

Imagini ale dictaturii din România anilor '80: memorie, nostalgie, postmemorie

Drd. Alexandru Stănescu,
Centrul de excelență în Studiul Imaginii,
Universitatea din București

Abstract

In the first decade of the Romanian post-communist era, a normative narrative of the recent past was constructed, which demonized the Ceaușescu regime. In the early 2000s, a more lenient view gradually set in, rediscovering the forgotten comfort of the paternalistic state, leading to nostalgia. Meanwhile, transitional justice, designed to incriminate all those responsible for crimes and abuses under the old regime, has proven ineffective. Most Romanians who survived communism did not directly experience the crimes, instead, they are tributary to a cultural memory based on a certain image of society, inoculated by the system, a utopian image of a better world for all.

Starting with these conflicting visions, this paper analyzes images relevant to the Romanian dictatorship of the 80s, through the lens of memory studies, involving the concepts of cultural and vernacular memory, nostalgia, and post-memory. Portraits of the dictator, prints, photos, memorabilia and objects from the 80s, blogs, social media pages, and micromuseums will be discussed.

Keywords: *Memory and authoritarianism, Romanian communism, nostalgia, post-memory, visual cultural studies*

1. Nostalgia: o privire din perspectiva studiilor memoriei

Urmărind sondajele privitoare la calitatea vieții înainte și după 1989, presa românească redescoperă periodic cât de mulți români consideră că aveau o viață mai bună în comunism. În cel mai recent sondaj al INSCOP, cu privire la percepția pe care o au românii asupra prezentului, trecutului și viitorului, rugați să răspundă ce cred despre situația generală din România, comparativ cu cea de acum 30 de ani, 54% dintre repondenți spun că este mai rea, 35,6% că este mai bună, 8,5% că este la fel, iar 1,9% nu răspund. („Sondaj”) Articolul mai amintește un alt sondaj din 2014, care arăta un procent de 40% dintre români afirmând că viața în acel an era mai rea decât înainte de 1989. Deci pesimismul românilor este un fenomen vechi de cel puțin 3 decenii. Această privire pesimistă asupra prezentului și viitorului este dublată de o întoarcere spre trecut, prin căldura memoriei, o dureroasă întoarcere (gr. *nostos algos*) către un „acasă” idealizat. Dintre toate sentimentele stârnite de comunism, *nostalgia* este cel mai dilematic, pentru

că aduce laolaltă un mix de emoții puternice, adesea antagonice și greu de explicat. Sentimentul nu este specific românesc, ci s-a manifestat în toate țările ex-comuniste. În studiul de față ne vom referi îndeosebi la cazul României.

Universitarul sloven Mitja Velikonja oferea, în 2009, o analiză a nostalgiei în spațiul post-iugoslav, vorbind despre un sentiment multifățetat, o combinație, în continuă schimbare, de amar și dulce, seriozitate și glumă, frică și fascinație, rememorare și ironizare. (Velikonja 540) Pentru mulți dintre oamenii formați în fostul sistem socialist, mai ales pentru muncitorime, schimbarea a însemnat pierderea unui statut și începutul unei vieți mizerabile. Antropologul Vintilă Mihăilescu observa, în articolul intitulat „Clasa muncitoare merge în purgatoriu”: „copiii răsfățați ai vechiului regim – și astfel o metonimie a comunismului – proletarii, sunt lăsați în prezent într-un fel de purgatoriu al tranziției, unde trebuie să-și ispășească mai întâi păcatele, dacă vor să intre în paradisul economiei de piață”. (Mihăilescu 29) Sistemul industrial prin care Ceaușescu spera să câștige independența economică a României a fost demantelat treptat, iar foștii săi lucrători s-au văzut perdanți ai tranziției economice. Miriam Matejova observă o „traumă a dezindustrializării” în fostele țări socialiste, dezvoltată în paralel cu creșterea inegalității în distribuția veniturilor populației, cu globalizarea, dispariția cenzurii veștilor rele (determinând abundența știrilor negative) și abundența informațiilor care pot deforma realitatea inegalității. (Matejova 69)

De-a lungul primilor ani ai epocii postcomuniste, cuprinși în termenul generic de „tranziție”, anularea utopiei comuniste a atras după sine anularea viitorului luminos, promis pentru toți. În paralel, s-a dezvoltat un *discurs normativ despre trecut*, noul discurs oficial în care sistemul comunist și persoana lui Nicolae Ceaușescu au fost demonizate. Era o privire nouă, dar la fel de cenzurată ca și cea veche, până la urmă, deoarece servea o altă propagandă, construită aproape exclusiv din evocarea aspectelor negative ale vechiului regim. În siajul reprezentărilor din decembrie 1989, când oamenii au ieșit pe străzi cu portretele dictatorului, peste care desenaseră coarne, colți și sânge, la începutul anilor ‘90 persistau imaginile lui „Ceaușescu-vampirul”, „Dracula”, „demonul”. (Petrescu 44) Așa cum observă Maria-Alina Asavei, în această perioadă, „tentativele de exprimare a unor amintiri pozitive legate de «tiran» erau descurajate de noul status-quo postcomunist, în numele procesului de «decomunizare» și «purgație a trecutului demonic»”. (Asavei 27) Ceaușescu, alături de soție și alți membrii ai cercului restrâns de putere, au fost găsiți responsabili pentru toate păcatele trecutului, în timp ce eșaloanele secundare – activiști de rang înalt și membri ai aparatului represiv – „și-au schimbat hainele, s-au ascuns repede în pădurea de oameni și totul a

fost bine”⁹. Astfel de argumente susțin ideea ineficienței unei justiții tranzitorii în România postcomunistă.

Pe măsură ce deceniul 9 se îndepărta și, odată cu el, tinerețea generației care l-a trăit din plin, viziunea a devenit tot mai polarizată. Sfârșitul anilor ‘90 a marcat o schimbare în percepția tranziției, care a devenit, în ochii multor români, o nouă epocă de privațiuni și sacrificii. Mulți dintre acești oameni, formați în comunism, nu doar au păstrat o nostalgie inerentă viziunii despre tinerețe și avantajele muncii în vechiul sistem, dar au transmis-o generației următoare. Fenomenul a fost pus, de unii analiști, pe seama inerției la schimbare, manifestată de societatea românească în primele decenii postcomuniste. În alți termeni, împrumutați de la Marianne Hirsch, putem vorbi despre o *postmemorie a comunismului românesc*. Hirsch analizează rolul imaginilor fotografice în transmiterea intergenerațională a memoriei, în special a memoriei Holocaustului. Cercetătoarea afirmă că urmașii supraviețuitorilor unui masiv eveniment traumatic (precum Holocaustul) se conectează atât de puternic și profund cu amintirile generației anterioare, încât acea conexiune ei o pot numi *memorie*, nefiind o memorie proprie, ci una moștenită de la alții. (Hirsch 106) Mitja Velikonja o numește *nostalgia second hand*, o formă de memorie de împrumut, care poate fi la fel de puternică, persuasivă și autentică precum *nostalgia first hand*. (Velikonja 538) Dacă *nostalgia first hand* este serioasă, obsedată de reconstrucția realistă a momentelor din trecut, *nostalgia second hand* este satirică, jucăușă, și deliberat eclectică.

Cristian Tileagă privește nostalgia postcomunistă din perspectiva psihologiei sociale, observând fenomenul ca pe o formă de inerție, refuz al libertății sau frică de libertate, plângere a frustrărilor prezentului sau criză a identității poporului român, dezamăgit de clasa politică actuală. (Tileagă 485) Aceste reacții ale societății generează și o gamă de opinii contradictorii legate de comunismul românesc. Tileagă arată că tentativele oficiale de împăcare cu trecutul comunist (*coming to terms with the communist past*) au căutat să ratifice o viziune politică și morală comună asupra crimelor comunismului. (Tileagă 478) Dar o viziune comună nu este posibilă, de vreme ce majoritatea românilor care au supraviețuit regimului „nu au trăit în mod direct crimele ce constituie piatra de temelie a versiunii publice, corecte din punct de vedere moral (și politic, *n.n.*), a trecutului recent”. (Petrescu 69) De asemenea, ei sunt tributari unei rezistențe și „încăpățânate memorii culturale”, pe care comunismul a făurit-o în cei 45 de ani de existență. (Tileagă, 2018, 60) Opiniile și mărturiile exprimate după căderea comunismului mențin o breșă între versiunea publică și cea privată asupra trecutului. Din aceste vizuni

⁹ Interviuul autorului cu Marcel Păun (18.10.2013), cadru M.A.I., gardă de corp a lui Nicolae Ceaușescu în anii ‘80.

contradictorii reiese, după Tileagă, o „traumă a memoriei colective”. (Tileagă 483)

Memoria culturală cuprinde texte, imagini și ritualuri specifice fiecărei societăți din fiecare epocă, a căror «cultivare» servește la stabilizarea și transmiterea imaginii de sine a acelei societăți”. (Tileagă, 2018, 60)¹⁰ După cum arată Hirsch, spre deosebire de memoria individuală, care se transmite prin comunicare directă, intergenerațional, memoria culturală se transmite transgenerațional, deci pe parcursul unor perioade îndelungate (epoci), nemaifiind mediată prin practică, ci prin sisteme simbolice: cărți, filme, arte vizuale, monumente, memoriale etc. (Hirsch 110) Deci memoria culturală e o formă a memoriei colective, stocată și comunicată simbolic. Din acest punct de vedere, ea încorporează conceptul *lieux de la mémoire* (locurile memoriei). Tileagă vorbește despre națiuni ca fiind construite pe baza unui imaginar comun, deci memoria lor nu este imanentă, ci creată din îmbinarea marii narațiuni a grupului etnic cu micile narațiuni individuale. Astfel, narațiunea și memoria națiunii constituie terenul pe care se întâlnesc cultura oficială și cea vernaculară. (Tileagă 477) Nostalgia, după Miriam Matejova, nu are legătură cu grija comuniștilor față de bunăstarea populației, ci cu succesul unei imagini despre societate care exista doar în mințile cetățenilor. (Matejova 76) Velikonja afirmă că:

„nostalgia este o *utopie retrospectivă*, o dorință pentru o lume mai sigură, o societate mai dreaptă, prietenii mai adevărate, solidaritate și bunăstare generală, pe scurt – pentru o lume perfectă. Deci nostalgia pentru socialism nu se referă exclusiv la vremuri trecute, regimuri, valori sau relații trecute, ci întrupează o speranță utopică pentru o societate care trebuie să fie mai bună decât cea actuală”. (Velikonja 535)

Scriitoarea ruso-canadiană Svetlana Boym vede în nostalgie „expresia seculară a unui dor pentru absolut, pentru un *acasă* deopotrivă fizic și spiritual”. (Boym 12) Boym clasifică două tipuri de nostalgie: *reflectivă* și *restaurativă*. Nostalgia reflectivă conține ironie și regret, este preocupată de istorie dar și de finitudinea vieții umane, de narațiuni individuale concentrate pe detalii și semne memoriale. Narațiunea restaurativă implică o cauză politică, ideea de conspirație și întoarcere la o perioadă de glorie națională. Acest tip de nostalgie „poate crea monștri”, spune Boym, confundând *acasă-ul* real cu unul imaginar. (Boym 13)

Matejova identifică două valuri ale nostalgiei postcomuniste: primul în anii “90, al doilea în anii “2000. (Matejova 68) Primul val este justificat în special de evoluții economice precum sărăcia, șomajul și privatizările frauduloase declanșate după căderea regimului (fenomene survenite în toate țările

¹⁰ Cristian Tileagă îl parafrazează pe Jan Assman în această definiție („Collective Memory and Cultural Identity”. *New German Critique*. (65) Spring–Summer 1995, 132).

Pactului de la Varșovia), însă al doilea val este mai surprinzător, implicând memoria Generației X – copiii celor care „construiseră” efectiv comunismul.

2. Memoria digitală a dictaturii

Apariția domeniului transdisciplinar al memoriilor digitale post-socialiste, în anii ‘2010, arată, conform unui studiu de Caterina Preda, caracterul în continuă schimbare al memoriei. (Preda 199) Discursul online neoficial, personal, de pe bloguri, site-uri private și rețele de socializare dedicate copilăriei din „Epoca de Aur”, „autorizează și proiectează diferite variante ale memoriei, contribuind la o memorie a comunismului ca realitate multistratificată”. (Preda 197) De asemenea, operele *new media* aduc în atenția publicului o nouă imagine a dictatorului, mai complexă și neconformă cu dihotomia standard tiran / caricatură.

Să mergem la originea fenomenului, apărut după anul 2000. Sub presiunea economiei de piață și a evoluției tehnologiilor informaționale, lumea anilor ‘80 a început să se transforme, în ciuda unei inerții puternice. Obiectele, mai mult decât obiceiurile din epoca defunctă, au început să dispară. Cristina Petrescu le numește medii ale memoriei (*milieux de la mémoire*), preluând conceptele consacrate de Pierre Nora. (Petrescu, *Websites* 598) Scoaterea lor treptată din uz a dus la apariția *locurilor memoriei comunismului*. Adrian Cioroianu le vede ca rămășițe materiale cu o aură simbolică, ce pot deveni obiectul unui ritual sau servesc pentru o „rechemare concentrată a memoriei”. (Cioroianu 142) Deci aceste locuri sunt materiale (obiecte) și imateriale (concepte), aparținând, până la urmă, memoriei culturale. Cioroianu enumeră astfel de locuri ale memoriei, relevante pentru istoria comunismului românesc: coada, frigul, Casa Poporului, vizitele de lucru ale Tovarășului, bancurile, peștele de pe televizor etc. Putem adăuga pe listă portretul oficial al lui Nicolae Ceaușescu.

În preajma anului 2007, memoria „Epocii de aur” părea că intrase într-o nouă fază. Pe 18 decembrie 2006, președintele Traian Băsescu a prezentat, în Parlament, *Raportul Final al Comisiei Prezidențiale pentru Analiza Dictaturii Comuniste din România*, care condamna oficial regimul comunist. În ianuarie 2007, România devine stat membru cu drepturi depline în Uniunea Europeană. Are loc premiera filmului *4 luni, 3 săptămâni și 2 zile*, premiat la Cannes cu Palme D'Or, care imaginează un avort clandestin din 1987. În mai 2008, Galeria *H'art*, din București, expune în public, pentru prima oară, o serie de colaje realizate de Ion Bârlădeanu, persoană fără adăpost, care locuia și crea în gheana unui bloc. Chipul lui Nicolae Ceaușescu ocupa un loc privilegiat printre personajele parodiate de acest artist autodidact, etichetat rapid drept marginal, exotic și subversiv. În același an debutează pe internet *Fototeca online a Comunismului Românesc*, o sursă

valoroasă de imagini realizate de fotografi oficiali ai regimului, digitizate de Arhivele Naționale ale României și Institutul de Investigare a Crimelor Comunismului (ICCMER). În scurtă vreme, întreprinderile românești dar și companiile multinaționale au observat și exploatat curentul *retro*, manifestat mai ales în zona inferioară a clasei de mijloc, construind campanii publicitare în jurul sentimentului de nostalgie a tinereții din RSR, fie că a fost vorba de băuturi răcoritoare, pufuleți, salam, înghețată sau bombonele C.I.P. În fapt, exploatau niște locuri ale memoriei comunismului. În unele dintre aceste campanii, cuvântul „nostalgie” face parte din slogan („Gustă o felie de nostalgie”, „Pufuleți-nostalgie” etc.).

În paralel cu aceste fenomene care nu contraziceau discursul oficial, dar relaxau privirea către trecutul recent, au devenit vizibile expresiile unei contra-memorii a comunismului. Spre sfârșitul primei decade a noului mileniu, apar studii despre comunism semnate de autori români, activi în mediul academic occidental, ei înșiși aparținând Generației X, sau „decreștelor”. Cristina Petrescu observă că, din anii 2000, o cohortă de decreșei născuți în anii ‘80 au început să manifeste deschis o preocupare față de „Epoca de aur”, cu obiectele, cutumele și viața ei „demodernizată”. (Petrescu, *Websites* 603) Această relație necenzurată cu trecutul recent a semnalat o nouă fază în procesul de rememorare, în care nostalgia nu mai era reprimată. Astfel, pe măsură ce internetul și platformele digitale au început să se dezvolte, experiențele lor legate de viața de zi cu zi din comunism și-au găsit locuri alternative de expresie, în mediul online: site-uri web, bloguri, vloguri etc. Răspândirea rețelelor de socializare (după 2009) a facilitat apariția unor noi spații virtuale în care românii au putut expune cu ușurință *fotografii vernaculare*, scanate sau fotocopyate din propriile arhive.

Copilăria anilor 80-90, de exemplu, este un *grup Facebook* care afișează sute de imagini, preluate din diverse surse, inclusiv din arhiva lui Andrei Pandele (preluate de pe blogul fotografului), arhiva Muzeul Jucăriilor, sau de pe paginile altor utilizatori. Imaginile sunt organizate pe categorii: jocuri în detaliu, obiecte de uz casnic (celebrele sticle de lapte, Cico, Brifcor), discuri de vinil, rechizite, păpuși, mijloace de transport, reviste, almanahuri, bibelouri etc. Colecțiile formează *arheologia unui stil de viață dispărut*, al socializării directe, fără intermediari digitali, fără distanțare fizică sau emoțională. Foarte multe imagini prezintă șoimi ai patriei și pionieri zâmbind, în drumetii, adunați în fața școlii, dansând în horă, învățând în sălile de clasă, adică tocmai copiii înregimentați în organizațiile PCR de la o vârstă fragedă, pentru a fi îndoctrinați.

Aceste fotografii ne arată o fascinație a reconstituirii copilăriei în detaliile ei pierdute, deși acestea constituie însemnele unui trecut evocat, oficial, în termeni de film horror. Se poate observa că nostalgia nu este a dictaturii, cum s-a mai spus, sau a frigului, lipsurilor și îndoctrinării, ci a

copilăriei care se confundă cu o epocă dar și cu o utopie dispărută. Zecile de comentarii, găsite pe marginea fiecărei imagini, sunt contrastante și vădese o polemică mocnită pe tema trecutului recent: unii văd frumusețe, alții văd tristețe în fotografia copiilor adunați în jurul unei mămăligi „cu lapte proaspăt, muls în strachină de pământ”. (*Copilăria anilor*) „Doamne, pâinea de altădată... o mâncai și goală” – spune un privitor în fața fotografiei dintr-o fabrică de pâine. Alt comentator constată, văzând un instantaneu cu familia, la pădure: „Pe atunci, mai vorbeam unii cu alții. Acum, cu toată tehnologia, unde s-a ajuns?”. În fața unei cozi la pâine, unii exclamă: „Umilința supremă!”, iar alții răspund, în plină pandemie de Coronavirus (2020): „Și acum (sic!) sunt cozi încă mai enorme, că trebuie să stai la 2m unul de celălalt”. (*Copilăria anilor*)

Generația care a părăsit comunismul mai devreme manifestă, în mediul online, o nostalgie care vizează lumea care precedase era internetului, mai degrabă decât lumea dinainte de 1989. Un grup Facebook intitulat *1980s Memory Lane* ne spune că cei născuți între sfârșitul anilor ‘70 și începutul anilor ‘80 se numesc *Xennials*, fiind o generație-hibrid între X și Millennials, o generație unică, deoarece au avut o copilărie analoagă și o maturitate digitală. Această impresie se desprinde și din seria de mesaje devenite virale mai întâi pe email, apoi pe paginile și grupurile de socializare și prin serviciile de mesagerie online (tip WhatsApp), vorbind despre:

„ultima generație care a jucat «Ascunselea», «Țară, țară! Vrem ostași», «Prinselea», «Hoții și vardiștii», ultimii care au strigat «Un”, doi, trei, la perete stai!», ultimii care au folosit telefoanele cu fise [...] Este uimitor că încă mai suntem în viață, pentru că noi am mers cu bicicleta fără cască, genunchiere și cotiere, nu am avut scaune speciale în mașini, nu am aruncat la gunoi bomboanele care ne cădeau din greșală pe jos, nu ne-am spălat pe mâini după ce ne-am jucat cu toți câinii și toate pisicile din cartier, nu am ținut cont de câte lipide și glucide mâncam.” (*Faci parte*)

Discursul a apărut în preajma anului 2011, fiind construit în jurul ideii de normalitate pierdută a copilăriei exemplare și afirmând, în același timp, conștiința colectivă a unei generații de sacrificiu, irosită, dar totuși eroică și unică în istoria recentă. „Suntem o generație de învingători, de vișători, de «first-timers»”, decretează, în final, retorul anonim, încercând parcă să compenseze toate neajunsurile istoriei care i-a pecetluit destinul. Lumea pentru care se declară nostalgia este una „mai normală” decât cea a prezentului, așa cum o vedea și Svetlana Boym – un simptom al vremurilor, o emoție istorică, un „dor pentru un *acasă* deopotrivă fizic și spiritual”. (Boym 8) Deci vorbim, în termenii ei, de o *nostalgie reflectivă*, observabilă în fenomenele analizate mai sus.

Despre înțelegerea trecutului și mai ales despre împăcarea cu acest trecut vorbește și site-ul micromuzeului *80east, apartamentul comunist*:

„România nu a făcut pace cu trecutul comunist [...] Fără o pace cu trecutul nu putem să ne imaginăm un viitor. Așadar, hai să deschidem un dialog între generații, care poate fi purtat de fiecare, acasă, amical, pornind de la banalul cotidian”. (*Muzeul comunismului*) Multe din obiectele recuperate din trecutul recent au început să împodobească spații dedicate memorializării comunismului, începând cu primul deceniu al mileniului III, care însă nu s-au coagulat, până astăzi, într-o inițiativă coerentă și unificatoare. Îndelung anticipatul „Muzeu al comunismului” rămâne atomizat în diverse inițiative private sau public-private, răspândite pe tot cuprinsul țării (Sighet, Brașov, Timișoara, Reșița, Scornicești etc.). Cele mai multe se concentrează pe memoria vieții cotidiene, manifestând o nostalgie tăcută pentru obiectele și detaliile acelor timpuri, pe care o maschează prin enunțarea neajunsurilor materiale și chiar a crimelor comise de fostul regim. Statul român încă întârzie în a sprijini oficial o instituție muzeală, în ciuda interesului manifestat de publicul autohton și a necesității evidente. Dacă Apartamentul 80east (dezafectat după doar 2 ani de existență în București) reconstitua fiecare cameră dintr-o locuință a anilor ‘80, cu mobila, covoarele și milieurile aferente (inclusiv un rar volum *Omagiu* pe biroul școlarului), Muzeul Amintirilor din Comunism – Brașov optează pentru o abordare stil *pop-communism*¹¹, în care obiectele epocii sunt scoase din contextele uzuale și afișate pe fundaluri viu colorate, sau comercializate într-o cafenea improvizată (ce oferă Cico și savarine), fiind astfel puse într-o lumină jucăușă și jovială.

Aceste spații și evenimentele lor sunt promovate prin imagini circulate în mediul online, iar legitimitatea lor este evaluată prin numărul de accesări și aprecieri exprimate de privitori. Fiecare din aceste mici muzee are propria pagină de socializare pe care apar zilnic imagini scanate din arhive, anunțurile unor proiecții de film, evenimente (jocuri de societate din Epoca de aur, petreceri cu tematică retro etc.), inventariind detaliile lumii dispărute. Astăzi este foarte ușor să fotocopiezi cu telefonul orice informație vizibilă, pentru a o comunica rapid prin mesageria instantanee sau prin rețelele sociale. În perioada de început a pandemiei de Coronavirus (2020), când oamenii stăteau închiși în case, mulți au început să răsfoiască albume din copilărie. Rețelele sociale s-au umplut de instantanee din aceste albume vechi, fotografiate cu telefonul și comentate cu nostalgie de autori, regăsiți în dubla ipostază de autori și eroi. Se poate spune că nostalgia este la ea acasă pe internet.

¹¹ Caterina Preda folosește termenul *pop communism* sau *cool communism* în studiul creațiilor artistice românești de după 1990. Unele dintre acestea evocă lumea respectivă într-o manieră edulcorată, pop-culturală și chiar voioasă (Preda, Caterina „«Proiect 1990» as an Anti-Monument in Bucharest and the Aestheticisation of Memory”. *Living After The Fall*, Südosteuropa 64, 2016, no. 3, p. 314).

3. Portretul oficial, de la efigie la icon și brand

În cele ce urmează vom analiza portretul oficial al lui Nicolae Ceaușescu, analizând drumul prin care această imagine a fost readusă la viață, după o scurtă perioadă de comă sau moarte clinică, să-i spunem, care ar putea fi situată între decembrie 1989 și a doua jumătate a anului 1990. Fie că vorbim despre portretul oficial „cu blacheuri” (fig. 2), fie despre cel mai vechi (din 1968 – fig. 1), ne găsim în fața unor categorii de *semne*, după teoriile lui C. S. Peirce, Umberto Eco și Thomas Sebeok. Portretele oficiale au fost atât de vehiculate încât au devenit parte a culturii populare. Sarah Awad vorbește despre viteza de circulație a unei imagini în media ca factor favorizant al transformării ei în *icon*, alături de calitățile estetice și deschiderea către interpretare etc. (Awad 36) Relația dintre imaginile întipărite în mințile oamenilor și omul Ceaușescu, pe care îl reprezintă, a trecut dincolo de asemănare: portretul este un *icon* al lui Ceaușescu dar și un *simbol* al ultimei jumătăți a comunismului românesc, numită de propaganda oficială „Epoca de Aur”. Reprezentările discutate mai jos au fost selectate din publicații postcomuniste, din mediul online, dintre creațiile street art și obiectele inspirate de memoria vernaculară. Maria Asavei definește *memoria vernaculară* drept o memorie culturală care își are originile la baza societății, fiind stocată și diseminată de oamenii de rând, spre deosebire de memoria culturală, produsă și întreținută de intelectuali, artiști și status quo-ul politic. (Asavei 31)

Ecourile unei imagini ucise a dictatorului răzbat în majoritatea publicațiilor apărute la începutul anilor '90. Din *simbol de stat*, alături de drapel și stemă și din *efigie* în jurul căreia se construiau reportajele, textele omagiale și reprezentările artistice, chipul dictatorului a devenit un obiect al furiei și batjocurei populare. Caricaturile și desenele au apărut ca o primă reacție, violentă, împotriva cultului personalității. Chiar în februarie 1990, la nou-înființata Editură Humanitas, apărea un pamflet semnat de Adrian Andronic (*Reportaj din iad*, Humanitas, 1990), înțesat cu caricaturile autorului, în care cuplul Ceaușescu era plasat în cazane cu smoală, sau în diverse alte ipostaze, în preajma dracilor pe care îi comandau, punându-i să le construiască o nouă Casă a Republicii, împodobind un brad cu cranii etc. Bărbatul era caricaturizat sub forma unui pitic decrepit, iar soția sa – sub forma unei vrăjitoare ce purta cocul distinctiv.

La începutul anilor 2000, „imaginea și memoria lui Ceaușescu au revenit în spațiul public românesc în forme inedite și registre diferite, care îmbinau ironia și umorul”, așa cum citim într-un articol dedicat memoriei lui Ceaușescu la 32 de ani distanță. (*Despre comunism*) Artistul vizual Dumitru Gorzo împânzea centrul Bucureștiului cu stenciluri din seria „Vin în 5

minute”. Aceste mici imagini, ușor de multiplicat pe clădiri și garduri, obținute cu ajutorul unui șablon din plastic sau metal, create pe modelul impus de publicitate (image plus slogan), foloseau portretul dictatorului din 1968 (fig. 1), la care fuseseră adăugate aripi de înger, deasupra textului: „Vin în 5 minute”. Ele au fost curând dublate de alte stenciluri cu sloganul *I'll be back*, inspirat de binecunoscutele filme SF din seria *Terminator* (1984, 1991). După declarațiile sale, Dumitru Gorzo a vrut să îi supere și pe nostalgicii comunismului, dar și pe anticomuniști. A fost interesant să regăsesc cuvântul *idol* în explicațiile lui Gorzo, dar și să îmi amintesc propriile reacții la vederea primelor astfel de stenciluri, în Bucureștiul începutului de mileniu III. Cel mai mult m-a frapat textul: de ce 5 minute și nu o oră? „Vin în 5 minute” înseamnă „deja sunt aici”, adică nu am plecat niciodată, iar acest mesaj ne vorbește despre supraviețuirea dictatorului în conștiința poporului și despre a doua viață a imaginii care se încăpățânează să nu moară.

Un mesaj similar, deși oarecum diferit, în sensul că indică o nouă etapă în procesul de semnificare al imaginii dictatorului, transmitea afișul creat de Ortaku: „Totul e minunat”. (fig. 3) În 2015, am văzut și fotografiat acest afiș chiar în Piața Revoluției, în preajma Memorialului Renașterii, fiind stupefiat de chipul redesenat al lui Nicolae Ceaușescu. Este portretul oficial al anilor ‘80 (fig. 2), din almanah și de pe prima pagină a Abecedarului, dar expresia feței este modificată radical, în maniera sarcastică pe care o găseam și la Gorzo. Doar că, aici, expresia este echivocă: Ceaușescu ține ochii închiși și poartă un zâmbet neverosimil, până la urechi. Expresia dictatorului poate fi privită în contextul Aderării României la Uniunea Europeană (1.01.2007), reacționând la felul în care a evoluat țara, cu cele 12 stele (verzi) ale Uniunii Europene în jurul capului. Oricum, interogația artistului se îndreaptă către noi și demonstrează persistența dialogului cu *icon*-ul comunist.

Ștefan Constantinescu a lansat, în 2008, cartea *pop-up The Golden Age for Children* („Epoca de Aur pentru copii”), relansată, un an mai târziu, în cadrul unei expoziții cu lucrări video, picturi și instalații, la a 20-a aniversare a căderii comunismului. Cartea întrețese biografia autorului cu momente din trecutul comunist al țării, conform prezentării oficiale. Coperta este creată pe baza aceluiași Ceaușescu din 1968. (fig. 1) Alegerea portretului oficial ține de perioada de formare a autorului, Constantinescu fiind elev în Bucureștiul anilor ‘70. Aici, conturul portretului trebuie descoperit cu ajutorul punctelor numerotate – un joc foarte răspândit în revistele pentru copii. Deci copiii de azi sunt invitați să afle, jucându-se, mai multe despre Ceaușescu și epoca sa – epoca în care a copilărit autorul. Cartea este dedicată în aceeași măsură, dacă nu mai mare, adulților, colegilor decretei, invitați să privească din nou, cu ochii copilului, aspecte ale vieții de atunci. Cu greu putem am putea spune că privirea lui Constantinescu este lipsită de nostalgie. În 2010 avea premiera la Cannes un documentar-fluviu despre ascensiunea și

căderea conducătorului comunist, regizat de Andrei Ujică: *Autobiografia lui Nicolae Ceaușescu*. Afișul filmului, creat prin minimum de mijloace, prezenta o siluetă întunecată suprapusă unui fundal roșu – culoarea-drapel a comunismului. Suspansul dura până în momentul în care privitorul afișului făcea legătura între forma siluetei întunecate și portretul omniprezent al anilor '80. (fig. 2) Ca și în cazul jocului de pe coperta cărții lui Constantinescu, afișul propune portretul oficial sub forma unei enigme ce se cere dezlegată, sau a unui personaj care, în ciuda aparentei familiarități, rămâne în continuare un mister. Bidimensionalitatea portretului decupat din fundalul roșu poate fi văzută și ca o metaforă a disimulării și măștii – masca dictatorului dar și a supușilor care îl omagiau. Adevăratul Ceaușescu se ascundea sub propriul icon făurit de propagandă.

În jurul anului 2015 au fost lansate obiectele din colecția *Dictatorii*. (fig. 4) Solnițele poartă chipul sculptat al lui Nicolae și Elena Ceaușescu, iar pușculița – doar pe cel al fostului lider. Aceste obiecte funcționale au fost diseminate în librării și magazine de suveniruri, în țară și străinătate, la pachet cu o bancnotă de 100 lei din epocă. În locul portretului lui Nicolae Bălcescu, în medalionul bancnotei găsim chipul lui Ceaușescu-devenit-pușculiță. În cazul acestor artefacte, producătorii combat nostalgia cu sarcasmul, găurind, conotativ dar și denotativ, capul conducătorului pentru a introduce acolo banii economisiți de popor sau ingredientele nelipsite unei vieți de calitate: sarea și piperul. Aluzia este direcționată către programul de austeritate, impus de dictatori începând cu 1982, când s-a demarat rambursarea forțată a datoriei suverane și au fost raționalizate alimente de bază. O altă aluzie putem bănuși că vizează execuția celor doi, prin împușcare de către un comando de parașutiști.

Trecuți în al doilea deceniu al mileniului III, încă găsim ruine ale vechiului regim, împrăștiate de-a lungul României, din care mai ies la iveală diverse portrete ale dictatorului. În vara anului 2020, la parterul unei clădiri degradate de pe strada Popa Tatu din București, într-o vulcanizare, un explorator urban a descoperit celebrele portrete oficiale, expuse la vedere. Le-a publicat pe un blog în mare parte dedicat arheologiei ceaușismului. (*Strada Popa Tatu nr. 85*, 20.06.2022, reptilianul.ro) Articolul impresionează prin dezvăluirea acestor două portrete, deasupra dar și în mijlocul amalgamului dezolant de obiecte care populează atelierul sărăcăcios al unui meșter. Locul pare împietrit în perioada interbelică, în anii formării ucenicului de cizmar care visa să devină un „Stalin al României”, iar expunerea portretelor tocmai acolo semnifică, deopotrivă, întoarcerea conducătorului într-un spațiu umil și original, dar și deferența continuă a supraviețuitorilor din clasa muncitoare în fața iconului comunist.

Memoria vernaculară a lui Ceaușescu aduce portretul său oficial (fig. 2) în cele mai neașteptate locuri: pe pereți, pe tricouri, în tatuaje, pe suprafața

unor prăjituri (a se vedea mai jos experimentul fotografului Alex Gâlmeanu, intitulat *Sweet Propaganda* - 2012), chiar și pe un camion care circula pe autostrăzile din Italia. În vara anului 2021, „un șofer român a făcut senzație după ce și-a «împodobit» tirul cu portretul lui Nicolae Ceaușescu [...] pe ușile remorcii, avea imprimată o fotografie de mari dimensiuni cu fostul dictator, alături de mesajul: «Noi ce-am construit / Voi nu reușiți să dați cu var»”. (*Omagiu adus*) Acest loc neașteptat de afișare a portretului demonstrează persistența unei nostalgii a „proletariatului din purgatoriul tranziției” (Mihăilescu 29) după efigia liderului care a construit numeroase locuințe pentru muncitorime. Totuși, aici pare a fi cazul unei nostalgii second-hand, a fiilor de proletari, emigrați în Italia.

Întorcându-ne la experimentul culinar al fotografului Alex Gâlmeanu, experiment care a constat într-o serie de prăjituri tiramisu decorate cu portretul oficial, realizat prin pudrare, autorul notează pe blogul său:

Unii vor întreba «de ce», așa că trebuie să le răspund că «piesa» asta face parte dintr-un proiect mai amplu ce susține ideea că abordările propagandei comuniste, în promovarea liderului suprem și a doctrinei, nu sunt în esență diferite de instrumentele pe care le folosește publicitatea în a promova consumerismul sau ideea de consum. (*Dulcea propagandă*)

Gâlmeanu spune că este vorba despre o artă de consum la propriu, în sensul în care cupele cu tiramisu au fost mâncate în cadrul unui eveniment, dar și despre transformarea „imaginii lui Ceaușescu într-un *brand*, pregătit să evolueze conform regulilor economiei de piață”. (*Dulcea propagandă*) Iconul depășește sfera *culturii populare* și a *memoriei vernaculare*, devenind *brand*, o marcă destinată comerțului. El transcede efigia șefului de stat comunist, nu mai amintește doar de cineva care a fost cândva un om, în același fel în care, de exemplu, figura actorului Macaulay Culkin (din celebra serie *Home Alone*) nu mai reprezintă (doar) o persoană care a trăit și care, cândva, a fost copil, ci a devenit personajul-copil din filmul care l-a consacrat, icon și un brand comercializat de studiourile hollywood-iene.

În 2007, fiul cel mare și ginerele fostului lider comunist au făcut pași spre concretizarea unui brand, plecând de la numele „Ceaușescu”. Înregistrarea acestei mărci la OSIM a generat valuri de indignare în presă, atunci când proprietarii au început să-și manifeste dorința de a interzice sau cenzura piese de teatru, cărți sau alte produse culturale care enunțau numele fostului dictator, sub pretextul că ar proteja imaginea părinților / socrilor de vulgarizare și denigrări, „de monstruozițată care îi sunt puse în spate pe nedrept” (Răducanu), dar și de comercializarea în scopul obținerii de foloase materiale. În acest timp, Ceaușescu este exploatat la propriu și în cel mai comercial mod posibil, pe panourile magazinelor și tarabelor cu suveniruri, în zonele turistice ale României. (fig. 5) Portretul lui *Ceaușescu-devenit-brand*

este imprimat pe magneți și afișat, alături de cei reprezentând peisaje pitorești și figuri istorice. Regăsindu-l, mirat, în în târguri de sezon din București, Brașov, Sighișoara, Oradea, am aflat de la vânzători că motivul principal al expunerii portretului este vandabilitatea sa. Figurile lui Nicolae și, uneori, ale Elenei Ceaușescu sunt combinate cu alte efigii ale regimului (stema PCR, stema RSR, cele trei culori ale drapelului național, bancnota de 100 lei) și imprimate pe căni, magneți sau puse chiar în ramă. Într-un târg de sezon din București, am întâlnit portretul tipărit pe hârtie și așezat într-o ramă impunătoare, expus pe tarabă alături de cărți poștale, medalii jubiliare din epoca socialistă și o colecție de fotografii alb-negru ale vedetelor hollywoodiene. (fig. 6) Vânzătorul mi-a confirmat ideea vandabilității acestui portret în cercurile cartofililor. În cele mai frecvente cazuri, magneții cu portretul lui Ceaușescu sunt expuși în preajma suvenirurilor cu chipul lui Vlad Țepeș sau al vampirului Dracula, corespondentul de notorietate comparabilă la nivel internațional. Analogia dintre cele două personaje (Ceaușescu și Țepeș-Dracula), creată după 1989, a continuat, deci, până în zilele noastre, cu mențiunea că, azi, cei doi conducători par a fi apropiați mai mult prin intransigența aplicării unui program, decât prin metodele coercitive folosite.

În ceea ce privește prezența lui Ceaușescu în mediul online, dincolo de paginile și grupurile de socializare menționate deja, voi face referire la un anumit site unde a fost confecționată o personalitate virtuală a dictatorului, care s-a sustras execuției din decembrie 1989 și astăzi trăiește în Cuba. (Twitter) Contul înregistrat pe numele dictatorului este, evident, o parodie, întreținută prin mesaje, însoțite de portretul oficial, care curg periodic începând cu anul 2009. Textele folosesc clișeele verbale ale fostului dictator, neagă toate schimbările survenite în țară, adresându-se urmăritorilor prin sintagmele „RSR”, „tovarăși și pretini” etc. Pentru el, Republica Socialistă România continuă să existe, dar este condusă de un guvern ilegal, împotriva voinței poporului. Din Cuba, dictatorul se preocupă de soarta țării sale, pe 26 ianuarie adresează mulțumiri românilor pentru florile aduse la mormânt (unde zace trupul unui erou sacrificat în locul său) și dialoghează frecvent cu urmașii foștilor omologi din țările actuale sau foste comuniste (Coreea de Nord, Vietnam, Rusia). Iată câteva exemple de mesaje: „tovarăși! Salut pe cei care au stat la cimitirul Ghencea Militari, la mormântul ieroului care s-a sacrificat ca eu să fiu în Cuba!” (Twitter, 26.12.2011) „Dragi tovarăși și pretini, cu ocazia redeschiderii ambasadei Republicii Comuniste Cuba în SUA, eu și cu tov Elena am vizitat mun. Washington”. (20.07.2015) Acest profil virtual, îmbibat în umor negru, exprimă nevoia unei existențe a fostului lider dincolo de moarte, dar și nevoia dialogului cu acesta, un dialog care să lămurească sau să încheie aspectele rămase nerezolvate în urma dispariției sale. La fel se întâmplă și pe alte platforme de socializare, unde conturile unor oameni decedați continuă să fie întreținute, constant, de prieteni și fani,

prin mesaje, fotografii și comentarii.

În anul 2022, circulă, cu mare viteză, în spațiul socializării virtuale, imagini sub formă de *meme*. Termenul *meme* a fost consacrat de biologul Richard Dawkins, referindu-se la transmisia culturală a ideilor și comportamentelor. Termenul a fost împrumutat și recodificat de media online, semnificând acum imagini virale care sunt imitate și alterate deliberat de diferiți utilizatori ai rețelelor sociale. (Awad 35) Aceste creații digitale se arată sub forma imaginilor statice sau dinamice, inundând internetul mai ales în urma dezvoltării *social media*. Meme-urile transmit, de obicei, un mesaj hazliu, această caracteristică accelerând multiplicarea lor online. Acesta este și cazul meme-ului care modifică portretul iconic al dictatorului (fig. 2), remodelându-l pentru a deveni, din bărbat – femeie. Imaginea originală a fost prelucrată digital (fig. 11), cosmetizată și retușată pentru a simula cât mai bine un chip de femeie. Procedul se încadrează în noua arie tehnologică desemnată prin termenul *deepfake*, referindu-se la generarea digitală, bazată pe inteligență artificială, a unor portrete sau animații ale figurii umane. Trăsăturile unei anumite persoane sunt copiate și plasate pe figura alteia, evoluând în situații și contexte false/nefavorabile pentru cel dintâi. Celebrul păr undulat al dictatorului curge acum în plete, ochii sunt subliniați de rimel, buzele cărnoase se arcuiesc într-un zâmbet aproape senzual, iar ridurile de sub ochi sau de sub bărbie au dispărut, așa cum se întâmpla și în reprezentările idealizate din mass media anilor ‘80.

Imaginea (fig. 11) a apărut pe o rețea de socializare în august 2022, fiind acompaniată de alte portrete transformate, o colecție eclectică de politicieni, vedete tabloide și personalități ale culturii române (Mihai Eminescu, Ion Iliescu, Corneliu Vadim Tudor ș.a.). Ireverența față de personajele istorice și exploatarea comercială a imaginii lor în spațiul public autohton nu este un fenomen neobișnuit. Ne putem gândi doar la felul în care sunt folosite, de câțiva ani, chipurile iconice ale lui Mihai Viteazul, Ștefan cel Mare, Vlad Țepeș și Alexandru Ioan Cuza în compoziții prezente pe uriașe panouri publicitare, înșirate pe marginea autostrăzilor, servind drept reclame la un brand de pâine împachetată¹². În cazul de față, alegerile utilizatorului paginii, autointitulat „slăninăafumată”, comentează pe marginea derizoriului endemic în care se scufundă societatea românească a anilor 2020. Nimic nu mai poate scăpa de atingerea acestui derizoriu, nici numele unui poet venerat de-a lungul generațiilor (Eminescu), nici vedetele TV, care s-au hrănit ani de-a rândul cu ignoranța și setea de senzațional a telespectatorilor, nici

¹² Este vorba despre reclama la pâinea „Boierească” feliată, arătându-i pe cei patru conducători, îmbrăcați în sacouri multicolore (dar păstrându-și cușmele domnești și coroana, în cazul lui Ștefan), plimbându-se într-un decor urban, cu o atitudine destinsă. Dedesubt citim sloganul: „Și ei tot Boierească ar fi mâncat” (<https://www.simplybucharest.ro/?p=77873>, 06.11.2022).

politicienii care au mizat pe aceste slăbiciuni pentru a-și consolida poziții, mai mult sau mai puțin efemere, în cercurile puterii. Printre ei își găsește locul și portretul cântat de artiști, jurnaliști și politicieni ai vechii epoci, el însuși un loc al memoriei comunismului.

Concluzii

În acest articol am vorbit despre memoria culturală și vernaculară a ultimului deceniu comunist în România. Am analizat fenomenul postcomunist al nostalgiei, cu accent pe portretul oficial al lui Nicolae Ceaușescu (un *loc al memoriei* comunismului), așa cum a apare în imaginile create de posteritate. Am studiat cu precădere manifestările din mediul online și reprezentările vernaculare, prin exemple selectate de-a lungul a trei decenii. Acestea construiesc o imagine complexă a dictatorului dar și a dictaturii anilor ‘80, neconformă cu dihotomia tiran / caricatură.

Nicolae Ceaușescu au fost diabolizat, dar omniprezent în viața publică de după 1990. Conversația despre personalitatea și moștenirea sa nu s-a încheiat, ci continuă într-o manieră polemică. După ani de purgație ritualică și iconoclastă (Asavei 28) a trecutului recent, în care portretul cândva idealizat al dictatorului a fost degradat și brutalizat, acesta a revenit la viață, fenomen întâlnit și în alte țări din fostul bloc socialist (e.g. portretele lui Tito în fosta Iugoslavie¹³). Portretul a redevenit ubicuu, dar într-o manieră *underground*. Nu este doar o răzbunare a imaginii, transformată în icon dar și brand, prin vasta circulație la nivel național și internațional, ci și o reacție a memoriei colective la practica guvernelor postcomuniste de a ocoli memorializarea comunismului. Mai multe inițiative private (micromuzee și manifestări în social media) arată scindarea acestui efort între comemorarea victimelor, demascarea ororilor comise de vechiul regim și explorarea unei nostalgii după comunism, alimentată de percepția tranziției ca proiect eșuat al României actuale.

În cazul „Generației X” sau a „decreștelor”, dincolo de ambiguitatea observată în analiza mesajelor de pe rețelele sociale, reiese o *nostalgie reflectivă*, neinteresată de o cauză politică sau de întoarcerea vremurilor apuse (după Boym). În cazul generațiilor care nu s-au născut în comunism, stencilurile, copertile, tatuajele, suvenirurile cu chipul dictatorului și expresiile *new media* denotă o nostalgie *second-hand* (după Velikonja), sau o formă de *postmemorie* (după Hirsch). Tonul jucăuș și sarcastic nu poate masca, totuși, traumele care zac ascunse în subsolul amintirilor.

¹³ A se vedea, pe tema iconografiei lui Tito, Maria-Alina Asavei. „Engraving Portraits in the Skin: Vernacular Commemorative Tattoos for Ceaușescu, Tito, and Stalin”, *Nationalities Papers*. 2022: 1–20.

Bibliografie

- „Sondaj. Majoritatea românilor consideră că aveau o viață mai bună în comunism”, *monitorulexpres.ro*, 28.06.2022, <https://www.monitorulexpres.ro/2022/06/28/sondaj-majoritatea-romanilor-considera-ca-aveau-o-viata-mai-buna-in-comunism/>, 01.08.2022.
- Asavei, Maria-Alina. „Nicolae Ceaușescu: between Vernacular Memory and Nostalgia”. *Twentieth Century Communism* 11. (2016): 27-42.
- Awad, Sarah H.. „The Social Life of Images”, *Visual Studies*. (2020) 35 (1): 28-39.
- Boym, Svetlana. „Nostalgia and Its Discontents”. *The Hedgehog Review*. Vol. 9, nr. 2, Summer 2007, 7-18.
- Cioroianu, Adrian. *Le mythe, les representations et le culte du dirigeant dans la Roumanie communiste*. Ph. D. Dissertation. Department of History, Université Laval, Québec, 2002.
- Copilăria anilor 80-90*, albumul *Amintiri din trecut* 2 (<https://web.facebook.com/media/set/?set=a.655538074566176&type=3>, 29.10.2022).
- Despre comunism, Nicolae Ceaușescu și memoria sa la 32 de ani distanță*, 21.12.2021, Cluj24.ro (<https://cluj24.ro/foto-despre-comunism-nicolae-ceausescu-si-memoria-sa-la-32-de-ani-distanta-95885.html>, 06.11.2022).
- Dulcea propagandă*, Alex Galmeanu’s blog, 29.06.2012, <https://blog.alexgalmeanu.com/blog/2012/06/29/dulcea-propaganda/>, 06.11.2022.
- Faci parte din generația anilor '70 -'80? Amintiri dintr-o altfel de copilarie*, dorcudor.ro, <https://www.dorcudor.ro/faci-parte-din-generatia-anilor-70-80-amintiri-dintr-o-altfel-de-copilarie/>, 28.10.2022.
- Hirsch, Marianne. „The generation of Postmemory”. *Poetics Today* (2008) 29 (1): 103–128.
- Matejova, Miriam. „Why Was „Communism Better”? Re-Thinking Inequality and the Communist Nostalgia”, *Central Europe, Journal of Comparative Politics* 11. (January 2018): 66–83.
- Mihăilescu, Vintilă. *Socio-hai-hui prin Arhipelagul România*. Iași: Polirom, 2006.
- Muzeul comunismului* (<https://muzeulcomunismului.ro>, 06.11.2020).
- Omagiu adus lui Nicolae Ceaușescu pe autostrăzile din Italia*, 13.08.2021, digi24.ro, <https://www.digi24.ro/stiri/video-omagiu-adus-lui-ceausescu-pe-un-tir-imaginile-surprinse-pe-o-autostrada-din-italia-1632281>, 06.11.2022.
- Petrescu, Cristina, Dragoș Petrescu. „The Canon of Remembering Romanian Communism: From Autobiographical Recollections to Collective Representations”. *Remembering Communism. Private and Public Recollections of Lived Experience in Southeast Europe*. Ed. Maria Todorova, Augusta Dimou, Stefan Troebst. Budapest-New York: Central European University Press, 2014: 43-69.
- Petrescu, Cristina. „Websites of Memory: In Search of the Forgotten Past”. *Id.*: 595-613.

- Preda, Caterina. „The digital (artistic) memory of Nicolae Ceaușescu”. *Memory, Conflict and New Media. Web Wars in Post-socialist States*. Ed. Ellen Rutten, Julie Fedor, Vera Zvereva. London and New York: Routledge, 2013: 197-209.
- Răducanu, Mara. *Ginerele fostului dictator, care deține marca „Ceaușescu”, cere în instanță interzicerea unei cărți*. 19.12.2022, adevărul.ro (<https://www.gandul.ro/actualitate/exclusiv-ginerele-fostului-dictator-care-detine-marca-ceausescu-cere-in-instanta-interzicerea-unei-carti-19892839/amp>, 05.01.2023).
- Tileagă, Cristian. „Communism and the Meaning of Social Memory: Towards a Critical-Interpretive Approach”. *Integrative Psychological & Behavioral Science*. (2012) 46 (4): 475-492.
- Tileagă, Cristian. *Representing Communism After the Fall*. Springer International Publishing: Palgrave Macmillan, 2018.
- Twitter.com (<https://twitter.com/ceausescu>, 06.11.2022).
- Velikonja, Mitja. „Lost in Transition: Nostalgia for Socialism in Post-Socialist Countries”. *East European Politics and Societies*. (October 2009) 23(4): 535-551.

FIGURES:



Fig. 1.
Portret oficial 1968.
FOCR, #E594.

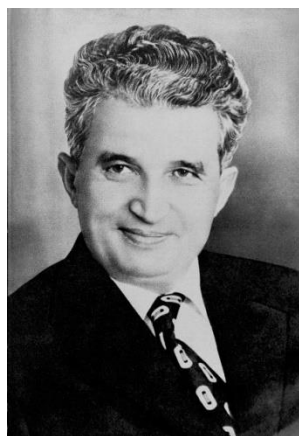


Fig. 2.
Portret oficial „cu blacheuri”
retușat.
Almanah Lumea 82.



Fig. 3.
Afiș de Ortaku (2015).
Fotografie din colecția
autorului.



Fig. 4.
Colecția *Dictatorii*, Rod
Cărturești și Kolektivul
Totnoi, București, 2015.

Fotografie din colecția autorului.

Fig. 5.
Magneți din Târg (Sighișoara,
august 2022). Fotografie din
colecția autorului.



Fig. 6.
Târg, Muzeul Țăranului Român, iulie 2022.
Fotografie din colecția autor



Fig. 7.
„Nicoleta Ceaușescu”, *meme* creat de
utilizatorul facebook *slaninaafumata*,

<https://www.facebook.com/100001327077792/posts/pfbid02f7jToFUt666mruq3ygFhUYyEQflfjm4H4hJ5CP93wvUsK6NZ9Sj3MfZQTKPccvGg/>