

di Fulvio Salimbeni

Quando si parla delle novità tecnologiche della Grande Guerra in genere si pensa a mitragliatrici, lanciafiamme, gas asfissianti, aerei, carri armati, sommergibili, mentre in quell'apocalittico conflitto esordì un'altra micidiale arma, psicologica, usata da tutti gli stati in esso coinvolti: la propaganda. Versione sofisticata della pubblicità, s'impose tra Otto e Novecento, con l'affermarsi della società di massa, che metteva in campo milioni di potenziali consumatori, da convincere all'acquisto dei più disparati prodotti.

Da qui fu facile il passaggio all'opera di persuasione sulla bontà delle rispettive cause nazionali, mobilitando i nuovi strumenti in tal senso disponibili. Di ciò, d'altronde, fu subito consapevole uno dei maggiori sociologi americani, Walter Lippmann, che ne trattò nel saggio, del 1922, *Lopi-*



▲ Su gli orpelli del Piave, cartolina propagandistica con l'Italia turrita che assieme alle truppe italiane respinge gli austro-tedeschi lungo il Piave.

► Grande Guerra:

# L'offensiva di carta

Irene Bolzon spiega l'uso della propaganda, l'arma nuova del Primo conflitto «contemporaneo». Il percorso ci guida in uno scontro che sconvolse l'Europa intera a colpi di accuse e semplificazioni, creando un immaginario di ostilità che avrebbe segnato la nostra cultura nei decenni successivi. Una valida iniziativa editoriale dell'Università di Udine

zione pubblica (appena tradotta da Donzelli con una prefazione di Nicola Tranfaglia), che si collocava a fianco d'altri contributi fondamentali in materia usciti prima e dopo il conflitto, dovuti a Pareto, Durkheim, Sorel, Le Bon e Ortega y Gasset con la sua *Ribellione delle masse*, del 1930, in cui ne analizzava l'ascesa e gli strumenti impiegati dal potere per manipolarla.

Eppure, sinora a tale peculiare risvolto del Primo conflitto mondiale s'è dedicata scarsa attenzione. Soltanto negli ultimi tempi,

con l'imporre di quei nuovi orientamenti storiografici di cui abbiamo già parlato in precedenti occasioni, s'è incominciata a guardare con interesse al problema della propaganda bellica. Emblematica in tal senso la ricerca di Sheldon Rampton e John Stauber *Vendere la guerra. La propaganda come arma d'inganno di massa* (Nuovi Mondi Media, 2004), che metteva in luce le manipolazioni propagandistiche attuate dall'Amministrazione Bush per giustificare la guerra all'Iraq e al terrorismo internazionale.

► Sensibilità per aspetti finora poco considerati

Va, perciò, salutata con favore la pubblicazione del volumetto di Irene Bolzon, giovane e valente contemporaneista, direttrice dell'Istituto per la storia della Resistenza e della società contemporanea della Marca Trevigiana, *Il nemico su tutti i fronti. Propaganda e satira nella Grande Guerra*, con prefazione di Andrea Zannini e copredato d'un dvd - realizzato grazie alla documentazione del Fondo Luxardo dei Civici Musei

del Comune di Udine -, a cura di R. Guadagnini e P. Comuzzi, strutturato in dieci sezioni, corrispondenti a quelle del saggio, dato alle stampe - per iniziativa di Altreforme, con il patrocinio del Comune di Udine, il contributo del locale Ateneo e dell'Istituto friulano per la storia del movimento di liberazione - dalla Forum, Editrice Universitaria Udinese (2018, pp. 52 con illustrazioni, euro 18), che di recente ha pure fatto uscire il volume, a cura di Luciano Santin e dello stesso Zannini, *Fucilati per l'esempio. La giustizia militare nella*

*Grande Guerra e il caso di Cervineto* (2017), denotando sensibilità per aspetti finora poco considerati di quell'immense tragedia. È, d'altronde, significativo che proprio il capoluogo friulano abbia ospitato per più mesi, tra 2017 e 2018, la mostra *L'offensiva di carta. La Grande Guerra illustrata*, dalla collezione Luxardo al fumetto contemporaneo, con annesso catalogo, a cura di G. Duri, L. Giuliani, A. Villari (Silvana Editoriale, 2017, pp. 336, s.l.p.), che bene s'integra con il saggio della Bolzon e con quello, fresco di stampa, di Giu-

seppe Ghigi, dall'eloquente titolo, *Qro e piombo. Il mercato della Grande Guerra: pubblicità, cinema, propaganda, 1914-1918* (Rubbettino).

► Dal fucile al pennino

Il nemico su tutti i fronti, come detto, si struttura in dieci sezioni: La rappresentazione del nemico, Le atrocità della guerra, Potenza militare e guerra tecnologica, Donne e bambini in guerra, I prestiti nazionali, Storie dalla prima linea, Parlare agli uomini in armi, Religione e culto della nazione, Contro-propaganda, L'eredità della guerra. Già i titoli sono indicativi dell'originale approccio al tema, essendo considerati argomenti solo da poco iniziati a scandagliare in maniera non superficiale, mentre quelli più tradizionali quasi non compaiono. Si parla di "nemico su tutti i fronti" perché si prendono in esame non solo le strategie comunicative rivolte alle truppe mobilitate, ma anche quelle indirizzate al fronte interno, una delle più significative