

Funzioni e contenuti delle riviste militari e delle forze di polizia in Europa

Celeste Enza D'Ignazio *

1. Premessa

Questo lavoro contiene, dopo una breve presentazione della pubblicistica militare, l'analisi dei risultati relativi alle interviste e ai colloqui intercorsi con i rappresentanti delle riviste militari e di polizia europee, in occasione dell'ultimo incontro degli editori delle Forze dell'ordine, avvenuto presso la sede dell'Europol (l'Ufficio europeo di polizia all'Aia, Paesi Bassi): periodici che ho esaminato dal punto di vista dei contenuti, dei destinatari, delle modalità di distribuzione e dell'aspetto grafico.

L'analisi condotta dimostra come le riviste svolgono il piano editoriale cartaceo e tecnologico ai fini di una doppia comunicazione informativa, sia interna sia esterna (rivolta cioè a esterni/civili). Dalla ricerca risulta che, a livello europeo, poco più della metà sono del primo tipo, rivolti esclusivamente agli appartenenti; in quanto tali sono distribuite gratuitamente, a eccezione della rivista spagnola "Policia" che è a pagamento. Poco meno della metà svolgono la doppia funzione di comunicazione sia interna sia esterna.

Considerando queste riviste dal punto di vista della comunicazione tecnologica, c'è da dire che esse non sono molto al passo con i tempi. Solo poche riviste sono disponibili anche su Internet o intranet. Le altre stanno valutando l'opportunità di offrire anche queste versioni oltre quella cartacea. Inoltre nessuna delle riviste esaminate svolge ulteriori funzioni oltre a quella di informazione.

2. Pubblicistica militare

2.1. Il ruolo della pubblicistica militare

La pubblicistica militare può essere definita come un'attività diretta a soddisfare le esigenze di informazione tecnico-culturale e di aggiornamento professionale. Questo flusso d'informazioni non solo consente al personale militare di approfondire e aggiornare il patrimonio di cognizioni tecnico-professionali, ma mira anche a fornire un quadro realistico delle principali questioni e situazioni

* Capitano caporedattore delle due riviste ufficiali della Guardia di Finanza: il mensile "Il Finanziere" e il bimestrale "La Rivista della Guardia di Finanza".

militari a quanti, in maniera più o meno approfondita, ne sono interessati, dai responsabili della cosa pubblica fino ai giovani.

La natura della pubblicistica militare è da sempre caratterizzata da un **doppio ruolo**: da un lato contribuire alla formazione di coloro che fanno parte della società militare; dall'altro, fornire al lettore esterno civile un'immagine chiara e aggiornata dell'ambiente militare. **Funzione formativa e informativa**, dunque, tesa soprattutto a realizzare una più armonica e integrata convivenza della collettività militare nella società in generale.

Si tratta, dunque, di una stampa specializzata che svolge una doppia funzione: di **servizio interno**, in quanto informa gli appartenenti ai vari Corpi relativamente alle varie attività o novità di servizio, e di **informazione esterna**, rivolta a una vasta cerchia di lettori (non solo militari) attraverso l'approfondimento di temi che possono interessare anche persone civili. Alcune di queste riviste sono disponibili solo con abbonamento, come del resto molti periodici destinati a una fascia di lettori più o meno "scelti". Anche se negli ultimi tempi il numero degli abbonati è in calo per quasi tutte le riviste, la maggior parte dei militari sono abbonati alla rivista del proprio Corpo di appartenenza. Tranne qualche eccezione, queste riviste non sono in vendita presso edicole o librerie, considerati i costi di gestione di simili iniziative.

Coloro che scrivono su queste riviste non sono solo giornalisti, ma per la maggior parte dei casi sono uomini appartenenti ai vari Corpi. Scrivere non è la loro attività principale, ma scrivono del loro servizio. Trattando quindi tematiche legate alla loro professione, non possono che essere le persone più indicate a farlo. Le redazioni sono spesso composte anche da "civili" e su alcune riviste si legge che "la pubblicazione è aperta a tutti".

2.2. Cenni di storia della pubblicistica militare

I primi giornali militari nacquero al fianco delle varie cospirazioni, insurrezioni e guerre che portarono all'unità nazionale. Alcuni, a sostegno della corrente democratica e rivoluzionaria, predicavano l'insurrezione facendo leva sulle forze popolari; altri, a sostegno della corrente liberale e moderata, invitavano a essere solidali al sovrano piemontese: da una parte, dunque, i fogli mazziniani e garibaldini, dall'altra le pubblicazioni degli eserciti regolari delle monarchie regnanti, sostenute dai sovrani. Negli anni successivi comparvero numerose riviste, alcune delle quali ancora oggi pubblicate: nel 1872 "Il Carabiniere", nel 1886 "Il Finanziere".

Durante il primo conflitto mondiale, periodo in cui tutta la stampa era impegnata a trattare il tema della guerra, la pubblicistica militare continuò a occupare il suo posto. Importanti furono i numerosi **giornali di trincea**, capaci di esprimere i sentimenti e le paure dei soldati, o quelli scritti

nei campi di concentramento. Nel primo dopoguerra la stampa militare fu portavoce del turbamento che il conflitto aveva prodotto negli animi dei reduci del fronte. Non poté, tra l'altro, sottrarsi alle restrizioni della libertà del pensiero, tipica del periodo, e a una certa strumentalizzazione a fini propagandistici. Oltre a queste pubblicazioni, che finirono con la caduta del regime fascista, ebbero vita in questo periodo due testate tutt'oggi esistenti: "La rivista aeronautica" (1925) e "L'Universo", fondato nel 1920, bimestrale pubblicato dall'Istituto Geografico Militare di Firenze e considerato una delle più importanti riviste geografiche illustrate d'Europa.

Allo scoppio della seconda guerra mondiale la stampa militare dovette sottostare, come del resto tutta la pubblicistica del tempo, alle direttive che provenivano dall'Ufficio Centrale della Stampa, divenuto poi il Ministero della Cultura Popolare. Prima e dopo l'armistizio del 1943 insieme alla stampa propagandistica venivano stampati numerosi periodici militari persino nei campi di prigionia e da parte delle Brigate Partigiane. Dopo la fine della guerra tornò la crisi morale che aveva caratterizzato il primo dopoguerra. La stampa militare, che aveva perso il consenso ottenuto in precedenza da parte del pubblico, dovette ancora sottostare a molte restrizioni e si rivolgeva timidamente solo ai militari. Venivano pubblicati dei semplici notiziari specifici per le varie Armi.

La stampa militare, però, stava per riemergere. Nel settembre del 1948 veniva disposta dal Ministero della Difesa la partecipazione delle Forze Armate alla "Mostra di un secolo di giornalismo italiano" che si tenne a Milano. La pubblicistica militare veniva così a inserirsi per la prima volta nel quadro del giornalismo nazionale. Presentava il settimanale "Corriere Militare" (al suo quarto anno di vita), oggi "Quadrante"; una raccolta di pubblicazioni attuali delle Forze Armate, tra cui due quasi centenarie, e numerosi esemplari di giornali e periodici militari. Cominciava quindi a essere superato il tradizionale riserbo che faceva degli organi militari delle roccaforti impenetrabili. Il Paese cominciò a manifestare sempre più l'esigenza di essere informato sulla vita e sui problemi delle sue Forze Armate, dimostrata dal crescente avvicinamento di un pubblico di "non addetti ai lavori" ai periodici militari.

2.3. Pubblicistica militare contemporanea

Oggi il panorama editoriale militare e delle Forze di Polizia si presenta ricco e variegato, con un numero significativo di testate dedicate alle singole Forze Armate e alle loro specialità, ai Corpi Militari e alle Forze di Polizia. Allo stato attuale non è possibile tracciare un contorno ben definito. Volendo riordinare il panorama editoriale secondo un criterio ben diverso dalla canonica suddivisione per Forza o Corpo di appartenenza, si possono individuare i seguenti macrogruppi:

- riviste di **informazione** (Il Finanziere; Il Carabiniere; Polizia Moderna; Notiziario della Marina; Guardia Costiera...);
- riviste di **approfondimento tecnico-professionale** (Rivista della Guardia di Finanza; Rassegna dell'Arma dei Carabinieri; Rivista Militare; Rivista Marittima; Rivista Aeronautica...);
- riviste **tecniche di nicchia** che studiano ben delimitate materie scientifiche (Bollettino di geodesia e scienze affini; Giornale di medicina militare; Rivista di meteorologia aeronautica, Universo...) o **professionali** (Sicurezza del volo; Rassegna della giustizia militare...);
- riviste **storico-scientifiche** (Bollettino d'Archivio dell'Ufficio Storico della Marina militare, Bollettino d'Archivio dell'Ufficio Storico dell'Esercito...);
- pubblicazioni di **utilità operativa** (Bollettino Tecnico Scientifico Militare; Servizio per le opere rubate...).

Quanto alle riviste di informazione, secondo il Ministero della Difesa, esse risultano essere ventuno. Nel loro insieme formano un tessuto disomogeneo e diversificato in termini di tematiche trattate, livello di dettaglio, taglio, cadenza, tiratura e ambiti di diffusione. Per alcune situazioni si tratta più di almanacchi e di annuari che non di testate propriamente dette. Altre volte essi sono veri e propri organi di informazione interna.

In Italia, come anche in Europa, le riviste di informazione e di Corpo sono strumenti essenziali per far conoscere a un vasto pubblico l'attività quotidiana dei militari e delle Forze di Polizia. Tra le loro funzioni, da non sottovalutare, c'è in qualche modo il coinvolgimento dei familiari dei militari (quando queste riviste vengono portate a casa), che possono così capire e condividere le problematiche quotidiane dei loro familiari. Purtroppo non bisogna trascurare il problema dei costi di produzione; a ogni taglio di spesa della Legge finanziaria si è pensato di ridurre le riviste e di centralizzarne i costi.

3. Panorama editoriale militare e di polizia in Europa

3.1. Analisi delle interviste

L'oggetto di questa analisi riguarda **tredici riviste** militari e delle Forze di Polizia presenti in Europa, rappresentative di **undici Paesi membri** : “Il Finanziere”, “Il Carabiniere” e “Polizia moderna” (Italia); “Gend Info” (Francia), “Police Professional” (Regno Unito), “Policia” (Spagna); “Bavaria Bayerne Polizei” (Germania); “Poliisi Finlandia” (Finlandia); “Blauw” (Paesi Bassi);

“Polizei” (Austria); “Politseileht” (Estonia); “Finance Guard” (Ungheria); “Jandarmeria” (Romania).

La ricerca è stata condotta per mezzo di interviste chiuse e di colloqui intercorsi con i rappresentanti di questi periodici. Il fine è stato quello di verificare: la funzione svolta da queste riviste istituzionali; la tipologia di strategia comunicazionale seguita; la composizione dei destinatari; la varietà dei servizi offerti ai lettori. In particolare, è emerso che relativamente a:

- **numero di uscite annue**, la maggior parte (dieci) delle riviste hanno uscita *mensile*. Precisamente sette riviste pubblicano dodici numeri all’anno; altre due, pur avendo una pubblicazione mensile, pubblicano undici numeri l’anno, in quanto un numero riguarda due mensilità (agosto-settembre); un’altra rivista pubblica tredici numeri l’anno, di cui dodici mensili e un numero speciale;
- **numero di pagine**, le riviste sono eterogenee. Il numero delle pagine di ciascuna rivista varia da un minimo di sedici (rivista della Polizia finlandese) a un massimo di centoventotto (rivista dei Carabinieri);
- **supporto**, le riviste hanno tutte una versione cartacea, anche se ciascuna sta valutando l’opportunità di dotarsi di una versione *on line*. Attualmente solo cinque hanno anche una versione digitale che non esclude quella cartacea. Chi adotta la forma digitale è proiettata nel mantenere in futuro entrambe le versioni. Nessuna è pronta per abbandonare la versione cartacea, anche se ciò comporterebbe un abbattimento notevole dei costi. Diverse sono le motivazioni che sorreggono questa scelta, tra cui il fascino della carta stampata e la sua maggiore comodità di uso/lettura, non subordinata alla presenza di dotazioni elettroniche e di più facile condivisione anche con i propri familiari;
- **modalità di distribuzione**, il maggior numero di riviste è a pagamento (anche se per ogni numero sono previste delle copie in omaggio). Altre (quattro) sono esclusivamente gratuite, tra cui la rivista francese che distribuisce le copie omaggio solo per gli appartenenti al Corpo, a differenza delle altre che omaggiano anche i civili;
- **reperibilità delle copie a pagamento**, la stragrande maggioranza delle riviste è disponibile su abbonamento; altre sono disponibili nelle stazioni di Polizia, su Internet e via *e-mail*;
- **reperibilità delle copie omaggio**, alcune sono distribuite con abbonamento gratuito, altre su Internet, altre presso le stazioni di polizia, altre ancora presso edicole o negozi di libri;
- **tiratura**, variano dalle 1.200 copie della rivista romena alle 123.500 della gendarmeria francese;
- **numero degli abbonati a pagamento**, spaziano dagli 800 abbonati della rivista romena fino ai 35.000 del mensile “Il Carabiniere”. Quasi tutte le riviste (otto) sono a pagamento. Solo la

rivista ungherese ha tutti gli abbonati a pagamento e nessuna copia in omaggio. Naturalmente, questi numeri devono essere interpretati sulla base degli appartenenti al Corpo di Polizia. Ad esempio, la rivista mensile “Il Finanziere” con i suoi trentamila abbonati a pagamento su oltre sessantamila appartenenti alla Guardia di Finanza, indica che circa la metà dei finanziari è abbonato alla rivista dell’Ente di appartenenza;

- **numero di abbonati a pagamento tramite Internet**, sono previsti solo dalla rivista inglese “Professional Police” e dalla rivista italiana “Polizia Moderna”. Il record è raggiunto dalla rivista inglese, considerato che la sua tiratura è di dodicimila copie e il numero dei lettori via Internet è pari a diecimila;
- **numero di copie distribuite gratuitamente**, sono gratuite le riviste di Germania, Finlandia, Austria, Estonia e Francia. Quest’ultima però è gratuita solo per gli appartenenti. Le altre riviste sono a pagamento, anche se prevedono alcune copie in omaggio. Solo la rivista della Polizia ungherese non ha nessuna copia in omaggio;
- **tipologia degli abbonati**, tutte le riviste hanno lettori appartenenti alla propria istituzione. La metà delle riviste ha anche abbonati civili;
- **tipologia dei collaboratori**, tutte hanno collaboratori appartenenti all’istituzione stessa. Meno della metà (cinque) hanno collaboratori esterni;
- **strumenti di rilevamento del gradimento dei lettori**, sono solo cinque le riviste che hanno adottato strumenti di *customer’s satisfaction*;
- **tipologia di customer care adottati**, l’unico strumento adottato è il questionario, a eccezione della rivista inglese che ha previsto anche altri canali;
- **servizi** forniti dalle riviste, non c’è nessun altro oltre a quello informativo;
- **lingua utilizzata**, tutte le riviste sono in lingua ufficiale del paese di appartenenza. Nessuna ha una versione in altre lingue, a eccezione della rivista della polizia finlandese che pubblica alcuni articoli nella lingua svedese;
- **contenuti**, tutte le riviste pubblicano articoli concernenti l’attività istituzionale. Solo cinque (tra cui tutte le riviste italiane) pubblicano anche notizie relative ad altri temi, quali arte, scienza, cultura, cinema, salute, sport, recensione di libri;
- **scopi/propositi**, tutte le riviste hanno uno scopo informativo dell’attività svolta e dell’organizzazione del Corpo di appartenenza. La metà (tra cui tutte le riviste italiane) ha, oltre lo scopo informativo, anche l’obiettivo di creare senso di appartenenza e sviluppare spirito di corpo;
- **approvazione dei contenuti**, quasi tutte le riviste (undici) prima di ogni pubblicazione, devono essere approvate dalle superiori gerarchie. Ciò comporta un aggravio dei tempi di

lavorazione. I loro contenuti vengono infatti esaminati non solo dal caporedattore e dal direttore del giornale, ma anche dai vertici dell'organizzazione di appartenenza.

3.2. Considerazioni critiche

Tutte le riviste hanno una versione cartacea che non abbandoneranno nel prossimo futuro. Le riviste in esame sono spesso ibridi di comunicazione interna ed esterna, poiché:

- per esse si registra spesso una discordanza fra le funzioni che dovrebbero assolvere e quelle concretamente svolte. Per esempio le riviste italiane (Il Finanziere, Il Carabiniere; Polizia Moderna), ben concepite quali riviste storiche dei Corpi di appartenenza, si occupano solo limitatamente di comunicazione interna. Nella realtà dei fatti, le riviste sembrano avere prevalentemente una funzione di comunicazione esterna (famiglie, amici, conoscenti);
- la maggior parte sono a pagamento. Dunque, le riviste, non arrivano a tutti gli appartenenti, bensì solo agli abbonati. I loro pregi vengono limitati proprio da questo sbarramento alla diffusione;
- la grande accuratezza di realizzazione, soprattutto per le riviste italiane, li rende buoni prodotti editoriali. Le aperture, le forme d'interazione con i lettori, gli spazi "bacheca" vengono limitati e circoscritti dalle forti qualità delle pubblicazioni.

Un altro problema comune alle riviste è *l'intempestività*, che determina la perdita di interesse da parte dei lettori relativamente alle notizie di servizio. Di fatto, la intranet è subentrata in questa funzione poiché riesce a informare velocemente i diretti interessati. Spesso, poi, l'apertura a contenuti di carattere socio-culturale più estesi amplia la base potenziale di lettori a discapito delle informazioni di servizio. Gli intervistati auspicano di trovare in queste riviste maggiori informazioni relative allo svolgimento delle concrete e quotidiane attività lavorative.

Per quanto concerne i processi, il flusso di comunicazione sembra essere prevalentemente di tipo *top down*. Non esistono momenti di ascolto delle esigenze provenienti dal basso e nemmeno di valutazione del gradimento delle iniziative poste in essere. Il rispetto del livello gerarchico è la costante prevalente che indirizza l'andamento del flusso comunicativo; anche i contenuti di ogni numero vengono approvati dai vertici dell'istituzione di appartenenza.

Infine, i costi di realizzazione delle riviste sono pesanti e, dal punto di vista grafico, la maggior parte delle riviste è un po' desueta (escluse quelle italiane, la rivista inglese ed olandese). Il linguaggio utilizzato è spesso molto autoreferenziale; si utilizza per lo più il cosiddetto "burocratese".

4. Conclusioni

Dalle considerazioni esposte, risulta che la maggioranza delle riviste militari e di polizia europee sono organi di comunicazione interna. Solo poco più della metà svolgono la doppia funzione di comunicazione interna ed esterna. Sicuramente sono in tal senso le riviste italiane, che hanno più il taglio di riviste e che si distinguono per il loro aspetto grafico e la qualità delle immagini.

50

Dal punto di vista tecnologico, non sempre sono al passo con i tempi, da una parte per la macchinosità del sistema e per l'esistenza di una certa burocrazia e dall'altra parte perché la versione cartacea conserva ancora il suo fascino. Indiscutibile è anche l'utilità di poterla portare ovunque soprattutto a casa tra i propri cari. Ciò costituisce un modo indiretto di parlare di sé attraverso la propria Istituzione di appartenenza.

Allo stato attuale, abbiamo visto come esistano tante riviste di informazione, una per ogni Corpo o Forza esistente, sia in Italia sia a livello europeo. Non esiste un unico notiziario delle Forze Armate e dei Corpi militari in grado di veicolare verso l'esterno informazioni complete, serie ed esaustive sull'operato del personale con le stelletto. Se ragioniamo da un punto di vista di ottimizzazione dei costi, la naturale conseguenza dovrebbe essere quella di creare un'unica rivista al posto di tante; se, invece, ragioniamo considerando la storia e l'identità di ciascuna Forza, non è facile fare un simile passo.

L'introduzione di un'unica rivista comporterebbe sicuramente un'ottimizzazione delle risorse e dei costi, ma non si può improvvisamente cancellare con un tratto di penna tutte le riviste esistenti e far finta che esse non siano esistite. Sarebbe come voler cancellare le tradizioni secolari di ciascuna delle riviste di Forze Armate e di Corpi militari. Ciò significherebbe che ciascuna dovrebbe in un certo senso rinunciare alla propria identità. Per fare un paragone, sarebbe come dire che la lingua ufficiale è l'italiano, per cui dovrebbero sparire i dialetti; ma dove andrebbe a finire l'identità di ogni regione? Certamente non bisogna dimenticare l'unitarietà di ogni nazione, ma non si possono trascurare le diversità. Nessuno è pronto a un simile passo, perché, in un certo senso, è come mettere da parte la propria identità e la propria storia. Chi è abbonato a tali riviste, lo è più per un valore affettivo al Corpo e alla storia di questi periodici che per il loro valore informativo. Ciascuna rivista rappresenta un patrimonio di valore culturale e costituisce la sicura testimonianza del contributo fornito dal proprio Corpo o Forza al processo di crescita sociale, economica, politica e democratica del Paese. Non è pura retorica, ma storia.

Prendendo in considerazione entrambe le tesi, si potrebbe raggiungere un compromesso, se ogni testata riuscisse innanzitutto a migliorare le criticità evidenziate e a trovare delle modalità con cui finanziare le proprie pubblicazioni (molte lo stanno già facendo), senza più fare ricorso a fondi

pubblici o, perlomeno, ricorrendovi solo per una piccola parte. Risulta infatti che, attraverso diverse modalità, tra cui le fondazioni senza scopo di lucro, diverse riviste sono pagate dai propri lettori, anche se i canoni di abbonamento non sempre riescono a coprire tutti i costi. L'auspicio è che queste riviste riescano a migliorarsi seguendo i criteri di economicità, efficacia e trasparenza.

Bibliografia essenziale

E. ZUANELLI, *Manuale di linguaggio comunicazione e applicazioni digitali*, Roma, Editore Colombo, 2006

E. ZUANELLI (a cura di), *Manuale di comunicazione istituzionale. Teorie e applicazioni per aziende e amministrazioni pubbliche*, Roma, Editore Colombo, 2003²

A. BUTTICÈ, *Forze dell'Ordine e Comunicazione. Polizia di Stato, Carabinieri, Guardia di finanza: opinione pubblica e mass-media*, Roma, Bariletti, 1990

