

GUERRA E PROPAGANDA



A cura del prof.
ETTORE COLOMBO

PROPAGANDA DI GUERRA



BRITONS



JOIN YOUR COUNTRY'S ARMY!
GOD SAVE THE KING

Reproduced by permission of LONDON OPINION

Printed by the Victoria House Printing Co., Ltd., Tudor Works, London, E.C.

Reproduced here as original poster held by the Imperial War Museum, by Getty Images Ltd.

Guerre moderne hanno bisogno di consenso di massa

Vale per qualsiasi tipo di regime

Negazione / ignoranza di ogni narrazione critica storiografica o sua riformulazione in modo acritico

Ruolo centrale di coloro che orientano l'opinione pubblica (informazione "*mainstream*" convince della necessità della guerra e della bontà della causa per cui si combatte)

PROPAGANDA DI GUERRA



Le cause “vere” sono lasciate ai margini o addirittura taciute

Narrazione politico-mediatica con un lessico che nega qualsiasi dubbio, rifiuta i concetti di possibilità o probabilità, ignora i nessi causali, usa una sintassi senza congiuntivi o condizionali (sostituiti dall'imperativo), segue la logica binaria amico/nemico, etc.

PROPAGANDA DI GUERRA



WHO'S ABSENT?



Is it You?

Costruzione del consenso (necessariamente preventiva) richiede un'attenta programmazione ingegneristica sociale e massmediatica

OBIETTIVO: Conquistare “i cuori e le menti”

COME? Rimodulare il flusso di notizie / propagandare notizie false / spacciare opinioni per fattualità / nascondere notizie sgradite / “distrazione di massa” / fare leva sulle emozioni primarie (pietà, orrore, compassione, sdegno, paura, speranza....)

PROPAGANDA DI GUERRA



“*Storytelling*” per immagini è la strategia più efficace
Fotografia, cinema, riprese sul campo dei reporter
di guerra, social media, scenari virtuali tratti dai
videogiochi

Immagini coinvolgenti, toccanti, orrorifiche, (magari)
predisposte alla bisogna quando non create
artificialmente.....

PROPAGANDA DI GUERRA



In parallelo si forniscono argomenti semplici, netti, autoevidenti, che devono produrre giudizi valoriali e morali (NOI il bene, GLI ALTRI il male / la democrazia e la libertà messe in pericolo dai regimi autoritari, etc.)

Ragioni di realtà politica del conflitto, geopolitiche, geostrategiche, economiche, finanziarie, etc.

DEVONO essere tralasciate o messe in secondo piano

PROPAGANDA DI GUERRA



La storica belga Anne Morelli (2001) ha individuato 10 principi generali che si possono ritrovare in ogni propaganda di guerra e in ogni contesto di conflitto. Ripresa e approfondimento di osservazioni formulate negli anni Venti dal diplomatico e uomo politico britannico Lord Arthur Ponsonby (*Falsehood in War-time, Containing an Assortment of Lies Circulated Throughout the Nations During the Great War*)

PROPAGANDA DI GUERRA



1) NOI NON VOGLIAMO LA GUERRA

Nessuno stato vuole passare per aggressore

È necessario trovare oppure “fabbricare” motivazioni più o meno convincenti e verosimili

2) IL CAMPO AVVERSO È IL SOLO RESPONSABILE

La responsabilità è sempre del nemico. Il nostro stato difende i propri interessi o risponde all'appello dei popoli o delle minoranze oppresse dal nemico



PROPAGANDA DI GUERRA



3) IL NEMICO HA L'ASPETTO DEL "DIAVOLO" O DEL CATTIVO DI TURNO

Odio più efficace se indirizzato verso un singolo personaggio, che DEVE essere disumanizzato e additato come il nemico subdolo da eliminare

Si usa solo il patronimico, senza nome né carica

Il nemico "assoluto" diventa un modello, anche fisico, da adattare ad altri nemici

PROPAGANDA DI GUERRA



4) NOI DIFENDIAMO UNA CAUSA NOBILE, NON INTERESSI PARTICOLARI

In passato prevaleva l'appello all'amor di patria, alla difesa dei valori religiosi, etc.

Oggi sono temi meno convincenti, è necessario trovare cause moralmente "giuste" per cui si chiede un sacrificio (non quelle politiche e/o economiche)

La propaganda concentra l'attenzione su ciò che si desidera fare vedere, occultando il resto

PROPAGANDA DI GUERRA



Si fa appello perciò a ideali e valori laici universali (intesi però in modo superficiale e generico – da cui p.es. “la democrazia da difendere o esportare”) O meglio si suscita la paura di vedere posta a rischio la propria vita o il proprio status socio economico su cui si basa il nostro standard

PROPAGANDA DI GUERRA



5) IL NEMICO COMMITTE ATROCITÀ INTENZIONALMENTE, A NOI POSSONO SCAPPARE DELLE “SBAVATURE INVOLONTARIE”

Bisogna far credere che SOLO il nemico si macchi sistematicamente di tali crimini

Noi siamo animati da principi civili e umanitari, si ricorre alla forza solo se obbligati, risparmiamo vite umane, trattiamo bene i prigionieri, etc.

“Danni collaterali” provocati involontariamente o predisposti dal nemico (“scudi umani”, etc.)

PROPAGANDA DI GUERRA



6) IL NEMICO USA ARMI ILLEGALI

Noi conduciamo la guerra in modo “pulito”, secondo le regole stabilite dalle convenzioni internazionali

Nemico usa tattiche subdole e vigliacche (se le usiamo noi, diventano invece legittime e geniali!)

7) LE PERDITE DEL NEMICO SONO ENORMI, LE NOSTRE SONO RIDOTTE

La tenuta dell'opinione pubblica (e del morale delle truppe) dipende dai risultati ottenuti: si esagera o si nasconde o si minimizza a seconda delle convenienze

PROPAGANDA DI GUERRA



8) ARTISTI E INTELLETTUALI SOSTENGONO A SPADA TRATTA LA NOSTRA CAUSA

Ci si affida a soggetti capaci di suscitare emozioni a favore della narrazione ufficiale

L'apprezzamento del pubblico dipende anche dalla "popolarità" del soggetto

Stretta relazione con il gusto culturale dell'epoca considerata (p.es. D'Annunzio)

PROPAGANDA DI GUERRA



9) LA NOSTRA CAUSA HA UN CARATTERE SACRO

Attenuazione dell'orrore grazie alla sacralità della causa per cui si combatte e si muore

Giustificazione ideale che si rifà alla religione ("Dio lo vuole!") o alle ideologie (soprattutto nel '900)

Si trova sempre una "giusta causa" o la si costruisce a tavolino

Contributo delle chiese "nazionali" che benedicono

PROPAGANDA DI GUERRA



10) QUELLI CHE METTONO IN DUBBIO LA
PROPAGANDA SONO DEI TRADITORI

Accentuazione del pensiero binario: i fatti devono
essere valutati in modo semplificato, bypassando
ogni complessità del reale

“Chi non è con noi è contro di noi”

PROMOTION FOR ANY ONE ENLISTING
APPLY ANY RECRUITING STATION
OR POSTMASTER