

I Storia_Social

I Comunicazione di massa e propaganda nei regimi totalitari e nei social media

Il tema dei **social media** può essere collegato in modo profondo alla nascita e all'evoluzione della **comunicazione di massa nel Novecento**, in particolare nel contesto dei **regimi totalitari** che hanno dominato l'Europa tra le due guerre mondiali.

Infatti, se oggi i social media rappresentano un potentissimo strumento per comunicare, informare e condividere, **non vanno sottovalutati i rischi connessi al loro uso distorto**, in particolare per fini di **propaganda, disinformazione e manipolazione**.

Già nel secolo scorso, l'evoluzione dei mezzi di comunicazione — **radio, stampa, cinema** — fu vista non solo come progresso tecnico, ma come **occasione per esercitare controllo sulle masse**. Questo concetto fu pienamente sviluppato dai regimi totalitari, i quali capirono che **il consenso si costruisce anche e soprattutto attraverso le immagini, le parole e la gestione dell'informazione**.

I Il fascismo e il controllo culturale

In **Italia**, il regime fascista costruì fin dai primi anni una macchina propagandistica molto efficace, finalizzata a **rafforzare il culto del Duce** e ad eliminare il dissenso.

Nel 1937 venne istituito il **Ministero della Cultura Popolare (Minculpop)**, che aveva il compito di **sorvegliare ogni forma di comunicazione pubblica**: stampa, radio, cinema, manifesti, canzoni, letteratura.

Tutti i giornali erano obbligati a pubblicare articoli favorevoli al regime, mentre quelli critici venivano censurati o chiusi. Le notizie venivano attentamente selezionate, e Mussolini appariva costantemente come **l'uomo della Provvidenza**, forte, instancabile, simbolo dell'Italia nuova e potente.

Anche il **cinema** era uno strumento essenziale di persuasione: nascono i **cinegiornali LUCE**, proiettati prima dei film nei cinema, che raccontavano le imprese del Duce, le parate militari, le grandi opere pubbliche.

La **radio**, considerata "la voce del regime", fu anch'essa utilizzata per raggiungere ogni angolo d'Italia, persino i piccoli paesi dove la popolazione era analfabeta. Mussolini si rivolgeva direttamente al popolo con **comizi trasmessi in diretta**, alimentando l'immagine di una guida carismatica e infallibile.

I La propaganda nazista e il ruolo di Goebbels

Nel **Terzo Reich**, la propaganda fu portata all'estremo grazie alla figura di **Joseph Goebbels**, ministro della Propaganda di Hitler dal 1933.

Goebbels comprese che per mantenere il consenso non bastava **imporre la forza**, ma bisognava anche **modellare le coscienze**, influenzare profondamente l'opinione pubblica. La sua frase celebre — *"Una menzogna ripetuta mille volte diventa verità"* — sintetizza perfettamente l'ideologia propagandistica nazista.

Tutti i settori della comunicazione furono coinvolti:

- la **radio** fu distribuita in massa con il Volksempfänger, una radio a basso costo che trasmetteva esclusivamente contenuti ufficiali;
- il **cinema** divenne strumento visivo di grande impatto, come nel caso di *Il trionfo della volontà* di Leni Riefenstahl;
- la **stampa** fu epurata da giornalisti ebrei o dissidenti, e ogni pubblicazione doveva seguire rigorose direttive ideologiche;
- vennero organizzate **sfilate, eventi di massa, celebrazioni**, tutti orchestrati con precisione scenografica per generare emozione collettiva.

Il regime nazista sfruttò l'arte e la comunicazione per **costruire una realtà fittizia**, in cui ogni elemento della società sembrava confermare l'ideologia hitleriana. Chi si opponeva era escluso, perseguitato, eliminato.

I L'Unione Sovietica e la censura totale

Anche in **Unione Sovietica**, il controllo della comunicazione fu totale. Il partito comunista, sotto Stalin, eliminò ogni forma di stampa libera. La comunicazione non doveva solo sostenere il regime, ma **riscrivere la storia, eliminare fisicamente le immagini dei nemici del popolo**, e sostituire la verità con la versione ufficiale.

Il **realismo socialista** era l'unica forma artistica permessa: l'arte doveva esaltare il lavoro, la collettività, la figura del leader.

Chi esprimeva opinioni diverse veniva condannato ai **gulag**, come accadde a molti intellettuali dissidenti.

I Dall'informazione di Stato ai social media

Oggi, seppure in un contesto democratico e tecnologico molto diverso, i **social media** stanno assumendo un ruolo analogo: sono **il principale canale di informazione per milioni di persone**. Tuttavia, il controllo non è più esercitato dallo Stato attraverso la censura diretta, ma da **algoritmi, aziende private e campagne digitali**.

I rischi sono molteplici:

- gli **algoritmi** decidono cosa vediamo, selezionando i contenuti in base ai nostri comportamenti e preferenze;
- si creano **bolle informative (echo chambers)** in cui ogni utente vede solo opinioni simili alle proprie, perdendo il contatto con il confronto;
- la **disinformazione** e le **fake news** si diffondono in modo virale e incontrollato, generando sfiducia, polarizzazione e odio sociale;

- le **campagne politiche** usano i dati personali per manipolare il consenso, come nel caso del **Cambridge Analytica Scandal**, in cui i dati di Facebook furono utilizzati per influenzare le elezioni americane.
-

I Un filo rosso che unisce passato e presente

Nonostante la distanza storica e tecnologica, esiste un **filo rosso** che unisce la propaganda dei regimi totalitari con l'uso manipolatorio dei social oggi: la consapevolezza che **chi controlla l'informazione, controlla le menti**.

Nel Novecento, il controllo era visibile, palese, istituzionalizzato. Oggi è **invisibile, diffuso, automatico**. Gli utenti credono di essere liberi, ma spesso sono **guidati da logiche commerciali o politiche** che operano in modo opaco.

Per questo è fondamentale, oggi più che mai, **educare all'uso critico dei media**, sviluppare **competenze digitali**, riconoscere i meccanismi di manipolazione e **difendere la libertà di pensiero**.

Studiare i regimi del passato ci aiuta a **non ripetere gli stessi errori**, e a riconoscere i **nuovi volti del potere**.