

Tra il Monte Grappa e “Avanti Savoia”: dal gioco Battlefield 1 alle reazioni nelle comunità social

di [Gian Luca Gonzato](#)

Nov 22, 2023 | [In evidenza](#), [Videogiochi](#), [storia e rapporto con il pubblico: mod, forum, social network](#) | [0](#)



Foto del gioco Battlefield 1.

Crediti: Profilo Flickr di [Stefans02](https://www.flickr.com/photos/stefans02/30559834335), <https://www.flickr.com/photos/stefans02/30559834335>

Abstract

Molto è stato scritto circa le problematiche concernenti la rappresentazione della Grande guerra all'interno dei videogiochi, mentre meno attenzione è stata dedicata alle reazioni che si possono innescare quando un titolo ambientato durante il Primo conflitto mondiale si relaziona al passato nazionale di un utente. Che tipologia di comportamenti si possono sviluppare e in che modo il passato viene utilizzato all'interno delle *community* virtuali che si costruiscono attorno al gioco o in relazione a uno specifico territorio rappresentato nella simulazione ludica? L'articolo indaga questi aspetti in riferimento al titolo *Battlefield 1* e al contesto italiano attraverso un'analisi di quattro pagine *Facebook* – due di appassionati del gioco e due di amanti dei luoghi del Monte Grappa – e mette in comparazione i risultati con quelli provenienti da uno studio condotto con *Voyant Tools* su di una base dati ottenuta riunendo i commenti a cinque video italiani della missione *Avanti Savoia!* Il testo intende quindi esaminare come il medium ludico stia modificando il modo in cui gli utenti si relazionano ad un determinato passato e, in questa prospettiva, proporre nuovi percorsi per future ricerche.



Questo articolo è stato sottoposto a revisione in doppio cieco (double blind peer review)

Introduzione

A più di un secolo dalla sua fine, la Grande guerra esercita ancora una forte rilevanza nella memoria collettiva e il *medium* ludico è una delle modalità attualmente più diffuse di ingaggio con la storia. Tuttavia, vi sono diverse problematicità legate alla rappresentazione della Grande guerra all'interno degli *historical games*.^[1] In primo luogo, nella comprensione popolare del Primo conflitto mondiale, i soldati sono vittime,^[2] e la guerra è una strage di vittime contro vittime, e ciò rende difficile la costruzione di esperienze ludiche dove i “buoni” combattono i “cattivi”, che è la dinamica più in voga nei giochi *mainstream*.^[3] Inoltre, come è stato recentemente affermato, la natura difensiva e statica del conflitto ne renderebbe difficile la trasposizione ludica.^[4] Vi sarebbe poi un diffuso timore che l'attitudine ludica^[5] insita nel gioco (analogico o digitale che sia) si contrapponga alla sacralità che in molti casi ha assunto il conflitto.^[6] Per queste ragioni la Grande guerra è meno rappresentata negli *historical game* rispetto, ad esempio, alla Seconda guerra mondiale.

Tuttavia, quando un videogame ambientato durante il Primo conflitto mondiale si relaziona al passato nazionale di un giocatore, che tipo di reazioni si possono innescare?^[7] Il presente caso studio intende proporre alcune risposte in riferimento al contesto italiano.

Obiettivi dello studio e metodologia

Battlefield 1 è un FPS (*First Person Shooter*, in Italiano “sparatutto in soggettiva”)^[8] rilasciato nel 2016 e ambientato nella Prima guerra mondiale. In esso sono presenti e giocabili sei *Storie di Guerra* oltre a una modalità *multiplayer*.^[9] Una delle *Storie di Guerra*^[10] è *Avanti Savoia!*, missione dove l'utente ricopre il ruolo di un ardito che deve combattere sul Monte Grappa, mentre una mappa giocabile in *multiplayer* è *Monte Grappa*. Le due domande di ricerca alle quali si cercherò di dare risposta sono quindi le seguenti:

1. che tipo di interazioni si sono sviluppate attorno alla missione *Avanti Savoia!* e alla mappa *Monte Grappa* all'interno di alcune pagine *Facebook*, in parte legate al gioco e in parte legate al luogo fisico?
2. che commenti sono stati scritti ai video in lingua italiana (in particolare ne sono stati selezionati cinque)^[11] della missione *Avanti Savoia!* caricati su *YouTube*?

L'analisi è stata quindi condotta su *Facebook* e sulla piattaforma *YouTube* e sviluppata filtrando le interazioni,^[12] attraverso determinate parole chiave, scritte dall'ottobre del 2016 al dicembre del 2017.^[13] La scelta di un intervallo così lontano nel tempo è determinata dall'intento di verificare le reazioni innescate nel corso dei primi mesi seguenti all'uscita del gioco, tendenzialmente più vivaci.

Le pagine *Facebook* scandagliate sono state *Battlefield 1 Italian Group*,^[14] *Battlefield Italia*,^[15] *Amo il Monte Grappa e dintorni...*^[16] e *I love Monte Grappa*.^[17] La prima è una pagina di appassionati del videogioco *Battlefield 1*, la seconda una pagina di giocatori italiani di tutta la serie *Battlefield* (non solo del primo capitolo), la terza e la quarta invece coinvolgono appassionati e interessati al luogo fisico, ovvero il massiccio del Monte Grappa. Il pubblico intercettato comprende quindi da un lato persone particolarmente coinvolte con il gioco in esame, o con la serie a cui appartiene, dall'altro individui potenzialmente estranei alla simulazione videoludica ma interessati al territorio di ambientazione del gioco.^[18] Le parole chiave utilizzate per restringere la ricerca e filtrare le interazioni presenti sulle pagine *Battlefield 1 Italian Group* e *Battlefield Italia* sono state:

“monte grappa”, “grappa”, “avanti savoia” e “arditi”.[\[19\]](#) Per le pagine *Amo il Monte Grappa e dintorni...* e *I love Monte Grappa* è stato invece scelto il termine “battlefield”.[\[20\]](#)

Per i video di *YouTube* le parole chiave selezionate sono: “avanti savoia”, “arditi”, “monte grappa” e “austriaci”.

Per quanto concerne l’analisi condotta su *Facebook*, la restituzione della ricerca è quantitativa e qualitativa[\[21\]](#) mentre i commenti di *YouTube* sono riuniti in un *corpus* analizzato poi con *Voyant Tool*.[\[22\]](#)

La pagina *Battlefield 1 Italian Group* e il Monte Grappa

Battlefield 1 Italian Group è una pagina *Facebook* che riunisce gli appassionati del titolo e che conta[\[23\]](#) quasi 17 mila membri.

Filtrando le interazioni presenti con l’espressione “monte grappa” si evince la rilevanza che la *community* ha attribuito allo scenario di gioco dedicato al massiccio montuoso: in un sondaggio (votato da 591 persone), il 30% l’ha infatti indicato come preferito.[\[24\]](#) Inoltre, dalla ricerca condotta nella pagina risultano 22 diversi utenti che hanno postato un totale di 63 fotografie realizzate sul Monte Grappa.[\[25\]](#) Da una più approfondita analisi si può notare che 16 scatti, realizzati da 12 persone, riguardano il Sacrario Militare, mentre i restanti 47 immortalano altri soggetti.[\[26\]](#) Attraverso una comparazione emerge un dato di rilievo: filtrando le interazioni presenti con le parole chiave “monte” e “sacrario” non si rilevano dati simili. Tre utenti hanno condiviso immagini e fotografie del passo del Falzarego, specificando che quello rappresentato nel gioco è proprio questo valico e non il Monte Grappa. In merito a “sacrario”, invece, sette giocatori hanno condiviso scatti di 6 diversi sacrari: quelli di Asiago, Pocol, Redipuglia, Caporetto, Casteldante e delle Bandiere delle Forza Armate presso l’Altare della Patria a Roma.[\[27\]](#) Si può quindi affermare che nell’esperienza ludica venga considerato centrale mantenere il contatto tra lo spazio rappresentato nel gioco, così come compreso dal giocatore, e il territorio dove si svolsero gli eventi storici.[\[28\]](#) Non è però possibile delineare un quadro coerente e uniforme di reazioni che il Monte Grappa ha suscitato all’interno della pagina in esame. Si citano qui due casi comunque emblematici. Nel primo, un utente, vedendo le foto del luogo, ha commentato inserendo una frase riferita all’esperienza di gioco, portando in qualche modo l’attività *in game* nell’*off game*.[\[29\]](#) Nel secondo, un giocatore ha condiviso fotografie delle «vere trincee», come da lui definite,[\[30\]](#) in contrapposizione con quelle virtuali dell’esperienza ludica. In altri casi, poi, il Monte Grappa è stato utilizzato all’interno di *post* o commenti volti a manifestare il nazionalismo dei giocatori.[\[31\]](#) Per esempio, si è detto che quando si gioca sul Monte Grappa è doveroso farlo con la fazione italiana. Quando ciò non accade, un utente ha affermato che l’esperienza ludica è negativa.[\[32\]](#) Un altro giocatore ha poi espresso profonda gioia quando conquista territori sulla mappa del Monte Grappa.[\[33\]](#)

L’elevata quantità di scatti realizzati al Sacrario Militare del Grappa potrebbe far pensare che la missione del videogioco abbia contribuito, in alcuni giocatori, a vivificare la memoria[\[34\]](#) dei caduti.

“Avanti Savoia!”

Gli elementi storici sui social possono però essere usati con poca attenzione per il significato originale, come si può rilevare con l’espressione *Avanti Savoia!*, che dà il titolo a una missione di *Battlefield 1* molto apprezzata dai giocatori (42[\[35\]](#) utenti l’hanno votata come migliore *Storia di Guerra*). Se esaminiamo come l’espressione “avanti savoia” viene usata, risultano 34 occorrenze. In

8 di esse l'utilizzo è avvenuto in un contesto chiaramente nazionalistico;[36] altre 7 volte è stata usata per incitare i commilitoni e stimolare azioni di gruppo nelle partite in *multiplayer*; nelle restanti 19 occasioni gli usi sono variegati, da semplice battuta[37] a risposta (non si sa quanto goliardica) a un giocatore della *community* che dichiarava di risiedere a Torino.[38] Se ne può quindi dedurre che la missione abbia attualizzato un grido di guerra e abbia portato gli utenti a conferirgli nuovi ed eterogenei significati[39] all'interno delle comunità social.

Gli arditi

Filtrando, infine, le interazioni attraverso la parola chiave “arditi” si può osservare la rilevanza che il reparto ha occupato all'interno della pagina. Ad esempio, a proposito degli arditi sono stati condivisi un video *YouTube*[40] volto a spiegarne la storia, fotografie storiche che li ritraggono in azione[41] e il volto di un veterano.[42] Il centenario della nascita del reparto è stato poi ricordato condividendo un articolo de *Il Gazzettino*. [43] Infine, è interessante evidenziare uno specifico utilizzo fatto della simbologia: alcuni utenti hanno infatti utilizzato nel gioco i simboli degli Arditi come propri emblemi.[44] In altri casi, interi plotoni nelle partite *multiplayer* si sono auto denominati “gli arditi”. [45] Si tratta dunque di una riappropriazione e di un riutilizzo finalizzato all'auto-rappresentazione e alla costruzione di un'identità collettiva non necessariamente connessa a pulsioni nostalgiche.

La pagina *Battlefield Italia*

Come si è detto, *Battlefield 1 Italian Group* è una pagina *Facebook* che riunisce gli appassionati del gioco e quindi intercetta un pubblico particolarmente coinvolto con *Battlefield 1*. I comportamenti sopra delineati si possono però osservare anche nella pagina *Battlefield Italia*, seppure in misura assai ridotta.

Filtrando le interazioni presenti nella pagina *Battlefield Italia* attraverso l'espressione “monte grappa”, si riscontrano infatti 3 utenti che hanno condiviso un totale di 7 fotografie realizzate sul Monte mentre altri 5 che hanno condiviso 8 foto del sacrario. Anche in questa pagina, però, lo spazio del Monte Grappa è stato utilizzato per diffondere posizioni nazionalistiche. In particolare, ciò è avvenuto tramite un'identificazione con il regno d'Italia a cui sono seguiti insulti all'Impero austro-ungarico, definito «[a] shitty empire»[46] e «altezzoso e colonialista».[47] Infine, come già è stato rilevato nella pagina *Battlefield 1 Italian Group*, anche in questo caso alcuni giocatori hanno sostenuto che il modo corretto di interagire con la mappa Monte Grappa è farlo interpretando la fazione degli italiani.[48]

In altri casi, lo scenario di gioco è stato utilizzato per rievocare e ricordare i caduti.[49]

Per quanto concerne le interazioni filtrate per l'uso dell'espressione “avanti savoia”, emerge che il grido è stato utilizzato in soli 6 casi, in contesti non ricorrenti.

Infine, anche nella pagina *Battlefield Italia* alcuni giocatori hanno utilizzato la simbologia legata agli arditi con il fine di creare degli emblemi utilizzati, successivamente, *in game*. [50]

Le interazioni sviluppate sulle pagine *Amo il Monte Grappa e dintorni...* e *I love Monte Grappa*

Dopo aver osservato l'interazione che si è sviluppata su due pagine di giocatori di *Battlefield 1*, può essere interessante confrontarle con quelle di due gruppi di amanti del Monte Grappa: *Amo il Monte Grappa e dintorni...* e *I love Monte Grappa*.

Filtrando le interazioni con “battlefield” emerge che alcuni utenti hanno considerato il videogioco una possibilità per valorizzare la storia del territorio[51] del Monte Grappa. Un utente ha ad esempio affermato:

[...] *Cioè, il mondo riconosce al Grappa il ruolo determinante per le sorti della grande guerra e noi facciamo gli stizziti[52]? Ben venga questo video game mondiale. Almeno questi parlano di Grande Guerra, della nostra terra.[53]*

Un altro utente ha scritto poi che:

tocca sicuramente chi è stato vicino.. ma in un qualche modo fa conoscere al mondo le vicende storiche del nostro territorio... [54]

Un altro ancora che:

Io sono un appassionato del grappa e in particolare delle vicende belliche avvenute nel massiccio ben venga un videogioco che aiuta a conoscere il massicci del grappa.[55]

Invece, altri utenti hanno sottolineato il potenziale del *medium* videoludico per avvicinare alla storia le nuove generazioni. Un utente ha affermato che:

[...] *le generazioni sono cambiate in modo vertiginoso. Non è facile per noi, parlare con loro che hanno come simbolo il cell., e la comunicazione “umana” è quasi scomparsa, per non parlare di Storia e Grande Guerra, che molti di loro non sanno cosa sia. Se questa maniera serve ad incuriosirli, e invogliarli a visitare sia il Grappa, che il Piave o altri siti, allora non lasciamoci sfuggire questa occasione.[56]*

Oppure, un altro utente ha scritto che:

[...] *tutti conoscono le battaglie di Verdun, Sedan, Bastogne, Stalingrado, ecc. nella Prima e nella Seconda Guerra per la quantità (sì, le nuove generazioni l’han conosciuta così) di film, simulazioni e videogiochi in merito. Il Monte Grappa è famoso solo da noi, simili iniziative non potranno che dare fama ai paurosi spargimenti di sangue di quel Massiccio.[57]*

Quindi, nella due pagine in esame, si è cercato di comprendere come *Battlefield 1* avrebbe potuto avvicinare i giocatori alla storia e come il gioco avrebbe potuto valorizzare il territorio del Monte Grappa e incuriosire[58] gli utenti a scoprirne il passato. A tal proposito, è rilevante notare un video condiviso[59] nella pagina *Amo il Monte Grappa e dintorni...* dove un utente ha realizzato un omaggio ai caduti utilizzando sessioni di gioco. Queste, inoltre, sono intervallate da didascalie volte a spiegare gli scontri che avvennero sul Monte nel novembre del 1917 e l’utente ha dichiarato di aver effettuato la propria ricerca sui siti *Montegrappa.org* e *Wikipedia*.

Se nelle pagine in esame non mancano i casi in cui si è evidenziata la potenzialità del videogioco di valorizzare la storia del Monte, alcuni utenti hanno però sollevato critiche. Ad esempio, si è sottolineato che quello rappresentato *in game* non è il Monte Grappa, bensì il Falzarego,[60] e si è cercato di comprendere le motivazioni che hanno portato a questa scelta. Oppure, si è sottolineato come i paesaggi e le ambientazioni non sono fedeli alla realtà.[61] A questo in parte si legano le critiche di chi accusa il videogioco di aver fallito nell’intento di creare uno spazio di gioco verosimile.

L’interazione su YouTube

Dopo aver osservato le interazioni su *Facebook*, è la volta di esaminare quelle su *YouTube*. Come detto, sono stati filtrati i commenti a cinque video[62] italiani della missione *Avanti Savoia!* con le parole chiave “avanti savoia”, “arditi”, “monte grappa” e “austriaci”. I commenti sono stati individuati con la funzione *Trova nella pagina* del browser e, poi, è stato possibile risalire all’esatto giorno di pubblicazione con il programma *Hadzy*. Il *corpus* analizzato con *Voyant Tool* consta quindi di 48 commenti per 10.851 caratteri.

Osservando con lo strumento *Termini* quali sono state le parole più utilizzate, si evince che la seconda è “avanti” (fig. 1). Con la funzione *Collocazioni* è però possibile vedere quali sono i termini che maggiormente compaiono in sua prossimità (fig. 2)

	Parola	Conteggio	Tendenza
1	arditi	28	
2	avanti	19	
3	savoia	15	
4	gioco	15	
5	storia	10	
6	grappa	9	
7	poi	8	
8	piave	8	
9	monte	8	
10	italiani	8	
11	reparti	7	
12	italiano	7	
13	guerra	7	

623

Figura 1

Parola	Collocazione	Conteggio (contesto)
avanti*	savoia	22
avanti*	avanti	22
avanti*	savoiaaaaaa	5
avanti*	savoiaaaaa	4
avanti*	savoiaaaa	4
avanti*	dissocio	4
avanti*	arditi	4
avanti*	savoiaaaaaaaaaa	3
avanti*	troppo	2
avanti*	trailer	2
avanti*	ritardo	2
avanti*	po	2

avanti* x 39 contesto

Figura 2

Anche su *YouTube*, quindi, l'espressione "avanti savoia!" è stata più volte utilizzata come motto e non come riferimento o commento alla missione. Purtroppo, a differenza di quanto fatto con Facebook, con *Voyant Tool* non è possibile approfondire il contesto d'utilizzo del grido, poiché lo strumento ha analizzato un *corpus* di commenti estrapolati e slegati dal loro contesto di provenienza.

Utilizzando nuovamente la funzione *Termini* si rileva che la quindicesima particella più impiegata è "nn" (fig. 3). "nn" è però la contrazione di "non", parola che non viene rilevata da *Voyant Tool* poiché inserita nella *stoplist*. Rimuovendo "non" dalla *stoplist* emerge un dato di rilievo: "non" è, dopo "arditi", il termine più utilizzato (fig. 4).

		Parola	Conteggio	Tendenza
5		storia	10	
6		grappa	9	
7		poi	8	
8		piave	8	
9		monte	8	
10		italiani	8	
11		reparti	7	
12		italiano	7	
13		guerra	7	
14		fiamme	7	
15		nn	6	
16		d'assalto	6	
17		cuore	5	

623

Figura 3

		Parola	Conteggio	Tendenza
1		arditi	28	
2		non	21	
3		avanti	19	
4		savoia	15	
5		gioco	15	
6		storia	10	
7		grappa	9	
8		poi	8	
9		piave	8	
10		monte	8	
11		italiani	8	
12		reparti	7	
13		italiano	7	

624

Figura 4

Inoltre, osservando i dati si può ipotizzare che i due termini sono stati usati in un contesto di prossimità. Infatti, attraverso la funzione *Collocazione* si può osservare come la parola che più compare in prossimità di "arditi" è "non" (fig. 5).

Parola	Collocazione	Conteggio (contesto)
<input type="checkbox"/> arditi*	non	7
<input type="checkbox"/> arditi*	au	6
<input type="checkbox"/> arditi*	gioco	4
<input type="checkbox"/> arditi*	cazzo	4
<input type="checkbox"/> arditi*	avanti	4
<input type="checkbox"/> arditi*	vedi	3
<input type="checkbox"/> arditi*	savoia	3
<input type="checkbox"/> arditi*	dicevano	3
<input type="checkbox"/> arditi*	tagliafili	2
<input type="checkbox"/> arditi*	storia	2
<input type="checkbox"/> arditi*	poi	2
<input type="checkbox"/> arditi*	nn	2

arditi* x 104 contesto

Figura 5

Poi, inserendo i termini “arditi” e “non” nella funzione *Sintagmi* si evince che in diverse occasioni gli utenti abbiano cercato di negare la rappresentazione ludica[63] che venne fatta degli “arditi” (fig. 6 e 7). Ad esempio, “Gli arditi non facevano determinate cose” o “gli arditi non erano presenti in quel contesto”, ecc.

Termine	Conteggio	Lunghezza	Tendenza
<input type="checkbox"/> arditi erano	3	2	
<input type="checkbox"/> arditi nn	2	2	
<input type="checkbox"/> arditi non	3	2	

arditi* x 3 | Lunghezza | Sovrapposizioni

Figura 6

	Termine	Conteggio	Lunghezza	Tendenza
<input type="checkbox"/>	non avevano	2	2	
<input type="checkbox"/>	non erano	2	2	
<input type="checkbox"/>	non è	2	2	

3 | Lunghezza | Sovrapposizioni

Figura 7

Ciò significa che per i giocatori l'accuratezza storica ha un peso rilevante e che in Battlefield1 si aspettano di trovarla, rimanendo delusi quando questo non avviene. [\[64\]](#)

Il contesto d'utilizzo di "monte grappa" racconta invece che le parole che più vi sono associate sono "andare", "andato", "andata" (fig. 8). Tuttavia, utilizzando lo strumento *Contesti*, si rileva che solo in un'occasione un utente abbia espresso la volontà di spostarsi sul Monte Grappa (fig. 9).

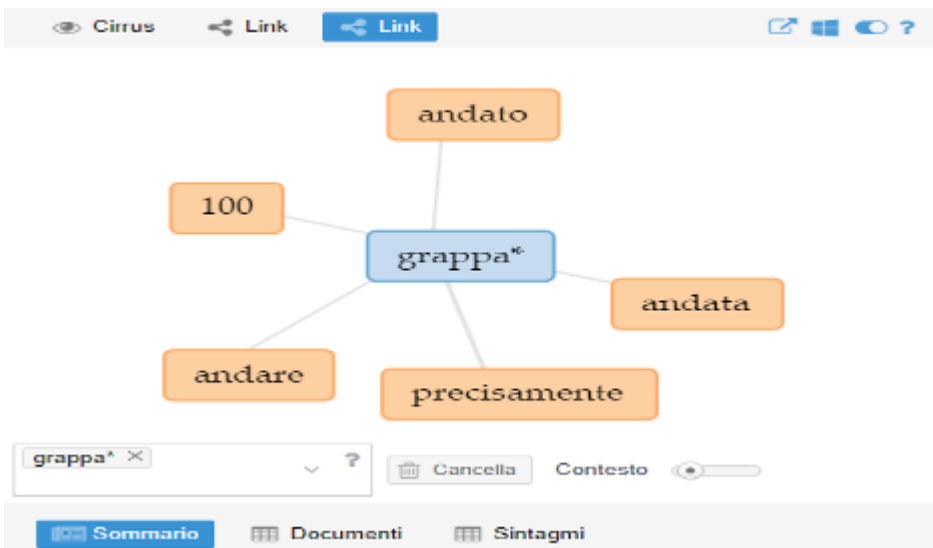


Figura 8

Documento	Sinistra	Parola	Destra
Mi è piaci...	quando un soldato italiano doveva	andare	a tagliare il filo spinato
Mi è piaci...	Figata abito a Desenzano devo	andare	al monte grappa sono già

2 contesto espandi

Figura 9

Nella comunicazione sviluppatasi su *YouTube*, quindi, non si osserva la stessa rilevanza del legame tra spazio ludico e territorio constatato nella pagina *Battlefield I Italian Group*.

Conclusioni

Comparando i risultati ottenuti nelle analisi condotte su *Facebook* e *YouTube* si possono stimolare nuovi percorsi per future ricerche.

Quando un *historical game* ambientato nella Grande Guerra ingaggia un determinato territorio nazionale, l'utenza italiana – se coinvolta in un'interazione prolungata con il gioco, come si è visto analizzando le pagine *Battlefield I Italian Group* e *Battlefield Italia* – attribuisce importanza a mantenere vivo il contatto tra mappa videoludica e luogo dove gli eventi storici si svilupparono. Dati i limiti delle fonti e del metodo utilizzato, tuttavia, restano diversi interrogativi. Con i dati raccolti, ad esempio, non è possibile fornire un quadro coerente di come l'attività maturata durante il gioco possa aver influito nell'esperienza provata dai giocatori nel contatto con l'*original site*. Questo può essere un interrogativo verso il quale future ricerche potrebbero muovere. Inoltre, come si è visto, in alcuni casi il Monte Grappa è stato utilizzato per diffondere contenuti nazionalistici. Non è però possibile comprendere se tali sentimenti possano essere stati rafforzati dall'esperienza ludica. Questa potrebbe essere un'ulteriore area di ricerca.

L'utilizzo di simboli appartenenti agli Arditi con il fine di creare gruppi, o emblemi, utilizzati poi nel gioco stimola infine un'ultima riflessione: studiare la risonanza tra questi elementi e le comunità locali o nazionali potrebbe consentire di comprendere meglio per quali fini il passato viene utilizzato nelle comunità di giocatori e come il *medium videoludico* consenta di ripensarlo o ne stia già modificando la percezione.

Bibliografia e sitografia

- D. A. Belyaev, U. P. Belyaeva, *Historical Video Games in the Context of Public History: Strategies for Reconstruction, Deconstruction and Politization of History*, in “Galactica Media: Journal of Media Studies”, 1, 2022, pp. 51-70.
- A. Anderson, *Using Voyant for Text Analysis*, in “Digital History Methods”.

- M. Antonsich, *The “everyday” of banal nationalism – ordinary people’s views on Italy and Italian*, in “Political Geography”, 54, 2016, pp. 32-44.
- J. Arjoranta, *How are Games Interpreted? Hermeneutics for Game Studies*, in “Game Studies”, 22, 3/2022.
- C. Baron, *Understanding Historical Thinking at Historic Sites*, in “Journal of Educational Psychology”, 104, 3/2012, pp. 833-847.
- A. Chapman, *It’s Hard to Play in the Trenches: World War I, Collective Memory and Videogames*, in “Game Studies”, 16, 2/2016.
- A. Chapman, *Digital Games as History*, Routledge, New York 2016.
- R. Fassone, *La guerra ingiocabile. Approcci videoludici alla prima guerra mondiale* in G. Alonge, S. Zanatta (a cura di). *La Grande Guerra e la memoria contemporanea. Cinema, Televisione e Cultura Visuale (1914-2018)*, Fondazione Museo Storico del Trentino, Trento 2021, pp. 246-257.
- P. Gautschi, *History at the Original Site*, in “Public History Weekly”, 10, 3/2022.
- G. L. Gonzato, G. Sorrentino, *Giocare lo sconfitto può consentire di ripensare il passato?*, in “Farestoria”, 4, 1/2022, pp. 55-74.
- G. Hetenyi, A. Lengyel, M. Szilasi, *Quantitative Analysis of Qualitative Data: Using Voyant Tools to Investigate the Sales-Marketing Interface*, in “Journal of Industrial Engineering and Management”, 12, 3/2019, pp. 393-404, pp. 401-402.
- T. M. Kessner, L. M. Harris, *Opportunities to practice historical thinking and reasoning in a made-for-school history-oriented videogame*, in “International Journal of Child-Computer Interaction”, 34, 2022.
- E. Knott, *Everyday Nationalism*, 2016.
- T. Z. Majkowski, K. Suszkiewicz, *Cardboard Genocide. Board Game Design as a Tool in Holocaust Education*, in “GAME”, 9/2020.
- J. McCall, *Video Games as Participatory Public History*, in D. Dean (a cura di), *A Companion to Public History*, Wiley Blackwell, Hoboken 2018, pp. 405-416, p. 410.
- D. Paci, *Big Data versus Thick Data?*, in D. Paci, *La Storia in Digitale* (a cura di), Edizione Unicopli, Milano 2019, pp. 67-82, p. 80.
- D. Ramsay, *Liminality and the Smearing of War and Play in Battlefield 1*, in “Game Studies”, 20, 1/2020.
- S. Samida, *Doing Selfies in Auschwitz*, in “Public History Weekly”, 4, 2019.
- J. Šindelár, *Playing through to Europe? Depiction and Reception of the First World War in the Videogame Valiant Hearts*, in “Journal of Contemporary European Studies”, 2022.
- E. Stirling, J. Wood, *“Actual history doesn’t take place”: Digital Gaming, Accuracy and Authenticity*, in “Game Studies”, 21, 1/2021.
- L. Taylor, *When Seams Fall Apart. Video Game Space and the Player*, in “Game Studies”, 3, 2/2003.
- J. Verhoef, *Let’s not be Cultural Pessimists: The Social Construction of Nintendo’s Game Boy and the Need for Console – Specific Game Studies*, in “Game Studies”, 23, 2/2023.

Note:

[1] Recentemente si è detto che gli *historical games* sono «[that] video games which reflect any historical elements that are part of the plot, gameplay or graphic design»: D. A. Belyaev, U. P. Belyaeva, *Historical Video Games in the Context of Public History: Strategies for Reconstruction, Deconstruction and Politization of History*, in “Galactica Media: Journal of Media Studies”, 1, 2022, pp. 51-70, p. 54.

[2] Sulla comprensione del soldato come vittima si veda: H. B. McCartney, *The First World War soldier and his contemporary image in Britain*, in “International Affairs (Royal Institute of International Affairs 1944-)”, 90, 2/2014, pp. 299-315.

[3] A. Chapman, *It's Hard to Play in the Trenches: World War I, Collective Memory and Videogames*, in “Game Studies”, 16, 2/2016. URL: <https://gamestudies.org/1602/articles/chapman> [consultato il 6 settembre 2023].

[4] D. Ramsay, *Liminality and the Smearing of War and Play in Battlefield 1*, in “Game Studies”, 20, 1/2020. URL: <https://gamestudies.org/2001/articles/ramsay> [consultato il 6 settembre 2023].

[5] Si veda: J. Šindelár, *Playing through to Europe? Depiction and Reception of the First World War in the Videogame Valiant Hearts*, in “Journal of Contemporary European Studies”, 2022. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/epdf/10.1080/14782804.2022.2097206?needAccess=true&role=button> [consultato il 13 settembre 2023].

[6] R. Fassone, *La guerra ingiocabile. Approcci videoludici alla Prima guerra mondiale* in G. Alonge, S. Zanatta (a cura di), *La Grande Guerra e la memoria contemporanea. Cinema, Televisione e Cultura Visuale (1914-2018)*, Fondazione Museo Storico del Trentino, Trento 2021, pp. 246-257, p. 249. L'autore, nel suo studio, ha inoltre ricostruito la polemica che è seguita al rilascio di *Battlefield 1* e che ha coinvolto il Ministero della Difesa e l'Associazione Nazionale Alpini.

[7] Recentemente si è affermato che il gioco può consentire di ripensare il passato: Šindelár, 2022; Belyaev, Belyaeva, 2022, pp. 51-70. Inoltre, in riferimento alla Seconda guerra mondiale e alla Guerra fredda, si è cercato di osservare se giocare lo sconfitto possa consentire di sviluppare originali prospettive sul passato: G. L. Gonzato, G. Sorrentino, *Giocare lo sconfitto può consentire di ripensare il passato?*, in “Farestoria”, 4, 1/2022, pp. 55-74. Tuttavia, si è affermato che non è ancora chiaro come l'*historical game* possa stimolare ragionamento e *historical thinking*: T. M. Kessner, L. M. Harris, *Opportunities to practice historical thinking and reasoning in a made-for-school history-oriented videogame*, in “International Journal of Child-Computer Interaction”, 34, 2022.

[8] Per un approfondimento sul genere si veda: https://en.wikipedia.org/wiki/First-person_shooter [consultato il 6 settembre 2023].

[9] Ovvero la possibilità di giocare online contro altri giocatori.

[10] Per una rassegna delle altre *Storie di guerra* si veda: <https://www.ea.com/it-it/games/battlefield/news/the-single-player-of-battlefield-1> [consultato il 6 settembre 2023].

[11] Nello specifico, 4 *gameplay* e un montaggio di *cutscene* della missione.

[12] Nel processo di raccolta di dati, come è stato evidenziato, è necessario prestare attenzione all'impatto che si esercita su ciò che viene ricercato: E. Knott, *Everyday Nationalism*, 2016. URL: <https://stateofnationalism.eu/article/everyday-nationalism/> [consultato il 25 luglio 2023]. Per il presente studio, come si è detto, si è scelto di osservare le interazioni, ovvero il contenuto di *post* e commenti, presenti all'interno di pagine *Facebook* e di video caricati su *YouTube*. Le motivazioni che sono state adottate per selezionare le *keywords* saranno enunciate successivamente.

[13] Sull'importanza di delimitare il contesto culturale e temporale delle comunità di giocatori studiate per sviluppare efficaci interpretazioni si veda: J. Arjoranta, *How are Games Interpreted? Hermeneutics for Game Studies*, in "Game Studies", 22, 3/2022. URL: https://gamestudies.org/2203/articles/arjoranta_how_are_games_interpreted [consultato il 20 gennaio 2023].

[14] URL: <https://www.facebook.com/groups/1516669275259481>

[15] URL: <https://www.facebook.com/groups/1788393624769062>

[16] URL: <https://www.facebook.com/groups/673215842695561>

[17] URL: <https://www.facebook.com/groups/2118085605171732>

[18] Come è stato sostenuto, la mappa rappresenta infatti il Passo di Falzarego: <https://ivipro.it/it/portfolio-item/battlefield-1/> [consultato il 18 settembre 2023].

[19] Si è detto che gli *FPS* stimolino un'identificazione primaria, consentendo all'utente di muoversi attraverso lo spazio di gioco: L. Taylor, *When Seams Fall Apart. Video Game Space and the Player*, in "Game Studies", 3, 2/2003. URL: <https://www.gamestudies.org/0302/taylor/> [consultato il 13 gennaio 2023]. Quindi, le *keywords* scelte riguardano la *playable position* e il nome della mappa di gioco, oltre che il titolo della missione.

[20] Dal momento che le due pagine riuniscono persone potenzialmente non coinvolte con le componenti del gioco in questione, si è scelto il termine "battlefield" per individuare ogni *post* o commento riferito al titolo.

[21] Sui limiti dell'approccio, si è detto che non è possibile comprendere le reali intenzioni degli autori di *post*: D. Paci, *Big Data versus Thick Data?*, in D. Paci, *La Storia in Digitale* (a cura di), Edizione Unicopli, Milano 2019, pp. 67-82, p. 80. Inoltre, si è detto che i *post* non possano rappresentare anche il pensiero di chi decide di non scrivere: J. McCall, *Video Games as Participatory Public History*, in D. Dean (a cura di), *A Companion to Public History*, Wiley Blackwell, Hoboken 2018, pp. 405-416, p. 410.

[22] Sui limiti dello strumento, si veda: G. Hetenyi, A. Lengyel, M. Szilasi, *Quantitative Analysis of Qualitative Data: Using Voyant Tools to Investigate the Sales-Marketing Interface*, in "Journal of Industrial Engineering and Management", 12, 3/2019, pp. 393-404, pp. 401-402. Tuttavia, *Voyant Tool* può consentire di visualizzare *trend* costanti di parole. Si guardi: A. Anderson, *Using Voyant for Text Analysis*, in "Digital History Methods". URL: <https://ricedh.github.io/02-voyant.html>. [consultato il 4 gennaio 2022].

[23] Il dato è stato visionato il 27 luglio 2023.

[24] URL: <https://www.facebook.com/groups/battlefield1italiangroup/posts/1774338762825863/> [consultato il 27 luglio 2023].

[25] Sono state così classificate tutte le fotografie, in *post* o commenti, nelle cui descrizioni o commenti si faccia riferimento a "Monte Grappa" o "Grappa".

[26] Si rilevano trincee, gallerie, case abbandonate, scorci della montagna e scatti realizzati all'interno del Museo del Sacrario.

[27] Sono stati anche contati i *post* realizzati nel corso del 2018.

[28] Non è possibile, però, comprendere il ruolo esercitato dal gioco nel contatto con l'*original site*. L'esposizione agli *historical site* non potrebbe, essa sola, avere rilevanti ricadute didattiche: C. Baron, *Understanding Historical Thinking at Historic Sites*, in "Journal of Educational Psychology", 104, 3/2012, pp. 833-847, p. 834. Sulla necessità di un mediatore per comprendere gli *original site* si veda P. Gautschi, *History at the Original Site*, in "Public History Weekly", 10, 3/2022. URL: <https://public-history-weekly.degruyter.com/10-2022-3/history-original-site/> [consultato il 21 gennaio 2023].

[29] URL:

<https://www.facebook.com/groups/battlefield1italiangroup/posts/1766703996922673/> [consultato il 20 gennaio 2023].

[30] URL: <https://www.facebook.com/groups/battlefield1italiangroup/posts/1791480194445053> [consultato il 23 gennaio 2023].

[31] Recentemente si è scritto del debole senso di identità nazionale diffuso tra gli italiani e si è sottolineata l'importanza di studiare le pratiche attraverso le quali le persone possono costruire discorsi nazionalistici. Si veda: M. Antonsich, *The "everyday" of banal nationalism – ordinary people's views on Italy and Italian*, in "Political Geography", 54, 2016, pp. 32-44. Come si vedrà meglio nel seguito della ricerca, è possibile che l'attività ludica possa aver stimolato in alcuni giocatori atteggiamenti nazionalistici.

[32] Si veda: URL:

<https://www.facebook.com/groups/battlefield1italiangroup/posts/1817173295209076/> [consultato il 12 novembre 2023].

[33] Si veda: URL:

<https://www.facebook.com/groups/battlefield1italiangroup/posts/1762116934048046> [consultato il 12 novembre 2023].

[34] Recentemente, riflettendo sulla realizzazione di *selfie* all'interno dei campi di concentramento si è affermato che gli utenti di internet possono individuare nuove modalità di percezione degli *historical site* dato che il discorso pubblico non è più monopolio di istituzioni ufficiali o di organizzazioni educative: S. Samida, *Doing Selfies in Auschwitz*, in "Public History Weekly", 4, 2019. URL: <https://public-history-weekly.degruyter.com/7-2019-25/selfies-auschwitz/> [consultato il 31 agosto 2023].

[35] URL: <https://www.facebook.com/groups/battlefield1italiangroup/posts/1777738265819246/> [consultato il 28 gennaio 2023].

[36] Cioè, in *post* o commenti dove si faccia esplicito riferimento alla Patria, alla bandiera italiana, al Regno d'Italia o ai Re d'Italia.

[37] URL: <https://www.facebook.com/groups/battlefield1italiangroup/posts/1915253952067676/> [consultato il 21 gennaio 2023].

[38] URL: <https://www.facebook.com/groups/battlefield1italiangroup/posts/1802874003305672/> [consultato il 21 gennaio 2023].

[39] Si è sottolineata l'esigenza che le forme di *everyday nationalism* ricevano più attenzione: E. Knott, *Everyday nationalism. A review of the literature*, in "Studies on National Movements", 3/2015. Come detto, l'eterogeneo utilizzo del motto "avanti Savoia!" non consente però di attribuirne un unico significato.

[40] URL: <https://www.facebook.com/groups/battlefield1italiangroup/posts/1768179716775101> [consultato il 23 agosto 2023].

[41] URL: <https://www.facebook.com/groups/battlefield1italiangroup/posts/1767900136803059/> [consultato il 23 agosto 2023].

[42] URL: <https://www.facebook.com/groups/battlefield1italiangroup/posts/1824202651172807/> [consultato il 23 agosto 2023].

[43] URL: <https://www.facebook.com/groups/battlefield1italiangroup/posts/1900516096874795/> [consultato il 23 agosto 2023].

[44] URL: <https://www.facebook.com/groups/battlefield1italiangroup/posts/1794685670791172/> [consultato il 23 agosto 2023].

[45] URL: <https://www.facebook.com/groups/battlefield1italiangroup/posts/1865480610378344/> [consultato il 23 agosto 2023] e URL: <https://www.facebook.com/groups/battlefield1italiangroup/posts/1956622241264180/> [consultato il 23 agosto 2023].

[46] Si veda: URL: <https://www.facebook.com/groups/BFITALIA/posts/1810370742571350/> [consultato il 12 novembre 2023].

[47] Si veda: URL: <https://www.facebook.com/groups/BFITALIA/posts/1937238963217860/> [consultato il 12 novembre 2023].

[48] Si veda: URL: <https://www.facebook.com/groups/BFITALIA/posts/1954850718123351/> [consultato il 12 novembre 2023].

[49] URL: <https://www.facebook.com/groups/BFITALIA/posts/2009013049373784/> [consultato il 23 agosto 2023].

[50] Ad esempio, si vedano quelli presenti in: <https://www.facebook.com/groups/BFITALIA/posts/1840251096249981> [consultato il 2 agosto 2023].

[51] Sulla potenzialità del gioco di rivitalizzare segmenti di storia locale si veda: T. Z. Majkowski, K. Suszkiewicz, *Cardboard Genocide. Board Game Design as a Tool in Holocaust Education*, in "GAME", 9/2020. URL: https://www.gamejournal.it/wp-content/uploads/2021/01/I9_GAME_05_MAJKOWSKISUSZKIEWICZ.pdf. In merito al contesto italiano si segnalano gli esempi di: *Repubblica Ribelle* (<https://boardgamegeek.com/boardgame/299100/repubblica-ribelle>), *A Pinter's Tale: Curon 1950*

(<https://ivipro.it/it/portfolio-item/a-painters-tale-curon-1950/>) e *Milano45* (<http://www.pophistory.it/project/milano45-il-primo-urban-game-di-pophistory-a-milano/>). Il materiale è stato consultato il 28 agosto 2023.

[52] Sulla polemica a cui in nota 5 si è fatto riferimento – e visionando le discussioni presenti nelle note 55, 56, 57 e 58 – è possibile constatare il tentativo condotto dall’utenza di presa di distanza dai termini del dibattito.

[53] URL: <https://www.facebook.com/groups/673215842695561/posts/1568012279882575>
[consultato il 28 agosto 2023].

[54] URL: <https://www.facebook.com/groups/673215842695561/posts/1568012279882575>
[consultato il 28 agosto 2023].

[55] URL: <https://www.facebook.com/groups/673215842695561/posts/1568805409803262/>
[consultato il 28 agosto 2023].

[56] URL: <https://www.facebook.com/groups/673215842695561/posts/1502907193059751/>
[consultato il 28 agosto 2023].

[57] URL: <https://www.facebook.com/groups/673215842695561/posts/1501930506490753/>
[consultato il 28 agosto 2023].

[58] Si è infatti recentemente affermato che il gioco è utile «come *icebreaker*, come elemento di introduzione, [come] un gancio per appassionare ad una tematica o ad un periodo storico»: E. Antonelli, *Urban Games. Quando la città insegna*, in “HistoryLabMagazine”, 2023. URL: <https://hl.museostorico.it/historylabmagazine/uncategorized/urban-games-quando-la-citta-insegna/>
[consultato il 28 agosto 2023].

[59] URL: <https://www.facebook.com/groups/673215842695561/posts/1959505464066586/>
[visionato il 28 agosto 2023].

[60] URL:
<https://www.facebook.com/groups/673215842695561/posts/1568805409803262/> [consultato il 15 novembre 2023][61] URL:
<https://www.facebook.com/groups/673215842695561/posts/1502014093149061/> [consultato il 15 novembre 2023].

[62] I video sono: https://www.youtube.com/watch?v=HM8I-9_Lpko&lc=UggGGBUR9R_YC3gCoAEC; <https://www.youtube.com/watch?v=289tpvQp9N4>; <https://www.youtube.com/watch?v=TNNRAMwTFUE>; <https://www.youtube.com/watch?v=JHscZF8K9nE>; <https://www.youtube.com/watch?v=xbOrOM1fUeY>. Il materiale è stato visionato il 23 gennaio 2023.

[63] In riferimento all’accuratezza storica del titolo, si segnala che anche nella pagina Facebook *Battlefield I Italian Group* alcuni utenti hanno sollevato critiche al gioco. Quest’ultimo, ad esempio, è stato definito «una semplice rivisitazione». URL: <https://www.facebook.com/groups/battlefield1italiangroup/posts/1757400961186310/> [consultato il 14 novembre 2023].

[64] Su questo si veda: E. Stirling, J. Wood, “*Actual history doesn’t take place*”: *Digital Gaming, Accuracy and Authenticity*, in “Game Studies”, 21, 1/2021. URL: https://gamestudies.org/2101/articles/stirling_wood [consultato il 22 gennaio 2023].