

# STUDIO DI CASO n. 5

## I MANIFESTI DI PROPAGANDA

### BELLICA ITALIANA



A cura del prof.  
**ETTORE COLOMBO**

# PROPAGANDA BELLICA ITALIANA



La retorica del neonato Regno d'Italia costruisce IL NEMICO per eccellenza, L'IMPERO AUSTRIACO, che si fissa nell'immaginario collettivo nazionale

[Gazzetta Ufficiale 20 giugno 1866: *“L'Impero Austriaco ha più d'ogni altro contribuito a tenere divisa ed oppressa l'Italia, e fu cagione principale degli incalcolabili danni materiali e morali che da molti secoli ha dovuto patire. [...] Tenendo tuttora schiava una delle più nobili nostre provincie, trasformatala in un vasto campo trincerato, di là minaccia la nostra esistenza, e rende impossibile il nostro svolgimento politico interno ed esterno. [...] La recente iniziativa dell'Austria ad armare e la ripulsa che oppose alle pacifiche proposte di tre grandi Potenze, mentre fecero palese al mondo quanto fossero ostili i suoi disegni, commossero l'Italia da un capo all'altro. Ond'è che S. M. il Re, custode geloso dei diritti del suo popolo e difensore dell'integrità nazionale, si sente in dovere di dichiarare la guerra all'Impero Austriaco”*]

# PROPAGANDA BELLICA ITALIANA



Con lo sviluppo dei moderni mezzi di comunicazione di massa (cinema e stampa popolare) la propaganda diventa elemento essenziale e fondamentale della politica di tutti gli stati ai fini dei propri obiettivi di affermazione sullo scenario internazionale

# PROPAGANDA BELLICA ITALIANA



Assumono crescente centralità i corrispondenti dai fronti bellici per alimentare una narrazione sensazionalistica e di forte impatto sull'opinione pubblica

Giornalismo urlato che alimenta le idee nazionaliste tra i lettori, uso della fotografia con caratteri però di ambivalenza (svelare segreti bellici, mostrare l'orrore, etc.) → peso sempre maggiore della censura

# PROPAGANDA BELLICA ITALIANA



Con il nuovo secolo peso preponderante nella propaganda della retorica patriottica e risorgimentale a sostegno delle ambizioni espansioniste del Regno d'Italia verso nord-est e delle conquiste coloniali (Libia 1911-12)

# PROPAGANDA BELLICA ITALIANA



Nella propaganda bellica prevalgono le immagini illustrate (cartoline o riviste), di ampia circolazione, comprensibili anche alla grande massa degli uomini mobilitati, buona parte dei quali analfabeti o poco istruiti, comunque poco sensibili alla retorica patriottarda e nazionalista

# PROPAGANDA BELLICA ITALIANA



Quando si tratta di rappresentare nemici “non bianchi”, il tipico nemico “coloniale”, la propaganda assume la logica della dis-umanizzazione come un dato aprioristico, utilizzando stereotipi negativi e/o razzisti, come “primitivi”, “selvaggi”, “barbari”, “traditori”....



# PROPAGANDA BELLICA ITALIANA



ANNO XLV MATTINO VIGINO, Giovedì 2 Novembre 1912 MATTINO NUM. 304

PREZZI D'ABBONAMENTO  
di ogni numero (in lire) 1/2  
di ogni numero (in lire) 1/2  
di ogni numero (in lire) 1/2

ABBONAMENTI QUINZESIMI  
di ogni numero (in lire) 1/2  
di ogni numero (in lire) 1/2  
di ogni numero (in lire) 1/2

Il prezzo del giornale è in lire 1/2  
Il prezzo del giornale è in lire 1/2  
Il prezzo del giornale è in lire 1/2

## LA STAMPA

Il giornale è stampato in un'officina di 3.000.000 di lire - PRIMO PREMIO L'UN MILIONE E MEZZO

### Gli ufficiali aviatori iniziano la guerra nuova gettando bombe in un accampamento nemico

#### Gli effetti sicuri delle bombe - Una batteria turca tenta di colpire Tripoli ed è smontata dai nostri proiettili con gravi perdite del nemico.

#### La flotta turca sarebbe uscita dai Dardanelli

(Per telefono e telegrafo alla "STAMPA")

#### E' interesse delle Potenze che il conflitto si risolva anche con l'allargamento dell'azione di guerra

Assolutamente pare che si dica di noi all'estero  
Per notizie alla stampa.

Non è un caso che gli aviatori italiani della Cassinella, l'11 novembre, abbiano gettato bombe in un accampamento nemico. Il fatto è che gli aviatori italiani, per la prima volta, hanno gettato bombe in un accampamento nemico. Il fatto è che gli aviatori italiani, per la prima volta, hanno gettato bombe in un accampamento nemico. Il fatto è che gli aviatori italiani, per la prima volta, hanno gettato bombe in un accampamento nemico.

#### Le torpedini del cielo

TRIPOLI, 2 novembre (1912).  
La notte di giovedì 28 novembre, un aereo italiano gettò una bomba su un accampamento nemico. Il fatto è che gli aviatori italiani, per la prima volta, hanno gettato bombe in un accampamento nemico.

#### Quali arabi furono fucilati

ROMA, 2 novembre.  
Trenta arabi furono fucilati per aver gettato bombe su un accampamento italiano. Il fatto è che gli aviatori italiani, per la prima volta, hanno gettato bombe in un accampamento nemico.

#### La squadra turca si esercita nell'Egeo

ROMA, 2 novembre.  
La squadra turca si esercita nell'Egeo. Il fatto è che gli aviatori italiani, per la prima volta, hanno gettato bombe in un accampamento nemico.

#### Gli arabo-turchi opposti al sostanziale di Soterocati

ROMA, 2 novembre.  
Gli arabo-turchi sono opposti al sostanziale di Soterocati. Il fatto è che gli aviatori italiani, per la prima volta, hanno gettato bombe in un accampamento nemico.

Anche le innovazioni introdotte (per la prima volta) nel conflitto trovano ampio riscontro nella stampa, che usa toni compiaciuti e orgogliosi



# PROPAGANDA BELLICA ITALIANA

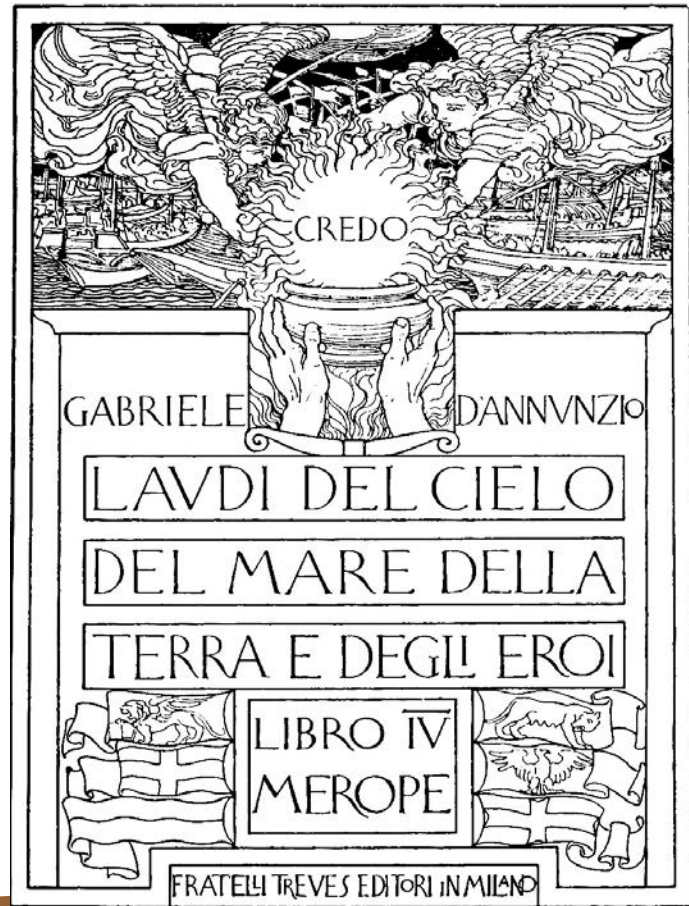


GIOVANNI PASCOLI  
**LA GRANDE PROLETARIA  
SI È MOSSA**  
DISCORSO  
TENUTO A BARGA  
"PER I NOSTRI MORTI E FERITI."



N. ZANICHELLI BOLOGNA

Gli intellettuali sono schierati con l'impresa coloniale, vedi il celebre discorso "La Grande Proletaria si è mossa" di Giovanni Pascoli  
D'Annunzio scrive "Merope. Canti della guerra d'oltremare", esaltazione della guerra contro la Turchia



# PROPAGANDA BELLICA ITALIANA

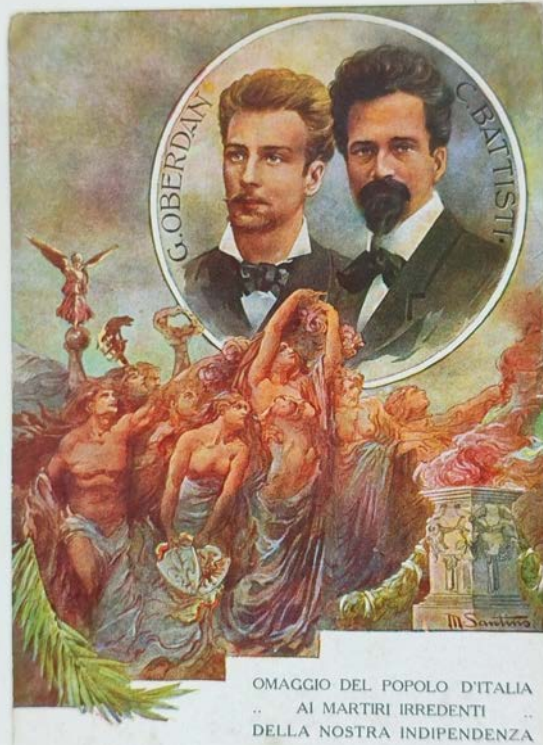


Lo scoppio del primo conflitto mondiale (luglio 1914) vede l'Italia in posizione di attesa (alleanze internazionali, opinione pubblica non favorevole ad eccezione di minoranze nazionaliste, incertezza ai vertici dello stato)

# PROPAGANDA BELLICA ITALIANA



Nella propaganda italiana grande ruolo svolto dall'attivismo (e per alcuni del sacrificio) dei cosiddetti "irredentisti"



OMAGGIO DEL POPOLO D'ITALIA  
AI MARTIRI IRREDENTI  
DELLA NOSTRA INDIPENDENZA



# PROPAGANDA BELLICA ITALIANA



Attacco concentrato su Giolitti

Il bersaglio della propaganda interventista italiana sono i “pacifisti” o i “neutralisti”



# PROPAGANDA BELLICA ITALIANA



Avviato il conflitto (maggio 1915) la costante nella propaganda è la figura dell'eroe che, allo stremo delle forze, raccoglie le ultime energie per lottare all'ultimo sangue contro il nemico

Obiettivo: indebolire il morale nemico e cementare la convinzione e la coesione dei propri soldati e (soprattutto) del "fronte interno"

# PROPAGANDA BELLICA ITALIANA



Bersaglio ricorrente della propaganda è il vecchio imperatore Franz Joseph, che permette il collegamento con la tradizione risorgimentale, che può essere declinata in varie sfumature politiche a seconda della “nazione” preferita



# PROPAGANDA BELLICA ITALIANA



La propaganda ricorre anche ad argomenti “dotti”, indirizzati a quella fascia di cittadini istruiti e dotati di una cultura umanistica consolidata (studenti, intellettuali, classe dirigente – di sicuro non le classi popolari)

La figura di Dante Alighieri



*La selva oscura della Triplice Alleanza.*

*Mi ritrovai per una selva oscura  
Che la diritta via era smarrita.  
Ahi, quanto a dir qual era, è cosa dura  
Questa selva selvaggia ed aspra e forte,  
Che nel pensier rinnova la paura.*

# PROPAGANDA BELLICA ITALIANA



La retorica del sacrificio della propria vita per la patria diventa una permanenza nel discorso pubblico, nella propaganda bellica e nella costruzione del concetto di “scontro di civiltà”

ATELIER BUTTERI - TORINO Via Montebello 21

*...per la Patria  
i miei occhi!* *per la Pace  
il vostro denaro.*

**PRESTITO  
NAZIONALE**

RENDITA CONSOLIDATA 5% NETTO  
EMESSA a L. 86.50 per 100 NOMINALI  
e REDDITO EFFETTIVO 5.78 per 100

LE SOTTOSCRIZIONI SI RICEVONO:

PRESSO LE FILIALI DEGLI ISTITUTI DI EMISSIONE DI CREDITO ORDINARIO - CASSE DI RISPARMIO - BANCHE POPOLARI E COOPERATIVE - DITTE E SOCIETÀ BANCARIE - PARTECIPANTI AL CONSORZIO DEL PRESTITO



# PROPAGANDA BELLICA ITALIANA



## SOLDATI AUSTRO-UNGARICI !

I 200.000 vostri compagni caduti nelle montagne del Trentino hanno sacrificato invano la loro vita. Gli italiani hanno preso energicamente la offensiva, hanno riconquistato Asiago e avanzando vittoriosamente incalzano le armate del Principe Ereditario che fuggendo abbandonano armi, viveri, munizioni.

L'esercito russo, grande come il mare, occupata tutta la Bucovina, è penetrato per 25 chilometri nei Carpazi, ha catturato 190.000 prigionieri austro-ungarici ed è alle porte della fertile Ungheria, dove stanno maturando le messi.

Soldati rumeni, soldati czechi, soldati slavi esultate! Sta per suonare anche per voi la grande ora della liberazione! Sarete finalmente strappati al giogo tirannico dei Magiari e dei Tedeschi che vi opprimono da secoli.

Noi non vogliamo le vostre terre e le vostre case; vogliamo solo darvi pace e libertà. Soldati rumeni, soldati czechi, soldati slavi non sacrificate la vita vostra per chi vi opprime. Venite, venite da noi che siamo i vostri fratelli, i liberatori vostri.

26 giugno 1916.

Approfittando del carattere multinazionale dell'esercito austroungarico, particolare attenzione è rivolta all'appello a rivoltarsi contro i dominatori (tedeschi o ungheresi secondo i casi), se non l'invito a disertare

# PROPAGANDA BELLICA ITALIANA



## **Fante attento!**

Cercano di rovinare TE E L'ITALIA  
(ITALIA vuol dire i tuoi figli, tua moglie,  
tutta la tua FAMIGLIA, e quello che hai).

Il nemico che ha paura della tua baionetta, vuole avviliti e disarmarti, per vincerti e calpestarti come ha fatto coi russi.

I russi son oggi gli schiavi dei tedeschi. Devono dare loro quello che hanno, lavorare per essi, COMBATTERE per i tedeschi contro altri russi. DOMANI CONTRO I GIAPPONESI.

## I TRADITORI INTERNI AIUTANO IL NEMICO

Diffida di chi parla come il nemico. Ti dicono: Gli alleati fanno durare la guerra **Non è vero!** Gli inglesi, i francesi, gli americani, ti aiutano a resistere e a vincere. **Vincere vuol dire finire la Guerra.**

Gli alleati danno da mangiare a te e alla tua FAMIGLIA.  
I tedeschi rubano quello che trovano nei paesi invasi. INSULTANO VIOLANO LE DONNE.

Con i tedeschi non è possibile fare una pace da uomini liberi: ma da **SCHIAVI: BISOGNA VINCERE.**

La sconfitta non porta alla pace ma a nuove guerre.

Chi ti parla di pace a tutti i costi è un **Vigliacco**  
o un **Imbecille** o un **Traditore.**

Tu non puoi essere come lui:  
**Piglialo a schiaffi**

La categoria del “traditore” che tradisce la propria parte disertando o consegnandosi come prigioniero o imboscandosi è largamente utilizzata nella propaganda

## **MAMMA!**

*perchè nascondi quel figlio tuo, quel mio fratello, a la furia de la battaglia?  
Perchè gli fai gittare in faccia il NOME INFAMANTE di*

## **Imboscato?**

*Per risparmiarlo forse?*

**T'inganni Mamma!**

*Egli dovrà venire sicuramente più tardi a rimpiazzare me, che non reggerò da solo!  
No, Mamma, c'è bisogno di TUTTI i tuoi figli, di TUTTI i miei fratelli per vincere!*

**L'unione  
= fa la Forza**

*Tutti insieme vinceremo certamente e torneremo a te, per non lasciarti mai più.*

Tutte le Madri dei Soldati d'Italia devono firmare la lettera presentata al Presidente del Consiglio dei Ministri - contro gli imboscati, contro le spie, contro i disfattisti, contro i gaudenti, contro gli speculatori - per l'onore dei morti, per la difesa dei combattenti.

*Un foglio di protesta  
trovasi a disposizione qui*

# PROPAGANDA BELLICA ITALIANA



**ABBONAMENTI**  
ITALIA e PAESI VICINI 10.000 LITTELLI  
ANNO L. 100 — SEMESTRE L. 50  
FRANCIA e PAESI VICINI 12.000 LITTELLI  
ANNO L. 120 — SEMESTRE L. 60  
DEI PAESI VICINI 10.000 LITTELLI  
ANNO L. 100 — SEMESTRE L. 50  
PER I PAESI VICINI 10.000 LITTELLI  
ANNO L. 100 — SEMESTRE L. 50  
PER I PAESI VICINI 10.000 LITTELLI  
ANNO L. 100 — SEMESTRE L. 50

**L'ASINO**  
PUBBLICAZIONE SETTIMANARIA  
PUBBLICATA A ROMA OGNI SETTIMANA  
DIRETTORE RESPONSABILE  
G. BELLINI  
PUBBLICAZIONE SETTIMANARIA  
PUBBLICATA A ROMA OGNI SETTIMANA  
DIRETTORE RESPONSABILE  
G. BELLINI

ANNO XXIV      Domenica, 22 Agosto 1915      N. 34



**L'Angelo tedesco:** — La pace... ecco l'unico riparo che ti permetterà di rimarginare le ferite e ricominciare la guerra...  
**L'Angelo tedesco:** — La paix... voilà le seul abri qui nous permettra de guérir les blessures et recommencer la guerre...  
**The German Angel:** — Peace... it is the only shelter that will let us heal up the wounds and begin again the war...

Invocare la pace diventa qualcosa di innominabile, vigliacco, come cedere al nemico o rinunciare alla vittoria

**ABBONAMENTI**  
ITALIA e PAESI VICINI 10.000 LITTELLI  
ANNO L. 100 — SEMESTRE L. 50  
FRANCIA e PAESI VICINI 12.000 LITTELLI  
ANNO L. 120 — SEMESTRE L. 60  
DEI PAESI VICINI 10.000 LITTELLI  
ANNO L. 100 — SEMESTRE L. 50  
PER I PAESI VICINI 10.000 LITTELLI  
ANNO L. 100 — SEMESTRE L. 50  
PER I PAESI VICINI 10.000 LITTELLI  
ANNO L. 100 — SEMESTRE L. 50

**L'ASINO**  
PUBBLICAZIONE SETTIMANARIA  
PUBBLICATA A ROMA OGNI SETTIMANA  
DIRETTORE RESPONSABILE  
G. BELLINI  
PUBBLICAZIONE SETTIMANARIA  
PUBBLICATA A ROMA OGNI SETTIMANA  
DIRETTORE RESPONSABILE  
G. BELLINI

ANNO XXVI      Domenica 4 febbraio 1917      N. 5



**Il pericolo della Pace**  
Wilson: Ebbene, mi porti buone notizie dalla Germania?  
La Pace: Beppe! Se non faccio presto a scappare, finivo in padella.  
**La Paix en danger**  
Wilson: Eh bien, m'apportes-tu des bonnes nouvelles de l'Allemagne?  
La Paix: Beppe! Si je ne me sauvais pas bien vite, on m'aurait mis dans la marmite.  
**The perils of peace.**  
Wilson: — Well, have you brought me good news from Germany?  
Peace: Good! — If I hadn't made good my escape, I should have ended in the... frying-pan!

# PROPAGANDA BELLICA ITALIANA



Bestializzare e disumanizzare il nemico è un dato comune alla propaganda bellica e di lungo periodo, perché i suoi riflessi si riverberano anche nel dopoguerra (p.es. campagne elettorali in cui il nemico è radicalmente delegittimato)

# PROPAGANDA BELLICA ITALIANA



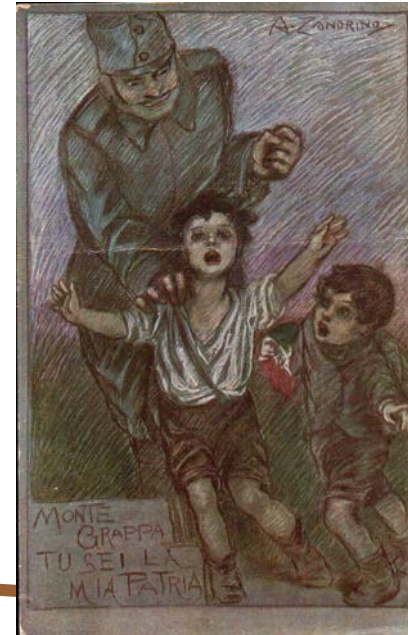
Dopo Caporetto (ottobre 1917) le regioni del nord-est sono invase e la propaganda si concentra sulla sorte delle popolazioni vessate dai nemici



Prop. Art. Lega Economica Nazionale - Milano.

L'INVASIONE AUSTRIACA NEL VENETO.

COMITATO D'AZIONE  
FRA RUTILATI, INVALIDI E FERITI  
FIRENZE - Palazzo Arte della Lana



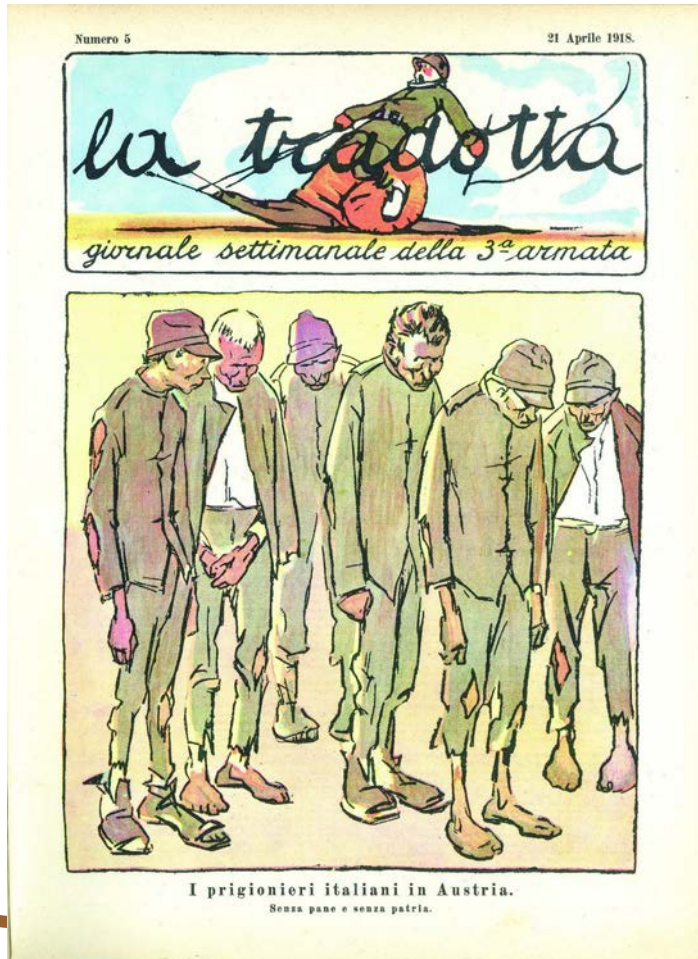
# PROPAGANDA BELLICA ITALIANA



È indispensabile motivare i propri soldati a difendere la propria terra, la propria gente, e a cacciare l'invasore



# PROPAGANDA BELLICA ITALIANA

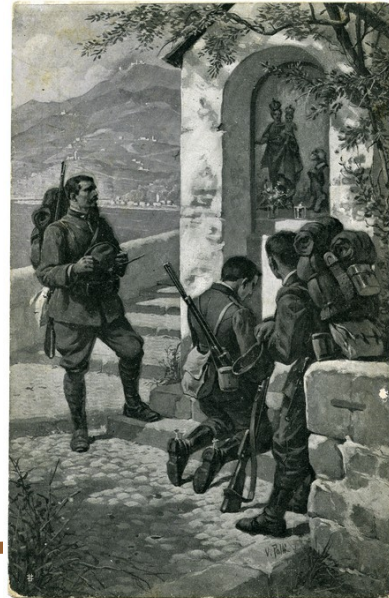


Sia pure con molte riserve e reticenze, la propaganda sul trattamento riservato dal nemico ai nostri prigionieri viene enfatizzato e drammatizzato, sottolineando il trattamento riservato nei campi di prigionia austriaci, dove fame e malattie mietono vittime

# PROPAGANDA BELLICA ITALIANA



La propaganda mette in campo anche la fede religiosa per combattere il nemico, facendo ricorso a tutto un arsenale retorico di immagini e pregiudizi radicati nel profondo della sensibilità popolare





# PROPAGANDA BELLICA ITALIANA



**Documenti a voi ignoti:  
l'armistizio russo in verità.**



Raccomandiamo ben studiare gli effetti. La pace  
colla Russia non è lontana.

**E poi???**

La propaganda bellica deve inoltre respingere con forza il pericolo (mortale) di contagio proveniente dalla Russia rivoluzionaria

I bolscevichi altro non sarebbero che servi dei tedeschi, quindi traditori della causa dell'Intesa

La paura della pace da raggiungere attraverso la rivoluzione che travolgerà tutte le potenze imperialiste è un incubo da scacciare ad ogni costo

# PROPAGANDA BELLICA ITALIANA



Il collasso dell'Impero Austro-ungarico e le spinte centrifughe delle varie nazionalità favoriscono (ottobre-novembre 1918) la vittoria italiana

La propaganda bellica esalta l'avvenimento come coronamento degli ideali risorgimentali e come tassello fondamentale per costruire l'identità nazionale del popolo italiano

# PROPAGANDA BELLICA ITALIANA



Senza dimenticare le mire espansioniste e nazionaliste verso est, lungo la costa adriatica e (in proiezione) nei Balcani

# PROPAGANDA BELLICA ITALIANA



La crisi post-bellica e la debolezza dei governi liberali, unita alle trattative di pace dalle quali l'Italia non ottiene quanto promesso, favorisce l'emergere di spinte eversive e nazionaliste

L'impresa di Fiume, guidata da D'Annunzio, è un sintomo grave di una crisi irreversibile dei vecchi equilibri liberali pre-bellici

Uso spregiudicato della propaganda e invenzione di un'estetica politica che confluirà poi nel primo fascismo

# PROPAGANDA BELLICA ITALIANA



La propaganda radicalmente nazionalista e antislava prospetta una politica aggressiva nei confronti del nuovo Regno dei Serbi, dei Croati e degli Sloveni (la futura Jugoslavia)

Ruolo degli intellettuali come interpreti del nuovo ruolo che l'Italia vorrebbe svolgere sullo scacchiere internazionale

# PROPAGANDA BELLICA ITALIANA



A predisporre il terreno adatto su cui costruire il progetto (realizzato poi negli anni '40) di espansione, la propaganda nazionalista e fascista sbandiera il mito della “vittoria mutilata” (termine coniato da D’Annunzio), orientando l’opinione pubblica e indebolendo ulteriormente il governo

# PROPAGANDA BELLICA ITALIANA



La disastrosa ritirata dei guerrieri di Ras Mulagbieta, dopo la battaglia dell'Amba Aradam. Soldati in rotta, animali in fuga; e qualche isolato supremo tentativo di resistenza contro gli stormi di aeroplani che gettano tonnellate di esplosivi. (Disegno di A. Bellanca)

La seconda metà degli anni '30 vede l'Italia decisa a conquistare “un posto al sole” attraverso una politica estera aggressiva e imperialista

Conquista coloniale dell'Etiopia (1935-36)

Propaganda sviluppata su vari temi:

Vendetta delle sconfitte subite nel periodo crispino (1895-96)

Vantaggi economici e politici di un'eventuale vittoria (p.es. sbocco per emigrazione)

# PROPAGANDA BELLICA ITALIANA

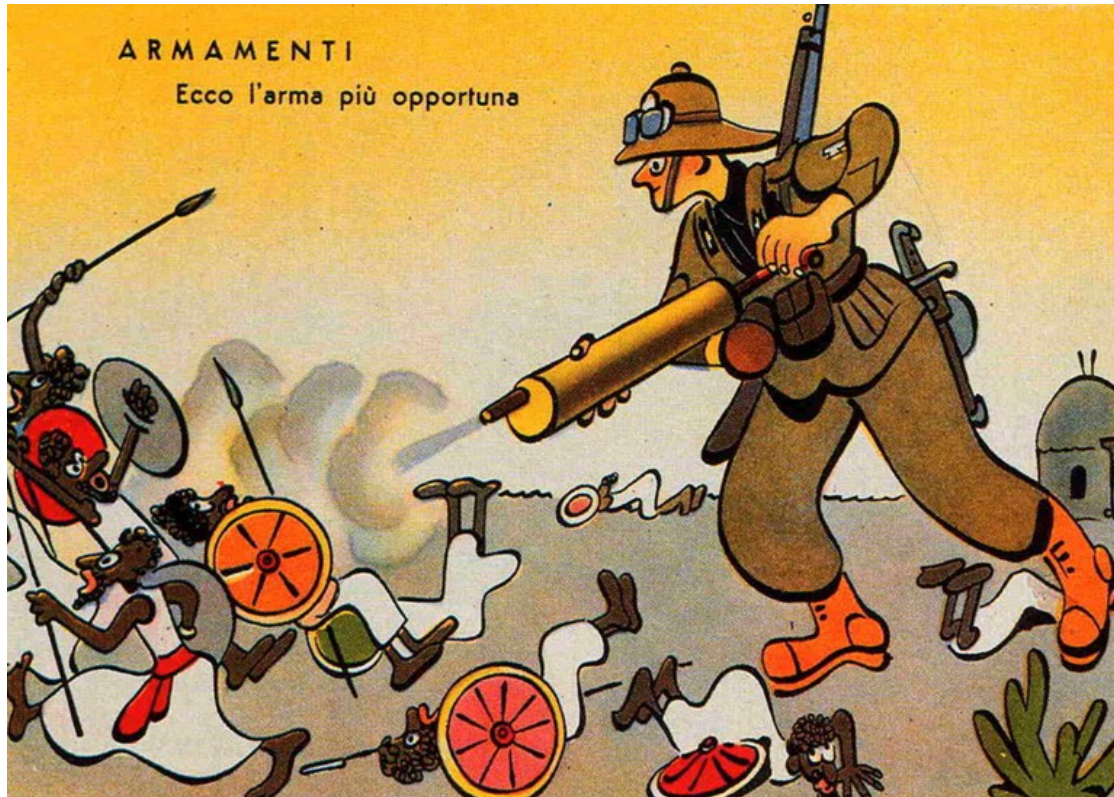


Evidenziazione del lato “buono” e “disinteressato” del colonialismo italiano (rispetto agli altri, in specie quello inglese), portatore di progresso e civiltà in una terra barbara e incivile

Rievocazione dei fasti dell’Impero Romano che l’immaginario fascista considera come modello



# PROPAGANDA BELLICA ITALIANA



Ovviamente l'immagine del nemico è costruita nella modalità razziale e razzista

La propaganda agisce anche attraverso vignette "umoristiche", ampiamente diffuse nella stampa illustrata popolare italiana

# PROPAGANDA BELLICA ITALIANA



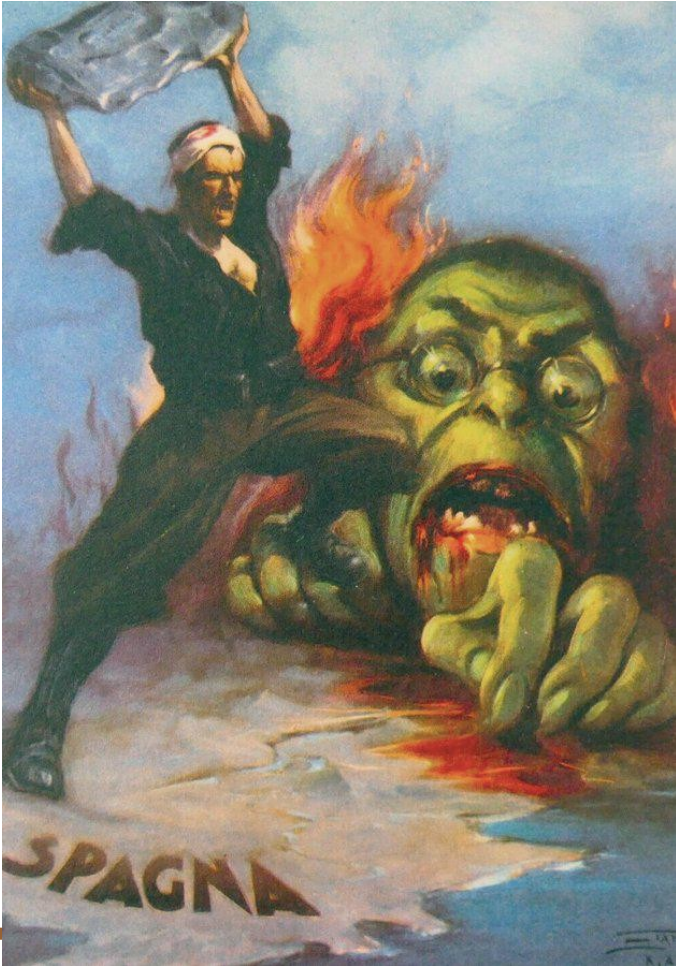
Oppure attraverso motivetti trasmessi alla radio, spesso indirizzati a un pubblico infantile avendo per protagonisti personaggi popolari dei fumetti come Topolino

# PROPAGANDA BELLICA ITALIANA



Allo scoppio della guerra civile spagnola (1936) l'Italia fascista e la Germania nazionalsocialista danno il loro appoggio alla sollevazione militare contro la Repubblica legittima. Invio di un Corpo Truppe Volontarie (più di 60.000 soldati), aeroplani, materiale bellico, etc.

# PROPAGANDA BELLICA ITALIANA

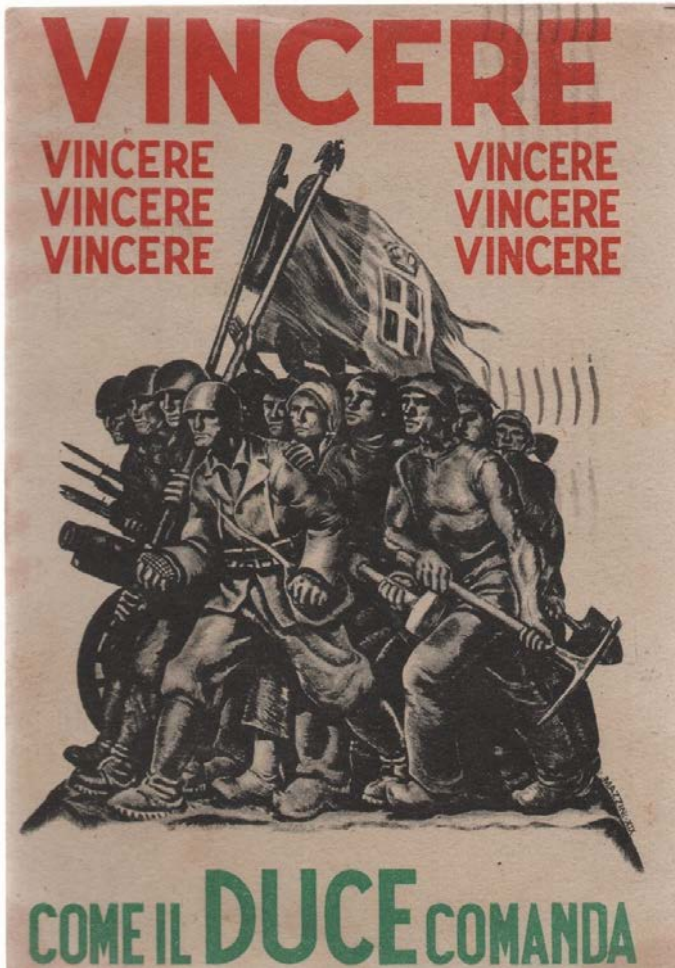


La propaganda militare mette in evidenza le atrocità dei miliziani repubblicani contro la chiesa cattolica e contro i civili, la penetrazione comunista, il disordine e le devastazioni, ma al tempo stesso la gratitudine del generale Franco nei confronti dell'Italia fascista

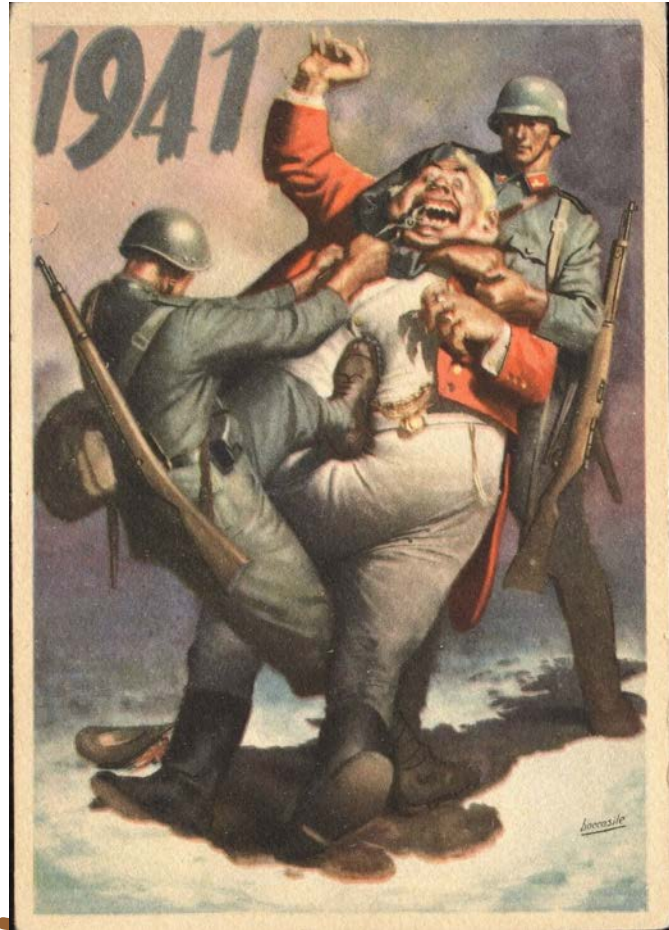
# PROPAGANDA BELLICA ITALIANA



Con l'entrata in guerra dell'Italia nel 1940 la propaganda bellica si indirizza verso il nuovo nemico, l'Inghilterra (e in subordine la Francia) e successivamente l'URSS



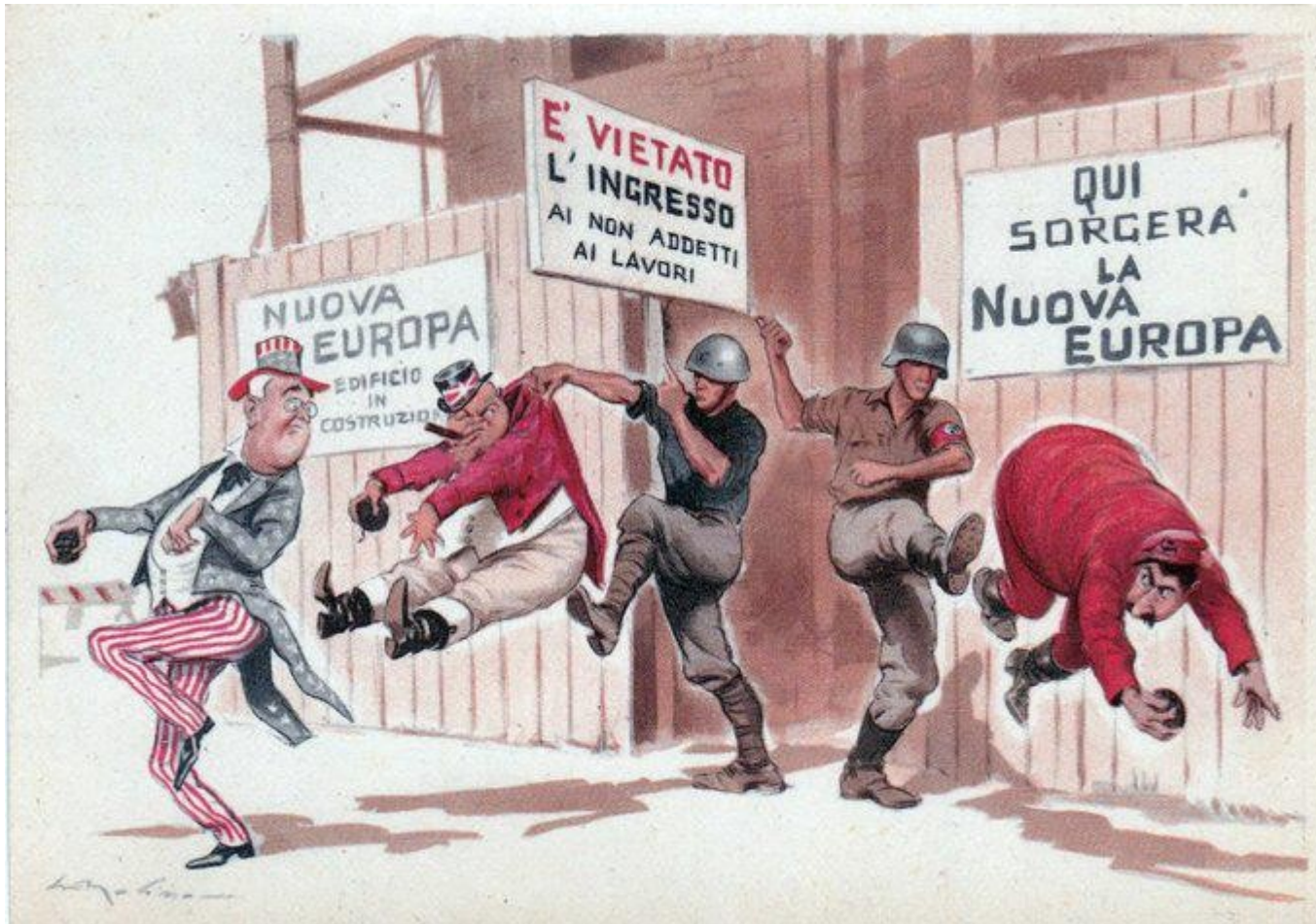
# PROPAGANDA BELLICA ITALIANA



# PROPAGANDA BELLICA ITALIANA



# PROPAGANDA BELLICA ITALIANA



Con l'allargamento del conflitto l'enfasi viene posta alla missione delle forze dell'Asse, cioè difendere la civiltà europea contro la barbarie orientale (russa) e la plutocrazia anglosassone (UK + USA)



# PROPAGANDA BELLICA ITALIANA



Gli effetti della guerra sulla popolazione civile rendono presto evidente le nuove terribili modalità di combattimento (nessuna distinzione tra civili e militari, bombardamenti a tappeto, rappresaglie, etc.)

La propaganda fa leva sull'indignazione per le morti innocenti, conscia che l'opinione pubblica sta sviluppando un sordo ma crescente malcontento verso il regime, anche a seguito delle ripetute sconfitte militari (Grecia, Africa, Russia)

# PROPAGANDA BELLICA ITALIANA

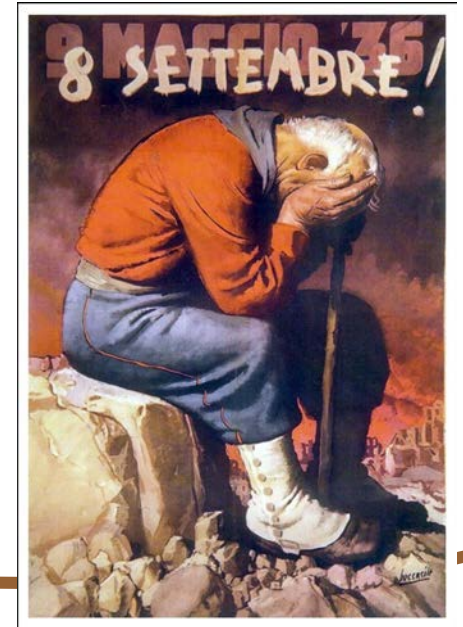


Al contempo si chiama alla mobilitazione tutta la nazione perché sostenga lo sforzo bellico e la sorte dei nostri militari nei diversi fronti di guerra

# PROPAGANDA BELLICA ITALIANA



Il collasso militare e politico del regime fascista (25 luglio e 8 settembre 1943) dà inizio a una fase tragica della storia italiana con l'occupazione straniera della penisola e lo sviluppo di una guerra (anche civile) che devasta il territorio e la popolazione

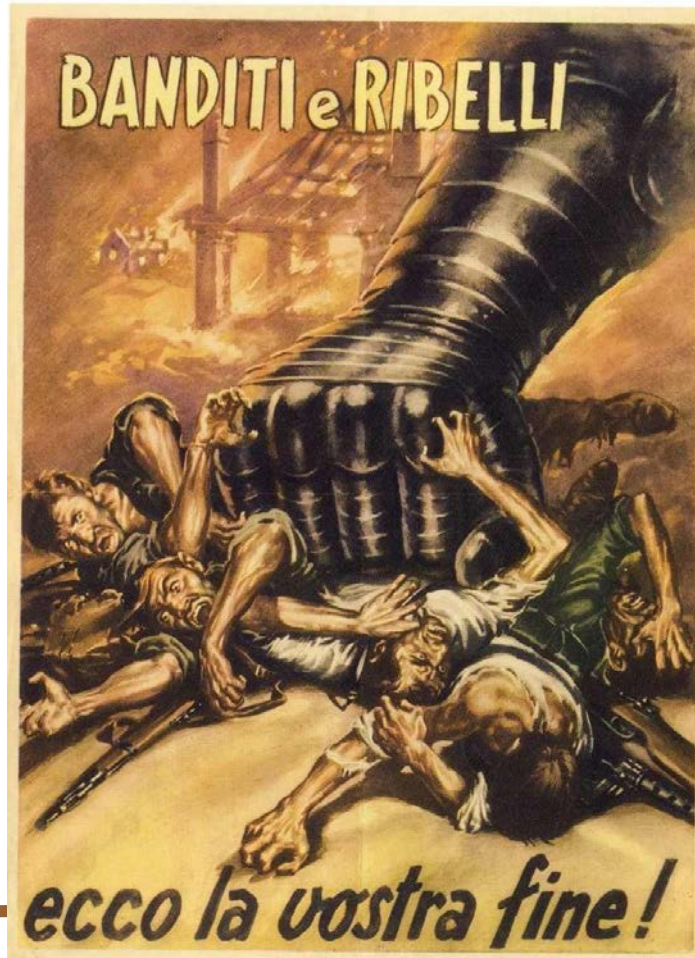


# PROPAGANDA BELLICA ITALIANA



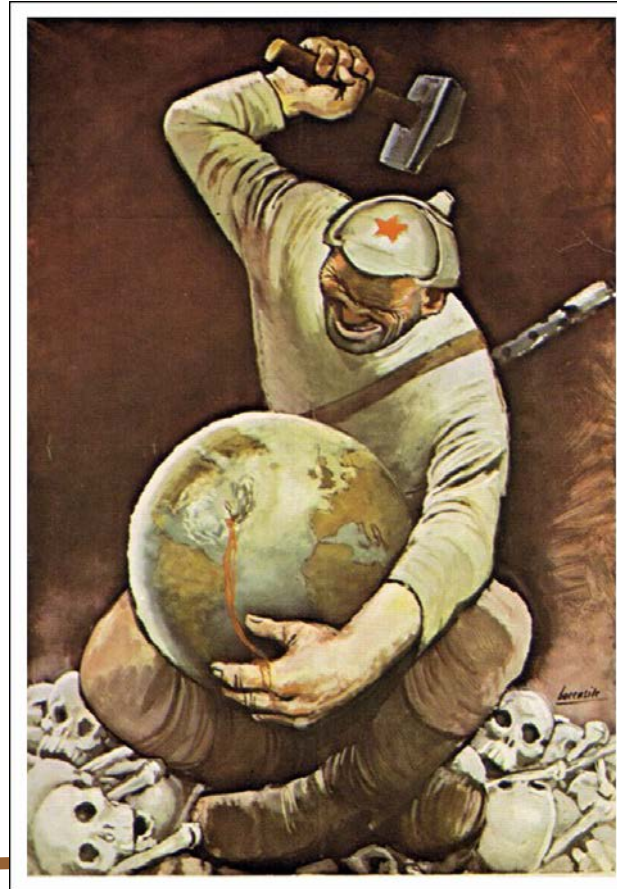
I manifesti realizzati da Gino Boccasile sono focalizzati sul dramma della violenza contro popolazioni inermi, non senza compiacimenti razziali sulle truppe di colore schierate dagli Alleati

# PROPAGANDA BELLICA ITALIANA



Il nemico interno, dopo l'8 settembre, aggiunge alla categoria del "traditore" quella del "bandito" e "ribelle" (il partigiano), da schiacciare senza pietà

# PROPAGANDA BELLICA ITALIANA



Fa capolino anche, se pure non direttamente riferito all'Italia, il pericolo comunista proveniente da Est (avanzata dell'Armata Rossa), come anticipo di futuro conflitto totale a livello internazionale

# PROPAGANDA BELLICA ITALIANA



Particolare enfasi viene dedicata all'alleato germanico, presentato come amico e protettore degli italiani



# PROPAGANDA BELLICA ITALIANA

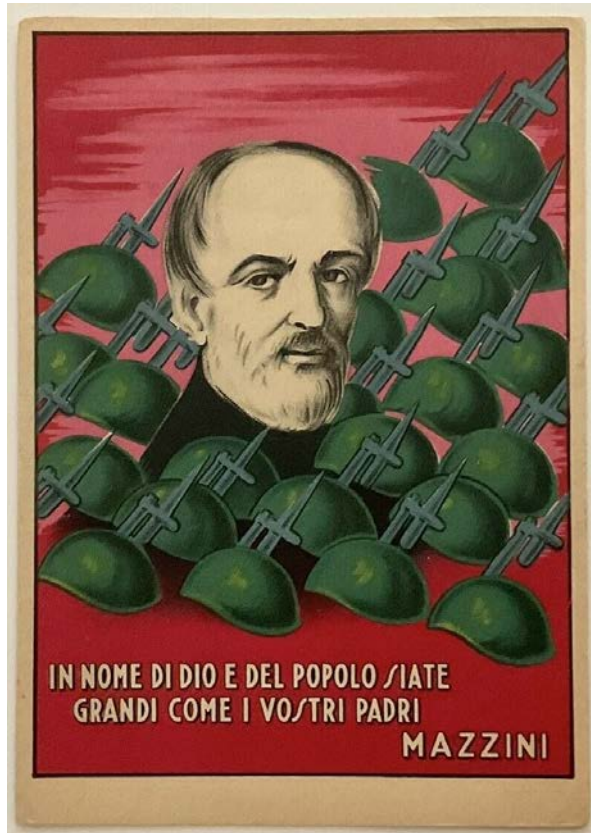


Allo stesso modo si indirizza una propaganda aggressiva e feroce nei confronti del regime badogliano installato nel meridione d'Italia





# PROPAGANDA BELLICA ITALIANA



Il ritorno alla “purezza”  
rivoluzionaria originaria del primo  
fascismo consente alla  
propaganda di arruolare nelle  
proprie fila la tradizione  
repubblicana risorgimentale

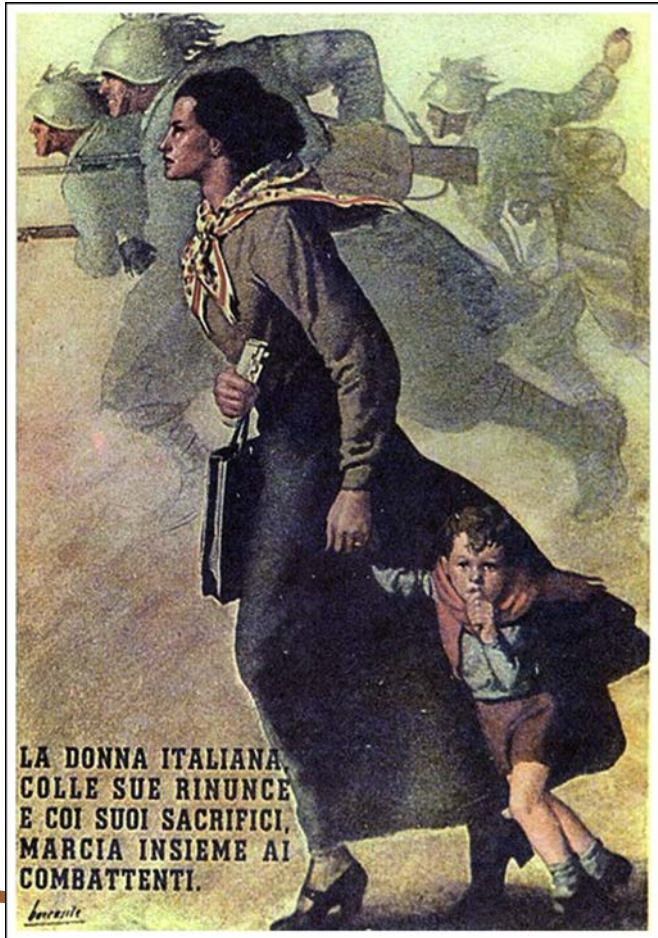
# PROPAGANDA BELLICA ITALIANA



Le formazioni armate che formano l'esercito della RSI (X MAS, GNR, SS italiane, etc.) vengono esaltate nella propaganda come emblema della fedeltà alla parola data, all'onore, al coraggio, al disprezzo del nemico e dei traditori



# PROPAGANDA BELLICA ITALIANA



Attenzione è rivolta anche al ruolo delle donne, in funzione di sostegno “morale” ai combattenti (e al “fronte interno”) o di partecipazione attiva e diretta nelle strutture militari della RSI

