viață “ADAS”, reclame de medicamente (“Algocalmin”), ochelari, uzine, dar și restaurante (reclame mai mici), lumea a avansat prin aragaze, aparate radio, televizoare, ceasuri, cartea prin poștă – adică telegrama, veselă autohtonă, frigider, chiar geamuri Termopan, avem și îmbrăcăminte (uniforme școlare), băutură și reclame pentru CEC, TAROM.

Unele sloganuri sunt pline de umor, atractive, chiar induc dorința de posesie a obiectului respectiv, de exemplu: “O minunată descoperire: apa de obraz «Laura»”, sau pentru “albeața dinților de fildeș” soluția este: “«Bucol», cu apă de gură, praf de dinți, pastă de dinți” (în imagine un elefant), “Doamnă elegantă dansează pretutindeni în ciorapi «Adesgo»”, reclamă la depozitele fabricilor “Mociornița” pentru poșete, serviete de piele, truse de voiaj. Umorul trăiește și în comunism: de exemplu reclama “Peco”: “Poate oare un «Trabant» remorca un elefant? E neverosimil? Cu benzina «Peco» totul e posibil.”

În concluzie, cei interesați pot viziona în această expoziție, fragmente din viața și activitatea românilor din perioada interbelică și din cea comunistă, care redau cu umor, cu imaginație, cu puțină nostalgie, diverse aspecte ale societății românești.

Monica Negru

Expoziția 1989-2009 – 20 de ani după dărâmarea Zidului Berlinului⁷

Expoziția cu acest titlu, imagine a experienței comuniste a Europei Central-Estice, realizată de Andrea Varga și găzduită de Reprezentanța Uniunii Europene la București, a fost vernisată joi, 29 octombrie 2009⁸.

După cum se știe, până în urmă cu 20 de ani, puterea din țările socialiste făcea tot posibilul ca cetățenii săi să nu intre contact cu “Occidentul”. La fel proceda și cu contactele fiecăruia dintre aceste popoare în acest sens: un român nu trebuia să aflu despre ce s-a întâmplat în Ungaria în 1956; pe de altă parte, un polonez probabil știa totuși că așa cum el visează la libertate la fel trebuie să o facă și vecinul ceh. Însă dacă atunci doar puterea imaginației oferea o asemenea perspectivă, astăzi, prin această expoziție, putem avea o imagine de ansamblu a fenomenului “setei de libertate” din

⁷ http://horvathemo.hu/index.php?option=com_portfolio&id=30&view=item&Itemid=59&lang=hu

⁸ http://horvathemo.hu/index.php?option=com_portfolio&id=29&view=item&Itemid=59&lang=hu