

WORLD WAR
— ONE —
PROPAGANDA

- *Propaganda* is usually defined as any type of material used in hopes of *influencing a community's thoughts* and viewpoints towards one subject.

- Many different types of **propaganda** were used in World War I successfully since people only received the information that the government wanted them to know. It **allowed control of people's thoughts and viewpoints towards the war**. Usually, people supported the war because propaganda allowed them to believe that war was worth fighting for. Some examples include: convincing people to go to war, unification of the nation, conserving food, buying bonds.....



Questo è il più noto manifesto di reclutamento Inglese: l'indice puntato verso il destinatario del manifesto e l'enfasi sul **"YOU"** rimanda ad una partecipazione collettiva.

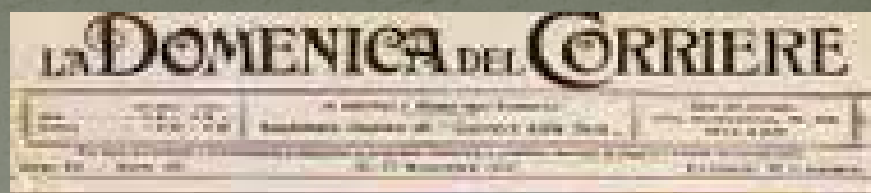
- Each of the nations which participated in World War One from 1914-18 used **propaganda posters** also as a **means of procuring men, money and resources** to sustain the military campaign.

Le esigenze comunicative dei manifesti erano:

- Convincere le popolazioni civili a contribuire allo sforzo militare
- Tenere alto il morale delle truppe sul campo

Le immagini devono avere: forza attrattiva, colori vivaci, forma sintetica e dinamismo.

Grazie a determinate e abili tecniche, quali utilizzo dei colori, bandiere e raffigurazioni positive degli alleati e negative dei nemici, la propaganda muove sentimenti di rassicurazione nella popolazione





Il **soldato dall'indice puntato** che ritroviamo in numerosi manifesti è metafora di un modello sociale che **chiama tutti a raccolta**, prova generale di una comunicazione rivolta all'uomo comune, capace di catturarne l'attenzione.

Aiutateci a vincere!



LA BANCA COMMERCIALE ITALIANA

RICEVE LE SOTTOSCRIZIONI
ALLA NUOVA

RENDITA CONSOLIDATA 5%

REDDITO 5.55%

BANCA COMMERCIALE ITALIANA

ESENTE DA BOLLO



DEPOSITARI E CONDIZIONI DI LEGGE



ITALIA !

Ogni tuo figlio
è pronto a morire
per la tua grandezza

- La propaganda rivolge i suoi messaggi non solo ai soldati, ma anche alla popolazione femminile. Essa si muove su tre linee principali:
 - Donna come madre del popolo;
 - Donna che sostituisce l'uomo-soldato nella lavorazione dei campi o nelle fabbriche;
 - Donna soldato in grado sia di preparare armi che di arruolarsi nell'esercito.

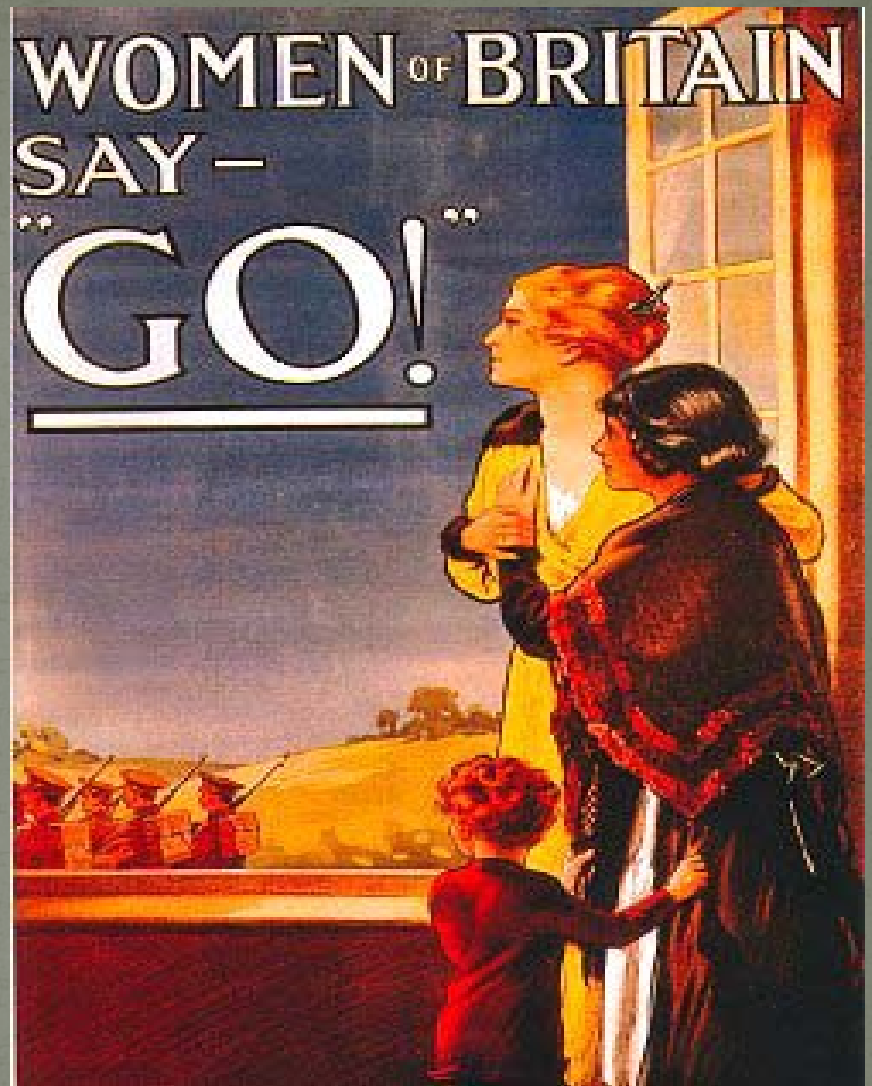


**There's work to be done
and a war to be won ...
*NOW!***

SEE YOUR U. S. EMPLOYMENT SERVICE
WAR MANPOWER COMMISSION

WOMEN^{OF} BRITAIN

SAY —
“GO!”



JOIN US



in a

VICTORY JOB

APPLY AT YOUR NEAREST NATIONAL SERVICE OFFICE

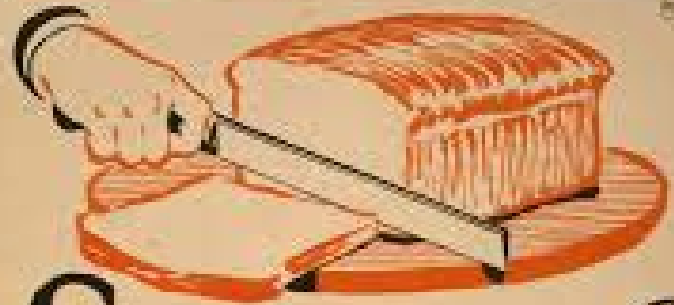


L'ITALIA HA BISOGNO

Carne - frumento - grasso & zucchero

Mangiate poco di questo cibo
perché deve andare al nostro
popolo, e le truppe
d'ITALIA

AMMINISTRAZIONE DEI CIBI - STATE UNITE



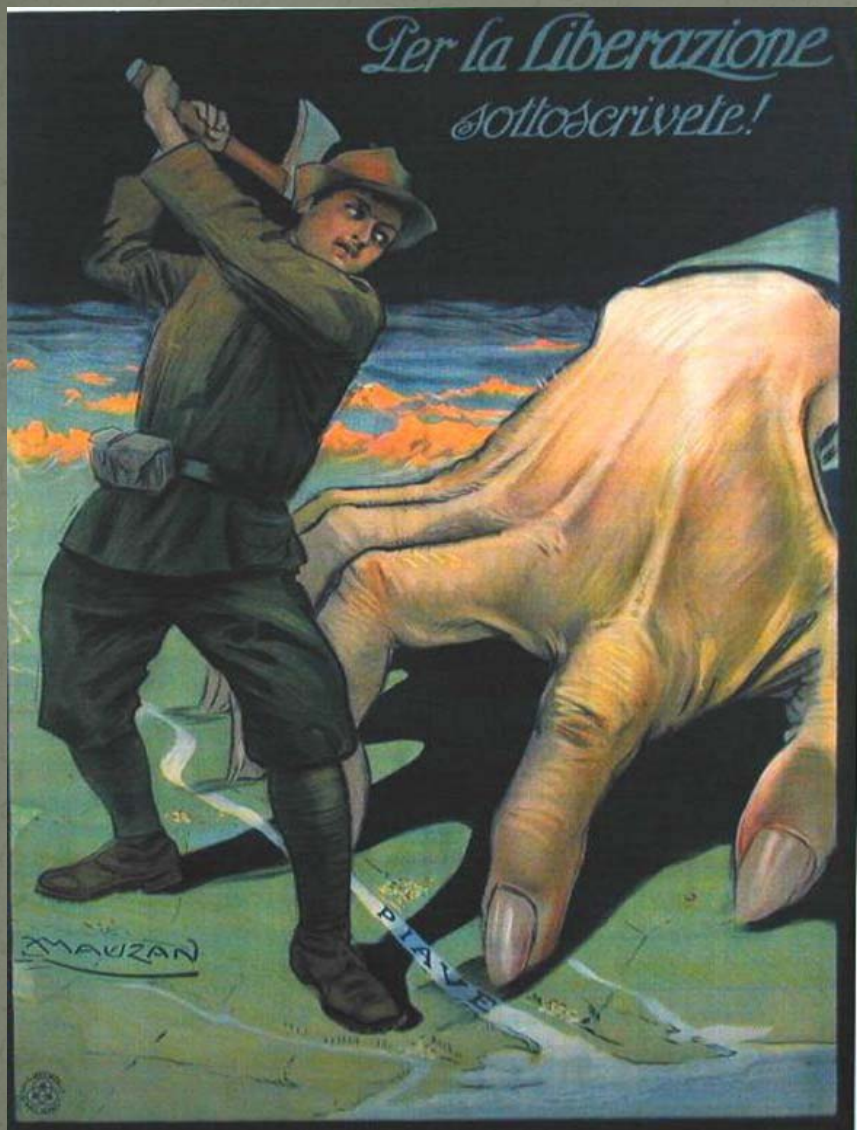
Save a loaf
a week
help win
the war

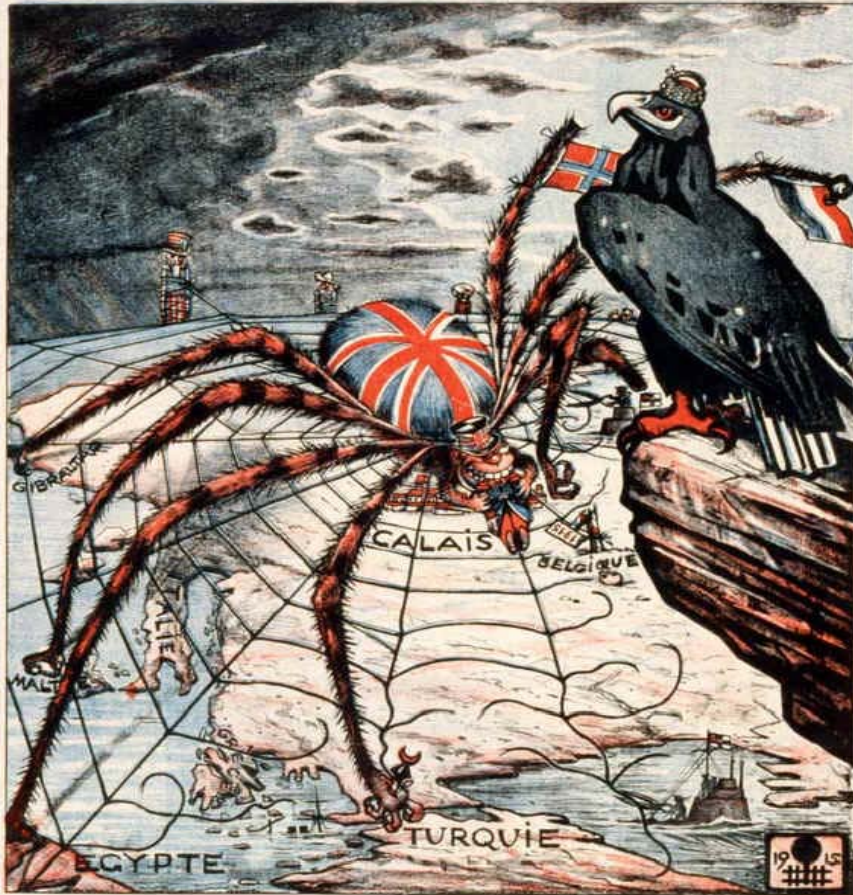
U.S. FOOD ADMINISTRATION

Anche il cibo viene paragonato ad un'arma per la vittoria finale. L'invito quindi è quello di non sprecare questa preziosa risorsa.

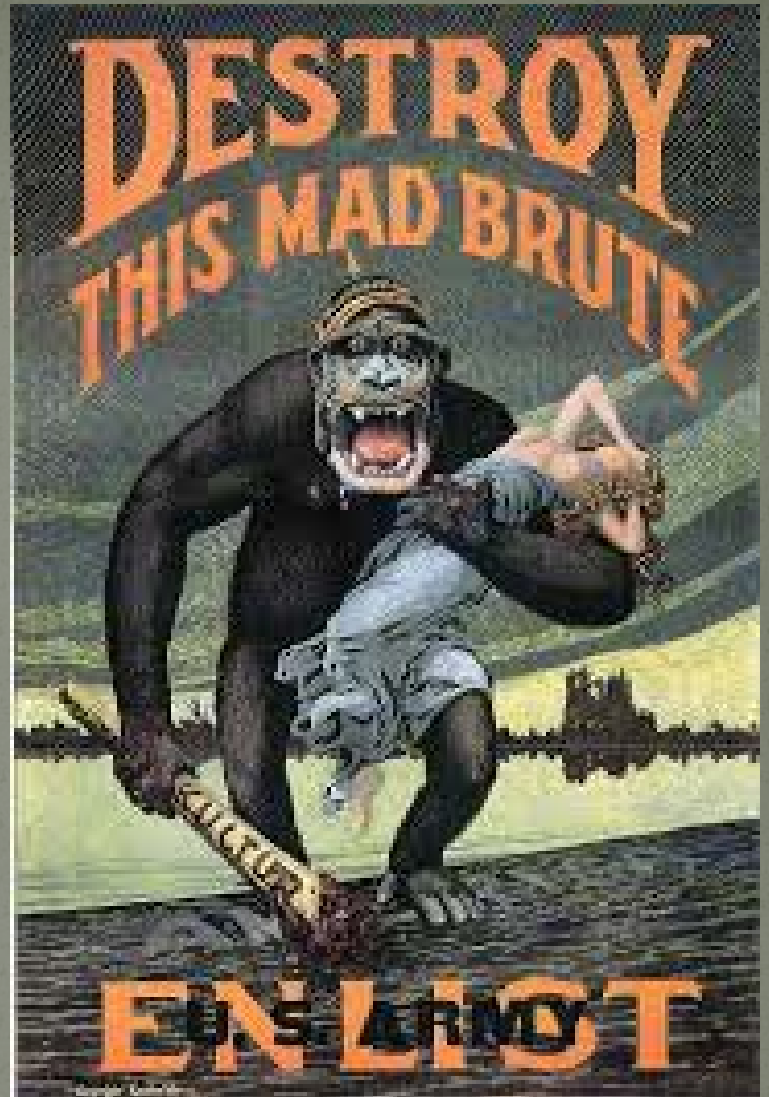
- **Propaganda** was a popular tool used in WW1 to change the opinions of the masses. Most propaganda was negative and lead to feelings of anger or sadness by using *exaggeration*.

- Un altro obiettivo della propaganda era quello di **demonizzare il nemico**. Infatti la resistenza psicologica alla guerra è così consistente che tutte le guerre devono apparire come un conflitto di difesa contro un aggressore “rude, crudele, minaccioso, pericoloso e assassino”.
- Definire in modo dispregiativo il nemico rende possibile un giudizio di condanna. Una particolare tecnica di demonizzazione del nemico fu l’uso di storie o immagini orribili.





L'ENTENTE CORDIALE ♥
1915





Spesso si demonizzava il nemico per rendere la guerra mezzo necessario e non inutile strage mietitrice di vite come ci fa capire Wilfred Owen nella poesia “*Dulce et decorum est*”.

The End