

O CANĂ DE PROPAGANDĂ DIN PRIMUL RĂZBOI MONDIAL AFLATĂ ÎN COLECȚIA DE ISTORIE MODERNĂ A MUZEULUI CIVILIZAȚIEI DACICE ȘI ROMANE

MARIA-CRISTINA PLOSCĂ

Muzeul Civilizației Dacice și Romane Deva
cristinaplosca@yahoo.com

Cuvinte cheie: Primul Război Mondial, cană de propagandă, aliați, heraldică

Keywords: World War One, propaganda mug, allies, heraldry

De la începutul Primului Război Mondial, ambele alianțe au folosit propaganda pentru influențarea opiniei publice prin caricaturi, postere, desene și alte obiecte. Recrutarea și patriotismul au fost unele din temele centrale ale propagandei. Printre cele mai faimoase și cunoscute postere folosite de armata britanică în campania de recrutare au fost cele gen Lord Kitchener wants you. Cănila și batistele brodate, obiecte de folosință cotidiană, sunt reprezentative pentru propaganda celor două blocuri militare din timpul Primului Război Mondial. În cazul nostru, cana de propagandă prezentată în lucrare este fabricată în Imperiul Austro-Ungar și aparține Colecției de Istorie Modernă a Muzeului Civilizației Dacice și Romane Deva. Cana de propagandă ne arată, prin heraldică și simbolism, legătura puternică dintre cele două aliate, Germania și Austro-Ungaria.

Vladimir Volkoff definea propaganda ca „acțiunea exercitată asupra opiniei publice pentru a o determina să aibă anumite idei politice și sociale, a dori și a susține o politică, un guvern”¹.

Războiul din 1914-1918 a reprezentat intrarea dezastruoasă într-un secol tragic, acesta producând și răspândind în lume ororile și nevrozele distrugătoare ale secolului XX². Printr-un aparat ilustrativ amplu, propaganda a avut, pentru ambele blocuri militare, un rol bine definit, constând în fotografii și postere care prezintă locuri, evenimente, ceremonii, împărați, soldați, secvențe de pe front, în plan individual și în plan colectiv. Fotografia a fost printre protagoniștii importanți ai războiului, fotografiile aducând constant dovezi privind activitățile militare de pe ambele fronturi, imaginile fiind folosite de presei dar și propagandei. În acest sens a apărut în cadrul statelor majore un serviciu regulat de operatori care să memoreze pe film imagini de pe front. *Marele Război* a adus printre noutăți afișele, cu principala temă patriotismul, care îndemneau tinerii spre centrele de recrutare – ne amintim de afișul din Marea Britanie din 1914³ *Britons: Your country wants you*⁴ – cu mare efect mobilizator, batistele, cărțile poștale, cănila în slujba propagandei unde erau folosite emblemele, steagurile, decorațiile și simbolistica heraldică a statelor.

¹ Volkoff 2000, p. 19.

² Astorri, Salvadori 2005, p. 5.

³ Astorri, Salvadori 2005, p. 85.

⁴ Posterul a apărut în Marea Britanie în 1914 având imaginea lordului Horatio Kitchener, care a avut rol important în organizarea armatei de voluntari la începutul Primului Război Mondial.

Odată cu asasinarea arhiducelui Franz Ferdinand, tensiunea din Balcani ajunsese la un punct de cotitură, însă deja problema balcanică reprezenta un factor destabilizator și de confruntare internațională. Mozaic de culturi, etnii și credințe religioase, țintă a expansionismului puterilor europene, Balcanii treceau printr-un proces de fărâmițare politică. Deși în 1914 se nutreă speranța unei încheieri rapide a conflictului, anul 1915 dezamăgește, nici unul dintre cele două blocuri nefiind capabil să prevaleze asupra adversarului, iar ofensivele au sfârșit prin a nu fi decisive. Deși pe fondul unei cauze comune în virtutea căreia se luptă totuși, în interiorul taberelor s-au evidențiat obiective particulare, care slăbeau coeziunea. Statul Major austro-ungar nu și-a ascuns nemulțumirea, în diferite ocazii, pentru colaborarea cu aliatul german, a cărui comandă supremă era prin tradiție, autoritară⁵. Însă propaganda folosită de ambele tabere nu arăta fisurile din alianțe, prin propagandă înțelegând că ne referim la: postere pentru înrolare, felicitări pentru diverse ocazii, obiecte decorative cu imagini din război.

În timpul Primului Război Mondial cele mai des întâlnite obiecte, folosite de propaganda militară, multe dintre acestea păstrate în colecții, erau postere care îndemneau la înrolarea tinerilor în armată, câni de bere, batiste brodate, cărți poștale, schițe, fotografiile panoramice, acestea din urmă vânzându-se în orașe. Ambele alianțe militare au folosit acest gen de propagandă. Pentru a se arăta că aliații aveau aceleași interese, că alianța funcționa, aceștia erau redați pe cărți poștale, postere sau câni, popularizându-se ideea alianțelor indestructibile. De exemplu, blocul Puterilor Centrale era de obicei reprezentat pe ilustrații prin cei patru conducători: Wilhelm al II-lea, Enver Pașa, Franz Iosif și Ferdinand al Bulgariei. Un exemplu este mai mult decât elocvent, cel al trenului de propagandă inițiat de Germania și aliații săi. Aceștia au inaugurat în ianuarie 1916 *Balkan zug*, un tren de lux, similar Orient Express-ului, care unea capitalele Puterilor Centrale: Berlin, Viena, Belgradul cucerit de armatele austro-ungare, Sofia, cu punct terminus la Constantinopol. Arjan den Boer în articolul său „Un vehicul de propagandă în timpul Primului Război Mondial - trenul de propagandă *Balkan zug*” ne face o descriere detaliată a componenței acestuia: vagoane de dormit, restaurant, de clasa I-a și a 2-a provenite de la Căile Ferate Prusace. Prima cursă de la Berlin la Constantinopol a avut loc în ianuarie 1916, iar întoarcerea de la Constantinopol a fost celebrată printr-un banchet la Nis. Această legătură pe calea ferată a fost posibilă doar după ce Puterile Centrale au început să-și exercite controlul în Balcani, după anul 1915.

Cana de propagandă, aparținând Colecției de Istorie Modernă a muzeului din Deva, se înscrie în tendința colectivă de fabricare a obiectelor de propagandă din timpul Primului Război Mondial, de către alianțele aflate în conflict. Aceste categorii de obiecte sunt prezente și în colecțiile muzeelor din România. În cazul nostru, cana de propagandă provine din Imperiul Austro-Ungar. Cana fabricată din porțelan alb, cu toartă, are o înălțime de 9 cm, diametrul gurii de 8 cm iar diametrul bazei de 5,5 cm rezultând o formă tronconică. Baza este ornamentată cu o bandă de decor în relief, deasupra acesteia se află o alta compusă din culorile roșu-alb-verde, reprezentând steagul ungar, arătând de fapt poziția de egalitate pe care Ungaria o avea în cadrul alianței. Însă punctul de atracție îl constituie cei doi împărați și aliați Franz Joseph și Wilhelm al II-lea, prezentați în două medalioane poziționate față în față, în partea centrală a canei. Împărații aliați în blocul Puterilor Centrale poartă uniforme militare de

⁵ Astorri, Salvadori 2005, p. 62.

ceremonie, completate cu ordine și decorații. Fiecare medalion este mărginit de steagul statului căruia îi aparține conducătorul, respectiv Austro-Ungaria și Germania.

La baza compoziției este scris 1914/1915, prin aceasta arătându-se durabilitatea alianței peste ani. Compoziția este încadrată de ramuri de stejar. Stejarul cu rădăcinile lui înfîpte adânc în pământ, reprezintă puterea, gloria militară, imortalitatea, fiind considerat sacru pentru zeii popoarelor germanice. Totodată ramurile de stejar cu frunze și ghindă se dădeau ca ofrande ostașilor⁶. Ramurile de stejar închid compoziția în jurul noii coroane imperiale germane (1889)⁷, care este așezată deasupra acvilei prusace⁸. Acvila este poziționată cu capul în profil și are aripile desfăcute deasupra celor două medalioane. Dedesubt este prezentă coroana imperială a lui Rudolf al II-lea⁹, purtată inițial de împărații Sfântului Imperiu Roman din Casa de Habsburg, sprijinită pe scutul galben auriu, cu leul roșu încoronat, cunoscut simbol habsburgic¹⁰.

Produse în număr mare, în timpul Primului Război Mondial, cămile de propagandă, pe care azi le mai putem vedea în colecțiile muzeale, ne transmit peste timp, imagini document ale alianței imperiilor din centrul Europei, care ca urmare a conflictului global au dispărut lăsând locul unor noi state europene.

Bibliografie

- Astorri, Salvadori 2005 – A. Astorri, P. Salvadori, *Istoria ilustrată a Primului Război Mondial*, București, 2005.
- Diaconovich 1900 – C. Diaconovich, *Enciclopedia Română*, Tom II, Sibiu, 1900.
- Meyers 1895 – *Meyers Konversations-Lexikon*, Tom 10, Leipzig und Wien, 1895.
- Meyers 1896 – *Meyers Konversations-Lexikon*, Tom 13, Leipzig und Wien, 1896.
- Meyers 1897 – *Meyers Konversations-Lexikon*, Tom 17, Leipzig und Wien, 1897.
- Volkoff 2000 – V. Volkoff, *Tratat de dezinformare. De la Calul Troian la Internet*, București, 2000.

⁶ Diaconovich 1900, p. 13.

⁷ Meyers 1895, p. 763.

⁸ Meyers 1897, p. 512, planșă nenumărată.

⁹ Meyers 1895, p. 763.

¹⁰ Meyers 1896, p. 298, planșă nenumărată.



1



2

Pl. I. 1. Cană de propagandă, detaliu, împăratul Wilhelm al II-lea;
2. Cană de propagandă, imagine frontală

**A Propaganda Mug from World War One belonging to the Modern History
Collection of the Museum of Dacian and Roman Civilisation**

Abstract

From the beginning of World War One, both sides of the conflict used propaganda to shape opinion using a wide range of cartoons, posters, leaflets and other different items. Recruitment was a central theme of domestic propaganda, the most common theme although was patriotism. Among the most famous of the posters used by the British Army recruitment campaign were the “Lord Kitchener Wants you” posters. Mugs and embroided handkerchiefs are among everyday items, used in World War One propaganda. In this case we have a propaganda mug, made in Austro-Hungarian Empire, belonging to Romanian Modern History collection of the Museum of Roman and Dacian Civilisation. The propaganda mug shows through heraldry and symbols a strong bond between the two allies of Central Powers Alliance, Germany and Austro-Hungary.

List of Illustrations

Pl. I. 1. Propaganda mug, Wilhelm II, details; 2. Propaganda mug, front view