['la:psus]

SCHEDA ATTIVITÀ: PROPAGANDA E GUERRA: I MANIFESTI DI ARRUOLAMENTO DELLA WW1

A cura di Laboratorio Lapsus

Obiettivo:
Questa attività è volta a creare consapevolezza rispetto all'uso strumentale della comunicazione, specificamente problematizzando la manipolazione dei media durante i conflitti, al fine di analizzare le forme comunicative in rapporto ai contesti bellici, comprendere e valutare il rapporto tra arte/creatività, comunicazione e propaganda politica e infine, osservare criticamente le eredità dell'immaginario veicolato dalle diverse forme di propaganda politica nella contemporaneità.

Attività in semplici passi

Attività 1 - [Target 11-14]

A. (Avvio) L'attività prende avvio dall'osservazione dei manifesti di propaganda politica e l'annotazione delle suggestioni che essi stimolano. Alcune domande utili per orientare la riflessione possono essere: a chi sono rivolti questi manifesti? Quali sentimenti suscitano? Ci sono degli elementi ricorrenti? Quali e perché?

B. (Svolgimento) Una volta stilate le riflessioni critiche, promuovi un dibattito con gli studenti e le studentesse in merito alle riflessioni emerse. Successivamente elencate tutte le informazioni chiave che queste immagini hanno suscitato, appuntandole su un cartellone con dei foglietti di carta/post-it.

C. (Rielaborazione) Ogni studente/studentessa realizza un manifesto di propaganda che tenga conto degli elementi emersi dalla discussione di gruppo, con l'obiettivo di esporlo al resto della classe motivando le proprie scelte.

Attività 2 - [Target 14-19]

A. (Avvio) L'attività prende avvio dall'osservazione dei manifesti di propaganda politica e l'annotazione delle suggestioni che essi stimolano. Alcune domande utili per orientare la riflessione possono essere: a chi sono rivolti questi manifesti? Quali sentimenti suscitano? Ci sono degli elementi ricorrenti? Quali e perché?

B. (Svolgimento) Una volta stilate le riflessioni critiche, promuovi un dibattito con gli studenti e le studentesse in merito alle riflessioni emerse, al fine di stilare un elenco condiviso di quali elementi di orientamento delle informazioni e di coinvolgimento emotivo suscitano queste immagini. Appuntate tutte le parole chiave su un cartellone con dei foglietti di carta.

C. (Rielaborazione) Promuovi un confronto comparativo con un conflitto più recente o in corso per osservare continuità e rotture nell'uso dei linguaggi comunicativi per convincere la popolazione. Ci sono differenze tra i modi di propagandare la guerra a più di cento anni di distanza? Quali sono gli elementi ricorrenti?
Uno spunto utile: questo è un video di propaganda per l'arruolamento nel recente conflitto Russo-Ucraino: Ukrainian Armed Forces "Each of Us" - YouTube finanziato dal Ministero della Difesa. Quali sono le differenze rispetto alla comunicazione propagandistica dei manifesti visti precedentemente? Su quali emozioni fanno leva le immagini? Con quale scopo? Promuovi una ricerca autonoma/di gruppo.

Suggerimenti per i docenti e i formatori

- Per contestualizzare l'attività e introdurre il concetto di propaganda, utilizza la definizione che ne offre Edward Bernays, giornalista esperto di comunicazione politica nonché nipote di Sigmund Freud, che negli anni Venti del Novecento ha avuto un ruolo cruciale nell'orientare l'opinione pubblica statunitense e la psicologia delle masse. Nel suo testo *Propaganda* pubblicato nel 1928, egli la descrive come una "**manipolazione consapevole e intelligente delle opinioni e delle abitudini delle masse**", una definizione efficace perché abbraccia sia l'ambito politico, sia quello sociale, che quello culturale. Nel corso dello stesso anno, nel suo saggio *L'ingegneria del consenso*, Bernays sintetizza con lucida attenzione come funziona la propaganda:

  «Se capisci i meccanismi e le logiche che regolano il comportamento di un gruppo, puoi controllare e irreggimentare le masse a tuo piacimento e a loro insaputa».
- Tieni presente che la manipolazione delle informazioni destinate alle masse popolari non è una cosa nuova, già le monarchie europee e la Chiesa hanno provveduto nelle epoche precedenti a mettere a punto e perfezionare tecniche di occultamento, censura e mistificazione delle informazioni. Come cambia quindi la propaganda nel Novecento? Quali nuovi elementi si aggiungono alle precedenti strategie di manipolazione delle informazioni e del consenso nelle masse?
- Nel guidare il dibattito sulla comparazione dei manifesti, considera che la Prima guerra mondiale fu il grande banco di prova dei nuovi linguaggi comunicativi rivolti alle masse. La combinazione tra i fondamenti di **psicologia delle masse** nella comunicazione e manipolazione delle informazioni, insieme alle innovazioni tecniche e artistiche nella grafica e cartellonistica, hanno generato un mix funzionale al condizionamento della popolazione. Durante la Prima guerra mondiale, il popolo doveva essere convinto della giustezza della guerra e soprattutto della grandiosità del sacrificio per la propria patria. Nazionalismo e propaganda si fondono così in un binomio indissolubile. Il successo a livello mondiale di questo nuovo modo di rivolgersi direttamente alle masse nell'intento di convincerle e dirottarne il consenso è senza precedenti.
- Ciò che cambia nella tecnica comunicativa è principalmente l'**appello diretto a chi guarda**. Suggerisci che per comprendere l'impatto emotivo di quelle immagini è necessario, anche se è complicato per noi che viviamo in un'epoca densa di immagini, calarsi nei panni di una persona dell'epoca che si trovava in un mondo in cui la forma di comunicazione con le masse era ancora essenzialmente testuale e quindi esclusiva per chi era in grado di usufruirne, ossia le persone alfabetizzate.

Tempo: 30-60 minuti

Materiale: fogli di carta, cartelloni, pennarelli colorati/ matite/ altro materiale artistico a scelta, foglietti di carta/ post-it, smartphone, LIM.

Achille Luciano Mauzan, "Fate tutti il vostro dovere!", manifesto, Milano, Ricordi, 1917.

James Montgomery Flagg, “I want You for U. S. Army”, manifesto, Washington D.C., 1917 (circa) Divisione Stampe e Fotografie (Prints and Photographs Division) della Biblioteca del Congresso sotto l'ID digitale ppmsca.50554.

Dmitrij Stachievič Orlov (Dimitrii Moor), “Ty zapisalsia dobrovol’tsem?” (Non ti sei iscritto come volontario?), manifesto, Mosca, 1920.

Caxton Alfred Leete, Eric Field, “Your Country Needs You Recruitment”, manifesto, 1914 (inizialmente pubblicato come copertina del settimanale London Opinion, in data 5 settembre 1914).

Julius Ussy Engelhard, “Auch Du sollst beitreten zur Reichswehr” (Anche tu dovresti unirti alla Reichswehr “Difesa del Reich”), München : Oscar Consée Kunstanstalt, 1919.

Approfondimenti:

- Per approfondire questi argomenti, è consigliata la visione della serie di documentari televisivi realizzati da Adam Curtis per la BBC, *The Century of the Self* (2002), reperibile anche su YouTube.
- I testi di riferimento sono: Edward L. Bernays, *Propaganda. L'arte di manipolare l'opinione pubblica*, Prato, Piano B, 2018; Bernays, Edward L. (1947). "The Engineering of Consent" (PDF). *Annals of the American Academy of Political and Social Science*. 250 (1): 113–120.