

SOCIOLOŠKA ANALIZA FAŠISTIČNE PROPAGANDE NA PRIMERU  
MEDVOJNEGA ČASOPISA NOVA DOBA - L'ERA NUOVA

Blaž LENARČIČ

Znanstveno-raziskovalno središče, Koper, Garibaldijeva 1, 6000 Koper, Slovenija  
e-mail: Blaz.Lenarcic@zrs.upr.si

## IZVLEČEK

*Članek se ukvarja s politično propagando v kontekstu fašizma na Slovenskem. S tem namenom je opravljena empirična analiza uvodnikov časopisa Nova doba – L'era nuova, ki je izhajal na Goriškem med leti 1922 in 1925. Ta časopis je idealni primer za analizo ključnih elementov fašistične propagande med slovenskim prebivalstvom, saj so ga izdajali slovenski pripadniki fašistične (vladne) stranke. Ključni cilj prispevka je torej (kritična) analiza diskurzivnih praks oziroma analiza besedila na primeru uvodnikov časopisa Nova doba – L'era nuova. Pri tem so prikazani in ovrednoteni primeri najbolj izstopajočega ideološkega diskurza nagovarjanja bralcev tega časopisa.*

*Ključne besede: politična propaganda, fašizem, Goriška pokrajina, Nova doba – L'era nuova*

ANALISI SOCIOLOGICA DELLA PROPAGANDA FASCISTA TRA LE DUE  
GUERRE – IL CASO DEL GIORNALE NOVA DOBA – L'ERA NUOVA

## SINTESI

*L'articolo tratta il tema della propaganda politica sul territorio sloveno nel contesto del fascismo. A questo scopo è stata eseguita un'analisi empirica degli editoriali del giornale Nova doba – L'era nuova, pubblicato nel Goriziano tra il 1922 e il 1925. Questo giornale è l'esempio ideale per l'analisi degli elementi principali della propaganda fascista tra la popolazione slovena, poiché veniva pubblicato dagli appartenenti al partito (di governo) fascista, ma di nazionalità slovena. L'obiettivo principale del contributo è quindi l'analisi critica delle prassi discorsive ovvero l'analisi del testo nel caso degli editoriali del giornale Nova doba – L'era nuova. In tal modo sono presentati e valutati gli esempi più rilevanti del discorso ideologico, rivolto ai lettori di questo giornale.*

*Parole chiave: propaganda politica, fascismo, Provincia di Gorizia, Nova doba – L'era nuova*

## UVOD

V obdobju med obema vojnama je v Julijski krajini kombinacija fašistične ideologije in politične prakse ustvarila posebno obliko fašizma imenovano *obmejni fašizem* (*fascismo di confine*). Slednji je bil v prvi vrsti rezultat imperialističnih tendenc Italije po prodoru na Balkan, kar je med drugim zahtevalo poitalijančenje provinc ob vzhodni meji. Kot navajata Kacin Wohinz in Pirjevec (2000) je za uresničenje »reintegracije« slovenske manjšine fašizem sprejemal posebne zakone in gradil »obmejno politiko – politica di confine«, ki jo je obmejni fašizem izvrševal nasilno, kapilarno, z vsemi sredstvi in na vseh področjih življenja manjšine. V tem procesu je imela pomembno vlogo tudi politična propaganda, ki je med drugim potekala preko fašističnih tiskanih medijev. V takratnem obdobju je bil eden izmed vidnejših časopisov na goriškem Nova doba – L'era nuova, ki izhaja med leti 1922–1925 in ga je izdajala prva fašistična organizacija na slovenskem, to je Slovenska vladna stranka, katere jedro programa je bila asimilacija Slovencev v italijansko kulturo, vendar ob ohranitvi njihovega materinega jezika.

Glede na to, da se v prispevku ukvarjam s politično propagando v kontekstu fašizma na slovenskem je časopis Nova doba – L'era nuova idealni primer za analizo ključnih elementov tovrstne propagande med slovenskim prebivalstvom. Kot metodološko orodje mi služi (kritična) analiza diskurzivnih praks oziroma analiza besedila, pri čemer prikažem in ovrednotim primere najbolj izstopajočega ideološkega diskurza nagovarjanja bralcev tega časopisa.

Prispevek je v splošnem razdeljen na dva dela. In sicer v prvem opredelim (politično) propagando in njene značilnosti, v drugem delu pa opravi empirično analizo ključnih elementov fašistične propagande na primeru uvodnikov *časopisa* Nova doba – L'era nuova.

## OPREDELITEV (POLITIČNE) PROPAGANDE

Besedo propaganda se v veliki meri uporablja v različnih kontekstih vsakdanjega življenja, zaradi česar je po mojem mnenju njen prvotni pomen izzvenel. Druga pomembna težava na katero naletimo ob preučevanju propagande pa je ta, da je po drugi svetovni vojni dobila pejorativni pomen<sup>1</sup>, predvsem zaradi njene (zlo)rabe v politične namene. Hkrati pa je potrebno upoštevati, kar je že pred desetletji ugotavljal Doob (1966), da besedo propaganda v zadnjem času vse bolj zamenjujejo besede, kot so: komunikacija, informacija in prepričevanje. Avtor (ibid.) vidi vzrok tega dogajanja v tem, da za razliko od izraza propaganda predhodno navedene besede ne implicirajo vrednostnih sodb, hkrati pa vključujejo razvoj informacijsko-komunikacijskih tehnologij, kot tudi zapletene družbene pojave v deželah v razvoju ter mednarodni diplomaciji. Upoštevajoč te ugotovitve iz sociološkega vidika (politična) propaganda torej predstavlja pomemben del družbene konstrukcije vsakdanjega življenja posameznikov.

1 Več o tem glej v Ivanov (1986).

Za boljše razumevanje (politične) propagande se je potrebno vsaj dotakniti njenega zgodovinskega izvora. In sicer, kot izpostavljajo Bernays (1928), Hoffer (1942) in Vreg (2000) je termin propaganda prišel v splošno rabo v petnajstem stoletju, ko je Rimokatoliška cerkev organizirala posebno komisijo kardinalov za širjenje vere z imenom *Sacra congregatio christiano nomini propaganda*. Izhajajoč iz tega je propaganda torej prvotno pomenila miroljubno širjenje (krščanske) vere. Po Hofferju (ibid.) tisti, ki se držijo tega izvirnega pogleda menijo, da v propagando sodijo vsi dražljaji, ki vključujejo spremembo vnaprej določenega vedenja. Glede na takšno razumevanje je propaganda dejansko vse (glasba, izobraževanje, poučevanje, pisanje leposlovja, itd.), kar ima potencialen vpliv na človeško vedenje. V obdobju francoske revolucije pride do pomembne spremembe in sicer so jakobinci propagando uporabili kot nekakšno vrsto bojevanja proti političnim nasprotnikom. Po mnenju Vrega (2000) je propaganda s tem dobila politično konotacijo, ki se je še močneje utrdila v obdobjih oktobrske revolucije v Rusiji (Lenin) ter druge svetovne vojne (Hitler, Goebbels ter Stalin) in se je drži še danes.<sup>2</sup>

Tako v domači, kot v tuji literaturi zasledimo veliko definicij (politične) propagande, kar nedvomno kaže na precejšnjo kompleksnost tega družbenega pojava. Ker bi na tem mestu njihova predstavitev terjala veliko prostora, hkrati pa bi se s tem tudi precej odmaknil od ključne teme prispevka, v nadaljevanju navajam štiri, ki se najpogosteje pojavljajo v uporabljeni literaturi in mi bodo tudi služile za opredelitev koncepta (politične) propagande za potrebe te analize.

Jowett in O'Donnell (2012, 7) propagando opredelita kot »nameren sistematičen poizkus oblikovanja percepcij, manipuliranja spoznanj in usmerjanja vedenja, da se doseže odziv, ki spodbuja želeni namen propagandista«. Po drugi strani Coombs in Nimmo (1993, 45) propagando definirata kot »neizogibno obliko komunikacije in poglavitni del javnega diskurza«, medtem ko Taithe in Thorton (2000, 2) razumeta propagando kot del »tradicije umetnosti prepričevanja«. Iz predstavljenih definicij je razvidna razsežnost (politične) propagande. In sicer prva definicija izpostavlja t.i. psihološko dimenzijo propagande, ki poteka v posamezniku na zavedni ali nezavedni ravni. Druga definicija daje poudarek komunikacijskim interakcijam med propagandistom in ciljno publiko, tretja definicija pa se osredotoča na osnovno dejavnost propagande, to je prepričevanje oziroma promoviranje določenih idej. Vse tri izpostavljene dimenzije (politične) propagande je v svoji definiciji združil Vreg (1992, 2000). In sicer pravi, da je to oblika »komuniciranja, s katero komunikatorji ali skupine zavestno, namensko, načrtovano in organizirano oblikujejo propagandne projekte in sporočila (simbole), s katerimi oblikujejo in nadzorujejo mnenja in stališča ciljnega občinstva oziroma vplivajo na spremembo njihovih stališč« (Vreg, 1992, 830–831). Glede na to, da ni jasne in obče sprejete definicije (politične) propagande in je, kot ugotavlja Doob (1989), zaradi kompleksnosti povezanih z vedenjem posameznikov v družbi niti ni mogoče postaviti, obenem pa je po njegovem mnenju odvisna tudi od obdobja in kulture v kateri poteka, za potrebe tega prispevka propagando razumem na način, kot jo opredeli Vreg (ibid.).

2 Zaradi te asociacije pri sintagmi politična propaganda uporabljam politična v oklepaju.

Po Vregu (ibid.) je torej (politična) propaganda intencionalni, sistematski poskus oblikovanja zaznav, spoznanj, mnenj, stališč, vrednot in vedenj sprejemalca propagandnega sporočila. Je pa tudi komunikacijski mehanizem, ki naslovnike sili k sprejemanju kolektivnih vzorcev mišljenja. Pri tem procesu gre v določenih primerih za uporabo, kot tudi za zlorabo prepričevalnega komuniciranja v sklopu katerega ljudje ne občutijo razsežnosti represije in moči ključnih akterjev. Nedvomno je ob tem potrebno upoštevati, da prejemniki (propagandnih) sporočil nikakor niso pasivna množica, temveč občinstvo, ki selektivno izbira informacije. Raziskovalci komunikacijskih procesov (npr. Noelle-Neumann, 1974; Uhan, 1998; Ule, 2000, Petrič in Pinter, 2002) ugotavljajo, da v večini primerov ljudje želijo doseči strinjanje z drugimi posamezniki in skupinami, kar v praksi pomeni, da so pripravljeni na soglasje z drugimi oziroma v tem primeru s komunikatorjem/propagandistom. Kot sem že izpostavil je ključni cilj (politične) propagande sprememba stališč ljudi ali skupin. V ta namen (politična) propaganda ustvarja učinkovita gesla, zmanipulirane (neobjektivne) informacije, ki jih ponavlja, dokler jih ljudje ne poptotranjijo in pričnejo dojemati kot resnične. Po drugi strani pa se v tem kontekstu dogaja tudi to, da posamezniki, kljub temu, da niso dovzetni za določeno propagando oziroma ji ne verjamejo, namerno spreminjajo lastna stališča, kar je v nasprotju s predstavo o posamezniku kot racionalnemu bitju in bolj v skladu s predstavo o posamezniku kot ekonomičnemu bitju (*homo economicus*), ki ga vodi osebna korist. Seveda je proces oblikovanja, kot tudi spreminjanja posameznikovih stališč precej kompleksen, zaradi česar je že desetletja predmet znanstvenih razprav (Festinger, 1957; Noelle-Neumann, 1974; Ajzen, 1988; Glynn in Park, 1997; Uhan, 1998; Ule, 2002). Eden izmed pomembnejših dejavnikov, ki vplivajo na obnašanje ljudi je socialni pritisk oziroma podrejanje manjšine večini (konformnost). Noelle-Neumann (1974) je ta pojav poimenovala spirala molka, katere osrednji dejavnik je posameznikov strah pred socialno izolacijo, ki bi jo morda povzročilo vztrajanje pri lastnem (manjšinjskem) mnenju. Kot ugotavlja Ule (2002) mediji še dodatno krepijo pritisk večine na manjšino, ker delujejo kot objektiviziran socialni instrument za prepoznavanje in promocijo večinskih mnenj. Tako je posameznik v modelu spirale molka (Noelle-Neumann, 1974) nemočno orodje v rokah propagandno izpopolnjenih medijskih aparatov. Z razvojem množičnega komuniciranja je (politična) propaganda dobila izjemne razsežnosti, do potankosti pa so to komunikacijsko strategijo spremenili v učinkovit mehanizem manipuliranja, prepričevanja in spreobračanja ljudskih množic v začetku dvajsetega stoletja za potrebe revolucij (npr. Lenin) in vojne (npr. Goebbels).

#### POLITIČNA PROPAGANDA NA PRIMERU UVODNIKOV ČASOPISA NOVA DOBA – L'ERA NUOVA

Časopis Nova doba – L'era nuova je najprej izhajal pod imenom Glas Julijske Benečije s podnaslovom »Tedensko glasilo fašizma«. Izdajal ga je Konzorcij Nova doba, tiskala ga je večinoma Narodna tiskarna, odgovorna urednika sta bila Jožef Sokol in Josip Peternel. Prva številka je izšla 24. novembra 1922, z izidom druge številke pa se preimenuje v Nova doba, »ker prejšnji naslov ni odgovarjal želji večine, ki jo zastopa« (Sedmak, 2009, 122)



Slika 1: Naslovnica časopisa Nova doba – L'era nuova. (Vir: Goriška knjižnica Franceta Bevka Nova Gorica).

in brez podnaslova. Oktobra 1923 je videmski perfekt Pietro Pisenti izdal ukaz, da morajo vsi časopisi, ki izhajajo v pokrajini Furlaniji izključno v tujem jeziku tj. slovenščini, vso vsebino prevesti tudi v italijanščino. Kot navaja Sedmak (ibid.) so slovenski poslanci protestirali proti tej kršitvi ustavnih zakonov in pravic, ter zahtevali takojšen preklc odredbe, kar je Mussolini na koncu tudi upošteval. Vendar je kljub preklicu odloka od takrat naprej časopis Nova doba izhajal v dvojezični obliki, celo ime je spremenil v dvojezično: Nova doba – L'era nuova. To spremembo v dvojezičnost je mogoče razumeti tudi kot uredniški izkaz pripadnosti italijanski fašistični ideologiji. V takšni obliki so časopis izdajali enkrat oziroma dvakrat na teden do 18. aprila 1925, ko izide zadnja tj. 117. številka.

Ključni namen časopisa Nova doba – L'era nuova je bil širjenje idej Slovenske vladne (fašistične) stranke in provokacija. Ob prvi obletnici izhajanja avtor uvodnika izpostavi,

da časopis »/.../ zastopa strujo Slovencev, ki hočejo ostati zvesti italijanski državljeni brez pridržkov dobro vedoč, da je to edini način do vzajemnega spoštovanja in sporazuma med slovenskimi in italijanskimi državljani ene države« (Nova doba – L'era nuova, 23. 11. 1923). V istem uvodniku nato na drugem mestu avtor pojasni tudi razlog za vrsto diskurza, ki ga je gojil časopis Nova doba – L'era nuova in sicer pravi: »Mi rabimo italijansko naklonjenost za vsako ceno in se moremo vsled tega zanjo potegovati. Zategadelj je naš ton tudi popolnoma drugačen od drugih slovenskih listov, ki hočejo, da ostane odprt prepad med nami in italijanskim narodom, dočim smo mi prepričani, da je treba intenzivne duševne fuzije, za katero mi neumorno delujemo in bomo do konca delovali« (Nova doba – L'era nuova, 23. 11. 1923). Kot ugotavlja Sedmak (2009) so bili pristaši tega časopisa le vzvod furlanskih fašistov in njihovega vodje Pietra Pisentija za prodor proti vzhodu Evrope. Vzporedno z upadanjem priljubljenosti Pisentija se je krčila tudi finančna podpora časopisa.

## VZOREC IN METODOLOGIJA

Kot je bilo značilno za večino tovrstnih časopisov v takratnem obdobju (npr. Goriška straža, Edinost, Goriški Slovenec, ipd.) tudi Nova doba – L'era nuova nima nobenega izmed člankov podpisanega z imenom in priimkom avtorja, ali s psevdonimom. Poleg tega se je pri pregledu vseh dostopnih številk časopisa Nova doba – L'era nuova, ki sem ga opravil za potrebe te analize izkazalo, da je vsebina časopisa precej borna, kot izpostavlja Sedmak (2009) gre večinoma za objave dobesednih prevodov iz italijanskih fašističnih časopisov. Vendar sodeč po vsebini uvodnih člankov sklepam, da so ti nedvomno avtorsko delo urednikov časopisa. V njih se namreč ukvarjajo z aktualnimi (slovensko-italijanskimi) političnimi temami, ki jih interpretirajo skozi prizmo fašistične ideologije. Na takšni osnovi sem za enoto analize izbral uvodni članek časopisa.

V vzorec je zajetih 12 izvodov časopisa Nova doba – L'era nuova. To so vsi uradno dostopni izvodi<sup>3</sup> in sicer šest števil iz leta 1923 in šest iz leta 1924. Ostali relevantni podatki o posameznem izvodu iz vzorca so predstavljeni v tabeli 1.

Že uvodoma sem izpostavil, da kot raziskovalno metodo uporabljam analizo besedila oziroma diskurzivnih praks. V tem smislu prikažem in ovrednotim primere najbolj izstopajočega ideološkega diskurza nagovarjanja bralcev časopisa Nova doba – L'era nuova. Primernost te metode utemeljujem s tem, da ima za teoretično izhodišče diskurzivno teorijo, ki se osredotoča na razmerja med oblastjo in diskurzom. Diskurzivna teorija ni »operacionalizirana« v smislu, da ima standardiziran metodološki instrument, kar se v praksi manifestira v različnih pristopih in načinih empiričnega preučevanj.<sup>4</sup> Na takšnih izhodiščih sem se tudi sam poslužil kombinacije različnih metod in s tem ustvaril specifično metodološko orodje, ki mi služi za potrebe te raziskave. In sicer poleg že omenjene analize diskurza v določeni meri posegam tudi na polje kritične diskurzivne analize. Slednja je po van Dijk (2001) oblika diskurzivnega analitičnega raziskovanja, ki v prvi vrsti raziskuje, kako se v družbenem in političnem kontekstu oblast, zloraba,

3 Vse uradno dostopne izvide hrani Goriška knjižnica Franceta Bevka Nova Gorica.

4 Več o empiričnih metodah diskurzivne analize glej v Jørgensen in Phillips (2002).

Tabela 1: Podatki o vzorcu

| Leto | Dan in mesec | Številka | Odgovorni urednik |
|------|--------------|----------|-------------------|
| 1923 | 18.1.        | 8        | Jožef Sokol       |
| 1923 | 6.7.         | 25       | Jožef Sokol       |
| 1923 | 12.10.       | 38       | Jožef Sokol       |
| 1923 | 23.11.       | 44       | Jožef Sokol       |
| 1923 | 7.12.        | 46       | Jožef Sokol       |
| 1923 | 22.12.       | 49       | Jožef Sokol       |
| 1924 | 1.4.         | 14       | Jožef Sokol       |
| 1924 | 24.4.        | 17       | Jožef Sokol       |
| 1924 | 20.6.        | 25       | Jožef Sokol       |
| 1924 | 5.11.        | 50       | Josip Peternel    |
| 1924 | 15.11.       | 53       | Josip Peternel    |
| 1924 | 3.12.        | 58       | Josip Peternel    |

nadvlada in neenakost uveljavljajo ter reproducirajo s pomočjo teksta in govora. Ključni element mojega metodološkega orodja pa je šest pravil propagandnega delovanja, ki so značilna predvsem za politično sfero in jih je postavil Domenach<sup>5</sup> (1968). Ta pravila je Vreg (2000) prevedel v slovenščino pri čemer je nekoliko spremenil vrstni red ter jih razširil na sedem in sicer so to:

1. *Pravilo poenostavljanja (simplifikacije)*: Poenostaviti moramo politični program in izoblikovati učinkovito propagandno besedilo – geslo, krilatico, parolo, ipd.
2. *Pravilo »sovražnika«*: ideološka izključitev vseh drugih konceptov, ki niso skladni s protežiranim konceptom.
3. *Pravilo »povečevanja« ali defiguracije* enega vidika političnega programa, ki ga razgllašamo pred javnostjo, medtem ko neželena dejstva zamolčimo (polresnice, dezinformacije, usmerjevanje resnice, črnobela tehnika).
4. *Pravilo »orkestriranja«* temelji na ponavljanju istih tem, vsebin ali idej (z besedo, sliko, zvokom); vsi ti elementi integralnega prepričevanja morajo biti sinhronizirani in vsebinsko komplementarni.

5 Izvirna pravila propagandnega delovanja, kot jih je utemeljil Domenach (1968) so: (1) pravilo poenostavitve in skupnega sovražnika, (2) pravilo pretiravanja in izkrivljanja, (3) pravilo orkestriranja, (4) pravilo transfuzije, (5) pravilo soglasnosti in okuženja in (6) pravilo protipropagande.

5. *Pravilo kohezivnosti (integrativnosti) in »okuženja«* temelji na konformizmu, kolektivnem vedenju, navadah, normah, pritiskih skupin in skupinskega mišljenja, agitiranju ipd.
6. *Pravilo transfuzije* temelji na filogenetskih konstrukcijah, prirojenih fantazmah, arhetipskih vzorih, mitih ipd. iracionalnih pojavih. Propagandne cilje vključi v obstoječa tradicionalna pradavna načela vedenja človeka.
7. *Pravilo protipropagande* je preračunano na uničenje nasprotnikove propagande ali političnega subjekta.

Z vidika preglednosti je za empirično analizo uporabnejša razširjena (Vregova) različica Domenachovih (ibid.) pravil, zato jo v nadaljevanju uporabljam tudi sam. In sicer mi služi kot kriterij za razvrščanje ključnih sestavin fašistične propagande, katero identificiram v časopisnih uvodnikih preko (kritične) analize diskurza.

## EMPIRIČNA ANALIZA

Ker osnovni pristop empirične analize izhaja iz sociološke perspektive, so zgodovinska ozadja in dogodki, na katere se nanaša vsebina analiziranih uvodnikov, izpostavljeni le toliko, kolikor je to nujno potrebno za razumevanje in ovrednotenje primerov najbolj izstopajočega ideološkega diskurza nagovarjanja bralcev časopisa *Nova doba – L'era nuova*. V nadaljevanju torej sledi empirični del prispevka, v katerem je s kombinacijo Domenachovih (1968) pravil propagandnega delovanja ter metodo (kritične) analize diskurza opravljena empirična analiza fašistične propagande na primeru dvanajstih časopisnih uvodnikov.

*Pravilo poenostavljanja (simplifikacije)*: Večina uvodnikov vsebuje zelo poenostavljene argumentacije in všečna besedila, ki se nanašajo na politični program fašistične stranke. Glede na to, da so fašisti dojemali prvo svetovno vojno kot revolucijo, ki je prinesla velike spremembe v tedanjo družbeno strukturo (državo, vsakdanje življenje, ekonomijo, politični sistem, ipd.), se v dveh uvodnikih pojavita zapisa, ki oznanjata prihod te nove dobe (iz tega vidika je zelo zgovoren že sam naslov časopisa).

*»Fašizem po navedenem ne pomeni le nastop nove vlade ampak nastop nove dobe v državi, da celo nove države...«*. (6. 7. 1923/25)

*»Da se pa učinki revolucije pravilno razmahnejo tudi med slovenskim ljudstvom, ki je bilo sistematično vzgojevano v protidržavnem duhu, je bilo treba glasila, s katerim se je v zgodovini Slovencev v Italiji otvorila Nova Doba«*. (23. 11. 1923/44)

Fašizem je nasprotoval liberalni demokraciji, močno zavračal večstrankarski sistem in utemeljeval enostrankarski sistem. V tem smislu sta zanimiva spodnja citata, s katerima avtorja argumentirata podporo enostrankarskemu sistemu.

*Mussolini: »Ljudstva so podpirala državno stranko, ker so jo smatrale kot vzpostaviteljico reda«*. (3. 12. 1923/58)

*»Demokratična vlada se odteguje vsaki kontroli in ustvarja v državi silno valovanje razbrzdanih strasti, kar šibi državo na notri in na zunaj«.* (15. 11. 1924/53)

Po Domenachu (1968) k poenostavljanju sodijo tudi krilatice, gesla in parole. Nahajajo se predvsem med naslovi uvodnikov, med katerimi so pomenljivi zlasti tisti, ki skušajo bralce prepričati, da se v Italiji (kjer je na oblasti fašistična stranka) dogajajo pomembne in nujne spremembe (npr. očiščenje kapitalističnega sistema, povzdigovanje naroda nad posameznika, obsežna ekonomska in socialna reorganizacija, ipd.), katere vodijo k idealni družbi tj. novi dobi.

*»Fašizem v prerojevanju«* (18. 1. 1923/8). Avtor uvodnika pod tem naslovom/parolo predstavi ključna vprašanja, s katerimi se je 12. januarja 1923 na svojem srečanju v Rimu ukvarjal veliki fašistovski svet, katerega ključni namen je bil reorganizacija stranke.

*»Svoboda in volitve«* (1. 4. 1924/14). Vsebina uvodnika pod tem naslovom/parolo se nanaša na parlamentarne volitve iz leta 1924. In sicer avtor uvodnika izpostavlja Mussolinijev volilni zakon, skladno s katerim volilcem zagotavlja strogo tajnost.

*»Radikalno čiščenje fašizma«* (20. 6. 1924/25). Ta naslov/parola se nanaša na uvodnik, v katerem avtor opisuje proces izključitve oziroma očiščenja posameznikov, ki se iz osebnih interesov pretvarjajo, da so zavedni in vzorni člani fašistične stranke, dejansko pa so Mussoliniju za hrbtom izvajali zarotniška dejanja.

Na tem mestu je potrebno izpostaviti tudi to, da so uvodniki napisani na način, da vsebujejo sintagme, ki izven teksta delujejo kot učinkovite parole. Na primer: *».../ dober katoličan in dober državlján«* (7. 12. 1923/46), *».../ kdor hoče dobro našemu ljudstvu smo mi .../«* (22. 12. 1923/49), *».../ krivična in brezobzirna vlada .../«* (15. 11. 1924/53), *»praznik zmage je praznik miru .../«* (5. 11. 1924/50) ali *».../ politika je kšeft«* (24. 4. 1924/17).

*Pravilo »sovražnika«*: V večini uvodnikov je izpostavljen določen ideološki sovražnik, katerega avtor besedila diskreditira. V tabeli 2 je prikazan seznam identificiranih ideoloških sovražnikov, s katerimi se ukvarjajo avtorji uvodnikov.

V splošnem lahko ideološke sovražnike iz tabele 2 razdelim na dve kategoriji. In sicer so to: (1) nacionalne entitete (Avstrija, Avstroogrška, Slovenci, tržaški Slovenci) ter (2) politične entitete (slovenski nacionalisti, komunizem, svobodno ljudstvo, osebna svoboda, demokracija, časopisa Edinost in Goriška straža, politična opozicija, fašisti paraziti, zagovorniki jugoslovanske države in zagovorniki komunistične države). Pričakovano večina ideoloških sovražnikov izhaja iz kategorije političnih entitet, saj je ključni namen (politične) propagande, tudi s pomočjo kategoriziranja sovražnika, spreminjanje vrednot med ciljno populacijo.

*Pravilo »povečevanja« ali defiguracije enega vidika političnega programa, ki ga razglašamo pred javnostjo, medtem ko neželena dejstva zamolčimo.* Večina uvodnikov vsebuje polresnice, dezinformacije, usmerjevanje resnice ali črnobeke poglede na določene pojave, ideologije in dogodke. V nadaljevanju predstavljám najbolj izstopajoče primere iz naštetih kategorij, ki po mojem mnenju ne potrebujejo dodatne interpretacije, saj so sami po sebi dovolj zgovorni.

Tabela 2: *Seznam ideoloških sovražnikov identificiranih v uvodnikih časopisa Nova doba – L'era nuova.*

| Ideološki sovražnik                | Dan, mesec in številka izvoda                             |
|------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| - Avstrija                         | (12. 10. 1923/38)                                         |
| - Avstro-Ogrska                    | (1. 4. 1924/14)                                           |
| - Slovenski nacionalisti           | (12. 10. 1923/38)                                         |
| - Komunizem                        | (6. 7. 1923/25)<br>(15. 11. 1924/53)                      |
| - Svobodno ljudstvo                | (6. 7. 1923/25)                                           |
| - Osebna svoboda posameznika       | (3. 12. 1923/58)                                          |
| - Demokracija                      | (6. 7. 1923/25)<br>(15. 11. 1924/53)<br>(23. 11. 1923/44) |
| - Časopis Edinost                  | (15. 11. 1924/53)                                         |
| - Časopis Goriška straža           | (24. 4. 1924/17)<br>(27. 12. 1923/46)                     |
| - Politična opozicija              | (15. 11. 1924/53)                                         |
| - Fašisti paraziti                 | (20. 6. 1924/25)                                          |
| - Tržaški Slovenci                 | (24. 4. 1924/17)                                          |
| - Slovenja                         | (1. 4. 1924/14)                                           |
| - Revolucionarne organizacije      | (18. 1. 1923/8)                                           |
| - Zagovorniki jugoslovanske države | (5. 11. 1924/50)                                          |
| - Zagovorniki komunistične države  | (5. 11. 1924/50)                                          |

»Da imamo še vedno tu pa tam pojave nasilja je sicer obžalovanja vredno, toda pomisliti je treba, da odgovornost za te sporadične pojave ne more pasti na fašistovsko stranko /.../«. (18. 1. 1923/8)

»Fašizem se je pojavil kot odporna sila in pričel razdirati malike slaboumljene ljudske svobode«. (6. 7. 1923/25)

»Kulturno ljudstvo ljubi državo reda; ljudstvo si želi močne vlade, ker hoče ubogati«. (3. 12. 1923/58)

*»/.../ ne morete razumeti, da ima lahko slovenski in italijanski narod v isti državi skupne cilje in da v vresničenju teh skupnih ciljev, ki gredo od vzpostavitve države do vzpostavitve najpopolnejše človeške individualitete, ki se mora osvoboditi tiranije mase, leži naš spas in bodočnost«. (24. 4. 1924/17)*

*»Slovenci v Italiji so po veliki večini do danes pripadali demokraciji, kar je glavni vzrok njihove nesreče, kajti demokracija jim dovoljuje svobodo kričanja in hujskanja, kar se nazivlja svoboda, nikdar pa njihove volje ne bo vpoštevala, ker po demokratičnih načelih se manjšine ignorirajo /.../«. (15. 11. 1924/53)*

*»Mussolini je prvi državnik, ki je stavil vprašanje zaupanja neposredno na vest svojih volilcev«. (1. 4. 1924/14)*

*»Medtem, ko se je naš rešitelj Domovine Mussolini z velikim naporom trudil noč in dan, da bi dvignil iz smrdljivega blata blagostanje in ugled italijanskega naroda pred celim svetom /.../«. (20. 6. 1924/25)*

*»Prvič je namreč prišla v Italiji na krmilo vlada, ki umeje kaj je človeštvu in narodu verski čut, prvič smo slišali velikega italijanskega državnika, da brez verskega čuta narod ne more vspevati«. (7. 12. 1923/46)*

*»/.../ nekateri se ne morejo pomiriti nad našim »protinarodnem« delovanju, ker ne morejo razumeti, da smo mi prišli pod Italijo in ne Italija pod nas«. (23. 11. 1923/44)*

*Pravilo »orkestriranja«:* Skozi vse uvodnike se ponavljajo ideje, s katerimi se promovira ter poveljuje fašistična ideologija in to preko naslednjih ključnih entitet, ki so vsebinsko jedro posameznih uvodnikov:

- fašizem (18. 1. 1923/8; 24. 4. 1924/17; 6. 7. 1923/25; 7. 12. 1923/46),
- fašistična stranka (1. 4. 1924/14; 18. 1. 1923/8; 3. 12. 1924/58; 7. 12. 1923/46),
- italijanska država (12. 10. 1923/38; 5. 11. 1924/50; 7. 12. 1923/46),
- italijanski narod (22. 12. 1923/49),
- Mussolini (22. 12. 1923/49; 20. 6. 1924/25; 1. 4. 1924/14; 3. 12. 1924/58) in
- Slovenci, ki hočejo ostati zvesti italijanski državljanji (23. 11. 1923/44; 22. 12. 1923/49; 15. 11. 1924/53; 24. 4. 1924/17).

Na tem mestu moram izpostaviti, da čeprav so posamezne ideje osrediščene na zgoraj naštetе entitete, so si zelo podobne, sinhronizirane in vsebinsko komplementarne, skratka delujejo kot smiselna celota.

*Pravilo kohezivnosti (integrativnosti) in »okuženja«:* Izmed elementov, ki jih vsebuje to pravilo je s (kritično) analizo besedila mogoče identificirati zgolj agitiranje. Ostali elementi se namreč nanašajo izključno na posameznikovo in skupinsko vedenje. V splošnem se politično agitiranje nanaša na aktivnosti, s pomočjo katerih se pridobiva (politične) somišljenike za izvedbo določenih akcij. Agitiranje je torej eden izmed načinov poizkusa aktiviranja ljudi oziroma mobiliziranja množic. V tem smislu učinkovito politično agi-

tacijo opredeljuje konsistentna strankarska miselnost, povzdigovanje strankarskih idej, prepričljivi in provokativni razlogi, ki izhajajo iz primerov vsakdanjega življenja ljudi. V besedilih se agitiranje pojavlja v obliki provokativnih stavkov, katerih namen je čustveno vznemiriti ljudi in jih posledično pripraviti k aktivaciji in/ali mobilizaciji. V nadaljevanju izpostavljam nekatere izmed primerov agitacije identificiranih v uvodnikih časopisa.

»Manj govoričenja v parlamentu in več delovanja v vladi«. (18. 1. 1923/8) Ta agitatorski poziv se pojavi v uvodniku, kjer avtor razpravlja o tem, da *ostane fašistična politika izrecno in brez pridržka monarhična* in s tem tudi avtorska. Za razliko od predhodnih vlad je po njegovem mnenju fašistična veliko bolj operativna.

»Kdor hoče dobro našemu ljudstvu smo mi in zastopniki italijanske države, vse drugo je puhla politika, čije malovrednost se danes potrjuje v negnjusnih sporih, ki so se pokazali v zadnjem času med njimi samimi in ki razodevajo njihovo osebno politiko, za katero se je moral do danes izpostavljati ves slovanski življ v Italiji«. (22. 12. 1923/49) Citat se nanaša na uvodnik, v katerem avtor poroča o obisku »zaslužnih« članov Slovenske snoparske organizacije pri Mussoliniju in njegovem finančnem ministru Albertu De Stefaniu.

»Vprašanje je, jeli se bojiš priznati se dobrega in zvestega državljana s tem, da oddaš svoje zaupanje Mussolinijevi stranki, jeli hočeš zopet zlesti v ono poljevo hišo »samostojnosti«, iz katere kuka »lipova vejica« in veje duh avstrijske planike«. (1. 4. 1924/14) V uvodniku iz katerega je vzeta ta citat avtor nagovarja bralce v zvezi z italijanskimi parlamentarnimi volitvami v letu 1924.

Avtor uvodnika poziva slovenske politike, da popravijo dotedanje krivice, ki so jih zagrešili v imenu »nove formule »narodnih manjšin«. S tem namenom agitira, da ».../ naj se slabi pastir odpove svojemu mestu in pusti, da se ljudstvo veseli tiste zmage, ki nam je prinesla mir in spravo in ki smo jo včeraj obhajali.« (5. 11. 1924/50) Vsebinsko se uvodnik sicer ukvarja z bitko pri Vittorio Veneto, kjer je italijanska vojska premagala avstrijsko.

»Beseda državljan ne pomeni za nas ničesar, ako dotičnik ni izrazil predstavnik države.« (23. 11. 1923/44) Ta agitacija je uporabljena v uvodu, kjer avtor razpravlja o tem, da so pripadniki fašistične stranke v nasprotju z drugimi posamezniki pravi državljani, saj v prvi vrsti delujejo v dobro skupnosti in ne posameznika.

V nekaterih uvodnikih avtorji namenoma uporabljajo Mussolinijeve citate, katerih funkcija je v prvi vrsti agitacija. Nekaj primerov teh citatov navajam v nadaljevanju.

»Pravica mora priti do dna, četudi bi moral biti prizadet moj lastni brat ali oče!« (20. 6. 1924/25) Ta citat Mussolinija je uporabljen v uvodniku, ki se ukvarja z umorom poslanca Matteottija.

V zvezi z odnosom med italijanskim narodom in rimokatoliško veroizpovedjo Mussolini pravi: »Mi nismo katoliški narod le, ker je pretežna večina našega naroda katoliška, marveč ker je katolicizem od naše zgodovine nerazdružljiv«. (7. 12. 1923/46)

Avtor uvodnika z naslovom Fašizem kot program uporabi Mussolinijev vzklik: »Domovina, samozatajevanje!« (6. 7. 1923/25), ki ga interpretira na način, da v posamezniku vzbuja odgovornost za skupne oziroma državne interese, katerim se morajo podrediti vsi individualni interesi. Na takšen način se po njegovem mnenju uresničuje eden izmed fašističnih idealov, tj. v ljudeh vzbuditi pojem državljanstva in vzajemne odvisnosti, podprte z moralno ter zakonodajno silo.

Z namenom utrditi legitimnost fašistične vlade se je avtor uvodnika z naslovom *Opo-min poslužil naslednjega Mussolinijevega citata: »/.../ ljudske simpatije državni stranki veljajo zato, ker ljubi kulturno ljudstvo državo reda«*. (3. 12. 1924/58)

»Toda pomnite vedno, da ste italijanski državljani in da imate iste pravice in dolžnosti kakor ostali državljani. Med vami in ostalimi 48 milijoni italijanskih državljanov ni nobene razlike. /.../ Vrnite se v vašo domovino in povejte svojim prijateljem, da v Rimu je vlada, ki vam prihaja nasproti z darežljivostjo in odkritosrčnostjo«. (22. 12. 1923/49) Ta Mussolinijev citat je naveden kot sporočilo Slovincem, ki naj bi jim ga prenesli slovenski pripadniki fašistične stranke, ko so bili pri njem na avdienci leta 1923.

*Pravilo transfuzije*: Fašizem je bil močno nagnjen k uporabi zgodovinske mitologije. V tem smislu je v propagandna sporočila vključeval mite in legende o hrabrosti, filogenetske konstrukcije, arhetipske vzore, ipd. Med bolj izstopajočimi primeri iz analiziranih uvodnikov časopisa so naslednji.

[Mussolini] »... je tista tajna sila in moč, zaradi ketere se je državna stranka priku-pila množicam, ki si ne želi bogve kakšnih svoboščin, ampak le miru in gospodarskega napredka«. (3. 12. 1924/58) Citat je vzet iz uvodnika, katerega osrednja tema je pred-sednikova poslanica, med drugim pa avtor bralce skozi tekst nenehno »spominja« na Mussolinijeve odlike in sposobnosti, zaradi česar je tudi Vladna stranka tako odlična in posledično povsod izjemno priljubljena.

»Verski čut v vesti narodov je nevdušljiv smisel za družino, za vero in domovino je enega in istega duševnega izvora«. (7. 12. 1923/46) Vsebina uvodnika je namenjena razmišljanju o odnosu med fašizmom in (rimokatoliško) vero, pri čemer avtor prepričuje bralca, da vprašanje razmerja med cerkvijo in državo sodi na višjo raven zavedanja, česar je sposobna zgolj fašistična vlada. Pravi namreč, da: »Nikdar v Italiji se je tako jasno kakor v tem trenutku spoznalo, da vprašanje odnošajev med Sv. Stolico in italijansko državo je vprašanje višje duševnosti«.

»Mislilo se bo, da Slovenci niso značajan narod, mislilo se bo, da prevlada pri nas ne morda nezavednost, ki ne more biti krivda, ampak hinavščina«. (1. 4. 1924/14) Avtor se v uvodniku ukvarja z italijanskimi parlamentarnimi volitvami in po njegovem mnenju se prihodnost slovenskih državljanov v Italiji vrti okrog ključnega, lahko rečem kar arhetip-skega, vprašanja: Odkritosrčnost ali hinavščina?

»Nam pa, ki poznamo tržaški in goriški ambient od mladih nog se nam Verovškova ogorčenost nad tržaškimi Slovenci ne zdi prav nič čudnega«. (24. 4. 1924/17) Citat izhaja iz uvodnika, ki se ukvarja s trgovsko politiko med Jugoslavijo in Italijo, ki jo avtor ovrednoti na podlagi arhetipskih potez tržaških Slovencev.

»V vsem tem lahko rečemo, da nas je italijanska armada odrešila«. (5. 11. 1924/50) Izhodišče uvodnika iz katerega je vzet citat je bitka pri Vittorio Veneto, kjer je 4. 11. 1918 Italija porazila Avstroogrsko. Skozi razmišljanje v uvodniku avtor to bitko povzdigne v mit iz katerega naj bi vzkliklo boljše življenje za italijansko državo.

Ob prvi obletnici izhajanja časopisa Nova doba – L'era nuova avtor uvodnika prepri-čuje bralce, o metafizični naravi in samem obstoju fašizma. »Danes še marsikdo dvomi, da bo Fašizem obstojal. Mi mu lahko mirno rečemo, da mora in bo obstal, ker je Fašizem naravna prikazen«. (23. 11. 1923/44)

V uvodniku z naslovom *Fašizem kot program* avtor med drugim pravi: *»Fašizem je z razmeroma malimi žrtvami prišel do nadvladja, kar je pripisovati duševni revoluciji, ki je nastala od kar je državljani zadobil občutek, da se je drvenje navzdol ustavilo.«* (6. 7. 1923/25) S takšnim razmišljanjem skuša bralcu dopovedati, da fašizem ne more nastopiti v katerikoli družbi, ampak zgolj v tisti, ki je na določeni (višji) mentalni stopnji. Kot takšen je fašizem izraz »duševne aristokracije« v državi.

Fašizem je entiteta, ki vzpostavlja idealnotipsko (M. Weber) družbo, namreč *»/.../ v svojem splošnem delovanju kaže državna stranka jasno sliko onega strujanjenja, ki brezobzirno zatira vse, kar je pogledom na državni blagor škodljivo, a pospešuje in ojača vse, kar državo, in potemtakem splošno blagostanje, pospešuje in krepi.«* (3. 12. 1924/58)

Kot zadnji primer uporabe pravila transfuzije v uvodnikih navajam uporabo arhetipa, ki se ga posluži avtor pri pojasnjevanju odpora Slovencev do uvedbe italijanskega jezika v osnovne šole: *»Kar manjka Slovincem skozi in skozi je baš spoznavanje in spoštovanje običajev drugega naroda...«*. (12. 10. 1923/38)

*Pravilo protipropagande:* V primeru protipropagande lahko govorimo o obliki propagande, katere cilj je uničenje ali izničenje nasprotnikove propagande. Ima pa tudi svoja podpravila, med katere sodijo (Domenach, 1968): odkriti teme nasprotnika in njegovo strategijo; odkriti in napasti nasprotnikove šibke točke; naglasiti protislovja nasprotne propagandne kampanje z realnimi dejstvi in argumentacijo ter pri njih vztrajati; osmešiti nasprotnika v očeh javnosti in mistificirati situacijo, kot da v vsem tem vlada neko predimenzionirano ozračje sile in moči.

Na podlagi opravljene analize uvodnikov časopisa se izkaže, da je bila v časopisu *Nova doba – L' era nuova* fašistična antipropaganda uporabljena z namenom uničenja prepričanj in dejanj, ki so jih zagovarjali oziroma izvajali njihovi ideološki sovražniki navedeni v tabeli 2.

V večini uvodnikov ni izrecno izpostavljen nasprotnik, proti kateremu se izvaja antipropaganda, se pa na podlagi celotne vsebine da razbrati za koga gre. Tako so velikokrat tarča antipropagande t.i. slovenski nacionalisti. Na primer v uvodniku z naslovom *Opomin* (3. 12. 1924/58) avtor navaja argumente zaradi katerih je prav podpirati fašistično stranko in med drugim pravi, da *»/.../ se mi nočemo in ne moremo identificirati s kako narodno manjšino z omejenim obzorjem, ampak zavedajoč se našega državljanstva hočemo biti doma v celi državi in kot taki imamo ves interes na tem, da država v svojem razvoju napreduje, ker le na ta način je tudi nam omogočen napredek in svoboda«*. Drugi primer antipropagande proti idejam, ki jih zagovarjajo slovenski nacionalisti zasledimo tudi v uvodniku z naslovom *Protestna politika* (12. 10. 1923/38), katerega ključna tema je uvedba državnega jezika v osnovne šole. In sicer se avtor osredotoči na (sovražno) retoriko nasprotnikov in pravi, da je *»tak nastop mogoč le v državi največje svobode kakor je Italija. Avstrija bi bila brez usmiljenja potlačila besede, ki jih rabijo predstavniki slovenskega nacionalizma.«*

V nadaljevanju pa navajam primere antipropagande, ki so uperjeni proti proti točno določenima nasprotnikoma in sicer časopisoma *Goriška straža* ter *Edinost*. Prvi je bil pokrajinski list slovenske manjšine v Goriški pokrajini, ki je v takratnem obdobju zagovarjal ideje krščanskega socializma. Medtem, ko je bil časopis *Edinost* politično glasilo tržaških Slovencev, takrat pa tudi glasnik protifašističnega odpora.

»Izbruhi Goriške straže proti uvedbi civilnega stanja, /.../ so zamišljeni tako zvito, da bi moral vsak čitatelj zadobiti vtis, da je italijanska zakonodaja naperjena neposredno proti katoliški veri«. (27. 12. 1923/46) Citat je vzet iz uvoda, katerega tema je razmerje med fašistično ideologijo in vero. Povod za to razmišljanje pa je članek iz časopisa Goriška straža, katerega avtor nasprotuje uvedbi civilne poroke.

»V neki številki Edinosti razpravlja neki diplomat o ustavnosti, ki v svojem bistvu dopušča opozicijo. Skratka hoče povedati ta jurist, da opozicija katerekoli si bodi vrste ali smeri je dopustna in priporočljiva, zlasti seveda v slučaju, da pride na krmilo »krivična in brezobzirna vlada«, kakor je k »nesreči« ravno sedanja«. (15. 11. 1924/53) Citat izhaja iz uvodnika, kjer avtor razmišlja o razmerju med ustavo in opozicijo, pri čemer kritizira demokracijo, saj ne dopušča volje manjšine (kar so Slovenci v Italiji).

Zanimiv primer antipropagande je v uvodniku, kjer avtor predstavi pogled fašistične stranke na ustanovitev italijansko-jugoslovanske trgovske zbornice. In sicer pravi: »Že več tednov sem govorili tržaška »Edinost« o italijansko-jugoslovanski trgovski zbornici /.../. Tudi jugoslovanski časopisi so pobrali zadevo kot interesanten dogodek in marljivo prepisovali tržaške članke, ker iz italijansko-jugoslovanske trgovske zbornice se baje porode novi blagoslovi, ki rešijo potaplajoči čoln slovenskih liparjev. Nehote smo se spomnili tudi francoskega reka /.../ »politika je kšeft«.« (24. 4. 1924/17) Vsebinsko uvodnik povezuje politiko z denarjem, trgovsko dejavnost pa z egoizmom in oboje naj bi bilo značilno za tržaške in goriške Slovence. Poleg vsebine je citat zanimiv tudi zaradi besed, ki jih na določenih mestih uporablja avtor in sicer imam v mislih predvsem besede »govorici«, »pobrali zadevo«, »marljivo prepisovali«, »se baje porode«, »blagoslovi« ter »slovenski liparji«, ki so zaradi peyorativnega prizvoka nedvomno namenjene smešenju nasprotnika v očeh javnosti.

## SKLEPNE MISLI

Eno izmed pravil analiziranja (politične) propagande je, da se pri tem upošteva kulturno-zgodovinske okoliščine v katerih poteka. Obdobje in prostor v katerem je izhajal časopis Nova doba – L'era nuova sta bila zelo specifična. Nekaj let prej je namreč propadla Avstro-Ogrska monarhija, Goriška pokrajina pa je bila priključena Kraljevini Italiji. Takšno stanje je pomenilo nadaljevanje tuje vladavine nad Slovenci, ki so živeli v tem geografskem področju. Kot sem izpostavil že v uvodu je bil namen Italije, da to narodno manjšino asimilira v svojo kulturo. Časovno gledano je bil to tudi čas, ko se je fašizem v Italiji šele pričel razvijati in z vzponom na oblast skušal pridobiti tudi Slovence. Nekateri izmed Slovencev, ki so se priključili fašistični stranki in prevzeli njeno ideologijo so jo tudi širili/propagirali med ostalimi sonarodnjaki. Med ključna propagandna sredstva takratnega obdobja so se uvrščali radio in tiskani mediji izmed katerih izstopajo časopisi. Vendar so študije, ki bi se ukvarjale z analizo (politične) propagande na primeru medvojnih časopisov precej redke, tako v slovenskem, kot tudi v mednarodnem prostoru. Iz tega vidika je raziskava predstavljena v tem prispevku nedvomno dobrodošla, saj je ena izmed prvih tovrstnih v našem prostoru in bo služila kot izhodišče nadaljnjim.

Kot ključne ugotovitve opravljene analize fašistične propagande v časopisu Nova doba – L'era nuova velja izpostaviti naslednje: (1) v uvodnikih je največkrat prisotno

poenostavljanje. V večini primerov so različni (zgodovinski in politični) dogodki poja-  
snjeni ali interpretirani na način, da so izpuščene ključne informacije oziroma okoliščine  
v katerih so se zgodili; (2) večina uvodnikov vsebuje ideološkega sovražnika, ki se ga  
skozi tekst diskreditira oziroma se izvaja protipropagando; (3) uvodniki večinoma pove-  
ličujejo fašizem in Mussolinija in (4) interpretacije ključnih sporočil, ki jih posredujejo  
uvodniki so med seboj sinhronizirane in vodijo k istemu cilju, tj. povzdigovanje fašistične  
ideologije.

Kljub temu, da analizirani uvodniki časnika *Nova doba – L'era nuova* vsebujejo vse  
elemente pravil propagandnega delovanja (Domenach, 1968) med slovenskim prebi-  
valstvom ta način »kontaminacije« družbenega prostora (Lefebvre, 2013) s fašistično  
ideologijo ni bil uspešen. Dovolj zgovorno je že dejstvo, da je časopis izhajal (zgolj) tri  
leta.

## SOCIOLOGICAL ANALYSIS OF THE FASCIST PROPAGANDA ON THE CASE OF THE INTERWAR NEWSPAPER NOVA DOBA – L'ERA NUOVA

*Blaž LENARČIČ*

Science and Research Centre, Koper, Garibaldijeva 1, 6000 Koper, Slovenia

e-mail: [blaz.lenarcic@zrs.upr.si](mailto:blaz.lenarcic@zrs.upr.si)

### SUMMARY

*In the contribution the author analyzes the political propaganda in the context of fascism in Slovenia. With this purpose the (critical) discourse analysis is conducted on the case of editorials of the newspaper Nova doba – L'era nuova. The latter was published in the Goriška region between 1922 and 1925. The period and space in which the newspaper was published were very specific. A few years before the Austro-Hungarian Empire collapsed and Goriška region joined the Italian Empire. The purpose of the latter was to assimilate Slovenians into their culture. From the temporal point of view this was also the period when fascism in Italy begun to develop and with the rise to the power tried to obtain also Slovenians. From this point of view newspaper Nova doba – L'era nuova is an ideal example for the analysis of the fascist's propaganda key elements among the Slovenian population. Namely it was published by Slovenian members of the fascist party. In this sense are shown and evaluated the most prominent examples of ideological discourse of reader's appealing in the context of propaganda rules as were put by Domenach (1968). Namely empirical analysis showed that in editorials are present simplifications, ideological enemies, glorification of fascism and Mussolini and synchronized interpretations of key messages which lead towards exaltation of fascism.*

*Keywords: political propaganda, fascism, Goriška region, Nova doba – L'era nuova*

## VIRI IN LITERATURA

- Ajzen, I. (1988):** Attitudes, Personality and Behavior. Buckingham, Open University Press.
- Bernays, E. (1928):** Propaganda. New York, Horace Liveright.
- Dijk, van A. T. (2001):** Critical Discourse Analysis. V: Schiffrin, D. et al. (ur.): The Handbook of Discourse Analysis. Blackwell Publishing, Malden, 352–371.
- Domenach, J. M. (1968):** La propaganda politica. EUDEBA, Editorial universitaria de Buenos Aires. [Http://www.archivochile.com/carril\\_c/cc2013/cc\\_2013\\_00008.pdf](http://www.archivochile.com/carril_c/cc2013/cc_2013_00008.pdf) (24. 6. 2016).
- Doob, L. W. (1989):** Propaganda. V: Barnouw, E.; Gerbner, G.; Schramm, W.; Worth, T., L. & Gross, L. (ur.): International encyclopedia of communications. New York, Oxford University Press, 374–378.
- Festinger, L. (1957):** A Theory of Cognitive Dissonance. California, Stanford University Press.
- Glynn, C. J. & Park, E. (1997):** Reference groups, opinion thresholds, and public opinion expression. International Journal of Public Opinion Research, 9, 213–232.
- Hoffer, C. (1942):** A sociological analysis of propaganda. Social Forces, Vol. 20, No. 4, 445–448. [Http://jstor.org/stable/2570877?seq=1&cid=pdf-reference#references\\_tab\\_contents](http://jstor.org/stable/2570877?seq=1&cid=pdf-reference#references_tab_contents) (28. 7. 2016).
- Ivanov, V. (1986):** The Sociology of Propaganda: Some Aspects of Content. Soviet Sociology, 25, 1, 46–60.
- Jowett, G., O'Donnell, V. (2012):** Propaganda and persuasion. London, Thousand Oaks, California, Sage Publications.
- Jørgensen, M., Phillips, L. (2002):** Discourse Analysis as Theory and Method. London, Sage.
- Kacin Wohinz, M., Pirjevec J. (2000):** Zgodovina Slovencev v Italiji 1866–2000. Ljubljana, Nova revija (Zbirka korenine).
- Lefebvre, H. (2013):** Produkcija prostora. Ljubljana, Studia Humanitatis.
- Noelle-Neumann, E. (1974):** The spiral of silence: A theory of public opinion. Journal of Communication, 24, 43–51.
- Petrič, G., Pinter, A. (2002):** From social perception to public expression of opinion: a structural equation modeling approach to the spiral of silence. International journal of public opinion research, 14, 1, 37–53.
- Sedmak, D. (2009):** Goriška med vojnama. Slovenci in fašizem na Goriškem 1920–1926. Gorica, Društvo RAT-SLOGA PromoSKulturE.
- Uhan, S. (1998):** Prava in neprava mnenja. Ljubljana, FDV,
- Ule, M. (2002):** Od stališč k socialnim reprezentacijam: sodobni socialnopsihološki pristopik javnemu mnenju. Družboslovne razprave, XVIII, 41, 11–31.
- Ule, M. (2000):** Temelji socialne psihologije, (Zbirka Alfa, 2000, 1). 3. izd. Ljubljana, Znanstveno in publicistično središče.
- Vreg, F. (2000):** Politično komuniciranje in prepričevanje. Ljubljana, FDV, Zbirka Javnost.
- Vreg, F. (1992):** Politično prepričevanje in strategija volilneg marketinga. Teorija in praksa, 29, 9-10, 827–838.