

IMAGINEA ROMÂNIEI ÎN PRESA EUROPEANĂ, AȘA CUM REIESE DIN FONDUL MINISTERULUI PROPAGANDEI NAȚIONALE (1927 - 1930)

Viorica ROȘCA*

În scurta existență a României Mari, perioada 1927 - 1930 a adus în viața politică românească un element de noutate, Regența, urmare a crizei dinastice provocate la finele anului 1925 de principele Carol prin renunțarea sa la statutul de prinț moștenitor. Aceiași etapă a fost marcată și de o schimbare de esență în planul guvernării, care în 1928 a fost preluată de Partidul Național Țărănesc după o lungă perioadă de dominație liberală, aspect dublat pe palierul economic de debutul celei mai puternice crize din perioada interbelică.

România întregită a stâmit un interes mult mai evident pentru observatorul extern – îndeosebi pentru cel european, martor al unor reșezări politico-statale profunde – în raport cu epoca Vechiului Regat, problema imaginii țării devenind o preocupare majoră pentru elitele politice românești. După trecerea a opt decenii, subiectul este interesant prin actualitatea sa și prin temele de reflecție pe care le oferă. Atunci când este prezentată imaginea României, trebuie să fie luate în considerație câteva aspecte, dintre care un loc important este ocupat de un set de întrebări: de ce manifestau țările europene – și care anume – interes pentru România; cum își formau ele această imagine, fie informându-se direct de la sursă, fie preluând informații despre țara noastră din terțe surse, mai mult sau mai puțin interesate într-o prezentare onestă a evenimentelor, ce gen de evenimente sau de evoluții politice prezentau interes (de exemplu: schimbarea guvernului, chestiunea dinastică, chestiunea minorităților) și de ce.

Presa era și atunci sursa de informații cea mai rapidă și mai la îndemână. Ea a avut dintotdeauna pe lângă rolul de sursă de informații și pe cel de instrument de propagandă. În procesul de modernizare a statului național român, autoritățile centrale au constatat necesitatea monitorizării presei străine și uneori, atunci când posibilitățile financiare sau colaborarea unor prieteni ai țării noastre o permiteau, să imprime o orientare dorită în relațiile apărute în diferite ziare. Datorită caracteristicii de sursă cu valoare documentară care oferă mai multe puncte de vedere asupra

* Profesor, Școala Nr. 67, București

aceluiași subiect, pot fi trase concluzii interesante din studierea imaginii de care se bucura România anilor 1927 - 1930 pe baza informațiilor oferite de presa externă.

Pentru perioada interbelică rămâne ca unicat un studiu elaborat de Nicolae Iorga cu privire la propaganda României. Încărcat cu justificate accente criticiste, studiul-prelegere reflectă amărăciunea unui mare patriot față de un domeniu în care se făcea prea puțin. El făcea distincție între propaganda purtată *prin fapte și creație* și cea realizată dirijată, prin intermediul presei, prima fiind considerată pe bună dreptate superioară, *fiind însuși sufletul unui popor*.¹

Cu toate acestea, Iorga nu nega rosturile propagandei dirijate, alăturându-i însă aprecieri logice și de bun simț: propaganda nu se face *nici cu fraze, dar nici cu minciuni; lucruri adevărate, controlabile, spuse în formă cuminte, discret, modest; atunci te crede lumea și propaganda folosește*.²

Cauza cauzelor pentru care propaganda României era considerată slabă în exterior era lipsa fondurilor. Acest aspect era cu atât mai grav cu cât era dublat de o antipropagandă pornită chiar din interiorul clasei politice românești, doar pe considerente de opoziție și de denigrare a partidului aflat la guvernare. Această *opțiune de a ne mânca câinește între noi*³ nu putea decât să dăuneze și țării.

Imaginea pe care o avea România, așa cum reiese din presa europeană a acelor ani, era importantă și prin faptul că tânărul stat unitar român avea de întâmpinat o propagandă ostilă din partea cercurilor revizioniste. Această ostilitate reflecta frustrări și, ceea ce era mai grav, viza direct sau ascuns însăși integritatea țării. Nicolae Iorga preciza astfel că *nu există bucată de pământ în care să ne fie indiferentă părerea pe care alții o pot avea despre noi*.⁴

Până în 1926, problemele de presă și propagandă erau rezolvate de direcții sau servicii de presă de pe lângă diferite ministere sau departamente, pentru ca în decembrie 1926 să fie promulgat un Decret pentru constituirea *Direcției Generale a Presei și Propagandei*, subordonată Președinției Consiliului de Miniștri și trecută de mai multe ori în componența Ministerului Afacerilor Străine. Atribuțiile acesteia constau în stabilirea legăturilor cu presa internă și externă, publicarea și transmiterea comunicatelor oficiale, întocmirea buletinelor de știri politice, economice și culturale și a oricărei publicații informative și de propagandă. Organizarea acestei instituții marchează un moment de referință la 3 octombrie 1939, când *Direcția* va fi transformată în Ministerul Propagandei Naționale.

Toate documentele *Direcției Generale a Presei și Propagandei* se află astăzi la *Arhivele Naționale ale României*, în *Fondul Ministerului Propagandei Naționale*, iar despărțământul *Presa externă* este în mod cert sursa de conturare a imaginii pe care o avea România, fiind alcătuit din materialele trimise de către legațiile României din capitalele țărilor europene, dar și din Statele Unite ale Americii, Brazilia și Japonia. Aceste materiale reprezintă în marea lor majoritate fie ziare și reviste integrale, fie articole extrase din presă, la care se adaugă telegrame

¹ Iorga Nicolae, *Propaganda în străinătate, Prelegere din 25 mai 1924*, în "Magazin istoric", nr. 4/1998, p. 12.

² *Ibidem*, p. 11.

³ Iorga Nicolae, *Asaltul contra noastră*, în "Neamul românesc" din 31 ianuarie 1929 (apud Constantin Bușe și Nicolae Dascălu, *Nicolae Iorga și revizionismul maghiar*, Edit. Universității, București, 1993)

⁴ Iorga Nicolae, *Propaganda ...*, p. 17.

ale legațiilor respective către Ministerul Afacerilor Străine sau Președinția Consiliului de Miniștrii, buletinele alcătuite de atașatii de presă ai legațiilor și știri ale agențiilor de presă străine. Interesul pentru țara noastră, motivat economic sau politic, reiese și din succesul propagandei culturale pe care o desfășurau unii atașatii de presă de la Legațiile României în străinătate. În această din urmă situație, materialele folosite au fost rapoartele realizate de ei.

Toate aceste materiale oferă o bogăție de informații care se pot constitui într-o imagine a României așa cum reiese din presa străină, respectiv europeană. Din fișele însoțitoare rezultă că ele au fost studiate începând din anii '60 -'70, unele mai mult, altele mai puțin. Există astfel dosare studiate de 4-5 cercetători, iar altele de 15-20 cercetători, în funcție de scopul urmărit de aceștia.

Este interesant de urmărit cum au contribuit la formarea imaginii României în presa europeană unii dintre șefii legațiilor României din Europa.

Numirea lui Nicolae Pennescu în funcția de ministru al României în țările nordice scandinave, Suedia, Norvegia, Danemarca și Finlanda, începând cu iunie 1928, a avut urmări pozitive în ce privește atitudinea manifestată de exponenți ai acestor țări față de România. N. Pennescu era o persoană cu experiență în domeniul diplomatic, dovadă și menținerea sa timp de 18 ani ca ministru al României pe lângă statul Vatican, unde contribuise la elaborarea și parafarea Concordatului dintre Biserica catolică și România. Diplomat competent, a înțeles rolul ce-i revenea în promovarea unei imagini pozitive a României în Europa și în acest sens a apreciat just rolul presei cu care a căutat să întrețină relații cât mai bune. Îndată după preluarea postului a început un adevărat periplu prin țările nordice, acordând numeroase interviuri în care prezenta principalele probleme ale României în termeni clari, fără posibilitatea de a i se răstălmăci afirmațiile. Relațiile strânse cu presa, căreia îi oferea informații favorabile țării noastre a făcut ca publicațiile din Danemarca, Norvegia sau Suedia să nu manifeste ostilitate față de România. Condiția pe care o impuneau ele era să fie bine informate și la timp.

De exemplu, la 21 iunie 1928 ziarele suedeze, printre care "Dagensnyheter", anunțau desfășurarea Conferinței Micii Înțelegeri în termeni favorabili nouă. Ziarul publica și o telegramă din București în care a apărut următoarea remarcă: *Italia, care vroia să spulbere Mica Înțelegeri, a ajuns la contrariu obținând întărirea alianței.*⁵

În ce privește adoptarea de către Consiliul Societății Națiunilor a unei decizii ce a stârnit reacții adverse în chestiunea optanților, presa suedeză s-a abținut să comenteze momentul.

Existau în zonă și publicații vizate de propaganda germană sau ungară, iar acestea nu puteau fi atrase de partea României. Așa erau ziarele suedeze "Svenska Dagbladet" și "Aftonbladet". De orice parte s-ar fi situat acestea, poziția lui Pennescu, menționată în mesajele trimise la București, era de a-i trata pe toți ziaristii cât mai curtenitor.

⁵ Arhivele Naționale Istorice Centrale (mai departe Arh.N.I.C.), fond Ministerul Propagandei Naționale. Presa externă, dos. 95/1928, f 46.

N. Pennescu își propunea să efectueze cât mai multe vizite cu ocazia cărora să facă cunoscută România, acordând atenție vieții culturale, în cadrul căreia relațiile se stabileau mai ușor. De exemplu, cu prilejul acreditării sale în Finlanda, el a prezentat într-un interviu publicat în ziarul "Hufvudstadsbladet", din Helsinki, pe 14 februarie 1929, poziția României ca țară doritoare de pace, lucru dovedit de semnarea Protocolului Litvinov înaintea Pactului Briand-Kellog. Tot atunci, prezentând și aspecte ale vieții culturale românești, el a precizat originea latină a poporului român. Despre femeile din România arăta că s-au remarcat ca avocați și medici, iar despre prezența lor în Parlament afirma că este doar o chestiune de timp pentru a se materializa. Regina Maria era prezentată ca model în ce privește creșterea rolului femeii în societatea românească.⁶

O activitate și o poziție asemănătoare cu cea a lui Pennescu, a avut-o Nicolae Petrescu Comnen în perioada cât a îndeplinit funcția de ministru al României în Elveția și apoi în Germania. În această calitate el a combătut propaganda străină defavorabilă României inclusiv prin publicarea de cărți și broșuri despre România și Basarabia. Momentul numirii sale la Berlin – 20 februarie 1928 – a fost marcat prin organizarea unei recepții la care a invitat reprezentanții cei mai importanți ai presei și agențiilor telegrafice germane.⁷

N. Petrescu Comnen era cunoscut ca intim al lui Nicolae Titulescu și ca un sincer promotor al spiritului de la Geneva. La recepție fusese aplaudat pentru *impresionanta expunere a greutăților prin care a trecut România în război și avântului politic și economic actual*, demers susținut cu cifre.

"Berliner Börsen Courier" din 21 februarie 1928 îl caracteriza ca un adept al politicii practice și un om sincer. Comnen susținea că România a reușit să se ridice din prăbușirea economică singură, cu toate frământările interne, datorându-și stabilitatea existenței unei țărâni cu dragoste de țară și a bogățiilor sale naturale. În paralel, a ținut să precizeze că România era o țară tolerantă și recomanda minorităților să-și măsoare pretențiile.⁸

Calitatea sa de fost jurnalist l-a făcut să știe cum să se adreseze presei. Comnen a recunoscut greșelile trecute și a exprimat dorința de înțelegere pentru viitor. Gestul său reprezenta o nouă atitudine politică a guvernului român de reluare a relațiilor amicale cu Germania⁹, țară a cărei capitală, Berlinul, reprezenta unul dintre punctele din care se răspândea propaganda antiromânească.

N. Petrescu Comnen a fost cel care în timpul Adunării de la Alba-Iulia a oprit, pe cât posibil, știrile răuvoitoare la adresa României, luând legătura cu agențiile de știri "Ullstein" și "Europa Presse", cu diferite ziare la care a publicat comunicate pentru dezmințirea știrilor incorecte. Apoi a trecut la alcătuirea unui plan care să poată fi folosit pentru preîntâmpinarea unor asemenea evenimente:

- Agenția Rador să transmită zilnic telegrame pentru ca să nu se spună că nu se primesc știri din România.
- Biroul de presă al Legației României din Berlin să fie abonat la buletinul

⁶ *Ibidem*, f. 125-128.

⁷ *Ibidem*, dos. 97/1928, f 32.

⁸ *Ibidem*, f 34.

⁹ *Ibidem*, f 39.

agențiilor de știri germane pentru a le putea controla activitatea.

- Dacă Legația nu le poate acorda subvenții, măcar să aibă câte un "colaborator".

- Legația să-și asigure concursul a patru-cinci ziariști germani care să publice o dată pe lună câte un articol inspirat de noi.

- Buletinul de politică externă al Legației să fie transmis redactorilor de politică externă ai ziarelor germane, consulilor, *Camerei de Comerț*.

Cu această ocazie N. Petrescu Comnen atrăgea atenția că Germania era o țară fostă inamică și bancherii care controlau presa ne erau ostili, deci inamicii României lucrau în Germania cu fonduri importante.

Ca dovadă că un asemenea plan era necesar, este și articolul unui ziarist berlinez, în care se întreba, la 3 iunie 1928, de ce lipsesc informațiile telegrafice despre România¹⁰. N. Petrescu Comnen se interesa și el la București, de ce cu ocazia comemorării procesului *Memorandumului*, când s-au făcut declarații foarte importante ce dovedeau solidaritatea românilor de pretutindeni, nu s-a telegrafiat în străinătate. La 22 iunie 1928, el atrăgea din nou atenția Bucureștiului că a creat un foarte bun serviciu de informații la Legație, dar nu avea informații. La București avea loc Conferința Micii Înțelegeri, dar la Berlin nu venise nici o telegramă, iar presa germană cerea informații.

Când la Legația României din Berlin s-a analizat activitatea biroului de presă în perioada iunie 1928 - ianuarie 1929, s-a ajuns la concluzia că acțiunile de propagandă ale acestuia fuseseră foarte bune. Astfel, în presa germană au apărut articole scrise sau inspirate de serviciul de presă, iar informațiile venite de la București erau valorificate imediat prin agenția de știri "Telegraphen Union", pentru ca presa germană să reflecte o imagine favorabilă, de care România avea atâta nevoie.¹¹

Menținându-ne în zona statelor din nordul Europei și dorind să întregim imaginea României creată în această zonă, vom arăta că în martie 1929 apărea într-un ziar suedez un articol intitulat *România - câteva trăsături din istoria și dezvoltarea țării*, scris de consulul general Karadja¹². Prin prezentarea și explicarea problemei naționale pornind de la cucerirea maghiară a Transilvaniei și parcurgând importante momente de la 1829, 1859, 1878 și 1918 era dezvăluită istoria adevărată a românilor. În mod firesc, articolul se încheia prin sublinierea necesității și importanței dezvoltării relațiilor româno-suedeze.

Drept dovadă a existenței unor bune relații româno-suedeze, stă și desfășurarea *Festivalului Societății Suedo-Române*, din decembrie 1929, ocazie pentru ca în presa suedeză să fie publicate mesaje de simpatie pentru România în articole care apreciau perspectiva străngerii acestor relații. Tot atunci a fost prezentat și un film despre România, *o țară bogată și frumoasă*.

"Nya Daglight Allehanda" a fost ziarul cel mai receptiv în acest sens și la 12 decembrie 1929 a publicat articolul *Homage festive a la Roumanie*, în care se erau amintite relațiile bilaterale bune în plan economic și cultural. În aceeași zi apărea în "Stockholms' Dagblad" articolul *Une societe suédo-roumaine a été*

¹⁰ *Ibidem*, f 84.

¹¹ *Ibidem*, ff 181-185.

¹² *Ibidem*, dos. 95/1929, ff 138-139.

formée, în care entuziasmul reprezintă nota dominantă¹³.

La festivalul menționat fusese prezent și însărcinatul cu afaceri străine la Stockholm, lăncu Flondor, care, pe linia preocupărilor pentru folosirea presei străine în cadrul acțiunilor de propagandă, i-a trimis lui G. G. Mironescu, ministrul afacerilor străine, *O propunere privind propaganda prin presă în țările nordice*, datată 13 februarie 1930. Pornind de la faptul că România era prea puțin cunoscută aici, țările nordice puteau constitui un teren propice antipropagandei. Pe de altă parte, era importantă obținerea bunăvoinței presei locale, *de o altă calitate, ce nu poate fi cumpărată și dornică de cunoaștere*. Flondor sublinia și necesitatea prezenței unui atașat de presă. În încheiere, el cerea *Direcției Presei și Informațiilor* din Ministerul Afacerilor Străine să trimită toate informațiile pe care guvernul le consideră potrivite¹⁴.

Printre reprezentanții oficiali ai României care au înțeles că tărâmul cultural oferă mai multe punți de înțelegere și colaborare între popoare s-a numărat și atașatul de presă de la Consulatul României din Milano, Aron Cotruș. El s-a preocupat în anii 1929-1930 de realizarea unei cât mai ample cunoașteri a României din punct de vedere cultural, vizând tipărirea în Italia a celor mai reprezentative opere ale marilor scriitori români, îndeosebi contemporani, în paralel cu facilitarea reprezentațiilor cu piese de teatru sau opere românești. Măsura importanței acestui demers este dată și de nedumerirea pe care un autor italian, Gino Rocca, și-o exprimase în legătură cu dramaturgia românească: *În România s-a scris vreo piesă de teatru?*¹⁵ De aceea, Cotruș își propusese printre altele să obțină reprezentarea operei *Năpasta*, de Sabin Drăgoi, la teatrul Scala, precum și a piesei *Meșterul Manole*, de Lucian Blaga, pentru a ilustra genul dramatic românesc.

Propaganda prin traduceri din autori de seamă era cea mai costisitoare dar și cea mai eficace. Așa făceau ungurii de la război încoace și A. Cotruș considera că această cale *trebuie urmată cu energie*. Spre exemplu, Casa de editură *Alpes* publica multe traduceri ungurești și poloneze, iar Cotruș, care se interesase în acest sens, afirmă că dacă guvernul român se angaja să cumpere 200 - 300 exemplare, editura va publica și traduceri din literatura română.

Casa de editură *Sapientia*, care a adus importante servicii propagandei noastre în Italia, conform afirmațiilor lui A. Cotruș, solicita în octombrie 1929 traducerea în limba italiană a lucrării *Art et Litterature Roumaine*, de N. Iorga. Activitatea acestei edituri s-a bucurat de subvenții din partea Ministerului Afacerilor Străine. Casa de editură *La Nuova Italia*, din Veneția, a tipărit în 1929 *O scrisoare pierdută*, de I. L. Caragiale, *Doamna Cuparencu*, de D. Pătrașcu, *Două iubiri*, de Ion Agârbiceanu, și *Sufflete tari*, de Camil Petrescu. Din Milano, Casa de editură *Maio* anunța, tot în 1929, publicarea unui volum despre Italia al profesorului Iorga. Cartea Reginei Maria *De la inima mea la inima lor* fusese publicată de către *Editura Modernissima*, care își exprima dorința de a edita un alt roman românesc în limba italiană.¹⁶

¹³ *Ibidem*, ff 154-155 și 158.

¹⁴ *Ibidem*, ff 164-166.

¹⁵ *Ibidem*, dos. 234/1929, f 1.

¹⁶ *Ibidem*, f 6.

O instituție care s-a implicat eficace în realizarea unei propagande culturale românești în Italia a fost *Camera de Comerț italo-română*. Secretarul acesteia, Virgilio Monti, era un italian născut și crescut în România, care a angajat adevărate polemici în presa italiană pe chestiunea românească. *Camera de Comerț* publica și o revistă intitulată *Rassegna Italo-Romana* și, cu toate eforturile depuse în această direcție, *nu a primit nici o subsidie din partea guvernului român*. Mai mult, când *Camerei de Comerț* i s-au acordat decorații pentru membrii activi, Virgilio Monti nu s-a numărat printre cei apreciați.¹⁷

Aron Cotruș a fost și el adeptul întreținerii unor bune relații cu presa din Italia, demers cu ajutorul căruia aprecia că au fost obținute lucruri importante pentru România, pentru cunoașterea ei în Europa. "Corriere della Sera", al cărui director era Maffio Maffi, arăta un deosebit interes pentru chestiunea românească și aprecia necesitatea unei colaborări economice și culturale mai intense. Acest ziar trimitea redactori în România atunci când considera necesar. Arnaldo Mussolini, directorul ziarului "Il Popolo d'Italia", manifesta o atitudine deschisă față de țara noastră atunci când spunea: *Peste tot acest zbucium balcanic, Italia a avut întotdeauna o privire amicală pentru România*. După care continua: *În misiunea dumitale, Aron Cotruș, vei găsi la Milano mulți și buni amici*¹⁸.

Prieteni mulți și buni a găsit Aron Cotruș și când s-a preocupat de organizarea unor serate muzicale sau concerte unde să se facă cunoscută muzica românească, evenimente culturale petrecute în lunile aprilie - mai ale anului 1930. În zilele de 2 - 5 aprilie 1930, cu ocazia inaugurării *Căminului Românesc - Nicolae Iorga* din Veneția, a fost organizat un mic concert de muzică românească unde a cântat și pianista Elisabeta Cotruș, soția atașatului de presă. Pe 12 aprilie, o altă serată muzicală românească a fost organizată la *Cercul Filologic Feminin* din Milano, unde alături de pianista Elisabeta Cotruș și solista Sofia Jianu, poetul italian Carlo Brugnara a citit o poezie închinată României. În același cadru a fost organizat în luna mai un alt recital la care au fost interpretate trei dintre *Jocurile românești* ale lui Tiberiu Brediceanu și *Toccată* de George Enescu.

În domeniul cultural, nu doar muzica românească prezenta interes pentru italieni. Pictura și sculptura îl preocupau spre exemplu pe directorul revistei de artă "Poligono" din Milano care cerea pentru publicare un articol despre Constantin Brâncuși, iar revista săptămânală "Giornale dell'Arte" solicita articole despre pictura și sculptura românească¹⁹.

Aceste acțiuni, înscrise în capitolul propagandă, par să nu aibă legătură cu presa, nivel de percepție care se volatilizează în momentul în care constatăm că ele au fost relatate în ample relatări, evenimentele mondene fiind de mare interes pentru publicistica vremii. Dacă prin participarea directă la aceste manifestări erau implicate câteva zeci, poate sute de persoane, relatările de presă le făceau cunoscute unui public mult mai larg.

Ca o acțiune complementară față de cele amintite, apare expediția din România în Italia a mai multor publicații despre arta românească, prin grija lui

¹⁷ *Ibidem*, f 2.

¹⁸ *Ibidem*, ff 9-10.

¹⁹ *Ibidem*, ff 18 și 20-21.

Eugen Filotti, directorul *Direcției de Presă și Informații*, către scriitorul și criticul de artă Ed. Mottini. Acesta fiind încântat de ele va publica în octombrie 1930 o serie de articole despre România.

În august 1930, Aron Cotruș informa Ministerul Afacerilor Străine că a continuat *activitatea de contrabalansare a propagandei favorabile Ungariei și Bulgariei și ostile României*. Astfel, de exemplu, a făcut o anchetă în majoritatea librăriilor din Milano despre cum se vând traduceri românești și a constatat că erau foarte bine primite. În cifre s-ar putea spune următoarele: 15.000 exemplare din *Pădurea spânzuraților*, de L. Rebreanu, s-au vândut în 3 luni, cartea Reginei Maria, *De la inima mea la inima lor*, s-a epuizat rapid, iar *Niculăiță Minciună*, de Ion Brătescu-Voinești, s-a epuizat la 2 ani după publicare. Cu alte cuvinte, Aron Cotruș își urma demersul așa cum îl începuse: *cu multă energie*²⁰.

În întâmpinarea dorinței autorităților române de a contribui la formarea unei imagini cât mai favorabile țării în străinătate, veneau ofertele comerciale sau mai puțin interesate pecuniar ale unor publicații europene. Acestea fie că ofereau un număr de pagini unde puteau fi publicate articole trimise din România, fie că intenționau să publice un număr special dedicat României, fie că erau reviste de specialitate și pentru a putea prezenta o imagine la nivel european despre acel domeniu aveau nevoie și de informații din România. Din prima categorie făcea parte grupul de presă *Financial Newspaper Limited*, din Anglia, care cuprindea următoarele publicații cu specific economico-bancar: "The Economist", "The Banker" și "The Investor's Chronicle."

Primele contacte cu "The Banker" datează din 25 noiembrie 1927 și 19 ianuarie 1928, când se crease un aranjament între guvernul României și revista amintită pentru a publica articole economice și financiare într-un supliment dedicat României. Aspectul negativ al aranjamentului consta în faptul că materialele nu soseau la timp și nu corespundeau²¹. După un timp, respectiv pe 26 martie 1929, acest grup de publicații a propus guvernului României un contract pentru un program de publicitate de 6 luni. În legătură cu acest contract, Nicolae Titulescu, ministrul României la Londra, a apreciat publicarea în revista "The Economist" a articolelor concepute de specialiști români²². Aranjamentul era prevăzut pentru perioada 1 mai - 1 decembrie 1929 și partea română avea de achitat 5.000 lire sterline în patru rate egale.

Articolele publicate au purtat titluri ca cele ce urmează: în 25 mai 1929, în "Financial News" apărea *Politica comercială a României între 1918-1928, Problema Căilor Ferate din România, Situația agriculturii în România*; în 1 iunie 1929, în "The Investor's Chronicle" apărea un articol intitulat: *Transilvania*. Alte titluri de articole pot să ajute la formarea unei păreri în legătură cu aspectele pe care România înțelegea să le prezinte Europei, pentru a-și forma o imagine cât mai complexă. De exemplu: *Bogățiile minelor din România, O țară bogată în estul Europei, Harta economică a României, Eforturile de reconstrucție ale României, Organizarea zonelor libere*, iar lista poate continua.

²⁰ *Ibidem*, ff 25-27.

²¹ *Ibidem*, dos. 72/1928, f 19.

²² *Ibidem*, dos. 231/1929, f 8.

Cu timpul, presa engleză a constatat că publicarea articolelor despre România crease obișnuința de a fi citite. Ele nu mai erau privite ca articole plătite, ci drept materiale ce apăreau periodic despre România. La 22 ianuarie 1930, Alfred Stead îi scria lui Eugen Filotti: *Nu pierdeți contactul cu cercurile londoneze. De 6 luni s-au obișnuit să citească date exacte despre România. Atmosfera creată este un bun câștigat pentru România în Anglia, ar fi păcat să se piardă. Sper că guvernul va fi dispus să refacă contractul. Ca o încununare a colaborării de până atunci, Financial Newspaper Ltd. a realizat la 15 martie 1929 un volum care cuprindea toate articolele publicate și care a fost trimis Legației României la Londra și Ministerului Afacerilor Străine de la București.*

Ultimul articol a apărut la 29 ianuarie 1930, după care englezii au propus pentru următoarele douăsprezece luni un număr mai mic de pagini la un preț corespunzător: £1,560. Contractul însă nu a mai fost refăcut în 1930. Chiar și în timpul derulării contractului inițial plata se făcea greoi și cu mari întâzieri²³. Cei care au avut de pierdut au fost românii și poate că s-ar potrivi în acest caz cuvintele Regelui Carol I, care spunea în 1872 că poporul român nu poate fi altfel decât *instabil și schimbător*²⁴.

Dacă această colaborare cu grupul de presă *Financial Newspaper Ltd.* a fost fructuoasă, nu același lucru se poate spune despre propunerea făcută guvernului României de către un organ de presă cu profil financiar din Zagreb, "Finanțele de stat și comună". Acesta, în 1929, cerea guvernului informații despre oameni de stat, politicieni, economiști care ar putea colabora la alcătuirea unui număr special consacrat raporturilor politice și economice dintre România și Iugoslavia. *Direcția Generală a Presei și Informațiilor* a refuzat însă colaborarea motivând că ziarul nu prezintă prea multă seriozitate și se credea că vor doar să ceară bani de la guvernul român în acest scop²⁵.

Despre România anilor 1927-1930 presa europeană a afirmat frecvent că din punct de vedere economic era o țară agrară și nu se greșea prin aceasta, chiar dacă uneori această etichetă era folosită pentru situarea României pe o poziție inferioară, într-o teoretică ierarhie a țărilor. S-au mai folosit și o serie de figuri de stil cu parfum publicistic. Unele vizau bogățiile țării: *California Europei*, altele acuzau politica autoritară dusă în interior: *Bastilia reacționară a Europei orientale*.

Toate aceste afirmații își au motivațiile lor, unele clar expuse de autorii lor, altele mascate, dar totuși evidente. Este suficient ca pentru formarea unei păreri în privința motivațiilor să se observe orientarea publicației în care a apărut articolul și a persoanei autorului, sau chiar numai țara în care apărea acel ziar. Poziția politică a unei țări față de România se găsea reflectată în mass-media din țara respectivă, și în acest caz acționând din plin principiul juridic ce îndeamnă să îți pui nelipsita întrebare: *Cui folosește?*

²³ *Ibidem*, f 134.

²⁴ Cristescu Sorin, *Țelul strădaniilor mele: implantarea obiceiurilor germane*, în "Magazin istoric", nr. 6/1998, p 70.

²⁵ 25. Arh. N.I.C., fond MPN. Presa externă, dos 239/1929, f 1.