

## SHOWCASING MUSSOLINI ABROAD: A CASE STUDY OF THE ITALIAN BOOKSHOP'S PROPAGANDA IN BUCHAREST (1931-1938)

Georgiana ȚĂRANU \*

Received: October 26, 2018

Accepted for publication: December 3, 2018

---

**Abstract:** Since Mussolini's Italy wished to counteract French political and cultural influences in the Danube-Balkan region, the dictatorship not only turned to the tools of traditional diplomacy, but also made steady use of cultural propaganda. Aside from resorting to different types of cultural exchanges, one important goal in this respect sought to expand the activities aimed at teaching the Italian language in the region. For this to happen, it was imperative for Italian books to gain access on the Romanian market. This paper uses the 10-step framework of propaganda analysis designed by Garth S. Jowett and Victoria O'Donnell and applies it to the activity of a small commercial entity founded for propaganda purposes by the Italian Legation in Bucharest in 1931: an Italian Bookshop on Calea Victoriei. This qualitative research examines whether this company was a successful instrument for the dissemination of fascist propaganda in interwar Romania, between 1931 and 1938. The study looks at the Italian Bookshop's undertakings and assesses them in relation to the ten characteristics identified by the two American researchers: 1) ideology and purpose of the propaganda; 2) the context in which the propaganda occurred; 3) the identification of the propagandist; 4) the structure of the propaganda organization; 5) target audience; 6) media utilization techniques; 7) the special techniques to maximize effect; 8) audience reaction to various techniques; 9) counterpropaganda; and 10) effects and evaluation. The analysis of this case study indicates that in light of the Bookshop's success, we can infer that it was indeed an efficient tool for fascist Italy's propaganda apparatus in Romania. By 1938, it exceeded expectations in terms of both business revenues and the amount of books being circulated.

**Keywords:** fascist Italy, fascist propaganda, interwar Romania, Italian Bookshop in Bucharest, Romanian-Italian cultural relations

---



---

**Rezumat:** Dincolo de diplomația tradițională, Italia lui Mussolini a folosit în mod constant strategii de propagandă culturală în regiunea danubiano-balcanică, unde a dorit să contracareze influența politică și culturală a Franței. Deși a recurs la diferite tipuri de schimburi culturale, obiectivul major în acest sens a constat în răspândirea predării limbii italiene. În acest sens, pătrunderea cărții italiene pe piața românească era obligatorie. Această lucrare folosește cadrul de analiză a propagandei în 10 pași

---

\* Georgiana Țăranu is Assistant lecturer, PhD, at the Faculty of History and Political Sciences, "Ovidius" University of Constanta, Romania. E-mail: georgianataranu87@gmail.com.

proiectat de Garth S. Jowett și Victoria O'Donnell și îl aplică în vederea analizării activității unei mici entități comerciale fondate de Legația Italiei în București, în 1931, în scop de propagandă: o librărie italiană pe Calea Victoriei. Prezenta cercetare de tip calitativ și-a propus să evalueze dacă această societate pe acțiuni a fost un instrument de succes al propagandei fasciste în România interbelică între 1931 și 1938. Studiul analizează activitatea librăriei italiene și o evaluează pe baza celor zece caracteristici identificate de către cei doi cercetători americani: 1) ideologia și scopul propagandei; 2) contextul în care a avut loc propaganda; 3) identificarea propagandistului; 4) structura organizației de propagandă; 5) publicul-țintă; 6) tehnicile de utilizare a mijloacelor media; 7) tehnicile speciale de maximizare a efectului propagandei; 8) reacția audienței la diferite tehnici; 9) contrapropaganda; și 10) efectele respectiv evaluarea propagandei. Având în vedere parcursul de succes al librăriei, analiza acestui studiu de caz ne indică faptul că aceasta a fost într-adevăr un instrument eficient al aparatului de propaganda al Italiei fasciste în România: până în 1938, librăria a depășit așteptările atât în ceea ce privește veniturile din afaceri, cât și circulația cărților italiene.

**Cuvinte cheie:** Italia fascistă, Librăria Italiană din București, propagandă fascistă, relații culturale româno-italiene, România interbelică

---