

**Arrenditi!**

Propaganda

► 58 91

48



1918, INGHILTERRA VS GERMANIA DELLA SERIE *BY BALLOON*.

A DESTRA: 1943, GERMANIA VS USA;

1942, INGHILTERRA VS GERMANIA

NELLA PAGINA ACCANTO:

1941, URSS VS GERMANIA, QUINDICINALE *FRONT-ILLUSTRIRTE*;

1944 GERMANIA VS ALLEATI IN ITALIA, SERIE *LIFE/DEATH*;

1953, ONU VS COREA DEL NORD



ce 'aerea' si ritrova in quasi tutte le lingue: *leaflet* o *flyer* in inglese, *Flugblatt* in tedesco, *fulls volants* in catalano, *tract* in francese)

nasca proprio con i primi lanci di materiale propagandistico sul nemico. Uno dei primi esempi (fra l'altro firmato Victor Hugo) si ricorda con l'utilizzo delle mongolfiere in partenza da Parigi durante l'assedio prussiano del 1870. Con l'invenzione dell'aeroplano l'attività di propaganda prende, è il caso di dire, veramente quota e durante la prima guerra mondiale diviene una pratica diffusa tra tutti gli eserciti in campo.

La nostra storia patria ricorda orgogliosamente l'incuriosione aerea nei cieli di Vienna, cui partecipò Gabriele D'Annunzio, con il lancio di duecentomila volantini tricolori il 9 agosto 1918, ma sono soprattutto gli inglesi a farne un uso crescente. Si calcola che dal 1917 alla fine della guerra furono lanciati sulle città tedesche oltre ventisei milioni di volantini. Nella maggioranza dei casi la comunicazione era affidata a illustrazioni di buona, se non ottima, fattura.

Con la seconda guerra mondiale, a seguito dell'esperienza maturata anche nella guerra civile spagnola, l'intervento propagandistico si fa più mirato e nascono i primi manuali di psico-guerra e disinformazione. La produzione di volantini si basa molto in questo periodo sull'uso della fotografia e del fotomontaggio che vanno a sommarsi alla tradizionale illustrazione. Uno tra gli esempi più notevoli per la qualità grafica e fotografica è il foglio quindicinale «*Front-illustrierte für den deutschen Soldaten*» stampato dal '42 al '43 dai sovietici e rivolto alle truppe tedesche.

Ricorderete come fino a pochi anni fa fosse abbastanza diffuso il lancio di volantini pubblicitari dagli aerei, qualche volta con campioncini omaggio legati a un paracadute. Era una di quelle tecniche pubblicitarie, come gli altoparlanti sui furgoncini, che si sono estinte con l'evoluzione tecnologica dei mezzi di comunicazione e con l'avvento del marketing scientifico. Persiste, tuttavia, un settore in cui il volantino aero-lanciato mantiene inalterato tutto il suo valore persuasivo. È quello delle operazioni di guerra psicologica. Anche nella tecnologicamente sofisticatissima guerra in Iraq, i volantini hanno infaticabilmente svolto il loro ruolo.

Non è un caso che il termine 'volantino' (la cui radi-



# FRONT-ILLUSTRIERTE

FÜR DEN DEUTSCHEN SOLDATEN

№ 8

BIRKENKREUZE OHNE ZAHL IM OSTEN...



# DEATH



DOOMSDAY 1944 **10** CENTS  
YEARLY SUBSCRIPTION \$4.50

AT-140-10-41-P

毛澤東坐北京面朝南  
夢想朝鮮勝利不知難



朝鮮勝利

北  
朝  
鮮

漢城

南  
朝  
鮮



**BIBLIO**

*Rendeix-te! Fulls volants i guerra psicològica al segle XX*, a cura di JORGE LUIS MARZO, Centre de Cultura Contemporània de Barcelona, Institut d'Edicions de la Deputació de Barcelona, Barcellona 1998

KLAUS KIRCHNER, *Flugblattpropaganda im 1. Weltkrieg*, 2 voll., *Flugblattpropaganda im 2. Weltkrieg*, 17 voll., Verlag D+C, Erlange.

SOTTO: 1993, ONU VS POPOLAZIONE BOSNIACA; 1991, ONU VS IRAQ; 2002, USA VS AFGHANISTAN



Nel dopoguerra, applicazioni massicce di campagne psicologiche saranno intraprese dalla Francia durante le guerre in Indocina e in Algeria, dagli Stati Uniti durante la guerra di Corea e durante tutto il periodo della guerra del Vietnam. In questi casi vediamo affermarsi come predominante l'uso di disegni 'vernacolari' dal tratto incerto e malamente eseguiti e abbondante uso di retini.

Un tipo di 'stile' che sarà utilizzato anche dai russi durante la guerra afghana e di nuovo dagli americani per le operazioni in Somalia, in Bosnia e durante la prima guerra del Golfo del 1991. In quest'ultimo caso vi fu anche una modifica nelle modalità di rilascio: allorché l'Onu interdì ogni volo sopra Iraq e Kuwait tre settimane prima della scadenza dell'ultimatum, il comando americano delle operazioni psicologiche decise di proseguire la campagna lanciando a mare centoventimila bottiglie contenenti i volantini.

Ritroviamo le stesse caratteristiche formali nel materiale propagandistico lanciato negli ultimi due anni in Afghanistan (dagli Stati Uniti) e in Iraq (da Gran Bretagna e Stati Uniti). Qui la regressione stilistica dei volantini raggiunge ulteriori livelli, con disegni e poveri fotomontaggi fatti in Photoshop che sembrano tratti direttamente dai giornalini da caserma. Viene da domandarsi, vista la profondità scientifica raggiunta dagli studi di guerra psicologica, quanto il *visual* sia frutto dell'improvvisazione grafica piuttosto che di una scelta ragionata e consapevolmente perseguita. Vedi ad esempio le dettagliate specifiche tipografiche, cromatiche e grafiche indicate dal *Psychological Operations Field Manual No. 33-1*<sup>1</sup>. Il disegno naïf-vernacolare sembra costituire lo stile più efficace per comunicare con immediatezza e brutalità didascalica, gli avvertimenti al nemico di turno. Si dovrebbe da ciò dedurre che il design, più precisamente la grafica, nei momenti importanti è assolutamente superfluo o addirittura controproducente?

In Rete troviamo disponibili diverse raccolte di materiali storici e contemporanei. Su [Psywar.org](http://Psywar.org)<sup>2</sup> si trova un ottimo database di immagini e articoli sia storico, sia relativo alle ultime campagne di guerra psicologica in Iraq e Afghanistan. A proposito di quest'ultima nazione una raccolta di volantini sovietici durante l'occupazione (1979-1989) si può vedere su *The Soviets in Afghanistan*. Per apprezzare poi in profondità le

attività delle operazioni di guerra psicologica niente di meglio delle informazioni che vi può dare il maggiore Ed Rouse dell'esercito americano specialista in [Psyop](http://Psyop.org)<sup>3</sup>.

Per chi vuole approfondire il tema segnaliamo alcune pubblicazioni. I volantini di propaganda storici sono stati oggetto di una mostra a cura Jorge Luis Marzo tenutasi a Barcellona nel 1998-99 e possono essere visti nell'ottimo catalogo, in catalano, con schede ragionate e una vastissima selezione di immagini, *Rendeix-te! Fulls volants i guerra psicològica al segle xx*, a cura di Jorge Luis Marzo, mentre la classificazione completa di tutta la propaganda aerea lanciata sulla Germania durante le due guerre mondiali è stata pubblicata da Klaus Kirchner nell'opera omnia (19 volumi) *Flugblatpropaganda*.

<sup>1</sup> <http://www.psywarrior.com/leaflet2.html>  
<sup>2</sup> <http://www.psywar.org/>  
<sup>3</sup> <http://www.psywarrior.com/>