museonascosto

I giornali di trincea: una guerra per immagini e stereotipi

Percorso didattico bastato sui materiali dell'archivio del Museo della Battaglia

Di Francesco Frizzera

I giornali di trincea: un fenomeno europeo

L'esperienza dei giornali di trincea, ovvero di quei testi a stampa creati dai soldati o per i soldati di stanza nelle trincee durante il primo conflitto mondiale, rappresenta il primo grande discorso condiviso di raffigurazione della guerra. La comunità dei fruitori, infatti, era facilmente individuabile: aveva caratteristiche precise – militari distanti da casa, che condividevano un insieme di rappresentazioni comuni, soggetti a costante pericolo – e si somigliava **sui maggiori fronti di guerra europei**, con l'eccezione del fronte orientale per la componente russa e sud-orientale per quella serba. Questa comunità cominciò perciò precocemente a produrre dei testi di autoconsumo, finalizzati a rassicurare e giustificare il proprio operato [1].

Al pari delle lettere, questi testi vanno però letti con occhio critico: soggetti alla censura ufficiale, erano essi stessi oggetto di propaganda e subivano i meccanismi inconsci dell'autocensura. Le caratteristiche salienti di questi prodotti a stampa si riscontrano, nella maggior parte dei fronti, nella descrizione della vita quotidiana in trincea, nel largo uso dello *humor*, nella peculiare visione della donna e, in molti di essi, nell'assenza o modesta presenza della descrizione del nemico in armi che, se presente, viene sublimato mediante **metonimie** (l'Imperatore al posto dello Stato o dell'esercito nemico) o semplificazioni didascaliche. In alcuni casi, come quello inglese, il nemico veniva rappresentato attraverso la lente dello *humor*; nei casi francese, tedesco e inglese, più in generale, è comunque difficile trovare una rappresentazione realistica e negativa del nemico in armi: ne consegue che per i soldati del fronte occidentale la teoria dell'odio innato nei confronti del nemico (proposta dalla lettura storiografica della "cultura di guerra"[2]) non entrò in profondità nella mentalità dei combattenti come ci si sarebbe potuto aspettare. Come vedremo, nel caso italiano questo aspetto - pur non essendo prevalente - viene invece messo in rilievo, poiché risultava necessario "costruire il nemico", a causa della lunga alleanza che aveva contraddistinto i rapporti di politica estera tra Italia e Austria-Ungheria. Un utilizzo strumentale della figura femminile che sfrutta i legami impliciti tra sessualità, occupazione, fedeltà si riscontra invece in quasi tutti i casi analizzati [3].

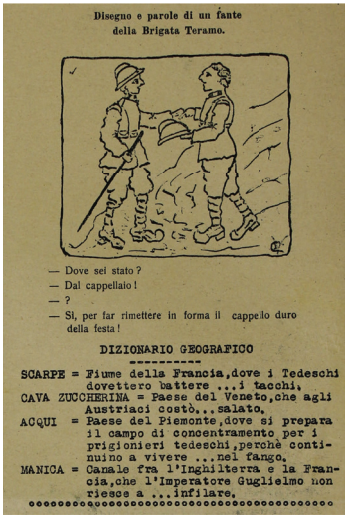
Esistono invece importanti differenze stilistiche tra i casi tedesco, francese, inglese, italiano e austriaco. In questo contesto, che vede la rapida nascita dell'editoria da trincea, il caso italiano è quello che **più devia dalla norma**

secondo cui notiziari ad uso dei soldati vedono un'ampia e crescente diffusione fin dall'inizio delle ostilità. A partire dal 1915 infatti l'esercito tedesco sovvenzionava la circolazione di giornali su vasta scala, che avessero risonanza all'interno dell'intera armata di riferimento che, ricordiamo, era soggetta a reclutamento regionale, con una circolazione giornaliera di circa 50.000 copie [4]. L'esercito britannico creò invece 107 differenti titoli, i quali difficilmente superarono la circolazione delle 5.000 copie l'uno [5]. Tra l'esercito francese il fenomeno era ancora più sviluppato: esistevano **200 titoli distinti, che stampavano fino a 132.000 copie al mese** [6]. La pervasività del fenomeno si comprende se si tiene conto che nell'esercito tedesco, su 4,5 milioni di uomini richiamati al fronte, nel 1916-17 circolavano 3,1 milioni di copie di giornali di trincea al mese [7].

I giornali di trincea: il caso italiano

In Italia il fenomeno dei giornali di trincea viene alla ribalta soltanto con l'inizio del 1918. Solo in seguito alla sconfitta di Caporetto viene infatti organizzata – e tollerata – una mobilitazione degli intellettuali ai fini dello sforzo bellico. Nei 3 anni di guerra precedenti, con Cadorna e Agostino Gemelli non v'era spazio né gratificazione per i professionisti della coscienza. Nonostante **i tentativi, tardivi, di Capello o Caviglia** [8], l'organizzazione della propaganda organizzata per i soldati era lasciata all'iniziativa privata. In tal senso, l'unica iniziativa degna di menzione negli anni 1916-17, riguarda quella che è stata definita "supplenza cattolica". Giovanni Minozzi infatti ideò le *Case del soldato*, luoghi di ricovero temporaneo dove veniva ***fornito supporto materiale e svago ai soldati, evitando la "retorica dei tromboni e parolai"***. L'obiettivo era la distrazione; solo a latere, come messaggio incidentale, veniva promosso il patriottismo, che subentrava come informazione accessoria [9].

Questo non significa che non ci fossero fogli o giornali di trincea. **Fin dall'inizio del conflitto ci sono fogli di retrovia** – espressione di borghesi che si sentono in dovere di partecipare a modo loro allo sforzo bellico e che **hanno circolazione nelle città** – e fogli di trincea. Questi però, pur essendo numerosi, sono poca cosa perché limitati nello spazio, nel pubblico e nei mezzi [10]. Niente in paragone al caso francese o addirittura, tedesco, da cui l'Italia è divisa anche da una molto più ridotta scolarizzazione delle truppe [11]. C'è solo un intrattenimento goliardico, niente educazione patriottica o nazionale. Non sono coordinati


Disegno e parole di un fante
della Brigata Teramo.

— Dove sei stato?
— Dal cappellaio!
— ?
— Sì, per far rimettere in forma il cappello duro della festa!

DIZIONARIO GEOGRAFICO

SCARPE = Fiume della Francia, dove i Tedeschi dovettero battere ...i tacchi.
CAVA ZUCCHERINA = Paese del Veneto, che agli Austriaci costò...salato.
ACQUI = Paese del Piemonte, dove si prepara il campo di concentramento per i prigionieri tedeschi, perchè continuino a vivere ...nel fango.
MANICA = Canale fra l'Inghilterra e la Francia, che l'Imperatore Guglielmo non riesce a ...infilare.

dall'alto. Sono spesso limitati al plotone o al battaglione. Si può sostenere che siano autoreferenziali. Per la maggior parte, **censura e autocensura** intervengono in maniera draconiana, **limitandone l'espressività**. Uno esempio è dato dal ***XIII***, epigono di una tradizione biennale che continua ad esistere anche dopo l'ingresso della propaganda ufficiale nel mondo dei giornali di trincea. In questi testi è dunque omesso qualunque problema pratico o reale, per evitare le accuse di disfattismo, e ci si limita, come nel caso inglese, allo ***humor***.

Però parte da qui l'idea degli uffici P di sfruttare la prospettiva giocosa e l'intrattenimento come propaganda nazionale dopo la *débâcle* di Caporetto: si decide di implementare uno strumento esistente, mediante il supporto della struttura organizzativa dell'esercito. Vengono perciò create tutta una serie di testate, ad elevata tiratura, che abbiano come riferimento la singola armata. La politica accede alla goliardia da trincea in due modi, secondo Isnenghi. Il primo, "sotto forma di contraffazione gigantografica dei vizi e delle colpe dei nemici e, per contro, delle nobili virtù degli amici: i popoli e gli Stati, sottoposti ad antropomorfizzazione e a un parallelo processo di infantilizzazione, sono ridotti alla stregua di Carletti e Pierini".

Il secondo modo "è quello del paludamento serioso, magari in versi, gravido di ricordi liceali" [12]. Il registro narrativo di questi testi, che vengono proposti a partire dall'inizio del 1918, è di conseguenza bipartito. Sezioni più colte destinate, per forza di cose, solo agli ufficiali. Sezioni più didascaliche, semplificatrici e mediate dal disegno e dal bozzetto sono destinate alla truppa, in un intento pedagogico che lascia trasparire un certo paternalismo, ma che non può ignorare il fatto che più di un terzo dei coscritti fosse analfabeta.

Chi è il destinatario? Lussu e Barni sostengono che questi giornali di trincea, prodotti in realtà nelle retrovie, non venissero letti perché **percepiti con alterità**. Di sicuro venivano letti da ufficiali di complemento e appartenenti alle

classi borghesi, pubblico ideale e destinatario voluto di alcuni di questi testi, o perlomeno dei più ben fatti [13]. Essi venivano però letti anche dai soldati, con attenzione differenziata ma crescente [14]. L'*Astico* era molto ricercato. Piero Jahier, uno dei redattori, propone infatti all'interno della testata anche l'attivizzazione del lettore, con prove di abilità, inviti a contribuire, gare, che hanno un riscontro fattivo. Si mescolano "educazione e intrattenimento, politica e folclore, tattica e mistica" [15]. Non tutti sono intraprendenti come Jahier e Lombardo Radice, collaboratori dell'*Astico*, ma il meccanismo prende piede e generalmente funziona. *La Tradotta* è, tra i giornali di trincea, la testata di lusso: questo però non significa che non fosse molto ricercata.

Numerose testimonianze riportano come questa pubblicazione andasse letteralmente a ruba, soprattutto fra gli ufficiali. I nomi di richiamo che contribuivano (Simoni, Rubino, Fraccaroli, Sacchetti) incentivavano questo processo. *La Giberna* invece, secondo i servizi P, sarebbe stata meno gradita: si percepiva il fatto che venisse confezionata a Milano, da professionisti del settore lontani dalla vita di trincea [16]. Ad ogni modo quasi tutti questi testi vengono stampati con elevata tiratura. Nel dettaglio, come si sviluppa questo sforzo educativo su larga scala, guidato da intellettuali e pedagogisti che tentano dopo la sconfitta di Caporetto di sfruttare il mezzo dell'editoria di trincea per inculcare sentimenti patriottici in un destinatario non sempre propenso ad accettarli e in buona misura analfabeta?

I giornali di trincea italiani: temi prevalenti

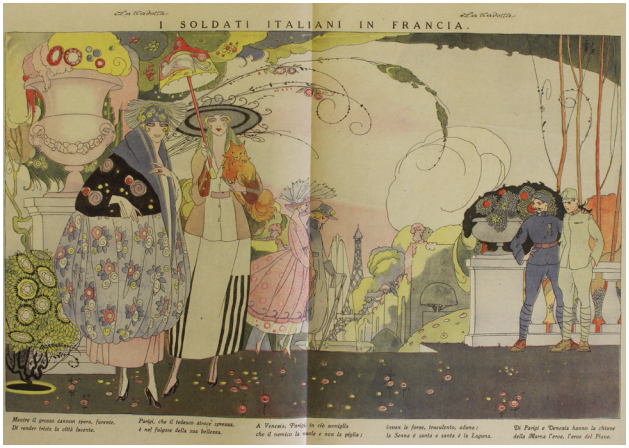
La donna

Nelle rappresentazioni dei giornali di trincea italiani **la donna assume molto più spesso le fattezze di madre, sorella, moglie**, che richiamano alla famiglia e alla casa, che **non quelle di una figura che richiama alla sessualità**. Isnenghi parla a tal proposito apertamente di sessuofobia [17]. La madre è presentata come autorità, la moglie come possibile vittima; entrambe sono giudici inflessibili della devianza.

Va anche detto però che, al pari dei corrispettivi tedeschi e francesi, **la componente erotica non scompare del tutto**. Essa permane in due distinte visioni: **la donna violata dall'austriaco** per creare sentimento antiaustriaco, in contrasto con la sessuofobia culturale del giornali, per stimolare l'odio di "maschi e pos-

sessori espropriati", con parallelismi evidenti rispetto ai casi francese e tedesco [18].

In secundis sono presenti, di tanto in tanto, **pagine larvatamente boccaccesche**. Queste, che non sono infrequenti, non riguardano però tutte le testate e tutte le edizioni. In questi contesti si abbassano il livello e il registro, ma vengono escluse da questi racconti e da queste lettere le signore e signorine dei ceti medi e dell'aristocrazia.



Un discorso a parte vale per la femmina Liberty della *Tradotta* – ma anche del *Sempre Avanti* – in cui compaiono le "amplissime gonne, curve leggiadre, colli di cigno, [delle] eteree figure femminili di Brunelleschi, dallo stato incerto di purissima fanciulla di buona famiglia o di cocotte di alto bordo, l'una e l'altra altrettanto irraggiungibili", ma sempre accompagnate dagli ufficiali [19].

L'alternativa narrativa più ossessiva e presente è invece rappresentata dalla **castità delle invase**, costrette a mostrarsi altere di fronte all'invasore austriaco, che viene rappresentato, di conseguenza, come mosso da istinti animali di predatore e sopraffattore: è il caso della vergine veneta, rappresentazione tipica del versante sessuofobico, che "depura i contorni della figura femminile fino a scarnificarla e a renderla incontaminabile dall'aggressore rozzo, sozzo e bestiale".

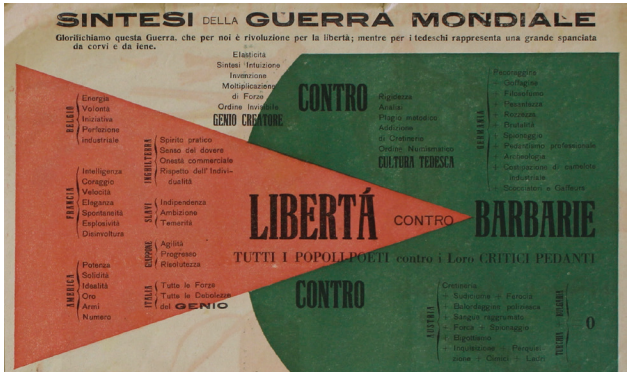
Più rara invece la rappresentazione della famiglia come custode della disciplina: non mancano, al contrario, alcune lamentele velate dei redattori dell'Astico, che notano lo scollarsi dei rapporti di disciplina in relazione alle licenze [20].

Il nemico

Dopo 30 anni di alleanza il nemico va inventato. Nel caso dell'Impero tedesco, il compito risulta poi ancora più difficile: la dichiarazione di guerra tardiva, l'influenza della cultura tedesca su quella italiana, i vincoli economici rendono le possibilità di narrazione particolarmente ristrette. Tra le tematiche percor-

ribili, almeno contro l'Austria, si ripescano necessariamente il Risorgimento e il nemico ereditario. In che modo? *La Tradotta* e la *Ghirba* usano la "**tecnica della burattinizzazione del nemico**, [...] marionette di continuo messe in azione per sollecitare meccanismi di riso e di rigetto, intrecciando intrattenimento e didassi". Il mezzo per produrre il rigetto del nemico è dato da un mix di "messaggi verbali, iconici, espliciti, impliciti". Il soldato apprende a odiare e disprezzare i tedeschi, in maniera metodica, ma con leggerezza, su un piano umano, metapolitico. **Si coltivano il pregiudizio, la diversità**, l'antagonismo di natura. Il tutto, soprattutto nelle tavole e nei bozzetti, mediante un mondo regredito a misura infantile per "andare verso il popolo" [21].

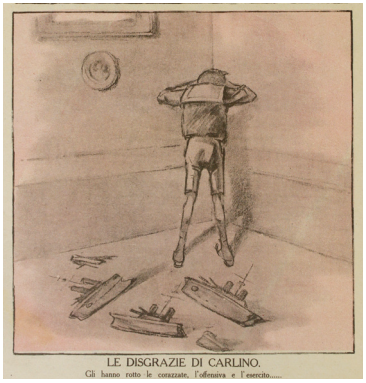
La mossa presuppone un certo paternalismo degli intellettuali e delle autorità nei confronti dei coscritti illetterati, ma è funzionale a "trasformare il senso di inferiorità di fronte al tedesco (tecnica, forza, organizzazione) in superiorità morale".



Si accusano il militarismo prussiano e il carattere sovranazionale dell'Austria-Ungheria, dipinta come prigione dei popoli e terra di forcaioli [22]. Si fa **largo uso delle potenzialità comunicative promosse dal futurismo e dall'arte d'avanguardia**, e in questo il *Montello* è certamente il più attivo.

Si sfrutta a fondo il ***topos* della barbarie tedesca contro il Belgio**, mediante reiterazione dei contenuti, che porta ad ipotizzare una continuità attraverso i secoli della civiltà occidentale – legata alla dominazione romana – contrapposta alla barbarie orientale – tipica dei paesi dove i romani non hanno portato la loro benefica influenza [23]. I tedeschi – senza distinzione tra austriaci e germanici – sottratti alla civilizzazione, sarebbero rimasti barbari [24]. Va notato il fatto che nella loro produzione i soldati di trincea tedeschi usassero lo stesso *topos* nei confronti delle popolazioni slave, de-

scrivendo le truppe tedesche come sentinelle del *limes* romano della civiltà opposto alla barbarie [25], in un cortocircuito culturale in cui la storia veniva piegata alle esigenze di demonizzazione del nemico senza tanti scrupoli.



Per metonimia, si utilizza la raffigurazione del capo (L'imperatore, il Capo di Stato maggiore,...) e dei suoi vizi e debolezze come rappresentazione icastica dei caratteri del nemico. Si rappresentano una ridda di situazioni infamanti, in cui gli Imperatori di Austria e Germania sono dipinti come mostruosi e incompetenti orchi moderni.

Si fa largo uso di raffigurazioni e metafore religiose, creando ad esempio favolette a sfondo diabolico col Kaiser protagonista, per solleticare identificazioni inconsce. Si potrebbe opinare che l'abuso del linguaggio infantile, smaccatamente paternalistico nell'operazione regressiva di intendere il popolo come grande bambino, non funzioni; bisognerebbe però tener presente che è l'unica alternativa al linguaggio artefatto e prezioso della retorica risorgimentale e l'immediatezza dello stesso ha facile diffusione [26].

Infine, nella rappresentazione del nemico, è frequente che l'odio si incanali lungo i binari sessuali e razziali, piuttosto che sui canali politici, più difficilmente percorribili. Il nemico è presentato come violatore di donne, come coacervo di tutti i vizi, come bestiale o incivilizzato negli usi e nei costumi piuttosto che come nemico politico [27].

I concetti di Patria e Re

I due concetti sono presenti nella narrazione, ma non predominanti, come invece ci si potrebbe aspettare tenendo conto dell'emittente. Il Re addirittura, seppur presente e rispettato, è spesso sottorappresentato, soprattutto in relazione ai suoi omologhi nemici. Non viene ovviamente preso in considerazione nella burattinizzazione. Quando se ne parla, il linguaggio cambia inoltre registro, innalzandosi e uscendo dalle potenzialità dell'uditorio medio. Molto più presente il concetto di patria, anche se traslato [28]. Anche in questo caso però i modi, le motivazioni e il linguaggio della rappresentazione somigliano troppo spesso a quello risorgimentale e sembrano troppo vicini al destinatario consueto (che è anche il pro-

duttore, ovvero gli ufficiali, i borghesi, i letterati), come accade ad esempio in *Signorsì* n. 11-12.

La vita quotidiana e le motivazioni alla guerra

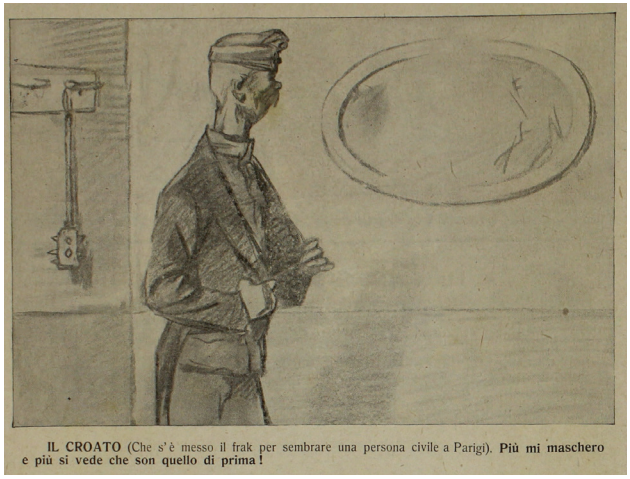
Questi elementi trovano spazio all'interno dei testi analizzati, soprattutto nelle didascalie, nelle lettere, nelle comunicazioni. Non mancano però, di tanto in tanto, accenni impliciti a queste tematiche anche nei richiami bozzettistici, frequenti in alcune delle testate.

Differenze interne

Infine bisogna tener conto delle differenze di impostazione legate ai produttori: l'*Astico* e la *Giberna* sono "democratici, populisti, riformisti, wilsoniani e vedono nello smembramento dell'Impero austro ungarico l'avvio di un'Europa delle patrie" [29]; *La Marmitta*, *Il Grappa*, il *San Marco* "mettono l'accento sulla grandezza d'Italia, accompagnano e stimolano la spinta all'espansionismo e vanno inquadrate in un contesto più sensibile a parole d'ordine nazionaliste di crescente sacro egoismo" [30] che si evidenzia nel mutamento dei soggetti – e dei nemici rappresentati – a partire dall'armistizio fino alla firma del trattato di pace.

La *Tradotta* opera nelle ultime tavole a colori un plateale mutamento del nemico "da militare a politico, da nazionale a sociale, da austriaco in bolscevico" [31], che si rispecchia anche nel *Sempre Avanti*, il più paradossale dei testi di questa produzione.

Il *Bollettino del soldato* si concentra invece sull'Irredentismo dalmata, l'espansionismo e etnocentrismo, affiancato alla necessità di confini favorevoli [32]. Ciò che emerge con chiarezza dal confronto dei testi e dalla lettura di *Sempre Avanti*, giornale dei soldati italiani in Francia, è comunque il potenziale strumentale di queste testate: **a seconda del destinatario e del luogo di produzione, i mezzi espressivi rimangono analoghi** – burattinizzazione,


IL CROATO (Che s'è messo il frak per sembrare una persona civile a Parigi). Più mi maschero e più si vede che son quello di prima!

humor, esaltazione della patria come concetto traslato, sfruttamento della figura femminile come strumento della tenuta – **ma il nemico può cambiare di volta in volta**. Nel gior-

nale appena citato infatti i riferimenti negativi sono tutti per il Kaiser – contro il quale si stava combattendo – e raramente per gli austro-ungarici e, col termine delle ostilità, il mezzo narrativo rimane ugualmente efficace traslando il nemico potenziale dall'Impero tedesco al bolscevismo.

In conclusione, mediante lo strumento dei giornali di trincea è stata creata **la propaganda di gruppo, secondo codici narrativi banali e standardizzati**, che però hanno trovato il modo di coinvolgere un pubblico vasto, omogeneo e sensibile alle parole d'ordine proposte. L'esperimento dei giornali di trincea, autoprodotti e ciclostilati in poche copie dai plotoni nel 1914-1915, diventa nel breve lasso di tempo di 3-4 anni un esempio delle **potenzialità della comunicazione di massa applicata alla politica**.

Keywords:
Soldier newspaper; Schützengrabenzeitungen; Giornali di trincea; Grande Guerra; Propaganda; War culture

Note

1. Nelson, Robert L.: Soldier Newspapers, in: 1914-1918-online. International Encyclopedia of the First World War, ed. by Ute Daniel, Peter Gatrell, Oliver Janz, Heather Jones, Jennifer Keene, Alan Kramer, and Bill Nasson, issued by Freie Universität Berlin, Berlin 2014-10-08.
2. Courmont, Juliette: Making Sense of the War (France), in: 1914-1918-online. International Encyclopedia of the First World War, ed. by Ute Daniel et al., op. cit.; Purseigle, Pierre: A very French debate. The 1914-1918 'war culture', in: Journal of War and Culture Studies 1 (2008), pp.9-14.
3. Nelson, R. L.: Soldier Newspapers, cit.
4. Nelson, Robert L.: German Soldier Newspapers of the First World War, Cambridge, 2011.
5. Fuller, J.G.: Troop Morale and Popular Culture in the British and Dominion Armies. 1914-1918, Oxford, 1990.
6. Audoin-Rouzeau, Stéphane: Men at War, 1914-1918. National Sentiment and Trench Journalism in France during the First World War, Providence, 1992 (orig. 1986).
7. Nelson, R. L.: Soldier Newspapers, cit.
8. Isnenghi, Mario: Giornali di trincea (1915-1918), Torino, 1977, pp. 6-10.
9. Ibidem, p. 16.
10. Ibidem, pp. 33-40.
11. Gibelli, Antonio: La Grande Guerra degli italiani 1915-1918, Torino, 1998, p. 10.
12. Isnenghi, M.: Giornali di trincea, cit., pp. 47-49.
13. Ibidem, p. 81.
14. Ibidem, pp. 79-87.
15. Ibidem, p. 91.
16. Ibidem, pp. 93-94.
17. Nelson, R. L.: Soldier Newspapers, cit.

18. Isnenghi, M.: Giornali di trincea, cit., p. 107.
19. Ibidem, pp. 107-110.
20. Ibidem, 111.
21. Ibidem, pp. 144-145.
22. Ibidem, p. 148.
23. Ibidem, p. 151.
24. Si veda La Tradotta, n. 6, p. 7.
25. Zeitung der 10. Armee, 31 gennaio 1916, in Nelson, R. L.: Soldier Newspapers, cit.
26. Isnenghi, M.: Giornali di trincea, cit., p. 161.
27. Ibidem, pp. 164-165.
28. Ibidem, pp. 177-178.
29. Ibidem, p. 199.
30. Ibidem, p. 200.
31. Ibidem, p. 201.
32. Ibidem, p. 207.

Bibliografia

Audoin-Rouzeau, Stéphane: ***Men at War, 1914-1918. National Sentiment and Trench Journalism in France during the First World War***, Providence, 1992 (orig. 1986);

Gibelli, Antonio: ***La Grande Guerra degli italiani 1915-1918***, Torino, 1998;

Courmont, Juliette: ***Making Sense of the War (France)***, in: ***1914-1918-online. International Encyclopedia of the First World War***, ed. by Ute Daniel, Peter Gatrell, Oliver Janz, Heather Jones, Jennifer Keene, Alan Kramer, and Bill Nasson, issued by Freie Universität Berlin, Berlin 2014-10-08.
DOI: http://dx.doi.org/10.15463/ie1418.10331

Fuller, J.G.: ***Troop Morale and Popular Culture in the British and Dominion Armies. 1914-1918***, Oxford, 1990;

Isnenghi, Mario: ***Giornali di trincea (1915-1918***), Torino, 1977;

Nelson, Robert L.: ***German Soldier Newspapers of the First World War***, Cambridge, 2011;

Nelson, Robert L.: ***Soldier Newspapers***, in: ***1914-1918-online. International Encyclopedia of the First World War***, ed. by Ute Daniel, Peter Gatrell, Oliver Janz, Heather Jones, Jennifer Keene, Alan Kramer, and Bill Nasson, issued by Freie Universität Berlin, Berlin 2014-10-08.
DOI: http://dx.doi.org/10.15463/ie1418.10170

Purseigle, Pierre: ***A very French debate. The 1914-1918 'war culture'***, in: ***Journal of War and Culture Studies***, 1 (2008), pp.9-14;

Ultima visualizzazione dei siti: 01/09/2015

Tutti i materiali riprodotti in questo approfondimento provengono dall'Archivio del Museo della Battaglia di Vittorio Veneto

percorso di approfondimento
'giornali di trincea'
di Francesco Frizzera
impaginazione Elisa Corni

Museo della Battaglia
Piazza Giovanni Paolo I, 84
31029 Vittorio Veneto (TV)
Tel.: +39 0438 57695

Comune di Vittorio Veneto
Museo della Battaglia

Città di Vittorio Veneto

MUSEO DELLA BATTAGLIA
VITTORIO VENETO