



**SAPIENZA**  
UNIVERSITÀ DI ROMA

**Facoltà di Scienze Politiche, Sociologia e Comunicazione**

**Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale**

**Dottorato in**

**Comunicazione, Ricerca Sociale e Marketing**

**Curriculum in Scienze della Comunicazione**

**XXXIV Ciclo**

**I media tradizionali come veicolo di trasmissione  
culturale**

*L'Italia e la sua influenza sui contenuti e sui format della televisione  
albanese*

**Dottorando**

Eduard Kola

**Relatrice**

Micaela Gavrila

A.A. 2018-2021

## Indice

<b>Introduzione</b>	p. 5
<b>Parte I</b>	
<b>Capitolo I</b>	
<b>Società, cultura e media: il caso della Repubblica Albanese</b>	
1.1 Evoluzione del concetto di cultura	p. 14
1.2 Cultura come conoscenza e potere	p. 24
1.2.1 Cultura e rappresentazioni sociali	p. 29
1.2.2 L'influenza della comunicazione nella costruzione della realtà sociale	p. 31
1.3 Controllo sociale, cultura e media: il caso albanese	p. 35
1.3.1 Definizioni di controllo sociale	p. 35
1.3.2 Mass media e pubblicità	p. 38
1.3.3 Cultura e controllo sociale	p. 41
1.3.4 Potere politico e controllo dei media albanesi	p. 43
1.4 I media come veicolo della costruzione dell'opinione pubblica dal comunismo alla democrazia	p. 61
1.4.1 Sviluppo del concetto di opinione pubblica	p. 61
1.4.2 L'opinione pubblica. Definizioni e teorie	p. 65
1.4.3 Il caso albanese: dal comunismo alla democrazia	p. 68
<b>Parte II</b>	
<b>Capitolo II</b>	
<b>Italia e Albania: un'analisi comparativa storica, politico-economica e culturale</b>	
2.1 Premessa	p. 82
2.2 Dall'indipendenza albanese all'occupazione italiana	p. 83
2.3 Il modello fascista in Albania tra acculturazione politico-culturale e resistenza	p. 87
2.4 La costruzione del comunismo in Albania: repressione interna e isolamento internazionale	p. 92

2.5 La nascita della democrazia e il “modello italiano”: emigrazione e influenza politico-culturale	p. 99
2.5.1 Dal crollo della dittatura alla nascita del pluralismo politico, e la crisi finanziaria	p. 99
2.6 L’impegno italiano in Albania durante il periodo di transizione	p. 106
2.6.1 L’operazione Pellicano e la missione ALBA	p. 111
2.7 Rapporti Italia – Albania: un’indagine comparativa sui rapporti politico-economici dai primi anni ‘90 ad oggi	p. 117
2.8 Le coproduzioni cinematografiche italo-albanesi	p. 133

### **Capitolo III**

#### **Italia-Albania, due Paesi, forti similitudini medialì: un percorso di indagine sui media**

3.1. La ricerca sociale: il dominio qualitativo	p. 141
3.2 Disegno e obiettivo cognitivo della ricerca	p. 149
3.3 Unità di analisi, ambito spazio-temporale e campionamenti	p. 150
3.4 La programmazione televisiva: la costruzione della scheda dell’analisi del contenuto e le interviste in profondità ai testimoni privilegiati	p. 154

### **Parte III**

#### **Capitolo IV**

#### **Nascita e sviluppo dei contenuti radiofonici e televisivi albanesi alla luce della ricerca tra dipendenza culturale e tentativi di emancipazione**

4.1 Premessa	p. 159
4.2 L’Italia nei palinsesti nelle prime età della radio e della televisione albanese	p. 160
4.3 La forma embrionale della televisione albanese: i primi programmi trasmessi	p. 169
4.4 Definizione dei format e dei generi televisivi	p. 172
4.5 L’impatto del comunismo sui programmi televisivi	p. 187
4.6 I format televisivi nel periodo del Post-comunismo, la nascita della pluralità televisiva e l’inizio del contagio dei format	p. 203
4.7 Mappatura e analisi del “contagio”: un focus tra Italia e Albania	p. 222
4.8 I principali risultati dell’analisi dei format televisivi	p. 246

4.9 Un breve identikit dei pubblici della televisione albanese	p. 257
4.9.1 I principali risultati	p. 259

## **Capitolo V**

### **Le interviste in profondità agli *Opinion Leader*: elaborazione dati e presentazione dei risultati attraverso un'analisi qualitativa**

5.1 Corpus delle interviste in profondità	p. 268
5.2 Analisi dei dati raccolti e principali risultati	p. 271
5.2.1 Dalla riproduzione illegale dei contenuti ai primi format televisivi	p. 272
5.2.2 L'adattamento dei format al contesto culturale albanese	p. 279
5.2.3 I macro-temi e le preferenze del pubblico: di cosa parla la televisione albanese	p. 282
5.2.4 I rapporti di influenza tra politica, proprietà editoriale e giornalisti	p. 287
5.2.5 L'impatto dell'Italia sulla formazione giornalistica e sull'offerta televisiva albanese	p. 290
5.3 Analisi delle co-occorrenze presenti nelle interviste e interpretazione semiotica dei risultati	p. 294

<b>Conclusioni</b>	p. 296
--------------------	--------

<b>Appendice</b>	p. 303
------------------	--------

<b>Indice tabelle</b>	p. 482
-----------------------	--------

<b>Indice grafici</b>	p. 483
-----------------------	--------

<b>Indice immagini</b>	p. 486
------------------------	--------

<b>Bibliografia</b>	p. 497
---------------------	--------

## Introduzione

Nel corso dei secoli abbiamo assistito ad una continua evoluzione dei mezzi di comunicazione - seppur con modalità e gradi differenti – che hanno portato a grandi cambiamenti su una duplice dimensione, quella della società e quella degli individui: ogni mezzo di comunicazione possiede caratteristiche specifiche con un determinato raggio d'azione che portano a cambiamenti significativi sia a livello endogeno che esogeno.

Ragionando in termini di comunicazione, nei secoli passati il cambiamento più considerevole per l'umanità è stato il passaggio dalla cultura orale a quella scritta, definita da Walter Ong come “tecnologia”. Lo studioso statunitense sottolinea l'artificialità della scrittura rispetto al linguaggio orale basando la propria argomentazione sul presupposto che il discorso scritto non possa esistere senza il discorso orale, il tutto all'interno di un'idea più ampia destinata a mostrare come le tecnologie, soprattutto quelle legate alla parola, non siano dei semplici aiuti esterni, ma comportino una vera e propria ristrutturazione delle disposizioni mentali dell'essere umano<sup>1</sup>. Il tema è stato ulteriormente approfondito da Eric A. Havelock che «sviluppa gli argomenti di Ong nell'ambito della cultura greca arcaica, dedicandosi con attenzione alla critica platonica della scrittura e ai cambiamenti che questa ha comportato nel mondo greco»<sup>2</sup>. Una dimostrazione in tal senso si ritrova nel *Fedro*, il quale «andava citato per ricordarci come ogni modificazione degli strumenti culturali, dell'umanità, si presenti come una profonda messa in crisi del “modello culturale”<sup>3</sup>» precedente, e non manifesti la sua reale portata se non si considera che i nuovi strumenti agiranno nel contesto di una umanità profondamente modificata, sia dalle cause che hanno provocato l'apparire di quegli strumenti, sia dall'uso che viene fatto degli strumenti stessi.

Con la

nascita dell'uomo tipografico di Gutenberg, lo studioso canadese McLuhan si occupa della nascita del libro stampato e del tipo di uomo generato da questo cambiamento [...] vuole mettere in evidenza come queste invenzioni, e le

---

<sup>1</sup> W. J. Ong, *Oralità e scrittura. Le tecnologie della parola*, trad. it. di A. Calanchi, Il Mulino, Bologna, 1986.

<sup>2</sup> E. Havelock, *Cultura orale e civiltà della scrittura da Omero a Platone*, trad. it. di M. Carpitella, Laterza, Roma-Bari, 1973.

<sup>3</sup> U. Eco, *Apocalittici e integrati. Comunicazione di massa e teorie della cultura di massa* Giunti Editore, Firenze, 2017, p. 30.

tecnologie in generale, non siano dei semplici strumenti che gli uomini utilizzano ma degli strumenti capaci di reinventare la coscienza delle persone<sup>4</sup>

contribuendo, così, alla nascita «dell'industria culturale<sup>5</sup>», come viene definita da Umberto Eco. Come sottolineato da D. McQuail's, inoltre, «la cultura non può essere definita solo in termini di testi, ma si riferisce anche a modelli di vita e di pensiero, e potenzialmente a tutta l'attività umana<sup>6</sup>».

Gli studi di McLuhan sono stati ripresi dalla storica statunitense Elizabeth Eisenstein per essere approfonditi al fine di ricostruire le conseguenze storiche che la stampa ha avuto, fin dalla sua nascita, in tutta Europa. La stampa, come

tecnologia della comunicazione, cerca di sfruttare ancora di più lo spazio visivo. [...] Poiché la superficie visiva aveva assunto un significato impostole dall'esterno, e poiché la stampa controllava non solo la scelta delle parole in un testo, ma anche la loro esatta posizione sulla pagina e il rapporto spaziale reciproco, lo spazio, su un foglio stampato assunse una significanza profonda<sup>7</sup>,

«più di quanto non ci sia riuscita la semplice scrittura<sup>8</sup>». È bene sottolineare, inoltre, come «gli effetti dell'invenzione della stampa abbiano avuto un'importanza storica determinante nello sviluppo di alcuni fenomeni storici fondamentali come il Rinascimento, la Riforma protestante e la Controriforma cattolica<sup>9</sup>». Di conseguenza, questi cambiamenti del supporto prima rappresentato dal codice hanno assunto uno specifico significato e hanno implicato, nel corso degli anni, la creazione di nuove forme di azione e di «interazioni sociali<sup>10</sup>»,

---

<sup>4</sup> M. McLuhan, *La Galassia Gutenberg. Nascita dell'uomo tipografico*, trad. it. di S. Rizzo, Armando Editore, 1999.

<sup>5</sup> U. Eco, *Apocalittici e integrati...op. cit.* p. 6.

<sup>6</sup> D. McQuail's, *Mass Communication Theory*, first edition published 1983, SAGE London, p. 151.

<sup>7</sup> W. J. Ong, *op. cit.* p. 182.

<sup>8</sup> Cfr. U. Eco, *I limiti dell'interpretazione*, La nave di Teseo, Milano, 2016. Si veda anche U. Eco, *Opera aperta. Forma e indeterminazione nelle poetiche contemporanee*, Bompiani editore, Milano, 2018.

<sup>9</sup> Eisenstein, nel suo libro, mostra dettagliatamente come la stampa abbia permesso al Rinascimento italiano di diventare un fenomeno europeo e permanente, come abbia fornito i mezzi per la diffusione della Riforma protestante di Lutero e abbia contribuito a riordinare la pratica religiosa cattolica della Controriforma in risposta alla Riforma; come abbia contribuito allo sviluppo della mentalità capitalista e abbia dato uno stimolo all'esplorazione del mondo da parte dell'Europa occidentale; come abbia cambiato la vita familiare e politica a seguito della diffusione sempre più massiccia dell'alfabetismo ecc. Per ulteriori approfondimenti si veda E. Eisenstein, *Le rivoluzioni del libro. L'invenzione della stampa e la nascita dell'età moderna*, a cura di G. Arganese, il Mulino, Bologna, 1995.

<sup>10</sup> J.B. Thompson, *Mezzi di comunicazione e modernità. Una teoria sociale dei media*, trad. it. di P. Palmiello, il Mulino editore, Bologna, 1998.

allargando così la platea di pubblico che poteva usufruire dei contenuti come fossero una specie di “prodotto industriale<sup>11</sup>”.

Il potere e l’influenza che questi mezzi hanno prodotto è notevole, soprattutto nel settore della politica e in quello ecclesiastico, spesso favorendo una classe privilegiata a discapito di un’altra, ma è rilevante notare anche il potere intrinseco di un mezzo che è stato in grado di permettere la circolazione delle informazioni in vaste aree, dimostrando la «forza di creare nuove forme di conoscenza<sup>12</sup>» per le masse, aspetto ancora più evidente con la nascita, nel ventesimo secolo, dei nuovi «strumenti audiovisivi<sup>13</sup> » e dei «media digitali<sup>14</sup>».

L’interazione tra i mass media tradizionali e il pubblico è stato oggetto di diversi studi interdisciplinari, che vanno dal piano comunicativo a quello sociologico, semiotico, linguistico, psicologico, politologico e culturale, producendo così sull’argomento grande interesse e attenzione da parte del mondo scientifico. Tutte queste discipline vengono inglobate nei primi studi effettuati nel ventesimo secolo con l’intenzione di capire quali fossero l’impatto e gli effetti della radio e del cinema degli Stati Uniti sul pubblico. In letteratura questi studi vengono riconosciuti come “*Communication Research*”<sup>15</sup>.

Tra i primi studiosi ad aver offerto un contributo prezioso in materia vanno citati Walter Lippmann e Harold Lasswell: avendo vissuto personalmente la Prima Guerra Mondiale e l’avvento in Europa dei regimi autoritari e totalitari, capirono prima di altri il

---

<sup>11</sup> «La prima catena di montaggio – una tecnica che, con vari passaggi stabiliti, produce oggetti complessi identici, fatti di parti sostituibili – non fabbricò fornelli, scarpe o armi, ma un libro stampato. Alla fine del XVIII secolo, la rivoluzione industriale applicò ad altri tipi di manifattura quelle tecniche che gli stampatori usavano già da trecento anni. Nonostante le pretese di molti semiologi strutturalisti, fu la stampa, e non la scrittura, a materializzare effettivamente la parola e, con essa, l’attività noetica», in W. J. Ong, *op. cit.* pp. 170-171. Cfr. U. Eco, *Lector in fabula. La cooperazione interpretativa nei testi narrativi*, La nave di Teseo, Milano, 2020. Cfr. W. Griswold, *Sociologia della cultura*, trad. ed edizione italiana a cura di M. Santoro, Il Mulino, Bologna, 2005.

<sup>12</sup> In una lettura costruttivista, ovvero, nel dare risposta a certi aspetti del mondo in cui pensiamo di vivere, la conoscenza dell’essere umano consiste nel dare «un’interpretazione del mondo attraverso ciò che conosciamo, viene visto in generale come il risultato della nostra esplorazione e comprensione del mondo reale [...] una costruzione di coloro che credevano di averla scoperta e analizzata. In altre a parole, ciò che viene ipoteticamente scoperto è un’invenzione, in cui l’inventore è inconsapevole del proprio inventare e considera la realtà come qualcosa che esiste indipendentemente da sé, l’invenzione diventa quindi la base della propria visione del mondo e delle proprie azioni», in P. Watzlawick, *La realtà inventata. Contributi al costruttivismo*, Feltrinelli editore, Milano, 2018, p. 9.

<sup>13</sup> U. Eco, *Apocalittici e integrati... op. cit.* 2017. Cfr. U. Eco, *Estetica e teoria dell’informazione*, Bompiani Editore, Milano, 1972. Si veda anche U. Eco, *Opera aperta. Forma...op. cit.*

<sup>14</sup> P. Levy, *L’intelligenza collettiva. Per un’antropologia del cyberspazio*, trad. it. di D. Feroldi e M. Colò, Feltrinelli Editore, Milano, 2002, pp. 205-217. Cfr. E. Menduni, *I media digitali. Tecnologie, linguaggi, usi sociali*, editori Laterza, Bari-Roma, 2007. Cfr. G. Balbi, P. Magaùda, *Media digitali. La storia, i contesti sociali, le narrazioni*, editori Laterza, Bari-Roma, 2021.

<sup>15</sup> Cfr. H. Jeřábek, *Paul Lazarsfeld and the Origins of Communications Research*, Routledge, New York, 2017.

potere dei media basato su «persuasione e propaganda<sup>16</sup>», spianando così la strada a tante altre ricerche che seguirono negli anni successivi. Il libro di Lippmann *L'Opinione Pubblica* in poco tempo divenne un classico degli studi sulla comunicazione parlando delle informazioni e delle immagini che i mezzi di comunicazione trasmettono creando un “ambiente invisibile” o “pseudo ambiente” nel quale l’uomo agisce con il mondo esterno, avvalendosi di “stereotipi”, “simboli”, “immagini”, “finzioni”<sup>17</sup>. In questa fase storica i media vengono considerati come onnipotenti,

in grado di inoculare sotto la pelle delle persone qualsiasi tipo di messaggio desiderato, da qui nasce la teoria di Lasswell “dell’ago ipodermico” o “proiettile magico”. Questa teoria oggi sarebbe considerata apocalittica, tuttavia all’epoca, l’uso massiccio dei mezzi come la radio, la stampa e il cinema aveva il fine di manipolare le masse che venivano viste come “il bersaglio” delle due metafore dell’autore<sup>18</sup>.

Negli anni successivi le ricerche sulla comunicazione<sup>19</sup> sono aumentate con una visione meno catastrofica rispetto a quella laswelliana, soffermandosi principalmente sugli effetti dei *mass media*; tra queste vanno ricordate quelle di Lazarsfeld, Berenson, Katz, Hovland, Blumer, Klapper e la teoria critica della scuola di Francoforte nel periodo che precede e segue la Seconda Guerra Mondiale.

«Gli scienziati sociali [...] sono parte del sistema che intendono studiare e la loro relazione con gli oggetti di studio non è quindi distaccata osservazione, ma piuttosto una reciproca influenza [...] al servizio degli interessi dominanti della società<sup>20</sup>». Questi studi prendevano in considerazione e analizzavano i diversi ambiti e le fasi della comunicazione,

---

<sup>16</sup> «All'inizio della Grande Guerra, ci si rese subito conto che la risposta per convincere le popolazioni a fare sacrifici significativi e dedicarsi con vigore allo sforzo bellico era quello di diffondere efficaci messaggi motivazionali. Ciò richiedeva l'uso controllato di ogni mezzo disponibile per trasmettere messaggi continuamente a un vasto pubblico. Tali messaggi dovevano essere progettati per mostrare la natura viziosa e brutale del nemico e le caratteristiche pure e nobili della propria parte [...] Messaggi di propaganda accuratamente progettati hanno inghiottito la nazione in notizie, immagini, film, dischi fonografici, discorsi, libri, sermoni, manifesti, segnali wireless, voci, cartelloni pubblicitari e volantini. I responsabili politici di alto livello hanno deciso che la posta in gioco era così alta e i fini così importanti da giustificare quasi tutti i mezzi. I cittadini dovevano odiare il nemico, amare il loro paese e massimizzare il loro impegno nello sforzo bellico. Non si poteva fare affidamento esclusivamente su di loro. I mass media allora disponibili divennero i principali strumenti di persuasione. Era un periodo di pubblica innocenza riguardo alla natura della propaganda. Anche la parola era virtualmente sconosciuta alla maggior parte delle persone. Di conseguenza, questi sforzi non sono stati oggetto di sospetti pubblici, e hanno avuto un enorme successo come costruzioni della realtà generate dai media» in M.L. DeFleur, *Mass Communication Theory. Explaining Origins, Processes, and Effects*, Published by Routledge, USA, 2016, p. 138.

<sup>17</sup> W. Lippmann, *L'opinione pubblica*, prefazione di N. Tranfaglia, Donzelli editore, Roma 2018.

<sup>18</sup> Per approfondimenti si veda L. Paccagnella, *Sociologia della comunicazione*, Il Mulino, Bologna, 2004, pp. 100-101.

<sup>19</sup> Alcune di queste teorie saranno riprese nei contributi di questo lavoro nei capitoli successivi.

<sup>20</sup> L. Paccagnella, *op. cit.*, p. 115.



come l'emittente, il ruolo e la funzione del mezzo utilizzato, del contenuto trasmesso, i gusti del pubblico e il contesto sociale che li determina, a partire dalle condizioni politico-economiche, culturali e sociali. Tutto questo viene visto come un insieme di fattori che influenzano tutte le fasi della comunicazione di massa, e vanno studiati nella loro complessità per poterli comprendere in quanto «merci culturali<sup>21</sup>».

Con la nascita alla televisione, *mass medium* per eccellenza, gli studi si moltiplicano rapidamente.

Con l'avvento della televisione, la natura della comunicazione è cambiata. Come hanno sostenuto Marshall McLuhan (1964) e altri, la natura dei media elettronici ha un particolare pregiudizio che enfatizza alcune caratteristiche della comunicazione rispetto ad altre. McLuhan afferma con enfasi che vedere il mondo attraverso la televisione è significativamente diverso dal vederlo attraverso la stampa. Nel concludere che "il mezzo è il messaggio", McLuhan sta dicendo che il mezzo stesso effettua il cambiamento, e il messaggio non è il contenuto che viene trasmesso, ma ciò che il mezzo fa al messaggio. Indipendentemente dal fatto che si prenda o meno quanto detto da McLuhan letteralmente, la conclusione inevitabile è che la comunicazione realizzata attraverso la televisione è significativamente diversa da quella realizzata attraverso altri media<sup>22</sup>.

Altri importanti studi sugli effetti della comunicazione che passa attraverso la televisione sono quelli svolti da Gerbner, Alberoni e Noelle-Neumann. In Inghilterra, inoltre, si sviluppano i cosiddetti *Cultural Studies*, per i quali

la cultura non è vista però come un patrimonio fisso e immutabile, sviluppato da intellettuali e scienziati, ma come un insieme di processi socialmente e storicamente situati, attraverso i quali le persone comuni attribuiscono un senso alla realtà. La cultura così intesa prende forma nelle pratiche quotidiane di ognuno di noi e le pratiche esprimono i significati e i valori condivisi. Oggi i mass media giocano un ruolo importante nella costruzione della cultura popolare ed è alla luce di questa importanza che i Cultural Studies possono essere annoverati tra le più grandi tradizioni di ricerca sulla comunicazione di massa<sup>23</sup>.

Tra i più importanti studiosi del *Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS)* presso l'Università di Birmingham, va ricordato il sociologo Stuart Hall, autore che si è dedicato in maniera specifica allo studio dei rapporti tra i vari *media* e tra linguaggio e cultura, con particolare riferimento alle azioni di "decodifica" del messaggio da parte dei

---

<sup>21</sup> U. Eco, *Il superuomo di massa. Retorica e ideologia nel romanzo popolare*, Bompiani editore, Milano, 2015.

<sup>22</sup> D.L. Altheide, R.P. Snow, *Media Logic*, Sage Library of Social Research, Volume 89, USA, 1979, p. 35. Cfr. M. McLuhan, *Gli strumenti del comunicare*, trad. it. di E. Capriolo, Garzanti, Milano, 1986.

<sup>23</sup> L. Paccagnella, *op. cit.*, p. 118.

destinatari. Secondo lo studioso, il sistema mediale assolve principalmente a tre funzioni ideologiche:

- a) Offerta e costruzione selettiva della conoscenza sociale;
- b) Visibilità di un'apparente pluralità delle situazioni della vita sociale;
- c) Organizzazione e direzione di tutto ciò che essi tengono insieme

In breve, i media vengono visti come in grado di provvedere al mantenimento dell'ordine sociale egemonico. La conseguenza di tale ruolo comporta la codifica, tramite un codice egemonico dei prodotti dei media, di una lettera "preferita", che sostiene le condizioni sociali esistenti. Hall distingue tra due tipi di codici: quello egemonico e quello professionale. Il *codice egemonico* è tale perché riproduce l'intero universo dei significati che una società esprime, perché non necessita di nessuna legittimazione, perché, in breve, rappresenta il punto di vista dominante, cioè che è naturale e scontato per tutti. Il *codice professionale* accentua i caratteri della professionalità, mantenendo sullo sfondo il codice dominante condiviso da tutti<sup>24</sup>.

Queste argomentazioni portano il sociologo a sviluppare un modello specifico, quello definito di *encoding/decoding*, applicabile ai *mass media*. Qualsiasi prodotto mediale, dunque, è il risultato di una fase di messa in codice (*encoding*) che pone in essere le intenzioni dell'emittente, e di una fase di decodifica (*decoding*) che porta il prodotto mediale ad essere letto e interpretato secondo tre modalità differenti: "preferita" o "egemonica", "negoziata" e di "opposizione"<sup>25</sup>.

Nel contesto di multidisciplinarietà inaugurato dai *Cultural Studies* si fa spazio anche un nuovo modo di concepire il ruolo del pubblico, non più formato da fruitori passivi, ma da individui attivamente coinvolti. L'esperienza culturale, in questi termini, è collettiva e condivisa, e procede in direzione di una forma di pervasività che rende tutti costantemente pubblico di qualcosa, un parallelismo più che pertinente con quanto avviene nel mondo contemporaneo.

Quella fornita fino ad ora è una panoramica breve e non esaustiva sulle principali teorie della comunicazione di massa, ancora in evoluzione. Altri studi non menzionati in questo paragrafo introduttivo saranno però approfonditi nel corso del lavoro di ricerca, organizzato come descritto di seguito.

Nel primo capitolo di questo lavoro di ricerca si è proceduto con la definizione del concetto di cultura, con l'intento di spiegare come essa si colloca all'interno della società attraverso i mezzi di comunicazione e mediante le rappresentazioni sociali. Questo

---

<sup>24</sup> S. Bentivegna, *Teorie della comunicazione di massa*, Editori Laterza, Bari-Roma, 2003, p. 91. Cfr S. Bentivegna, G.B. Artieri, *Le teorie della comunicazione di massa e la sfida digitale*, Editori Laterza, Bari-Roma, 2019.

<sup>25</sup> Cfr. L. Paccagnella, *op. cit.*; S. Bentivegna, *op. cit.*; D. McQuail's, *op. cit.*

approfondimento è stato realizzato analizzando le molteplici interazioni realizzate da ogni *medium*, con particolare attenzione ai contesti di divulgazione, nei quali hanno luogo la formazione delle idee e gli indirizzi di pensiero che estendono i luoghi di socializzazione dell'individuo.

Nel regno della cultura, i mass media sono per la maggior parte delle persone il principale canale di rappresentazione culturale ed espressione, e la fonte primaria di immagini della realtà sociale e dei materiali per la formazione e il mantenimento dell'identità sociale<sup>26</sup>.

Gli elementi comunicativi vengono influenzati anche da altri processi sociali, per questo per arrivare a scoprire come si condizionano a vicenda è necessario studiarli tutti in dettaglio, comprenderne la funzione e il conseguente impatto sul pubblico.

Nella seconda parte del primo capitolo si è cercato di analizzare il meccanismo di controllo sociale e la costruzione dell'opinione pubblica all'interno del sistema mass mediale albanese, allo scopo di ricostruire il "grado di libertà"<sup>27</sup> presente e le sue successive variazioni, nel periodo compreso tra l'occupazione fascista e la contemporaneità. Questa analisi, in particolare, ha permesso di mettere in risalto tutte le sfumature del passaggio da un sistema di censura totale a quello di una libertà parziale che ha preso la «forma di organizzazione del clientelismo politico<sup>28</sup>». Tale percorso storico, inoltre, rappresenta la base teorica dalla quale far emergere il legame che il potere politico ha esercitato sui mezzi di comunicazione, contribuendo alla formazione di uno specifico pubblico albanese. È stato anche il punto di partenza per uno studio approfondito sul ruolo assunto dalla televisione italiana in Albania nel periodo di riferimento.

Nel secondo capitolo si è cercato di restituire un panorama generale dei rapporti tra Italia e Albania a partire dagli anni '20 per arrivare fino ad oggi. «Poiché le comunicazioni

---

<sup>26</sup> D. McQuail's, *op. cit.* p. 16.

<sup>27</sup> Per grado di libertà si intende un sistema mediatico indipendente dal sistema politico o da chi detiene il potere. «Opportunità di esprimere le proprie idee, credenze e punti di vista del mondo [...] un sistema che opera in assenza di censura, o altre forme di controllo da parte del governo, quindi in cui esiste un diritto di pubblicare e diffondere notizie e opinioni, e di non pubblicare ciò che non si desidera o che ti viene imposto con l'obbligo» in D.C. Hallin, P. Mancini, *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics*, Published in the United States of America by Cambridge University Press, 2004, pp. 254-255.

<sup>28</sup> Il clientelismo è una forma contrastante del sistema mediatico liberale, «[...]si riferisce a un modello di organizzazione sociale in cui l'accesso alle risorse è controllato dalle élite di potere e distribuito in base a varie forme di sostegno [...]. Il clientelismo tende ad essere associato alla strumentalizzazione di entrambi i media, pubblici e privati. [...]. Il clientelismo è anche associato a bassi livelli di professionalizzazione del giornalismo», per approfondimenti si veda D.C. Hallin, P. Mancini, *op. cit.*: Cfr. Rr. Zguri, D. Pavli, *Raportimi i reformës në drejtësi nga mediat shqiptare: mes interest public dhe klientelizmit politik*, Instituti Shqiptar I Medias, Tiranë, 2018.

di massa sono fondamentalmente un fenomeno collettivo, il loro significato può essere valutato solo in termini di un modello della società e non ricorrendo a un modello dell'azione sociale unitaria<sup>29</sup>»: dal momento che l'Italia è stata sempre presente, direttamente o indirettamente, nel contesto sociale e culturale albanese, si è scelto di analizzare anche gli aspetti che differiscono tra loro ma che appaiono comunque legati da fenomeni comunicativi. Ovviamente, data la vastità degli elementi da tenere in considerazione, si è scelto di riferirsi solo a quelli più rilevanti, ovvero ai rapporti politico-economici che si sono venuti a creare a partire dai primi anni del Novecento, analizzati sotto un profilo storico, e supportati dai dati sociodemografici presenti sull'INSTAT albanese (per il periodo 1990-2020): si partirà dunque dalla stipulazione di diversi accordi economici nei primi anni '20, per poi proseguire con l'occupazione fascista del '39-'43, l'emigrazione di massa verso l'Italia e il contributo offerto da quest'ultima tra la fase transitoria e quella della nascita della democrazia.

Nel terzo capitolo viene descritto l'impianto metodologico, a partire dalle fasi di costruzione del disegno della ricerca fino ad arrivare alle unità di analisi, all'ambito spazio-tempo e ai tipi di campionamento svolti in Albania. Inoltre, vengono spiegate le tecniche di analisi del materiale raccolto presso i canali televisivi prescelti, con particolare riferimento all'analisi del contenuto del terzo tipo e delle occorrenze.

Nel quarto capitolo si è proceduto con un'analisi dei mezzi di comunicazione durante il periodo fascista, con particolare riferimento alla radio, al cinema e alla carta stampata, per poi passare alla fase successiva coincidente con la nascita della televisione, con lo scopo di scoprire «gli effetti significativi sulla vita sociale<sup>30</sup>». L'approfondimento sulla televisione è corredato da un esame delle varie fasi di sviluppo, a partire dal monopolio assoluto fino ad arrivare a quello pluralistico, o, come viene chiamato metaforicamente da Karol Jakubowicz, quello dell'«ontogenesi<sup>31</sup>».

---

<sup>29</sup> M. Wolf, *Teorie delle comunicazioni di massa*, Bompiani editore, Milano, 2001, p. 103.

<sup>30</sup> «La stampa, la radio e la televisione hanno avuto un forte impatto nella nostra vita quotidiana dal punto di vista del “quadro generale”, soprattutto nell'epoca moderna, aumentando così lo stock delle nostre conoscenze attraverso i contenuti trasmessi (come notizie, intrattenimento, politica, sport e religione). Tutto questo ci viene presentato sotto forma di cultura mediale». Per altri approfondimenti si veda D.L. Altheide, R.P. Snow, *Media Logic*, *op. cit.*

<sup>31</sup> «Il concetto di ontogenesi in biologia dello sviluppo coglie “lo sviluppo individuale di un essere vivente, tutta la sequenza delle sue trasformazioni”. In altre parole, significa che ogni esemplare della specie ripete nel corso del proprio sviluppo tutte le fasi di evoluzione che tutte le specie hanno attraversato nel processo della loro filogenesi. [...] abbiamo usato la metafora dell'ontogenesi per descrivere un aspetto chiave dello sviluppo dei media nei Paesi post-comunisti. Questo processo comprende anche la replica del più ampio processo di cambiamento del sistema dei media in Europa e altrove negli ex Paesi comunisti dove il sistema dei media è stato in gran parte congelato per diversi decenni in una forma necessaria al sistema politico per i propri scopi di comando e controllo. Kopper (2000) elenca le seguenti “sfere di cambiamento” nei media europei: cambiamento tecnologico e convergenza; progressiva fusione tra le sfere del pubblico e del privato e tra quelle

Partendo da un'introduzione storica, si procede poi con il campionamento dei contenuti televisivi trasmessi dall'unico canale a disposizione, al fine di descrivere il palinsesto e di conseguenza dedurre la composizione dei gusti del pubblico; infine, si è proceduto a individuare e mappare la presenza di contenuti di matrice italiana.

Nel quinto capitolo vengono trattate l'analisi, l'esposizione e l'interpretazione dei risultati principali e dei dati qualitativi raccolti in Albania. Tra questi, una particolare importanza è stata affidata alle 18 interviste a *Opinion Leader* della televisione albanese raccolte per integrare le carenze informative riscontrate dopo l'analisi degli altri dati a disposizione.

---

dell'informazione e dello spettacolo; mercificazione; cambiamento delle strutture e delle funzioni dei media; economia e finanziamento; visualità, interattività, ecc.» K. Jakubowicz M. Sükösd, *Finding the Right Place on the Map. Central and Eastern European Media Change in a Global Perspective*, Intellect Books, The University of Chicago Press, USA, 2008, pp. 12 e 15.

Un'altra definizione di ontogenesi è quella fornita dall'enciclopedia online Treccani: «(dal gr. ὄν "ente" e γένεσις "generazione"; ted. Keimesentwicklung). - Termine introdotto da E. Haeckel (1866) per indicare lo sviluppo dell'individuo, che viene studiato da quella branca della biologia detta embriologia (v.). I processi vari e complessi, di accrescimento e differenziamento, che subisce l'organismo animale per raggiungere, dall'uovo, la forma dell'adulto, costituiscono la sua ontogenesi. Questa si contrappone alla filogenesi o allo sviluppo della specie. Ontogenesi e ontogenia si usano spesso come sinonimi, sebbene a quest'ultimo termine si voglia attribuire da molti un significato più ristretto, indicando con ontogenesi l'intero ciclo vitale di un individuo (v. biogenetica, legge; embriologia)». Definizione disponibile online presso l'URL <https://bit.ly/3f5t5ap> (ultimo accesso Dicembre 2021).

# Capitolo I

## Società, cultura e media: il caso della Repubblica Albanese

### 1.1 Evoluzione del concetto di cultura

Prima di addentrarsi nel vivo della ricerca, non ci si può esimere dal prendere in esame uno dei concetti cardine dell'evoluzione umana che per sua natura lega profondamente il singolo individuo al contesto sociale in cui è inserito, nonché ai mezzi di comunicazione con cui esso interagisce, ovverosia quello di "cultura".

In origine - e fino alla metà del XVIII secolo - il termine "cultura" si riferiva soprattutto al processo di istruzione e formazione dell'individuo ed è presente già nel pensiero antico: risalendo indietro nei secoli, nell'antica Grecia, per esempio, veniva utilizzato il termine *paideia*<sup>32</sup>, di matrice platonica, per intendere il complesso di comportamenti e conoscenze tipiche dell'uomo etico e politico di quegli anni. L'educazione maggiore proveniva dallo studio della filosofia e della lingua, materie che conferivano agli uomini la capacità di indagare la realtà, con il fine ultimo di ricercare all'interno di essa la verità nascoste delle cose. L'apprendimento, la conoscenza e i valori trasmessi ed interiorizzati, diventavano delle vere e proprie qualità personali dell'individuo naturalmente definito "colto".

Durante il periodo medievale, invece, la nozione di cultura assume un carattere prettamente religioso e il percorso formativo dell'uomo ha come scopo quello di prepararsi per la vita eterna ultraterrena, considerata all'epoca la vita reale. L'uomo medievale<sup>33</sup> vive in funzione della fine della vita terrena, alternando momenti di peccato e redenzione durante tutto il ciclo vitale: anche la filosofia in questi anni è assoggettata alla teologia, e in particolare alla fede cristiana. Durante il periodo dell'Umanesimo invece si assiste a un recupero del significato della nozione di cultura, come formazione personale dell'uomo, così come veniva considerata già nell'antica Grecia: la filosofia guadagna una certa indipendenza

---

<sup>32</sup> Termine greco, il cui significato originario equivaleva a 'educazione' e che assunse poi il valore di 'formazione umana', ossia della formazione spirituale dell'uomo greco. Per un approfondimento riguardo la genesi, lo svolgimento storico e l'essenza della Paideia vedi: W. Jaeger, *Paideia. La formazione dell'uomo greco*, trad. it. di Luigi Emery, Vol. 1, La Nuova Italia, 1967.

<sup>33</sup> Cfr. J. Le Goff, *Gli intellettuali nel medioevo*, trad. it. di C. Giardini, Mondadori, Milano, 2008.

dalla religione e l'educazione torna a essere la chiave per una buona sopravvivenza all'interno della comunità, grazie all'apprendimento delle regole vigenti al suo interno. Questa 'humanitas' definisce il ritorno dell'uomo a uno studio incentrato su di esso, su ciò che lo circonda e sull'affermazione del concetto di antropocentrismo.

Grazie al lavoro di filosofi e antropologi<sup>34</sup>, che negli anni si sono dedicati allo studio delle diverse popolazioni del mondo, è stato possibile delineare una definizione generale di cultura, tenendo in considerazione la naturale evoluzione che il concetto ha subito nel corso del tempo. A livello filosofico, con il termine 'cultura' si indica, da un lato, l'insieme delle cognizioni intellettuali acquisite attraverso lo studio, la lettura, l'esperienza, l'influenza dell'ambiente che, rielaborate in modo soggettivo e autonomo, diventano elemento costitutivo della personalità, contribuendo ad arricchire lo spirito, a sviluppare o migliorare le facoltà individuali, specialmente la capacità di giudizio; dall'altro, «l'insieme delle conoscenze, valori, simboli, concezioni, credenze, modelli di comportamento e attività materiali»<sup>35</sup>, che caratterizzano lo stile di vita di un gruppo sociale.

Tra le definizioni analizzate fino ad ora la scelta è ricaduta su quella che rappresenta l'unione perfetta delle molte precedentemente proposte dai vari ambiti disciplinari: con il termine 'cultura', quindi, si definisce quell'insieme di elementi che rappresentano la formazione intellettuale e morale dell'individuo, che permette di acquisire consapevolezza circa il ruolo che più gli compete nella società. In senso antropologico, la cultura risulta essere l'insieme delle manifestazioni della vita materiale, sociale e spirituale di un popolo o di un gruppo etnico, determinate da specifiche fasi evolutive, da diversi periodi storici e da peculiari condizioni ambientali.

Ciò che è evidente è la presenza netta, sia di una serie di elementi intellettuali e formativi per l'uomo, sia di elementi materiali e formali: la cultura, infatti, sembra essere il risultato del loro insieme.

Per poter comprendere, poi, i cambiamenti socioculturali che si sono susseguiti nelle popolazioni attraverso il globo durante i secoli, occorrerebbe soffermarsi a lungo sulle varie teorie sociologiche e meta-sociologiche circa l'evoluzione della società umana; ma tale processo risulterebbe lungo e scoraggiante a causa del vasto numero di materiale sull'argomento. Si potrebbe far capo alle teorie dei grandi pensatori come Rousseau, Comte e Marx, che, come molti altri, hanno tentato di suddividere il processo di evoluzione

---

<sup>34</sup> F. Dei, *Antropologia culturale*, Il Mulino, Bologna, 2016.

<sup>35</sup> Cfr. W. Griswold, *op. cit.*; J. Diamond, *Armi, acciaio e malattie. Breve storia del mondo negli ultimi tredicimila anni*, trad. it. di L. Civalleri, Einaudi, Torino, 2014.

dell'umanità secondo fasi ben scandite; è però nella ricerca sociologica di Tönnies che è possibile trovare la giusta sintesi delle più recenti teorie globali, che identificano con la nascita dei nuovi mezzi di comunicazione l'origine della società moderna. Nello specifico la peculiarità dell'autore è stata quella di individuare la netta distinzione tra i due macro-concetti di società e comunità, fino ad allora confusi erroneamente come un solo elemento.

Il sociologo tedesco, partendo dallo studio delle principali teorie sull'evoluzione delle società, tenta di superarle per offrire giudizi di valore sulle diverse tipologie di interazione sociale<sup>36</sup>: per comprendere la natura dei rapporti tra uomini, Tönnies utilizza il principio del dualismo sociologico per mettere in atto una macro-opposizione tra due realtà psicologiche. Più specificamente:

esso si fonda su di una distinzione psicologica fra la volontà organica (Wesenwille), istintiva ed effettiva, che esprime lo stato totale dell'individuo, il suo impegno attivo e spontaneo, e dall'altra parte la volontà riflessa (Kurwille) prodotta dal pensiero astratto e calcolatore, tesa verso la ricerca del potere, strumento dell'egoismo e dell'ambizione<sup>37</sup>.

A partire da queste due volontà, Tönnies elabora una teoria che insiste in modo particolare sull'evoluzione dei legami sociali e attua una distinzione tra *comunità* (*Gemeinschaft*), intesa come volontà organica fondata su legami naturali tra individui, e *società* (*Gesellschaft*), intesa come volontà riflessa di un insieme di soggetti.

Con la distinzione fatta dall'autore, la comunità organica equivale a quel tipo di comunità che si basa su legami di sangue fra individui della stessa famiglia: i rapporti principali risalgono dalle prime forme embrionali tra madre e figlio, tra moglie e marito, e tra fratelli, per poi estendersi ai rapporti con le popolazioni adiacenti e di amicizia. Tali rapporti hanno carattere intimo, di riconoscenza e condivisione di linguaggi, di significati e abitudini. Anche gli spazi e i ricordi fanno riferimento ad esperienze comuni degli stessi individui.

Diversamente, nulla di tutto ciò avviene nell'ambito della società (*Gesellschaft*): infatti questa rappresenta un insieme astratto, costituito da individui, legati tra loro da meri rapporti di interesse utilitaristico. Le interazioni sono regolate dalla ragione a discapito dei sentimenti e le leggi che regolano queste relazioni si fondano su principi matematici e

---

<sup>36</sup> A.T. Christopher, *Ferdinand Tönnies: Utopian Visionary*, American Sociological Association, vol. 13, no. 1, 1995, pp. 58-65.

<sup>37</sup> Op. cit. in J. Cazeneuve, *I poteri della televisione*, trad. ita di A. Marhaba, Armando editore, Roma 1980, p. 38.



commerciali<sup>38</sup>. «In questa società la mentalità del calcolo e del dominio fa sì che ognuno esista solo per sé stesso, e che gli individui siano unità praticamente intercambiabili. Il diritto sociale che corrisponde a questo contesto è fondato sul contratto e sulla proprietà»<sup>39</sup>.

I soggetti di questa società vivono separati gli uni dagli altri per conto loro, in continui rapporti di tensione; ogni tentativo di relazione sociale umana viene percepito come un atto di invasione della propria *privacy* e il rapporto societario tipico è quello di scambio. Tra venditori e compratori si crea un rapporto di reciproca competizione e di trattativa basata sui propri interessi: infatti il guadagno dell'uno è la perdita dell'altro.

La comunità per Tönnies deve quindi essere intesa come un organismo vivente, mentre la società come un aggregato e prodotto meccanico. La forma comunitaria, fondata sul sentimento di appartenenza e sulla partecipazione spontanea, predomina in epoca preindustriale, mentre la forma societaria, basata sulla razionalità e sullo scambio, domina nella moderna società industriale.

È importante notare che, nella costruzione del pensiero, i concetti di comunità e società sono considerati come non separabili, in quanto costruiti per opposizione, come elementi di un unico schema interpretativo su base dualistica; come si evince peraltro da questa sommaria descrizione del pensiero: «Tönnies ha cercato il principio di differenziazione meno nell'organizzazione o nella struttura istituzionale, meno anche nei fattori esterni, che non nei rapporti fra gli individui<sup>40</sup>». La sua opera ha suscitato una attenzione particolare anche da parte degli studiosi negli anni a venire, in quanto le sue concezioni circa l'evoluzione dei rapporti sociali sono risultate essenziali per cogliere i caratteri originali della società moderna.

La parola “cultura”, nella sua forma scientifica, è stato forse il concetto che ha raccolto più definizioni nell'ambito delle scienze sociali. A partire dal suo esordio come concetto scientifico, tra la fine del XVIII e l'inizio del XIX secolo, si sono registrate diverse definizioni differenti tra loro in base alle diverse discipline che hanno proposto diverse chiavi di lettura e interpretazione. Da questa prima definizione scientifica, infatti, ne sono susseguite molte altre, nate con il tentativo di delineare l'idea alla base del concetto: ne furono individuate circa 164<sup>41</sup>. Tra queste, una distinzione ritenuta pertinente ai fini di questo lavoro di ricerca è quella tra “oggetti culturali” e “cultura”,

---

<sup>38</sup> Sul punto si veda più diffusamente: F. Tönnies, *Comunità e società*, trad. ita di G. Giordano, a cura di Maurizio Ricciardi, Laterza, Roma-Bari, 2014.

<sup>39</sup> J. Cazeneuve, *op. cit.*, p. 39.

<sup>40</sup> *Op. cit.* in J. Cazeneuve, *op. cit.*, pp. 37-38.

<sup>41</sup> Cfr. E. Mangone, F. Ieracitano, G. Russo, *Processi culturali e mutamento sociale. Prospettive sociologiche*,

perciò è importante dare un senso preciso a questi termini. Specificare un oggetto culturale significa prendere una parte del più ampio sistema che chiamiamo cultura e trattenere quella parte per l'analisi. Potremmo comparare questa distinzione al modo in cui procederemmo per studiare un acquitrino. Dovremmo analizzare il terreno, l'acqua, il clima e le specifiche forme di vita animale e vegetale che si trovano lì (ad esempio la rana leopardo) al fine di capire come funziona l'ecosistema nel suo complesso. D'altra parte, se fossimo particolarmente interessati ad una particolare specie di rana, il nostro studio si concentrerebbe su di essa, considerando l'acquitrino un contesto biologico. Trasponendo l'analogia, l'oggetto culturale è la rana leopardo e la cultura è acquitrino<sup>42</sup>.

Tenendo conto di questi fattori e della pluralità delle definizioni di cultura non è possibile non ricordare quello che è stato il primo tentativo di definizione del concetto di cultura a valore scientifico, come questo si è evoluto nel corso degli anni, e di come risulti nell'attualità. Secondo la letteratura scientifica, la prima definizione del termine cultura risale alla fine del XIX secolo ad opera dell'etnologo americano Edward Tylor che, nel 1871, definì la cultura come: «quel complesso di elementi che comprende conoscenze, credenze, arte, morale, leggi, usi, e ogni altra capacità e usanza acquisita dall'uomo in quanto membro della società»<sup>43</sup>.

È evidente che queste moderne definizioni, siano esse più o meno ricche nei contenuti, variano a seconda della dimensione che pongono in esame; la dimensione soggettiva, infatti, rappresenta quell'insieme di valori, modelli comportamentali e norme interiorizzate tipiche dell'individuo. La dimensione oggettiva riconosce le forme culturali come risultato di una memoria collettiva e della tradizione. Un'altra coppia dicotomica alla base delle definizioni di cui sopra, è rappresentata dalla dimensione descrittiva/prescrittiva: la prima rappresenta l'insieme dell'immagine del mondo, della costruzione della realtà sociale e dell'identità individuale all'interno dei fenomeni sociali; l'altra equivale alle norme e ai valori che indicano il modo in cui i soggetti e il gruppo devono comportarsi<sup>44</sup>.

Partendo da questa distinzione e addentrandoci nella parte manifesta della cultura umana, è interessante prendere in considerazione l'analisi svolta da Claude Lévi-Strauss, antropologo, filosofo ed etnologo francese, che durante tutto il Novecento studiò gli elementi fondanti della famiglia e le relazioni che naturalmente si creano tra i soggetti all'interno di

---

Carocci editore, Roma 2020.

<sup>42</sup> W. Griswold, op. cit. p. 27.

<sup>43</sup> E. Tylor, J. Murray, *Primitive culture: Research into the Development of Mythology, Philosophy, Religion, Language, Art and Customs*, London, 1871.

<sup>44</sup> E. Mangone, F. Ieracitano, G. Russo, op. cit. p. 24.

essa. Per farlo, il filosofo francese, si è ispirato al modello della linguistica strutturale<sup>45</sup> per costituire un mezzo, atto a mettere in evidenza le varie strutture parentali nelle popolazioni, ma soprattutto ad individuare la logica sottostante: è proprio grazie a questo modello che l'autore idea il "metodo strutturale", fondato sull'idea che il concetto di struttura fosse latente nei soggetti, diffusa in ogni civiltà umana, come una sorta di matrice logica inconscia<sup>46</sup>.

L'avvento delle prime forme di civiltà, coincidono, secondo l'autore,

con la proibizione dell'incesto, pratica normalmente diffusa nelle tribù ancestrali che permetteva l'unione matrimoniale tra membri della stessa famiglia. Questo evento sancisce un momento storico definitivo per l'evoluzione della modernità, in quanto è proprio grazie a questo divieto morale che viene promossa e incoraggiata l'esogamia<sup>47</sup>.

Il matrimonio diventa una vera e propria «alleanza tra soggetti di diverse fazioni»<sup>12</sup>: le donne - merce di scambio principale, nonché più preziosa -, fungevano da mezzo grazie al quale instaurare forme di legame e reciprocità che avevano lo scopo di rafforzare la sopravvivenza delle tribù. Questo cambiamento è fondamentale nella storia dell'evoluzione culturale in quanto segna il passaggio da una completa chiusura interna delle tribù, all'inizio degli interscambi di prestazioni di natura economica, sociale e cerimoniale con i clan limitrofi.

È importante sottolineare che questo genere di fenomeno appartiene a quei gruppi culturali di livello primitivo, peculiare delle culture arcaiche, ben distanti dalle società moderne che ci conosce oggi. Sebbene siano quasi del tutto estinte, esistono ancora clan che non conoscono civilizzazione: quella degli Amondawa dell'Amazzonia, per esempio, è una tribù che popola una remota foresta dello stato brasiliano di Rondônia, e che è entrata in contatto con l'esterno solo nel 1986. Viene definita dagli stessi antropologi una 'cultura

---

<sup>45</sup> Lévi-Strauss entra in contatto con Roman Jacobs durante un ciclo di lezioni che quest'ultimo tenne all'École Libre des Hautes Études di New York, in cui espose i principi cardine degli studi di fonetica di Ferdinand de Saussure, che vennero poi ribattezzati con il termine di 'linguistica strutturale'. Lévi-Strauss dirà infatti: «Jakobson mi ha rivelato l'esistenza di un corpo di dottrine già costituito in una disciplina: la linguistica, che io non avevo mai praticato. Per me fu un'illuminazione», in E. Comba, *Introduzione a Lévi-Strauss*, Laterza, Roma-Bari, 2000, p. 27.

<sup>46</sup> C. Lévi-Strauss, *The Elementary Structures of Kinship*, Beacon Press, Boston, 1969.

<sup>47</sup> In contrapposizione all'endogamia, matrimonio nel quale il coniuge deve essere scelto o viene preferibilmente scelto all'esterno del gruppo di appartenenza – definizione Enciclopedia Treccani –, "the moiety", come le definisce lo stesso Lévi-Strauss. Disponibile online presso l'URL <https://bit.ly/35jYzb6> (ultimo accesso gennaio 2020).

umana' poiché, per gli abitanti di questa regione, non esistono calendari, orologi o tempo e scandiscono il loro giorno con attività quotidiane di caccia, pesca e piccola agricoltura locale.

Rifacendosi al principio del dualismo di Tönnies, si procede con l'analisi del pensiero di David Riesman, scrittore e filosofo che, nella sua opera *La folla solitaria*, individua le principali trasformazioni dell'umanità. In una fase iniziale le relazioni tra individuo e società sono

determinate dalla pressione esercitata sulla vita del gruppo dalla densità della popolazione. [...] Riesman, adottando un punto di vista non tanto psicologico quanto culturalistico si interessa del tipo di personalità forgiata dalla civiltà, la quale ultima è determinata dal tasso di crescita o la decrescita della popolazione, a seconda della penuria o dell'abbondanza di risorse<sup>48</sup>.

La prima fase corrisponde all'era della comunità arcaica, mentre la seconda all'epoca dell'individualismo, che coincide con la nascita della borghesia, ma la lungimiranza, e quindi la grandezza di questo autore, sta nell'aver individuato, molto prima dello sviluppo di essa, l'avvento di una terza fase che segna il passaggio dall'epoca della produzione a quella del consumo; dall'esaltazione delle differenze alla ricerca di omologazione culturale.

Entrando nel dettaglio, «la prima fase è rappresentata da differenti tipologie di società arcaiche o tradizionali<sup>49</sup>», tipiche dei primi gruppi etnici studiati dagli esperti nel corso della storia, che è possibile ritrovare al giorno d'oggi in modo del tutto immutato nei paesi del terzo mondo, in cui è presente ancora una forma di economia assai sottosviluppata. Caratteristica principale di questa società è il tasso di natalità particolarmente elevato che controbilancia la forte mortalità, e che permette la permanenza di un equilibrio tra alta densità di popolazione e scarsità di risorse. Lo stile di vita in questa tipologia di cultura equivale a quella già citata da Bergson come società chiusa<sup>50</sup>.

L'individuo che vive in questa società si attiene ad un certo numero di regole tassative che apprende sin dalla tenera età, e che diventano per lui un tutt'uno con sé: queste regole sono imprescindibili e non vengono mai messe in discussione.

---

<sup>48</sup> Op. cit. in J. Cazeneuve, *op. cit.* p. 44.

<sup>49</sup> In cui vivono *tradition-directed man* cit. libro di D. Riesman, *La folla solitaria*, trad. it. di G. Sarti, Il Mulino, Bologna 2009.

<sup>50</sup> Una società chiusa è una società portata alla conservazione, alla ripetizione sempre uguale delle stesse pratiche e degli stessi automatismi, all'obbedienza meccanica: è l'espressione suprema dell'egoismo individualistico. Al contrario, in una società aperta gli individui si compenetrano l'un l'altro liberamente.

La tradizione gioca, quindi, un ruolo fondamentale negli equilibri interni della società, in quanto tende ad arginare l'iniziativa individuale, o quantomeno ad istituzionalizzarla: questo perché

queste società con forte potenziale di crescita non possono sussistere, data la miseria, se non eliminando una parte dei neonati mediante mezzi diversi, quali il malthusianesimo, le guerre, i sacrifici umani, l'infanticidio, il cannibalismo, e imponendo assolutamente tali regole, attraverso norme costrittive<sup>51</sup>.

Risulta evidente come la volontà dell'individuo viene oscurata in favore di leggi prescritte, e la sua azione determinata da una serie di regole tradizionali imposte dalla famiglia e dalla tribù.

Non si deve tuttavia ritenere che in queste società, in cui le azioni degli individui che ne fanno parte sono determinate dall'obbedienza alla tradizione radicata nel carattere, non si possa attribuire un alto valore all'individuo stesso e, in molti casi, incoraggiarlo a sviluppare le sue capacità, le sue iniziative e perfino, pur entro limiti molto stretti, le sue aspirazioni. In realtà, in alcune società primitive l'individuo è stimato e rispettato molto di più di quanto avvenga in alcuni settori di quella moderna<sup>52</sup>.

La seconda fase individuata da Riesman è caratterizzata da individui auto-diretti, o come le definisce l'autore "*inner-directed*":

Una simile società è caratterizzata da un aumento della mobilità personale, da una rapida accumulazione di capitale (accompagnata da devastanti mutamenti tecnologici) e da un'espansione quasi costante: intensiva, nella produzione di beni e popolazione, estensiva nell'esplorazione, nella colonizzazione e nell'imperialismo. Le maggiori possibilità di scelta offerte da tale società - e le maggiori iniziative che essa richiede per adeguarsi ai nuovi problemi - sono nella disponibilità di determinati tipi di carattere, capaci di vivere socialmente senza una rigida direzione tradizionalistica evidente in sé. Essi sono i tipi "autodiretti"<sup>53</sup>.

Questo passaggio da una fase arcaica a una più innovativa è dovuta a una "rivoluzione" che si è sviluppata nel corso dei secoli - nello specifico dal rinascimento alla controriforma, dalla rivoluzione industriale fino al XIX secolo. Questa seconda fase nelle intenzioni dell'autore, si differenzia dalla precedente per la struttura individualistica che assume durante gli anni: il periodo dell'auto-direzione viene poi caratterizzato da un

---

<sup>51</sup> J. Cazeneuve, *op. cit.*, p. 45.

<sup>52</sup> D. Riesman, *op. cit.* p. 70.

<sup>53</sup> *Ivi*, p. 73.

circoscritto aumento della popolazione - imputabile alla longevità degli uomini, nonché all'utilizzo di maggiori misure igieniche. Questo accrescimento della popolazione non ha, tuttavia, gravato sull'economia della società, «poiché i progressi tecnici e in particolare il perfezionamento dei metodi agricoli permettono di potenziare le risorse<sup>54</sup>».

Lo scopo della società nell'integrazione dell'individuo non è più quello di uniformare caratteri e abitudini, bensì quello di creare soggetti in grado di adattarsi ad ogni tipo di situazione. Si sviluppa in tal modo l'individualismo che non prevede un'educazione e una condotta univoche, ma che lasciano spazio ad ogni personalità di affermarsi e di trovare il proprio posto nel mondo. Per citare l'autore, è opportuno in questa sede riportare la metafora del "giroscopio interiore", secondo la quale la società dà all'individuo i mezzi per realizzare le proprie iniziative e ne stimola la creazione di nuove, mantenendo comunque una coesione del soggetto con la società.

La formazione dell'individuo auto-diretto risulta, quindi, fondamentale per la propria affermazione; questa viene tramandata e insegnata dagli adulti nel contesto familiare. La tradizione ciononostante non scompare del tutto, e mantiene una certa importanza soprattutto in quanto regola ruoli e stati diversi della società gerarchica.

Pertanto, «una volta che il suo giroscopio interiore sia stato 'regolato' dai genitori e dalle altre autorità che ne hanno attuata la formazione, egli può mantenere la rotta e navigare fra le esigenze dello scopo che ha scelto e gli ostacoli imprevisti che la vita pone sul suo cammino<sup>55</sup>».

Infine, nella descrizione della terza fase, Riesman concentra maggiormente i suoi sforzi in quanto tratta di quella società che si svilupperà da quel momento in avanti. L'autore constatava piano piano il declino della società individualistica, protagonista fino ad allora, per lasciare spazio a qualcosa di nuovo: all'uomo auto-diretto succede, infatti, l'uomo etero-diretto, ovvero sia determinato dall'esterno e dagli altri. Questo cambiamento dell'uomo rispecchia i progressi del mondo e, nello specifico, dei paesi industrializzati che con i grandi centri urbani originano un nuovo ceto sociale identificabile con la "classe media" di impiegati e burocrati. Questo momento segna il passaggio dall'era della produzione all'era del consumo.

Anche nell'evoluzione del terzo scenario, il fattore scatenante alla base della trasformazione sociale si può far ricondurre ad un fenomeno demografico: l'aumento

---

<sup>54</sup> J. Cazeneuve, *op. cit.* p. 47.

<sup>55</sup> *Ivi*, p. 47.

dell'igiene, la diminuzione della mortalità, l'urbanizzazione e l'iper-industrializzazione sono caratteristiche fondamentali della nuova società, la quale si caratterizza, inoltre, da un principio di declino demografico, imputabile in primo luogo al ridotto numero delle nascite.

In questo tipo di società l'uomo etero-diretto ha una forte sicurezza materiale assicurata dalle entrate economiche, sicché il problema di adattarsi alle pregresse circostanze non sussiste più: l'impegno maggiore richiesto agli individui consiste ora nell'adeguarsi a vivere con gli altri uomini nel «grande calderone degli individui e delle classi<sup>56</sup>».

L'uomo nuovo, differentemente da quello auto-diretto, è inserito in una società cosmopolita e variegata; viene influenzato da una cerchia di persone molto più vasta rispetto alla precedente, ed è l'obbiettivo principale dei nuovi mezzi di comunicazione di massa. In sintesi

la nuova società è eterodiretta nel senso che organizza sé stessa sulla base di comunicazioni fra tutti gli stati è necessità di uomini etero-diretti, cioè sviluppa negli individui un carattere sociale la cui la conformità è assicurata dalla loro ricettività alle speranze e alle preferenze altrui<sup>57</sup>.

Se prima, quindi, Riesman aveva utilizzato una metafora interna come quella del giroscopio, ora, il meccanismo di controllo dell'uomo etero-diretto funziona come un *radar*. In questo genere di società l'educazione non proviene più essenzialmente dalla famiglia, ma dall'insieme di amici e gruppi di coetanei che più tardi diventeranno le conoscenze professionali e i colleghi che l'individuo incontrerà sul cammino; quest'uomo riceve un'educazione assai diversa da quella della seconda fase a causa anche della grande sensibilità alle influenze esterne e ai sistemi di comunicazione di massa.

Il tratto comune a tutte le persone etero-dirette consiste nel fatto che i coetanei rappresentano la fonte della direzione per l'individuo; essi sono composti sia dalle persone che conosce direttamente, sia da quelle con cui ha relazioni indirette, mediate da amici o dai mezzi di comunicazione di massa. Naturalmente, poiché la dipendenza da tale fonte di orientamento si radica presto nella vita del bambino, essa è una fonte "interiorizzata". Gli obiettivi che le persone etero-dirette perseguono si spostano seguendo questa guida: sono soltanto il processo che porta all'obbiettivo e il fatto di prestare attenzione ai segnali provenienti dagli altri che restano inalterati per tutto il corso della vita. Questo modo di mantenere i contatti con gli altri permette un'elevata conformità comportamentale che non si ottiene tanto esercitando il comportamento stesso come nel caso del carattere

---

<sup>56</sup> D. Riesman, *op. cit.*, p. 50.

<sup>57</sup> *Op. cit.* J. Cazeneuve, *op. cit.*, p. 50.

diretto dalla tradizione, quanto piuttosto per mezzo di una eccezionale sensibilità nei confronti delle azioni e dei desideri altrui<sup>58</sup>.

In questa terza fase l'uomo si mischia tra la folla per confondersi in essa a causa del suo grande bisogno di approvazione, e cerca in questo modo di mantenere la propria reputazione intatta, seguendo le regole dettate dalla società.

In conclusione, l'uomo descritto da Riesman ne *La folla solitaria* è facilmente influenzabile e i mezzi di diffusione agiscono per orientare le scelte e conformarle a quelle degli altri soggetti. «D'altro canto, quello che vuole la società del consumo, è una massa di persone abbastanza simili nei loro gusti e nelle loro reazioni, poiché è più facile influenzare la massa che non gli individui eterogenei<sup>59</sup>».

## 1.2 Cultura come conoscenza e potere<sup>60</sup>

Dopo aver disaminato il pensiero di alcuni autori che più di altri si sono soffermati sulla parte materiale dell'evoluzione culturale e sociale, è bene volgere lo sguardo a quel complesso di elementi intellettuali che, insieme ai precedenti, costituisce il concetto di cultura nella sua definizione più ampia.

Come già diffusamente discusso nel primo capitolo, la cultura orale rappresentava la base della comunicazione e dell'educazione delle persone già nell'antica Grecia, e ben prima della nascita della scrittura, trasformazione che ha modificato radicalmente e incontrovertibilmente il modo di interscambiare informazioni. Il rapporto tra comunicazione e cultura si è evoluto notevolmente nel corso dei secoli, grazie all'arrivo delle nuove

---

<sup>58</sup> D. Riesman, *op. cit.*, p. 81.

<sup>59</sup> J. Cazeneuve, *op. cit.* p. 52.

<sup>60</sup> «Il potere è il processo più fondamentale nella società, giacché la società si definisce intorno a valori e istituzioni, e ciò che è considerato di valore e istituzionalizzato è definito da relazioni di potere. Il potere è la capacità relazionale che permette a un attore sociale di influenzare asimmetricamente le decisioni di altri attori sociali in modo tale da favorire la volontà, gli interessi e i valori dell'attore che esercita il potere. Il potere è esercitato con mezzi di coercizione (o con la possibilità di ricorrervi) e/o con la costruzione di significato sulla base dei discorsi attraverso i quali gli attori sociali guidano la loro azione. Le relazioni di potere sono inquadrare dal dominio, ossia dal potere che è insito nelle istituzioni della società. La capacità relazionale del potere è condizionata, ma non determinata, dalla capacità strutturale di dominio. Le istituzioni possono essere coinvolte in relazioni di potere basate sul dominio che esse esercitano sui loro soggetti» M. Castells, *Communication Power*, published by Oxford University Press 2009, trad. it. B. Amato in *Comunicazione e potere*, Università Bocconi Editore, Milano, 2017, p. 21. Per approfondire il concetto "dell'applicazione del potere da parte delle istituzioni vedi M. Foucault, *Sorvegliare e punire. Nascita della prigione*, trad. it. di A. Tarchetti, editore Einaudi, Torino, 2014.



tecnologie di comunicazione, nonché ai mutamenti avvenuti all'interno delle differenti culture; anche il concetto stesso di conoscenza ha subito un'evoluzione sociale; in tal senso, l'autore che si è imposto fin da subito, non solo nel dibattito filosofico, in merito all'argomento è Jean-François Lyotard, autore novecentesco che si stacca dalla tradizione del pensiero classico, per emanciparsi ed elaborare una nuova teoria che tratta della condizione postmoderna.

Distaccandosi dall'eredità del pensiero illuministico precedente l'autore inizia una comprensione piena e nuova; un'accettazione di un nuovo modello di pensiero che definisce una nuova idea di modernità, basata sull'allontanamento netto con il passato. L'espressione che Lyotard utilizza per definire questo processo è "postmodernismo": tale corrente di pensiero è figlia dello stesso autore che, nel saggio filosofico culturale *La condition postmoderne*, descrive l'età contemporanea come quella in cui la modernità ha preso il sopravvento delegittimando i grandi racconti delle prospettive ideologiche dell'illuminismo.

In questo quadro descritto con maestria da Lyotard, la modalità dell'uomo di rapportarsi con la conoscenza ha subito enormi cambiamenti, a causa delle profonde evoluzioni tecnologiche avvenute nel dopoguerra: l'avvento dei *computer* e delle tecnologie avanzate<sup>61</sup> ha mutato gli atteggiamenti degli individui con particolare riferimento ai concetti di sapienza e di conoscenza. Come afferma lo stesso autore, infatti, «l'incidenza di queste trasformazioni tecnologiche sul sapere sembra destinata ad essere considerevole. Esso ne viene o ne verrà colpito nelle sue due principali funzioni: la ricerca e la trasmissione delle conoscenze<sup>62</sup>».

Con lo sviluppo dei mezzi di informazione il sapere diventa facilmente fruibile e immediatamente disponibile, trasformandosi così da elemento personale di conoscenza a merce di scambio. «Attraverso l'egemonia dell'informatica [...] è possibile aspettarsi una radicale esteriorizzazione del sapere rispetto al "sapiente", qualunque sia la posizione occupata da quest'ultimo nel processo della conoscenza<sup>63</sup>»; il sapere diventa pertanto la principale forza produttiva alla base degli scambi e dei progressi economico-sociali.

---

<sup>61</sup> Secondo H. Marcuse nel suo concetto di "uomo unidimensionale" propone una critica ad ampio raggio alla "società industriale avanzata" che diventa sempre più ricca attraverso il "consumismo". L'autore sostiene che essa induce continuamente a creare falsi bisogni, le quali inseriscono gli individui nel sistema di produzione e consumo mediante i mass media e la pubblicità. Per maggiori approfondimenti consultare H. Marcuse, *L'uomo a una dimensione*, trad. it. di L. Gallino e T. G. Gallino, Giulio Einaudi editore, Torino, 1999.

<sup>62</sup> J.F. Lyotard, *La condizione postmoderna. Rapporto sul sapere*, trad. it. di C. Formenti, Feltrinelli editore, Milano 2017, p. 10.

<sup>63</sup> *Ivi*, p. 12.

L'autore definisce il suddetto fenomeno come "mercificazione" della conoscenza: l'uomo produce conoscenza non più solo per arricchire il proprio bagaglio culturale, ma anche con lo scopo di renderla una merce vendibile e intercambiabile, assoggettata alle logiche del mercato di compravendita. Lo stesso Lyotard afferma che «il sapere viene e verrà prodotto per essere venduto, e viene e verrà consumato per essere valorizzato in un nuovo tipo di produzione: in entrambi i casi, per essere scambiato<sup>64</sup>», «la conoscenza è il nuovo capitale<sup>65</sup>».

Appare, quindi, in questa sede opportuno richiamare come anche nell'antichità la definizione di sapere avesse tutt'altra connotazione; il principio tradizionale del sapere afferma infatti: «io mi erudisco *in primis* per me stesso dal punto di vista morale». La parola "erudizione" deriva dal latino "*erudior*" che rimanda metaforicamente all'atto dello scultore di togliere le parti superflue di marmo, con martello e scalpello, per giungere all'opera contenuta all'interno della lastra grezza, che l'artista già ha in mente. Per analogia, lo studio volto alla conoscenza deve compiere la stessa opera con lo spirito dell'uomo. È facile intuire come detto principio risponda ad un processo interiore, che lavora e modella l'anima del soggetto per accrescere la sua conoscenza.

Un fenomeno tangibile di tale visione del sapere è facilmente riscontrabile nel periodo della Grecia Antica, allorquando era usanza comune, presso la fascia più ricca ed erudita della popolazione, la diffusione di biblioteche private, costituite da opere uniche, tramandate per via diretta agli eredi, e che pertanto restavano precluse ai più; sicché il sapere assurgeva a grande mezzo di potere: il potere intellettuale con il quale gli uomini che ne potevano usufruire erano i proprietari di un valore inestimabile.

La genialità del pensiero lyotardiano risiede nell'aver previsto, in modo avanguardistico, ciò che sarebbe accaduto da lì a qualche anno nei paesi industrializzati: se inizialmente gli stati-nazione si erano battuti attraverso guerre e lotte per la conquista dei territori, è presumibile che in futuro gli stessi si batteranno a colpi di scontri, per definire la supremazia del dominio informatico. Un esempio tangibile della concretizzazione del pensiero dell'autore francese e della sua lungimiranza, sono i *big data*<sup>66</sup> e le conseguenze

---

<sup>64</sup>J. F. Lyotard, *op. cit.*, p. 12.

<sup>65</sup>G. Statera, *La svolta dell'Ottantanove*, Angeli editore, Milano 1991, p. 180.

<sup>66</sup>*Big data* è il termine usato per descrivere una raccolta di dati così estesa in termini di volume, velocità e varietà da richiedere tecnologie e metodi analitici specifici per l'estrazione di valore. Per ulteriori approfondimenti si veda D. Bennato, *Il computer come macroscopio. Big Data e approccio computazionale per comprendere i cambiamenti sociali*, Franco Angeli editore, Roma, 2015; E. Giovannini, *Scegliere il futuro, conoscenza politica al tempo di Big Data*, Il Mulino editore, Bologna, 2014. Per un approccio basato sulla "sociologia digitale" si veda in M. Cavagnuolo, *Digital Sociology: il passaggio dalla sociologia dei media*

che si sono riverberate sui soggetti che ne hanno usufruito, quali le multinazionali – si veda ad esempio lo scandalo di Cambridge Analytica<sup>67</sup>.

Tale mole di dati verifica uno spostamento di poteri dallo Stato in favore delle multinazionali, che controllano le informazioni.

La trasformazione della natura del sapere può dunque generare un effetto di retroazione nei confronti dei poteri pubblici stabiliti tale da costringerli a riconsiderare i loro rapporti di diritto e di fatto con le grandi imprese e più in generale con la società civile<sup>68</sup>.

Nel postmodernismo lyotardiano, la visione aristotelica della conoscenza lascia il posto ad una mentalità più materiale; tale orientamento comporta un serie di conseguenze prettamente sociali: innanzitutto la conoscenza tende progressivamente a distaccarsi dalla verità. In proposito, lo stesso autore afferma che allorquando si smette di porsi la domanda «la conoscenza è vera?», per sostituirla con un nuovo quesito volto ad appurare «come questa conoscenza può essere venduta?», avviene la trasformazione della conoscenza in “merce”. Gli individui, invero, non rafforzano le proprie conoscenze più con lo scopo di sviluppare abilità mentali, ma con il fine ultimo di ottenere nuova merce da vendere. *A fortiori*, lo stesso autore fa trapelare la sua preoccupazione circa il monopolio della conoscenza e il controllo della conoscenza da parte delle multinazionali e delle aziende che oggi sono responsabile della diffusione di notizie. Per far sì che la conoscenza arrivi in modo chiaro a tutti i suoi fruitori, Lyotard pone l’accento sull’utilità degli enunciati e dei fatti linguistici: vengono definiti giochi linguistici quella serie di strutture di linguaggio volte a veicolare un’informazione, che sono il minimo grado di relazione necessario perché la società abbia luogo. Intorno a questo concetto ruota tutto il lavoro del sapere postmoderno. I giochi linguistici sono dei veri e propri giochi di parole e si distinguono in: denotativi, quando vogliono descrivere qualcosa; performativi, quando indicano in funzionamento e l’efficienza; prescrittivi, quando fungono da regole; interrogativi, quando vengono posti in forma di domanda.

---

*alla sociologia attraverso i media*, CNDSS, a cura di G. Brancato, G. D’Ambrosio, E. De Marchis, R. Gallo, M. Stolfi, M. Tedesco, Atti della IV Conferenza Nazionale delle Dottorande e dei Dottorandi in Scienze Sociali, Sapienza Università editrice, 5-6 Settembre 2019, pubblicato a luglio 2020, p. 429.

<sup>67</sup> Un’indagine durata un anno su Facebook, i dati e l’influenza sulle elezioni nell’era digitale. Disponibile online presso l’URL <https://bit.ly/3KPXuZ1> (ultimo accesso luglio 2021).

<sup>68</sup> J. F. Lyotard, *op. cit.* p. 15.

Essendo il fondamento delle relazioni sociali, la comunicazione, con i suoi giochi di parole, è alla base di ogni enunciato: riprendendo la teoria cibernetica<sup>69</sup>, e adattandola alle strutture linguistiche, Lyotard definisce ogni enunciato come una vera e propria mossa dei giocatori – i protagonisti dell’azione – nella dinamica comunicativa: il parlare viene quindi paragonato ad un combattimento in cui ciascuno avanza le proprie mosse.

Queste diverse categorie di enunciati si strutturano grazie a regole ben precise che determinano e specificano le proprietà e l’uso che se ne può fare. Infatti, come osserva l’autore: «non esiste gioco senza regole, che una modificazione anche minima di una regola modifica la natura del gioco, e che una mossa o un enunciato che non soddisfano le regole non appartengono al gioco da esse definite<sup>70</sup>». La forma narrativa, risultato finale della somma di una serie di enunciati, non è mai stata abbandonata del tutto: alla base della parte più intellettuale della cultura vi è infatti, una branca di elementi tramandati per via orale o scritta attraverso le generazioni nel corso dei secoli fino ai giorni d’oggi; ed è nel sapere narrativo che è depositata la cultura di un popolo delle società tradizionali. Tra gli autori che più si avvicinano al pensiero lyotardiano, una menzione particolare merita il grande filosofo francese, Foucault che, grazie allo studio delle strutture del linguaggio, ha analizzato «quella parte più intellettuale della cultura che viene costituita da una serie di caratteristiche formali del discorso<sup>71</sup>».

---

<sup>69</sup> «Scienza interdisciplinare che studia il funzionamento e le relazioni di qualsiasi sistema dinamico semplice o complesso, prodotto dalla natura o dall’uomo [...] Nel suo significato attuale il vocabolo fu introdotto nel 1947 dal matematico americano N. Wiener che definì “cibernetica” lo studio del controllo e della comunicazione nell’animale e nella macchina [...] I sistemi di cui la cibernetica si occupa a livello astratto si possono individuare nella loro espressione concreta all’interno ad es. [...] nei sistemi di ricezione degli stimoli sensoriali, di coordinazione sensomotoria, e simili; dei processi di comunicazione che implicano la codificazione, la trasmissione e la ricezione dei messaggi» in U. Galimberti, *Dizionario di psicologia*, UTET, Torino, 2006, p. 165.

<sup>70</sup>J. F. Lyotard, *op. cit.* p. 23.

<sup>71</sup> M. Foucault, *L’archeologia del sapere. Una metodologia per la storia della cultura*, trad. it. di G. Bogliolo, BUR Biblioteca Univ. Rizzoli, Mondadori editore, Milano, 1999.

### 1.2.1 Cultura e rappresentazioni sociali

Come si è avuto modo di notare, quando si parla di cultura non è possibile far riferimento unicamente alle condizioni che riguardano un singolo individuo, ma è necessario prendere in considerazione tutte le interazioni che si verificano tra gli individui nelle attività quotidiane, strettamente legate agli aspetti della personalità del sociale e della cultura.

Nonostante le centinaia di definizioni del concetto di cultura elaborate nel corso dei secoli, ciò che risulta evidente è il legame indissolubile tra aspetti sociali e individuali dei soggetti che ne è alla base: è proprio su questo elemento che si fonda la riflessione di Sorokin, che «collega tra loro i diversi livelli culturali agli aspetti della personalità e della società»<sup>72</sup>. «I fenomeni super organici (sinonimo di cultura, secondo l'autore) permeano la vita degli individui a partire proprio dalle interazioni che si instaurano con gli altri e che si manifestano attraverso l'esercizio quotidiano dei ruoli [...]»<sup>73</sup>.

Il quadro appena presentato e le interazioni precedentemente delineate fanno parte del *framework* teorico delle rappresentazioni sociali che sottendono e danno vita a gran parte delle spiegazioni e interpretazioni che gli individui danno per comprendere e giustificare il comportamento dell'altro, ma soprattutto di sé stesso. La psicologia sociale, e con essa le scienze che studiano il comportamento umano, hanno già da tempo messo in evidenza il costante lavoro dell'individuo all'interno del sistema delle relazioni quotidiane, che rappresentano il fondamento della formazione delle teorie del senso comune.

Nello studio delle rappresentazioni sociali, occorre tenere conto del rapporto che sussiste tra sistemi simbolici e sistemi cognitivi degli attori sociali: attraverso lo scorrere della vita quotidiana tali elementi tentano di mettere in relazione individuo e società, inserendoli nel contesto concreto dei rapporti tra essi. In quanto costruzioni simboliche influenzate soprattutto dalla posizione sociale degli individui che le ideano, le rappresentazioni assumono la funzione di “convenzionalizzare” gli oggetti, gli eventi, e gli altri attori, creando dei modelli condivisi dall'intero gruppo di individui. «Le rappresentazioni sociali sono, infatti, elaborazioni cognitive della realtà condivise da più individui e che orientano i processi di *sense making* individuali<sup>74</sup>»: questi sistemi di rappresentazione presenti in maniera distinta a seconda della cultura, vengono, quindi,

---

<sup>72</sup> Per approfondire l'argomento si veda A.P. Sorokin, *La dinamica sociale e culturale*, a cura di C.A. Marletti, UTET, Torino 1975.

<sup>73</sup> E. Mangone, F. Ieracitano, G. Russo, *op. cit.* p. 84.

<sup>74</sup> *Ivi*, p. 88.

tramandati e rappresentano il risultato di cambiamenti ed elaborazioni susseguitesesi nel corso del tempo.

Lo scopo finale di questo sistema di raffigurazioni è dunque quello di trasformare il “non familiare” in “familiare”, e pertanto di rendere conosciuto e proprio ciò che prima appariva sconosciuto. Per invertire i suddetti concetti di vicinanza, e quindi dare un aspetto familiare agli elementi, è necessario che intervengano due meccanismi di pensiero che trasferiscano ciò che minaccia la propria sfera individuale, dall’esterno all’interno, e cioè da un luogo distante a uno spazio prossimo.

Il primo meccanismo di pensiero, noto come “ancoraggio”, rappresenta un processo che trasferisce, e dunque trasforma, l’estraneo e il disturbante all’interno del nostro sistema di categorie e lo mette a confronto con il modello della categoria che si ritiene più adatto. Del resto, «ancorare vuol dire classificare e dare un nome a qualcosa, l’ancoraggio è il radicamento della rappresentazione sociale<sup>75</sup>». In virtù di detto processo è possibile ridurre la paura per ciò che non si conosce; la familiarità consiste proprio nel rendere noto l’ignoto, ed è una necessità dell’individuo nel vivere quotidiano. Un esempio tangibile di questo fenomeno è possibile riscontrarlo nei nomi, socialmente vengono assegnati alle persone o alle cose grazie ai quali è possibile riconoscere, descrivere e differenziare gli uni dagli altri.

Il secondo meccanismo, noto con il termine di “oggettivazione”, consiste nel trasformare qualcosa da astratto a relativamente concreto, grazie al passaggio dall’astrazione dell’idea alla concretezza dell’immagine. Tale processo, definito come “oggettivare in immagini” viene attuato per giustificare la necessità di snellire il pesante carico di nozioni e stimoli cui gli individui sono esposti quotidianamente. Partendo da queste considerazioni si può affermare che «l’attuale concetto di rappresentazione sociale deriva, quindi da quel sistema determinato costituito dall’insieme di credenze e sentimenti comuni alla media dei membri di una stessa società (coscienza collettiva)<sup>76</sup>».

Le dinamiche dei processi di significazione delle rappresentazioni sociali, in generale, si realizzano attraverso l’elaborazione di tre elementi: il primo è *l’informazione*, cioè informazione generale su fenomeni e situazioni; il secondo, è *il campo della rappresentazione*, ovvero l’ambito sociale e culturale entro cui vengono acquisite, e per ultimo *l’atteggiamento*, cioè l’orientamento positivo o negativo nei confronti dell’oggetto della rappresentazione.

---

<sup>75</sup> E. Mangone, F. Ieracitano, G. Russo, *op. cit.* p. 89.

<sup>76</sup> *Ivi*, p. 92.

L'identità e la cultura sono due concetti strettamente legati tra di loro, ma che il primo diversamente dal secondo ha un significato più istituzionale che reale, in quanto è necessario a fissare un margine di interscambio, il superamento del quale denota materialmente cosa passi da una cultura all'altra e viceversa<sup>77</sup>.

È agevole constatare, dunque, che le rappresentazioni sociali sono caratterizzate da un contenuto e da uno specifico significato, che è differente nella misura in cui si riferisce alla sfera pubblica o alla sfera privata, a differenti culture o a differenti membri della collettività.

### **1.2.2 L'influenza della comunicazione nella costruzione della realtà sociale**

Partendo da queste considerazioni, si può affermare che la costruzione della realtà sociale degli individui avviene attraverso le rappresentazioni condivise per il tramite della comunicazione, e più specificamente nella società moderna questa condivisione passa attraverso i mezzi di comunicazione di tipo mediale. È evidente, quindi, che anche quelle conoscenze che si credono apparentemente personali vengano spesso veicolate o filtrate dai *media*.

L'importanza che i *media* stanno acquisendo negli ultimi decenni si può riscontrare già da una serie di studi di settore che analizzano gli effetti che questi riflettono nella costruzione delle conoscenze individuali ma anche collettive, e delle rappresentazioni della realtà che contribuiscono a creare. Si immagina la grande influenza che questi hanno sulla società, prendendo in considerazione fattori come la facile reperibilità e fruizione dei contenuti medial, e il monopolio di informazione che stanno acquisendo anno dopo anno, con il risultato di divenire l'unica fonte di informazione per gli individui.

Al giorno d'oggi la società non può esimersi dall'utilizzare sistemi di comunicazione mediale che svolgano la funzione di trasmissione di informazione e di cultura: i mezzi di comunicazione, e in particolare quelli di massa, sono responsabili della direzione che prenderanno contenuto e forme della comunicazione, ma anche della modalità con cui gli individui, singolarmente o in gruppo, attribuiranno a ciò che li circonda. Infatti, come afferma Luhmann, «ciò che sappiamo della nostra società, e in generale del mondo in cui

---

<sup>77</sup> D. Cuche, *La nozione di cultura nelle scienze sociali*, trad. it. M. Negro, a cura di C. Natali, Il Mulino, Bologna, 2006, pp. 106-109.

viviamo, lo sappiamo dai mass media. Questo non vale solo per la nostra conoscenza della società e della storia, ma anche per la nostra conoscenza della natura<sup>78</sup>». I sistemi di comunicazione «plasmano idee, le pratiche sociali e i valori»<sup>79</sup>. Essi contribuiscono dunque a un'omologazione internazionale della conoscenza e delle preferenze.

Al di là delle considerazioni testé esposte, non si può non evidenziare come lo sviluppo dell'era elettronica e dei nuovi mezzi di comunicazione di massa abbia portato l'uomo in una nuova dimensione interattiva, che Thompson definisce *quasi - interazione mediata*: gli individui sono dei soggetti riceventi che creano un insieme unico e non definito, ma fanno parte di un ampio processo di comunicazione e scambi simbolici che sono alla base delle interazioni sociali.

Per comprendere a pieno il perché della nascita e l'utilizzo dei *mass media* è necessario analizzare *in primis* cosa si intende per "comunicazione di massa": la definizione più idonea sembra essere quella fornitaci da Thompson che la racchiude in «la produzione istituzionalizzata e la diffusione generalizzata di merci simboliche attraverso la fissazione e la trasmissione di informazioni e contenuti simbolici»<sup>80</sup>. Nella società attuale contraddistinta dal suo carattere fluido il principale veicolo di trasmissione sono contenuti volatili e non materiali che passano attraverso i mezzi di informazione, in particolare con la resa dei film, e di serie televisive, trasmesse dalle diverse piattaforme. In questo modo il concetto di cultura come veniva percepito tradizionalmente alla maniera intellettualistica subisce una parcellizzazione secondo le esigenze del mercato.

Ciascuno in base ai propri interessi acquista sulla piattaforma i contenuti che più rispondono ai suoi gusti, e che nello stesso tempo trasmettono un'immagine della cultura che invia quei contenuti seppur in piccole parti attraverso il processo che Losito chiama «ricezione dei testi mediali»<sup>45</sup>. Gli effetti dei media si dividono in breve periodo, come per esempio la teoria degli effetti limitati dei media e lungo periodo come dimostra la teoria della coltivazione di Gerbner, dove «i primi sono effetti su opinioni, atteggiamenti e

---

<sup>78</sup> Citato in E. Mangone, F. Ieracitano, G. Russo, *op. cit.* p. 94.

<sup>79</sup> A. Bandura, *Social Foundations of Thought and Action*. Prentice Hall, Englewood Cliffs, New York, 1986.

<sup>80</sup> J.B. Thompson, *op. cit.* «Con il termine "ricezione" si indica generalmente l'insieme dei processi che caratterizzano il rapporto di ciascun destinatario con i testi mediali, dall'esposizione all'attenzione, dalla percezione alla memorizzazione, dalla comprensione all'interpretazione, fino all'accettazione o il rifiuto del "messaggio" [...] un testo è un insieme integrato di segni relativi a uno o più codici comunicativi. Sono dunque testi non soltanto i testi verbali, ma anche una fotografia, un film, un annuncio pubblicitario, un programma televisivo, una canzone», in G. Losito, *La ricerca sociale su media... op. cit.*, p. 15.



comportamenti, i secondi sono effetti sui processi di costruzione sociale della realtà<sup>81</sup>». Si può ulteriormente affermare che

esistono effetti non intenzionali che possono intervenire sulla formazione, sul consolidamento o sul cambiamento delle rappresentazioni individuali e sociali, nell'ambito dei complessi processi che caratterizzano quella che la sociologia contemporanea chiama costruzione sociale della realtà<sup>82</sup>.

Tuttavia, i probabili effetti a medio – lungo periodo dei media non si manifestano soltanto col rapporto media e singoli fruitori, ma possono abbracciare anche una dimensione macrosociale coinvolgendo la cultura e altri aspetti dell'intera società dovuto a diversi fattori e cambiamenti.

Le forme di comunicazione hanno attraversato negli anni una serie di fasi evoluzionistiche che si possono distinguere a grandi linee in: fase dell'oralità, della scrittura e dell'elettronica. È chiaro, quindi, che nel corso degli anni le interazioni tra gli individui siano state mediate e scandite da nuovi mezzi che le hanno rese più sofisticate sia sul piano interpersonale che intrapersonale. In questo quadro generale le interazioni *face to face* non sono più parte fondante del sistema di interazione, e sono state sostituite quasi per intero da nuove forme di comunicazione *limitless*: responsabili sono indubbiamente le innovazioni tecnologiche con evidente riferimento alla diffusione di reti e connessioni. Sebbene si sia ben oltre l'inizio di quel processo definito mediatizzazione<sup>83</sup>.

Per comprendere a pieno l'evoluzione dei mezzi di comunicazione e del concetto stesso di interazione è opportuno richiamare l'etimologia del termine: “comunicazione” deriva dal latino “*communis agere*” o “*cum moenia*”, cioè *agire insieme* o *condividere*.

Habermas

sostiene che l'agire comunicativo muove dallo scopo di creare rapporti di intesa e complicità attraverso l'uso del linguaggio, considerando quindi la comunicazione come una vera e propria azione sociale e non come una trasmissione di informazione volta al raggiungimento di uno scopo predefinito<sup>84</sup>.

---

<sup>81</sup> G. Losito, *La ricerca sociale su media... op. cit.*, p. 47.

<sup>82</sup> *Ivi*, p. 48.

<sup>83</sup> Per approfondire l'argomento, si può consultare S. Hjarvard, *The mediatization of culture and society*, by Routledge, New York, 2013.

<sup>84</sup> J. Habermas, *Storia e critica dell'opinione pubblica*, trad. it. di A. Illuminati, F. Masini, W. Perretta, Laterza editore, Bari, 2006.

Considerare la comunicazione come un processo culturale significa superare l'idea che la comunicazione sia un procedimento lineare con lo scopo unico di trasferire nozioni e manipolare il prossimo.

Nel quotidiano, la comunicazione ovvero la non comunicazione, è un fattore inevitabile: le continue interazioni e gli scambi sociali tra gli individui rendono la comunicazione elemento imprescindibile della cultura. Non a caso i grandi studiosi della scuola di Palo Alto, nell'opera più significativa *La pragmatica della comunicazione* definiscono un binario da seguire nello studio della comunicazione: il primo assioma da loro delineato è “non si può non comunicare”. Qualunque comportamento o gesto segnala, infatti, una comunicazione, sia questa intenzionale o non intenzionale; lo stesso silenzio, come completa assenza di comunicazione per antonomasia rappresenta a sua volta un processo comunicativo, ed è lo specchio della nostra volontà di non intraprendere una relazione comunicativa con l'altro.

Appare chiaro, quindi, come comunicazione e cultura siano legate tra loro e connesse da un rapporto ambivalente: sebbene la comunicazione permetta alla cultura di evolversi e svilupparsi all'interno delle società, facendosi carico della trasmissione di valori e modelli di comportamento mutevoli nel tempo; la cultura, per contro, scandisce il linguaggio che rappresenta il mezzo principale grazie al quale la comunicazione sussiste, e diviene veicolo di significati simbolici contestualizzati e uniformemente condivisi. Dopo la definizione del concetto di costruzione sociale della realtà attraverso i mass media, nei prossimi paragrafi si fornirà una definizione del controllo sociale e l'applicazione del medesimo attraverso i mass media. Di seguito, si analizzerà il controllo sociale in Albania a partire dalla nascita del regime comunista, e negli anni a seguire fino ai giorni nostri, mettendo in luce alcuni dei meccanismi più importanti in campo, con le diverse applicazioni sociali.

## 1.3 Controllo sociale, cultura e media: il caso albanese

### 1.3.1 Definizioni di controllo sociale

All'interno di questo paragrafo si cercherà di effettuare un'analisi del fenomeno chiamato controllo sociale che ha dato luogo a profonde discussioni, analisi e dibattiti in campo sociologico e non solo. Si tratta di un concetto molto articolato che è stato principale materia di studio delle scienze sociali su vari piani concettuali ed è stato poi analizzato negli anni da diversi punti di osservazione: l'obiettivo è, allora, quello di proporre e di evidenziare alcuni elementi essenziali che costruiscono questo concetto così ampio.

Non si può parlare di controllo sociale senza prima definire il concetto di "realtà sociale", che, secondo Cazeneuve, è caratterizzato da una struttura dicotomica<sup>85</sup>. Principalmente, all'interno di una determinata comunità o società, questi membri sono legati gli uni con gli altri da rapporti affettivi, economici, religiosi e culturali a diversi gradi d'intensità.

Partendo da queste considerazioni iniziali, emerge l'osservazione che in ogni aggregato di individui, in una specifica comunità, è sempre presente un "congegno" di controllo sociale strutturato sulla base delle caratteristiche collettive, che elabora una strategia ben definita per dare uniformità e coerenza al comportamento dei singoli membri del gruppo. Questo meccanismo ha la funzione principale di mantenere l'ordine sociale, a vari livelli (famiglia, scuola, fabbrica, mezzi di comunicazione) attraverso modelli pertinenti al contesto storico culturale di appartenenza in cui è inserito. Secondo Landis e Pound,

si può dire che il controllo sociale è l'insieme dei processi di socializzazione e in particolare delle pressioni che subisce ogni individuo da parte degli altri membri della società, che orientano il suo comportamento in una direzione conforme al mantenimento della società stessa<sup>86</sup>.

In questo quadro, il controllo sociale potrebbe semplicemente essere descritto come elemento uniformante del comportamento degli individui, che permette di far rispettare le aspettative del gruppo e le norme di cui la società di riferimento si è dotata, sotto forma di autorizzazione. Cazeneuve specifica, poi, che

---

<sup>85</sup> J. Cazeneuve, *op. cit.* p. 107.

<sup>86</sup> *Ivi*, p. 109.

il consenso si fonda dunque su di una opinione pubblica, ma anche, da un punto di vista più complesso e più in generale, su di un insieme di processi che lo mantengono. La società, e in special modo la società globale, esercita un controllo costante, per quanto spesso implicito, sugli elementi che la compongono, allo scopo di mantenerli in seno all'unità che essa rappresenta. Non è sufficiente dire che la società non è inerente alla natura umana, che siamo degli esseri fatti per vivere in collettività. È anche necessario che da noi venga accettata proprio la società specifica nella quale viviamo, altrimenti essa non può continuare ad esistere<sup>87</sup>.

Le varie tipologie di controllo sociale esaminate lucidamente da Gurvitch,<sup>88</sup> identificano realtà formali, implicite, positive o negative, che sono fondate su elementi principali costanti: *in primis* troviamo le “fonti”, istanze nelle quali ha origine il controllo. Gruppi o società globali, a causa dell'evoluzione di tali fonti, hanno spostato il controllo da una condizione paternalistica a quella della società in generale, in ragione dell'influenza dei mezzi di comunicazione di massa. Come secondo punto troviamo le “forme”, che si distinguono in forme elementari (le cerimonie, i tabù, il prestigio), più istintive e meno razionali; quelle giuridiche, politiche, economiche e infine quelle religiose. A questi due aspetti è profondamente legata l'opinione pubblica, che studieremo ampiamente nel prossimo paragrafo. Il terzo elemento riguarda i mezzi del controllo sociale, si tratta di

strumenti psicologici coscientemente o incoscientemente adottati per portare gli individui ad accettare i comportamenti che da essi ci si attende. Questi mezzi assai numerosi ed eterogenei possono consistere in sanzioni positive o negative quali le ricompense, gli incoraggiamenti, le punizioni, le condanne, che sono i mezzi più espliciti; ma possono consistere anche, più occultamente, in simboli, modelli, effetti di prestigio, atti di propaganda o di pubblicità – tutte influenze che si esercitano soprattutto tramite il canale degli organi di diffusione – e, in generale, in tutto ciò che determina le opinioni<sup>89</sup>.

Generalmente i *mass media* e le tecniche di comunicazione occupano un posto di rilievo in questo insieme di fonti, forme e mezzi, come vedremo a breve.

Le analisi di Gurvitch aprono la porta a due interpretazioni fondamentali del concetto in questione: in primo luogo il controllo sociale mira alla riduzione del conflitto e al superamento delle divisioni interne a una società; secondariamente, questa mitigazione avviene attraverso la creazione di equilibri mai definitivi, sempre precari. Il conflitto che caratterizza tutte le società è ridotto dal controllo sociale, anche se l'equilibrio che viene

---

<sup>87</sup> J. Cazeneuve, *op. cit.* p. 108.

<sup>88</sup> Per approfondimenti consultare G. Gurvitch, *Il controllo sociale*, a cura di A. Giasanti, Armando Editore, Roma 1997.

<sup>89</sup> J. Cazeneuve, *op. cit.* p. 111.

raggiunto è solo temporaneo e deve quindi continuamente mettersi in gioco. Emerge l'idea di un controllo sociale in continuo movimento, flessibile e dinamico, che tende a muoversi di pari passo con la società di riferimento, prendendo vita attraverso mezzi e forme diverse a seconda del contesto storico e culturale. Le società arcaiche, meno complesse rispetto alle società moderne, avevano sviluppato forme di controllo non completamente differenziate. Secondo Gurvitch, le tipologie di controllo sociale presenti nella società moderna sono sei: la religione, la morale, il diritto, l'arte, la conoscenza e l'educazione, ognuna delle quali però può essere suddivisa in numerose varietà o sottospecie. Un'altra definizione significativa è quella data da E. A. Ross, il quale

parla di controllo sociale in riferimento ad un meccanismo che viene volutamente esercitato dalla collettività sull'individuo, con l'obiettivo manifesto di indurlo alla conformità rispetto all'insieme di valori di cui una società non tradizionale si è dotata, la cui funzione è quella di mantenere l'ordine sociale<sup>90</sup>.

Si tratta di un ragionamento include tanti elementi diversi, i quali spaziano dalla religione alla morale, dal diritto ai costumi, passando per l'educazione, le rappresentazioni collettive, i valori, gli ideali, l'opinione pubblica, i modelli di cultura, le forme di suggestione. Tutti questi aspetti costruiscono quello che Ross chiama "sistema di controllo sociale". Ragnedda, rifacendosi proprio all'autore statunitense, sottolinea che è

possibile quindi suddividere gli strumenti del controllo sociale in base non soltanto alle funzioni che essi svolgono, ma anche in riferimento al tipo di sanzione che applicano e alla capacità o meno di adattarsi a contesti sociali diversi. Ross, come si è visto, ha scritto le sue riflessioni all'inizio del secolo passato, venendo così ad essere influenzato dal clima culturale e scientifico che all'epoca imperversava. Allora egli vedeva nell'arte lo strumento di influenza morale che più si sarebbe sviluppato nel futuro ovvero nei giorni nostri [...] se all'interno dell'arte si fa rientrare anche il cinema e tutta la produzione cinematografica destinati ai piccoli e grandi schermi allora la posizione di Ross sembra aver colto nel segno. Serial televisivi, soap opera, telefilm, film, con i loro messaggi e buoni esempi da seguire, sono oggi da vedersi come il principale strumento di influenza morale [...] Egli concepiva il controllo sociale come strumentale dominio della società sull'individuo, che si poneva come evidente e manifesto obiettivo quello di preservare l'ordine sociale<sup>91</sup>,

---

<sup>90</sup> Op. cit. in M. Ragnedda, *La società postpanottica. Controllo sociale e nuovi media*, Editore Aracne, Roma, 2008, p. 24.

<sup>91</sup> *Ivi*, pp. 25-32.

di fatto, come il principale dei vari meccanismi creati *ad hoc* destinati a provocare la conformità dell'individuo a un comportamento che consegue dall'interiore concordanza con i valori della collettività.

### 1.3.2 Mass media e pubblicità

Abbiamo visto citato il mondo del cinema e delle serie televisive. I *mass media* sono un elemento importante nel quadro del controllo sociale. Questi possono essere intesi come una struttura che tende a centralizzare il comportamento umano intorno alla sua esistenza e intorno ai suoi progetti, ideali e valori. Sono in altri termini un'istituzione sociale, che facilita i contatti indiretti tra gli individui fungendo da mediatore delle interazioni sociali. I *mass media* spesso contribuiscono a organizzare e gestire il loro tempo lo spazio dei singoli individui, ponendosi come punto di riferimento e modello a cui adeguarsi, e proponendosi come nodi di connessione tra le esistenze individualizzate e il contesto sociale circostante. Per questo si può asserire che i *mass media*, in particolar modo da qualche decennio a questa parte, stanno sostituendo le «principali agenzie di socializzazione<sup>92</sup>» ed educazione, in termini di modello di riferimento e di controllo sociale. Essi stanno diventando centrali come strumento di controllo sociale, nelle democrazie di massa, per una serie di motivi: perché permettono il contatto con altri individui sempre più isolati; secondariamente perché

---

<sup>92</sup> «Le definizioni di socializzazione, infatti, sembrano oscillare pericolosamente – ieri come oggi, nella tradizione come nella prassi educativa, nell'elaborazione scientifica e nel "senso comune" – tra due dimensioni semantiche non sempre esplicitate nella loro portata: da un lato, la definizione sembra enfatizzare il valore descrittivo e quasi "positivistico" del processo, enunciandolo quale *percorso attraverso cui i singoli entrano a fare parte del sistema sociale nel quale hanno visto la luce*. D'altro lato, ci accentua il carattere programmatico, intenzionale e finalistico dell'azione socializzante, intendendola dunque come un *insieme coerente di valori di riferimento e di norme di comportamento il cui obiettivo è l'orientamento culturale dell'azione individuale* (e i valori sono dunque intesi qui come "nozione" di ciò che è desiderabile)» M. Morcellini, *Passaggio al futuro. Formazione e socializzazione tra vecchi e nuovi media*, Franco Angeli editore, Milano 1997, p. 21. Un'altra definizione degna di rilievo è come «La classe politica di uno Stato nazione, a prescindere dal colore politico, amministra, nel bene e nel male, per conto della res pubblica: questa forma di governo può essere considerata, nella concezione russiana, come una forma di controllo sociale operante nell'interesse della collettività. Oggi però, il vero centro del potere sta altrove: nelle sedi delle multinazionali, negli organismi internazionali, nei consigli di amministrazione. Il loro controllo di classe tende a trasformarsi in controllo sociale per due motivi: da una parte influenzano direttamente o indirettamente gli Stati nazione svuotandoli di senso e delegando loro il mezzo di controllo sociale formale deputato alla coercizione; dall'altra si rivolgono direttamente ai cittadini, indipendentemente dalla loro locazione fisica, proponendo modelli di condotta, valori collettivi, esempi a cui ispirarsi, che servono per giustificare la loro posizione di dominio e renderla più naturale possibile» M. Ragnedda, *op.cit.*, pp. 32-33.

propongono valori universali a cui ispirarsi ed infine perché offrono, alla élite al potere<sup>93</sup>, la possibilità di fornire alle masse un modello comportamentale a cui cercare di uniformarsi. Mills ha rilevato gli aspetti negativi di questa evoluzione:

l'uomo che vive nella massa non riceve da questi mezzi una visione che lo aiuta a elevarsi; al contrario, ne ricava un'esperienza stereotipata che lo abbassa ancora di più: non può procurarsi il necessario distacco per osservare le sue esperienze, e tanto meno per valutarle – e meno ancora può valutare ciò che non può sperimentare direttamente. La sua vita, anziché essere accompagnata da quella sorta di discussione interna che noi chiamiamo riflessione, si svolge aderendo a un inconscio monologo, che riecheggia schemi ricevuti dall'esterno<sup>94</sup>.

Parallelamente, è necessario fermarsi sul «ruolo della pubblicità, un altro mezzo che suscita emozioni<sup>95</sup>» e accende desideri. Con il passare degli anni essa è diventata sempre più pervasiva, non soltanto come luogo di costruzione di messaggi fisici ma anche di *input* mentali. Essa costruisce i suoi rapporti con i mezzi di comunicazione di massa mirando al profitto, ed è in questo senso un mezzo di persuasione<sup>96</sup>, che induce le persone al consumo sempre maggiore, basato spesso non su necessità primarie ma su “bisogni fasulli”, costruiti attraverso raffinate tecniche di marketing<sup>97</sup>.

Secondo Galimberti, nel postmodernismo questi “bisogni fasulli” sono legati al fatto che il denaro è

l'unico generatore simbolico di tutti i valori. Che cos'è bello, cos'è santo, cos'è giusto, cos'è vero sono infatti tutti valori subordinati a cos'è utile, cos'è vantaggioso, dove la misura è il denaro, che, da mezzo per produrre beni e soddisfare bisogni, è diventato il fine, in vista del quale si producono beni e, se la cosa concorre a questo scopo, si soddisfano bisogni. È noto, infatti, che produzione e consumo sono due aspetti di un medesimo processo, dove decisivo è il carattere circolare del processo, nel senso che non solo si producono merci per soddisfare bisogni, ma si producono anche bisogni per garantire la continuità della produzione delle merci che assicurano denaro. All'inizio e alla fine di queste catene di produzione (di merci e di bisogni in vista del denaro) si trovano gli

---

<sup>93</sup> Spesso l'élite politica e quella economica tendono sempre di più a coincidere. Frequentemente quest'ultima gestisce il controllo sociale e i detentori dei mass media con lo scopo di costruire ordine e consenso ma anche allo scopo di mantenere lontano dall'opinione pubblica i vari scandali in cui essi sono implicati.

<sup>94</sup> C. W. Mills, *La élite del potere*, trad. ita di P. Facchi, Feltrinelli editore, Milano, 1973, p. 303.

<sup>95</sup> Le emozioni hanno un ruolo molto importante nella quotidianità, possono influenzare le interazioni dell'individuo in tanti aspetti diversi, quali per esempio; nella sfera della comunicazione in generale, nella costruzione della morale, nei segnali corporei che trasmettiamo tutte le volte che abbiamo un'interazione con gli altri e come processo di creazione di cultura eccetera. Per altri approfondimenti vedi: S. Planapl, *Communicating Emotion. Social, Moral, and Cultural Processes*, Cambridge University Press, 1999.

<sup>96</sup> R.C. Cialdini, *Le armi della persuasione. Come è perché si finisce col dire di sì*, trad. it. G. Noferi, Giunti, Firenze, 1995.

<sup>97</sup> A. Testa, *La pubblicità*, il Mulino editore, Bologna, 2007, pp. 9-11. Sulla pubblicità e persuasione si veda ivi, pp. 18-26. Sulle differenze tra pubblicità e propaganda: Ivi, pp. 26-30.

esseri umani, visualizzati solo come produttori e come consumatori, con l'avvertenza che il consumo non deve essere più considerato, come avveniva per le generazioni precedenti, esclusivamente come soddisfazione di un bisogno, ma anche, e oggi soprattutto, come mezzo di produzione. Là, infatti, dove la produzione non tollera interruzioni, le merci «hanno bisogno» di essere consumate, e se il bisogno non è spontaneo, se di queste merci non si sente il bisogno, occorrerà che questo bisogno sia prodotto. A ciò provvede la pubblicità, che ha il compito di pareggiare il nostro bisogno di merci con il bisogno delle merci di essere consumate. I suoi inviti sono esplicite richieste a rinunciare agli oggetti che già possediamo, e che magari ancora svolgono un buon servizio, perché altri nel frattempo ne sono sopraggiunti, altri che «non si può non avere». In una società opulenta come la nostra, dove l'identità di ciascuno è sempre più consegnata agli oggetti che possiede, i quali non solo sono sostituibili, ma “devono” essere sostituiti, ogni pubblicità è un appello alla distruzione<sup>98</sup>.

Il ruolo della pubblicità è andato espandendosi in maniera evidente grazie anche alla televisione, la quale rimane uno degli strumenti di comunicazione principali del mondo occidentale. Per accennare ai cambiamenti epocali favoriti dal mezzo televisivo si può citare nuovamente Ragnedda:

Nella sua accezione più critica e filo apocalittica, la TV, generalista e monodirezionale, propone e impone un immaginario stereotipato a cui i telespettatori tendono, spesso involontariamente, a sottoporsi. Senza accettare questa anacronistica e pessimistica visione, si può ragionevolmente sostenere che i media abbiano un ruolo fondamentale nella formazione dei cittadini e nel processo di socializzazione. Si indebolisce lo Stato, come si è visto, e al contempo si indeboliscono anche le convinzioni dei telecittadini, che si fanno sempre più fragili e labili, proprio perché si indeboliscono i sistemi valoriali forti, siano essi la famiglia o la chiesa, lo Stato o la scuola<sup>99</sup>.

Negli ultimi tempi anche *internet* sta stravolgendo i vecchi equilibri. L'uso della rete virtuale ha annullato la distanza che c'era tra sfera pubblica e privata favorendo una velocità di interazione mai vista prima. I concetti di “tempo e spazio” non sono mai stati così vicini tra di loro.

In ultimo, è sempre più evidente che lo spazio che stanno acquisendo multinazionali e colossi del web sta ulteriormente erodendo il potere dello Stato:

Oggi, il vero centro del potere sta altrove: nelle sedi delle multinazionali, negli organismi internazionali, nei consigli di amministrazione. Il loro controllo di classe tende a trasformarsi in controllo sociale per due motivi: da una parte influenzano direttamente o indirettamente gli Stati nazione svuotandoli di senso e delegando loro il mezzo di controllo sociale formale deputato alla coercizione;

---

<sup>98</sup> U. Galimberti, *Il segreto della domanda. Intorno alle cose umane e divine*, Feltrinelli editore, Milano 2008, p. 34.

<sup>99</sup> M. Ragnedda, *op. cit.*, p. 84.



dall'altra si rivolgono direttamente ai cittadini, indipendentemente dalla loro locazione fisica, proponendo modelli di condotta, valori collettivi, esempi a cui ispirarsi, che servono per giustificare la loro posizione di dominio e renderla più naturale possibile<sup>100</sup>.

### 1.3.3 Cultura e controllo sociale

Come già sappiamo, la cultura deve essere considerata come elemento imprescindibile per un buon livello di controllo sociale: anche in questo caso possiamo considerare essenzialmente la cultura come un processo estremamente radicato nei tessuti delle interazioni sociali, all'interno dei quali sappiamo svilupparsi la maggior parte della componente sociale e interpersonale di un gruppo. La cultura influenza naturalmente l'agire sociale, soprattutto nei processi di produzione dei significati, in modo diretto e indiretto.

Il controllo sociale, inoltre, è differente nelle culture, non solo da un punto di vista diacronico, in riferimento ai diversi contesti temporali in cui si è evoluto, ma anche da un punto di vista sincronico, con differenti tipologie di controllo sociale che coesistono simultaneamente in differenti società. La differenza culturale, poi, si basa sui valori di riferimento da tutelare della stessa società, con il fine di preservarli, promuoverli e renderli fondamentali nei cittadini<sup>101</sup>.

Sartori, ad esempio, ci parla dell'importanza degli strumenti del controllo sociale dove

L'Encyclopédie di Diderot (il cui primo tomo apparve nel 1751) fu proibita e poi messa all'Indice nel 1759 con l'argomento che nascondeva una cospirazione per distruggere la religione e indebolire l'autorità dello Stato. Il papa Clemente XII arrivò a decretare che tutti i cattolici che ne possedevano esemplari li dovevano far bruciare da un sacerdote, pena la scomunica. Ma a dispetto di questa scomunica e della mole e del costo dell'opera (ben 28 volumi in folio, ancora a composizione a mano), l'Encyclopédie stampò tra il 1751 e il 1789 circa 24.000 copie, un numero davvero colossale per l'epoca. Il progresso dei «lumi» si rivelò inarrestabile. E se non dobbiamo mai confondere lo strumento con i suoi messaggi, i mezzi del comunicare con i contenuti che comunica, il nesso è questo:

---

<sup>100</sup> M. Ragnedda, *op. cit.*, pp. 32-33.

<sup>101</sup> Come George H. Mead aveva messo in evidenza già a partire dagli anni Trenta del secolo passato, non si può parlare di valori assoluti, poiché i valori nascono dal processo di interazione che si viene a creare tra l'individuo e il contesto sociale e storico in cui è inserito. I valori di riferimento di una determinata società devono necessariamente essere visti in termini relativi. È all'interno del processo di interazione tra l'individuo e la società che si struttura il sé di ogni singolo attore sociale. È dunque nella formazione della personalità che la cultura agisce come mezzo di controllo sociale. G. H. Mead, *Mente, Sé e società*, trad. it. di R. Tettucci, edizione digitale, Giunti editore, 2010.

che senza lo strumento della stampa saremmo restati senza Encyclopédie, e quindi senza illuminismo<sup>102</sup>.

Un altro esempio riguardo l'importanza del controllo sociale nell'ambito socioculturale, è riportato da Foucault, studiando principalmente documenti francesi a partire dall'inizio dell'Ottocento, mettendo a rilievo come il sistema penale e penitenziario si evolvono in continuazione, sviluppando sempre tecniche più avanzate e sofisticate di controllo sociale.

L'autore si interroga sul definire il problema della giustizia e di come fare per applicarla. In questo percorso il filosofo francese traccia un'analisi dei meccanismi teorici e sociali sottesi ai massicci cambiamenti verificatisi nei sistemi penali della civiltà occidentale in età moderna mettendo a rilievo le strutture di pensiero e la razionalità che fondano il sistema punitivo il quale, trasformandosi cambia due aspetti importanti; scomparsa dello spettacolo della punizione, e di come si allena il dolore fisico del condannato. Si passa piano piano dalla scomparsa del dolore fisico dell'individuo ad altre tecniche di controllo della sua mente, scoprendo, che per il potere politico, è più facile avere un "controllo totale sulle masse" infliggendo a loro un dolore nell'anima che fisica.

Infatti, un ruolo fondamentale nel controllo sociale lo ha avuto la nascita del diritto d'autore. L'esigenza dell'autore e dei diritti ad esso legati nasce storicamente con la stampa; Foucault in questa fase individua l'inizio del controllo sociale sull'editoria. Per un controllo migliore sull'ordine pubblico, su ogni pubblicazione doveva essere messo obbligatoriamente il nome di chi avesse scritto il libro<sup>103</sup>. In questo modo lo scrittore era «l'unico responsabile delle idee scritte, specialmente in caso di violazione riscontrata dalle autorità competenti delegate a controllare così già sapevano in anticipo chi dovesse essere l'organismo da punire<sup>104</sup>».

---

<sup>102</sup> G. Sartori, *Homo videns. Televisioni dhe postmendimi*, përktheu në shqip A. Nexhepi, Shtëpia e botimit Dituria, Tiranë, 2013, p. 22.

<sup>103</sup> «Il libro non è solo un immoto deposito di sapere o la messa per iscritto di qualcosa che per natura propria appartiene al detto, al parlato. Ma è viceversa una cosa viva, vitale, che ha per così dire una sua personalità autonoma, che partecipa, che si muove, che si muove e interagisce con la vita degli uomini, con le loro intenzioni, con le loro passioni, con il loro modo d'essere [...] diventa invece una parte degli uomini, soggetto e oggetto di volizioni e di effetti, intrecciato alla ricchezza di sentimenti e di emozioni – al pianto, al riso, al dolore e al desiderio, al senso del tempo e ai labirinti della memoria – che formano il tessuto dell'esistenza. Il cristianesimo è il primo a concepire e a usare il libro come un'arma, come la più efficace e necessaria tra le armi. Trasformato in arma di guerra [...] per diventare strumento per fini concreti, giusti o sbagliati che siano. E in questa funzione e servendo a molti padroni giungerà fino ad oggi». G.A. Ferrari, *Libro*, Bollati Boringhieri editore, Torino 2014, pp. 49-52.

<sup>104</sup> M. Foucault, *Sorvegliare e punire. Nascita... op. cit.*

La formazione e il mantenimento dell'ordine sociale sono strettamente legati al successo ottenuto nel formare personalità inclini ad accettare norme di comportamento e valori di cui la società stessa si sta dotando.

### **1.3.4 Potere politico e controllo dei media albanesi**

Dopo aver definito generalmente i meccanismi di nascita e di applicazione del controllo sociale, si passerà nello specifico analizzando il caso dell'Albania, passando dal periodo comunista fino al lungo processo di democratizzazione del paese che porta ai giorni nostri. Lo studio del periodo comunista è imprescindibile visto che tante peculiarità sono rimaste "identiche", o cambiate in modo superficiale, poiché il potere politico ha cercato di mantenere sempre un energico effetto di controllo sulle arterie principali del paese ma soprattutto sui mezzi di comunicazione tradizionali.

Con l'avvento della democrazia destra e sinistra si sono spesso scambiate le poltrone, e gli attori politici hanno giurato di essere l'unica possibilità per un cambiamento, tanto mancato e sognato in questi anni di transizione e democrazia, per un'Albania migliore. In questi trent'anni i tentativi sono risultati molto più ardui delle parole, tutto questo per colpa delle grosse crepe che il potere politico include in sé, per la difficoltà nella costruzione della democrazia e per le dinamiche che la formano, e seppur, con il richiamo della grande voce che arriva da Bruxelles, negli ultimi anni dei miglioramenti evidenti si siano affermati, resta la falla più grande, il sistema di giustizia, dove risiede il potere e la forza di un paese, spesso corrotta dalle sue fondamenta fino ai livelli più alti, nei quali gli scandali che coinvolgono alcuni giudici sono all'ordine del giorno.

Questo fenomeno ben noto purtroppo impedisce al paese di formare una democrazia affermata e continuativa e di raggiungere i traguardi necessari che possono permetterle di iniziare il lungo cammino della negoziazione per l'adesione all'Unione Europea.

Prima di entrare nei meccanismi di controllo dei media e delle relative dinamiche, come, per elencarne qualcuna, censura, comunicazione politica, propaganda e finanziamenti diretti e indiretti ai mezzi di comunicazione di massa, è di vitale importanza capire come funzionano questi meccanismi e le tecniche di applicazione sia durante il comunismo che alla nascita della democrazia, e in special modo negli anni a seguire, quelli del pluralismo politico.

Per cercare di spiegare al meglio il sistema del controllo dei media, «in cui c'è libertà di stampa, ma non libera stampa<sup>105</sup>», bisogna fare un ulteriore passaggio, bisogna prima capire l'architettura del potere politico albanese, e, di conseguenza, come questo si riflette sul controllo delle istituzioni in generale, dei loro meccanismi interni e sul potere esercitato sui mezzi di comunicazione di massa.

Pertanto, nascono delle domande cui bisogna cercare di dare delle risposte, o che almeno si deve provare ad analizzare in modo profondo, all'interno di questi processi così complessi e latenti agli occhi di tutti, spesso molto difficili da scoprire, a causa di accordi sottobanco per interessi personali, con lo scopo di ambire ad arricchirsi facilmente o mantenere il potere a tutti i costi. Esiste veramente una democrazia in Albania? Se esiste, come è formata? Dove si colloca rispetto alle definizioni internazionali della democrazia? Questo passo cruciale ci servirà da introduzione per il prossimo paragrafo in cui si parlerà della formazione dell'opinione pubblica albanese attraverso i media tradizionali.

Nella scienza politica per secoli si è discusso del significato della democrazia. «Il significato letterale “potere del popolo” è stato riformulato e arricchito con la famosa espressione “potere dal popolo, del popolo e per il popolo”, nel senso che il potere deriva dal popolo, appartiene al popolo, e deve essere usato per il popolo<sup>106</sup>» quindi risulta considerato un bene da tutti e per tutti, e di conseguenza è un regime di governo accettato largamente dalla collettività.

In questi termini appena citati la democrazia, per dare una definizione generale, si configura come quel tipo di regime in cui ai diritti della tradizione liberale si sono aggiunti i principi democratici della sovranità popolare estesi a un numero più ampio di cittadini. Pertanto, definizioni come quella di Schumpeter rimangono tra le più accettate: «il metodo democratico è lo strumento istituzionale per giungere a decisioni politiche, in base al quale singoli individui ottengono il potere di decidere attraverso una competizione che ha per oggetto il voto popolare<sup>107</sup>». Strettamente connessa a queste definizioni generali, che permettono di capire al primo sguardo quali sistemi possano essere ritenuti democratici e quali no, a un paese per essere chiamato democratico serve almeno un'altra definizione “minima”, ossia quella che stabilisce come democratici «tutti quei regimi che presentano

---

<sup>105</sup> I. Londo, *Legislation on media ownership*. Southeast European Media Journal, Special Report 2004, p. 71; Cfr. J. Godole, *Gazetaria shqiptare në tranzicion, Struktura, aktorët dhe tipologjia profesionale*, Papirus, Tiranë, 2014.

<sup>106</sup> M. Cotta, D.D. Porta, L. Morlino, *Scienza politica*, Il Mulino editore, Bologna 2001, p. 91.

<sup>107</sup> J.A. Schumpeter, *Capitalismo, socialismo e democrazia*, trad. it. di E. Zuffi, Ed. di Comunità, Milano 1964, p. 257.

almeno; a) suffragio universale, maschile e femminile; b) elezioni libere, competitive, ricorrenti, corrette; c) più di un partito; d) diverse alternative fonti di informazione<sup>108</sup>».

Un'ulteriore definizione empirica di democrazia riguarda poi "l'insieme di norme e procedure che risultano da un accordo-compromesso per la risoluzione pacifica dei conflitti tra gli attori sociali, politicamente rilevanti, e gli altri attori istituzionali presenti nell'area politica"<sup>109</sup>. Va ricordato inoltre che esistono diversi modelli di democrazia: parlamentare, presidenziale, semipresidenziale, diretta e rappresentativa.

Proprio quest'ultima è quella stabilita in Albania subito dopo la caduta del comunismo, basata sulle regole e sulle istituzioni della rappresentanza, il parlamento e il governo, un'élite ristretta cui è delegata la volontà dei cittadini. Questo modello di democrazia "tende a dividere, disperdere e limitare il potere in una varietà di modalità. Questa rimane ancora nell'esperienza contemporanea come «condizione essenziale della democrazia, sia da un punto di vista logico, sia, soprattutto, storico<sup>110</sup>».

Un'altra differenza, fortemente correlata a quest'ultima, è che «il modello maggioritario è esclusivo, competitivo e avversariale, mentre quello consensuale è caratterizzato da inclusività, negoziazione e compromesso<sup>111</sup>», e può essere definito anche con il nome di democrazia negoziale<sup>112</sup>.

Secondo la costituzione albanese, che viene modificata, sulla falsariga del modello italiano, nel 2008,

L'Albania è una Repubblica Parlamentare (art. 1 par. 1), [...] basata su un sistema di elezioni libere, egualitarie, generali e periodiche (art. 1 par. 3). La sovranità nella Repubblica d'Albania appartiene al popolo (art. 2 par. 1), il popolo esercita la sovranità attraverso i rappresentanti o direttamente (art. 2 par. 2). [...] Il sistema della governabilità nella Repubblica dell'Albania si basa nella divisione e il bilanciamento attraverso il potere legislativo, governo e potere giudiziario (art. 7). [...] La libertà dell'espressione è garantita. La libertà della stampa, della radio e televisione è garantita. La censura preventiva dei mezzi di comunicazione è vietata (art. 22 par. 1, 2 e 3). Il diritto dell'informazione è garantito. Secondo la Costituzione emerge che l'Albania è un Paese democratico e di sani origini democratici (art. 23 par.1)<sup>113</sup>.

---

<sup>108</sup> M. Cotta, D.D. Porta, L. Morlino, *op. cit.*, p. 92.

<sup>109</sup> *Ivi*, p. 93.

<sup>110</sup> F.M. Pellicano, *Istituti di democrazia diretta*, *GIUSTAMM – Rivista di diritto pubblico*, 12 gennaio 2021, p. 2.

<sup>111</sup> A. Lijphart, *Le democrazie contemporanee*, trad. it. di L. C. Papavero, a cura di L. Verzichelli, Il Mulino editore, Bologna 2001, p. 24.

<sup>112</sup> A. Kaiser, *Types of Democracy: From Classical to New Institutionalism*, in *Journal of Theoretical Politics*, 9, n. 4, 1997, pp. 419-444.

<sup>113</sup> Per maggiori informazioni consulta online l'URL <https://bit.ly/3tSKVps> (ultimo accesso ottobre 2021).

Ma è veramente così? Tutti questi principi vengono applicati secondo la legge? Dopo il 2010 si sono notati lenti cambiamenti, alcuni aspetti sociali sono migliorati, sono state create una base e delle condizioni per fare notevoli passi in avanti, ma non abbastanza perché l'Albania possa essere definita come un paese di democrazia affermata. L'introduzione dei sondaggi prima delle votazioni, che hanno come scopo principale quello di saggiare l'opinione dei cittadini per conoscere le tendenze politiche e sociali degli elettori, in special modo «per valutare l'opinione pubblica su questioni sociali, su questioni governative, economiche ed educative<sup>114</sup>», sono un elemento imprescindibile in funzione del meccanismo di misurazione della volontà libera dei cittadini di un paese.

Secondo l'Associazione mondiale per la ricerca sull'opinione pubblica (WAPOR), si definisce democratico un paese che pubblica regolarmente sui mass media pubblici i sondaggi di opinione. WAPOR riconosce in Europa solo 41 Stati democratici, dove vengono pubblicati regolarmente i sondaggi sui mass media statali. I sondaggi devono essere pubblicati esclusivamente sulle emittenti statali e non su quelle private, per evitare che chi li adopera li utilizzi come marchio politico e di propaganda. Inoltre, consultando altri istituti di ricerca mondiali come Ifop, Eurisco e Doxa, si può notare la conferma che l'Albania non risulta inclusa nel novero degli stati considerati democratici.

È facile capire il motivo dell'esclusione dell'Albania, dove succede tutto il contrario di quanto appena abbiamo menzionato: i sondaggi elettorali non vengono pubblicati dalla televisione dello Stato Rtsh ma dalle emittenti private<sup>115</sup>, nelle quali spesso i pensieri degli ospiti sono polarizzati secondo le logiche del dibattito e già impostate dal proprietario del canale, e la sua lettura dei fatti si basa su quella del partito di appartenenza, pro o contro il governo.

Se da una parte questi sondaggi sono espressione della libertà di espressione degli individui sulle questioni politiche e sociali, dall'altra parte le Tv private che le pubblicano si affidano agli istituti stranieri: quelli albanesi sono fragili e poco affidabili, e sfortunatamente non esiste un istituto riconosciuto da tutti che studi l'opinione pubblica e la televisione.

---

<sup>114</sup> K. Frankovic, T. Johnson, M. Stavrakantonaki, *Freedom to Conduct Opinion Polls*. A 2017 Worldwide Update, ESOMAR-WAPOR, 2017, p. 7.

<sup>115</sup> Nelle elezioni del 25 aprile 2021 Report Tv ha pubblicato 6 diversi sondaggi prima delle elezioni appoggiandosi al famosissimo istituto italiano Piepoli, Euronews Albania ha pubblicato diversi sondaggi fatti dall'Istituto MRB, Ora News dall'istituto NOTO sondaggi, Top Channel dal IPSOS, Syri TV dal Flame Tree Advisor.

Siffatta manifestazione di inaffidabilità è strascico del totalitarismo, che esercitava un forte controllo su media, stampa, polizia e altri apparati governativi, con delle forti restrizioni in tutti i campi, ma con forme diverse di applicazione sul campo.

Tali fenomeni hanno radici profonde e sono ereditati dalla presa del potere dal Partito Comunista, che iniziò dalla fine della Seconda guerra mondiale e che consolidò il proprio potere facendo da subito piazza pulita del passato. Quel momento storico trovava l'Albania in una situazione di disperazione generale, e i più colpiti, in seguito all'occupazione nazifascista, furono il sistema economico, sociale e culturale.

Quasi l'85% della popolazione viveva nelle zone rurali e si occupava di allevamento e agricoltura, nelle grandi città le produzioni di massa e le industrie pesanti dovevano ancora prendere piede e si viveva con un bassissimo livello di rendita. In questa fase storica nel paese il sistema della comunicazione era molto debole e sottosviluppato. La maggior parte della popolazione era analfabeta, e dunque date queste condizioni non si avvertiva il bisogno di un'elevata cultura di sviluppo dei media.

Dopo il consolidamento politico, il partito comunista, capendo l'importanza del potere di propaganda che la radio e i giornali avevano sul pubblico, seppure ristretto, in questa fase, iniziava «a mettere tante energie e a non risparmiare mezzi di finanziamento, materiali, mettendo tante persone a disposizione per il rinnovo, per un allargamento e modernizzazione, con le loro possibilità, dei media che avevano sotto controllo»<sup>116</sup>, tanto che si avvertiva il bisogno di migliorare il segnale in tutto il territorio per indottrinare le masse con l'ideologia del partito, quella del leninismo e del marxismo.

Nel 1951 nella Costituzione si giustificava anche la dipendenza dei media dal partito: il meccanismo di controllo era composto da tre apparati,

affidato al Primo Segretario del Comitato Centrale del Partito (Sekretarit të Parë të Komitetit Qëndror të Partisë), al Segretario del Comitato Centrale del Partito per la Propaganda (Sekretarit të Komitetit Qëndror të Partisë për Propagandën) e al Capo del settore della stampa (Shefit të sektorit të Shtypit), ai quali era assegnato il compito specifico di controllare e filtrare tutte le pubblicazioni che entravano e uscivano dalla redazione<sup>117</sup>.

Paradossalmente cresce sempre di più il numero delle informazioni a disposizione, però la qualità delle stesse è sempre minima, a causa del forte controllo dalle strutture del partito: tutto quello che viene pubblicato deve subire prima il filtraggio dei canali costruiti

---

<sup>116</sup> A. Fuga, *Monolog. Mediat dhe propaganda totale*, Shtypshkronja Guttenger, Tirana 2010, p. 78.

<sup>117</sup> Cfr. *Ivi*.

da Hoxha e gli altri membri del partito. La struttura più alta è in quest'epoca il *Komiteti Qëndror i Partisë* (Comitato Centrale del Partito), il quale era il polmone della ricezione, costruzione e divulgazione di ogni informazione sul tutto il territorio. Tale istituzione supervisionava il lavoro dei media e dei giornalisti, e, nelle zone rurali, degli inviati, tutti feroci militanti del partito. Questi ultimi, in particolare, dovevano avere una buona capacità di scrittura persuasiva e idee che riflettevano le opinioni del partito o ne creavano di nuove, ed entravano subito a scrivere per i giornali: non serviva una laurea specifica, era sufficiente la fedeltà al partito, che utilizzava ogni inviato non soltanto in funzione di mezzo di diffusione delle nuove ideologie, ma anche come misuratore diretto della temperatura delle opinioni del popolo.

Questo sistema di controllo in quel periodo permea tutte le istituzioni e la vita sociale, spessissimo anche gli stessi membri più alti del partito: i fallimenti e le colpe del passato del governo ricadono sui dirigenti di più basso livello, e si vuole dimostrare che dallo sguardo e dal controllo del potere non si salva nessuno. Si tratta dunque di un altro modo per creare terrore e obbedienza nella psicologia delle persone: non esiste la minima libertà di parola per gli individui, si pensi se possa esserci quella dei media. «Venivano considerati nemici interni e traditori della patria, ovviamente, spesso i processi erano creati di proposito, senza nessuna prova, tanti innocenti si sono giustiziati senza avere nessuna colpa, questo ciclo si ripeteva in continuazione<sup>118</sup>», creando così l'impressione che nel paese esistesse un potere onnipotente e onnipresente, un potere divino. I media hanno solo una funzione durante il regime, quella di essere la voce del Partito e lo strumento di propaganda su tutto il territorio per ottenere l'effetto desiderato, scegliendo un linguaggio pragmatico.

Da questa logica di controllo oppressivo<sup>119</sup>, come tutti gli altri mezzi di comunicazione pure la televisione viene utilizzata in qualità di canale ufficiale per la propaganda del Partito. Del resto, anche in ogni processo di azione dinamica in fisica si deve tenere conto dei risultati della stessa azione, ovvero, ciò che corrisponde al nome di retroazione. Se infatti da una parte l'utilizzo dei media aumenta il bacino degli utenti cui il potere politico, abbracciando una massa sempre più consistente, per la divulgazione della ideologia marxista e leninista, dall'altra l'aumento degli apparecchi fa sì che le preferenze

---

<sup>118</sup> A. Fuga, *Monolog. Mediat... op.cit.*, p. 83.

<sup>119</sup> «il regime è severo anche per quanto riguarda l'aspetto della speaker: troppo *make-up*, smalto sulle unghie e orecchini troppo grandi possono portare a una censura e al blocco della trasmissione», in E. Pagani, *INFOALBANIA. I media albanesi dal XX secondo a oggi*, Salento Books, 2018, p. 25.



dei telespettatori albanesi si riversino sempre più spesso sulle emittenti italiane lungo la costa adriatica e, nella parte meridionale del paese, sulle emittenti greche.

Questo nuovo mezzo, con il suo potere di divulgazione, mette dunque in repentaglio il potere stesso se non viene controllato rigidamente. Il grande filosofo francese Lyotard ci ricorda che nel postmoderno abbiamo la «trasformazione della natura del sapere<sup>120</sup>» attraverso la ricerca, e la trasmissione dell'informazione cambia la legittimità di chi detiene il potere: pertanto lo Stato non ha più il potere assoluto come prima, ma subisce la concorrenza delle multinazionali e di chi detiene il centro delle informazioni. Seppur questo pericolo nella società albanese dell'epoca sia meno evidente, il regime sorveglia sempre attentamente ogni minimo dettaglio per non farsi sfuggire nulla che possa mettere a repentaglio la sua voce obbediente. Proprio questa diffusione in Albania di fonti non ufficiali del partito come la Rai mette in pericolo la legittimità del partito stesso: il pericolo non viene dunque dall'interno visto che il controllo meticoloso di ogni forma di informazione trasmessa veniva prima setacciato dalla Camera del controllo, ma dall'esterno, soprattutto dall'Italia, attraverso i vari programmi televisivi ritenuti pericolosi e di matrice consumista e capitalista.

Le contromisure sono immediate, realizzate attraverso tecnici specializzati incaricati di bloccare il segnale: ovviamente

non si diceva direttamente che questa scelta fosse principalmente politica, ma il controllo veniva giustificato in quanto quel tipo di programmazione non era conforme al rispetto dei tabù morali sul piano etico e portava i giovani verso una degenerazione culturale<sup>121</sup>.

Durante il periodo della transizione, subito dopo la caduta della dittatura comunista e alla nascita del pluralismo politico, rimangono forti legami con il passato, sia a livello delle istituzioni sia a livello sociale e culturale, perché «la storia non si cancella senza lasciare tracce<sup>122</sup>», portando da un lato a un forte desiderio di ricostruzione – «gli impulsi oppressi si trasformano in aspirazioni che porteranno l'Albania presto a livello degli altri Paesi Europei, passando da una dimensione di oppressione a una dimensione di creazione<sup>123</sup>», - e dall'altro a una forte predisposizione alla violenza e ad azioni vandaliche allo scopo di

---

<sup>120</sup> J. F. Lyotard, *op. cit.*, p. 15.

<sup>121</sup> A. Fuga, *Monolog. Mediat... op.cit.*, pp. 106-107

<sup>122</sup> A. Fuga, *Media, politica, shoqëria (1990-2000). Ikja nga kompleksi i Rozafës*, Botimet Dudaj, Tiranë, 2008.

<sup>123</sup> E. Fromm, *Arratisja nga liria, përkthyer në shqip Gj. Sinani, Plejad, Tiranë 2011*, p. 20.

ottenere ricchezza in modo veloce e facile: tuttora i casi di omicidio sono all'ordine del giorno.

La nascita del primo governo pluralista, con le elezioni del 1992, porta il leader del partito democratico Berisha a guidare l'Albania nella prima fase di transizione fino al 1997, quando lo scoppio della guerra civile getta il Paese nel caos totale. Il potere politico ha sempre definito e sostenuto che in Albania esistesse un sistema democratico basato sui suoi principi democratici di base. Nasce spontanea una domanda: è veramente così? Qual è l'antitesi della democrazia? Per rispondere a questo interrogativo bisogna fare un passo indietro, tornare al periodo comunista, per vedere le differenze, nell'ambito del controllo sociale, tra i due regimi, occupandoci in questa sede dei mezzi di comunicazione di massa e dei loro legami con altre forme del potere politico.

Le proteste degli studenti a Tirana, ma anche nelle altre grandi città, hanno all'epoca creato un entusiasmo enorme in tutto il Paese: finalmente ci si può esprimere liberamente, il chiacchiericcio sottobanco che continua dal lontano 1945 è finito, gli individui hanno non soltanto il diritto di parola ma anche la libertà di riunirsi e protestare; ricordiamo che uno dei slogan più cantati all'epoca, «*E duam Shqipërinë si gjithë Evropa* (Vogliamo che l'Albania sia come tutta l'Europa)<sup>124</sup>», è stato utilizzato anche nelle ultime elezioni parlamentari dai piccoli partiti per accusare i più grandi di corruzione e di scarso impegno verso i cittadini.

Infatti, in quei giorni era bello tornare a esprimere i propri pensieri senza la paura di essere sorvegliati e puniti, con il rischio che anche la propria famiglia venisse perseguita per una parola pronunciata fuori luogo, per una battuta, per un'innocua lamentela, date le condizioni della vita quotidiana: ma il sistema non perdonava nulla, anzi, la punizione doveva essere l'esempio che i casi devianti meritavano per il bene del popolo.

Dopo la fine di questa fase, i pensieri oppressi iniziano a uscire dai binari della dittatura e a diffondersi con grande rapidità in tutto il territorio, creando i presupposti per la fine dell'incubo e l'inizio della grande corsa verso la democrazia.

Paradossalmente la nascita dei nuovi giornali principalmente a matrice partitica non cammina però in parallelo con la libertà di espressione: il nuovo gruppo dirigente politico esercita una forte pressione sulla carta stampata e sulla televisione, e questo controllo si rispecchia in una bassa qualità delle notizie e nel palese appoggio, da parte dei giornalisti,

---

<sup>124</sup> L. Dervishi, *Intervista e plotë e Presidentit Meta, për emisionin "Përballë"*, e trasmetuar në RTSH1- HD, publikuar online në datën 08 dicembre 2020. Disponibile online presso l'URL <https://bit.ly/3qHhwgf> (ultimo accesso giugno 2021).

ormai per la maggior parte diventati veri e propri militanti, al partito politico che ha creato il giornale o lo sostiene direttamente.

Tale pluralità della stampa viene dominata dalla «propaganda soggettivismo, da un vedere i fatti in bianco e nero, da un forte militantismo e interesse verso il partito, tutto questo a discapito della verità e della informazione<sup>125</sup>», ma anche dagli scontri frequenti e violenti tra caporedattore e giornalisti, o tra il capo del partito e il redattore per divergenze ideologiche nella costruzione delle notizie. Spesso i giornalisti più qualificati chiedono una maggiore libertà di espressione dai partiti politici, e quando non si raggiunge un compromesso tra le parti spesso i cronisti arrivano alle dimissioni: i giornali in questo periodo non hanno bisogno di una informazione libera bensì di una che si adatta alle esigenze e alla linea politica tracciata in base alle regole della dirigenza e dei loro padroni. In questa fase storica «bisognava tener conto che la guerra politica nei media era molto vigorosa, forse ogni tanto anche con pericoli personali ma anche riempita di frustrazioni, insulti e varie minacce, faceva sì che una parte dei giornalisti preferiva non scrivere nei giornali<sup>126</sup>».

Non esistevano all'epoca regole giuridiche che tutelavano i giornalisti o una difesa sociale che li sostenesse, e il pericolo tante volte veniva più dall'interno che dall'esterno: spesso erano i proprietari a minacciare il licenziamento o una decurtazione dello stipendio, e purtroppo non c'erano altri mezzi di sussidio, specie quando la priorità era la sopravvivenza.

Negli anni '90

se ci dobbiamo riferire alle percentuali reali, nella prima fase del postcomunismo, 1992-1997, il livello dei dipendenti senza assicurazione si aggirava intorno al 95% [...] Nella seconda fase 1997-2003 l'indicatore si aggira intorno al 90%. Nella terza fase, dal 2003 fino a 2006, l'indicatore è sceso fino al 75%. Durante gli anni 2006-2009 questo numero scende tra il livello di 45%-60%<sup>127</sup>.

Il Partito Democratico di Berisha aveva cercato di adottare una legge che regolasse i diritti della stampa e della comunicazione, ma non nel concreto, non riuscendo a mettere nero su bianco il concetto di libertà di stampa esistente dunque solo sulla carta, perché all'atto pratico i fatti raccontavano esattamente il contrario. Dal 1991 in poi non sono

---

<sup>125</sup> A. Fuga, *Media, politica, shoqëria... op. cit.*, p. 426.

<sup>126</sup> *Ivi*, p. 430.

<sup>127</sup> R. Çipuri, *Vetëcensura. Realitete të gazetarisë shqiptare*, botimet Papyrus, Tiranë, 2016, p. 86. Questi argomenti, oltre che nel suo libro, sono state trattati anche durante un colloquio con lo scrivente durante la permanenza a Tirana.

mancati gli arresti di diversi giornalisti con la scusa che i loro scritti fossero un pericolo pubblico, ovviamente non per la popolazione, bensì per il potere politico: le scomode verità potevano mettere a repentaglio i poteri dei dirigenti, spesso corrotti e collaboratori della mafia locale, tanto che le loro campagne elettorali venivano finanziate proprio da soldi sporchi di droga, prostituzione e traffico di armi.

Tutte queste condizioni portavano a una stampa monotematica dipendente e controllato dal potere politica, che metteva alla luce una informazione di parte e superficiale, la pressione diffusa avevo lo scopo di rimanere in linea con le norme redazionali ed evitare i casi devianti.

Nel 1995 veniva chiuso per un periodo di tempo l'unico giornale straniero con editori italiani, «con diverse accuse pubbliche, dalle più leggere, quelli di denaturalizzazione della lingua albanese, fino a quelli più pesanti, come portatore di tendenze fasciste e procomuniste nella realtà albanese<sup>128</sup>», durante tutta la «fase di transizione i media albanesi hanno cercato di essere emancipati, ma non sono riusciti a trasformarsi da un istituzione del partito a un istituzione indipendente<sup>129</sup>», rimanevano oggetto di proprietà dei partiti, e solo dopo il 1998 iniziarono a passare nelle mani degli imprenditori privati.

La voce diversa che emergeva dal “gregge” veniva punito senza mezzi termini, verbalmente o psicologicamente, spesso utilizzando violenza fisica e minacce di morte, menzioniamo un esempio; quello dell'arresto del caporedattore del giornale *Koha Jonë* (Il nostro tempo) Aleksandër Frangaj e del suo vice Martin Lekaj, è la forte violenza fisica nei confronti degli altri giornalisti presenti in redazione dalla parte dalle forze dell'ordine, arrivando al culmine di questa ripetuta violenza nell'incendiandolo del 2 marzo del 1997 che la struttura subisce da persone ignote. L'incendio causò molti danni materiali e tanta paura, per fortuna non ha causato vittime, il messaggio era chiaro, bisognava tenere fuori il naso dagli affari del governo, e di non procedere con inchieste o pubblicazione da mettere in discussione il suo operato.

Un altro esempio di violenza estrema sui giornalisti e sui civili avviene nel 21 gennaio 2011. Causa delle proteste è video registrato nel marzo di 2010, pubblicato dal «programma televisivo *Fiks Fare*, dove Dritan Prifti Ministro dell'Economia<sup>130</sup>», riprendeva di nascosto il capo del suo partito, all'epoca Vice Primo Ministro e Ministro degli Esteri,

---

<sup>128</sup> A. Fuga, *Media, politica, shoqëria... op. cit.*, p. 467.

<sup>129</sup> J. Godole, *op. cit.*, p. 68.

<sup>130</sup> B. Likmeta, *L'Albania colpita dal video scandalo di corruzione*, BalkanInsight, 12 gennaio 2011, Tirana. Disponibile online presso l'URL <https://bit.ly/3tIfOgy> (ultimo accesso maggio 2021).

«l'attualmente Presidente della Repubblica Ilir Meta<sup>131</sup>», il quale nella prima parte del video parla con Prifti per sistemare alcuni elementi membri fedelissimi del suo partito in posizioni di prestigio lavorativi senza laurea e senza esperienza. Dopo aver finito la questione degli amici cerca di corromperlo per un altro appalto: si parlava di una concessione per una centrale idrica.

La concezione già assegnata doveva essere sospesa dicendo che l'azienda non aveva i parametri giusti, per poi assegnarla a un'altra azienda che prometteva a Meta il 7% dell'investimento, circa 700 mila euro, il ministro dell'economia era l'unico che poteva fare questo cambiamento.

Prifti sembra riluttante perché il caso è finito in tribunale, e dopo l'Appello ci può essere il ricorso in Cassazione. Invece, Meta sostiene che la sentenza dell'Appello è definitiva, quindi si può procedere. Per di più, gli dice di non preoccuparsi perché ha buoni rapporti con la Presidente della Corte di Cassazione visto che le "ha sistemato" la figlia in ambasciata<sup>132</sup>.

Ovviamente, dallo scandalo nascono le proteste del partito socialista a Tirana con a capo Edi Rama. Il video è stato affidato agli esperti americani che l'hanno analizzato e hanno concluso che il video fosse autentico e non manipolato. Stranamente, per la giustizia albanese è stato invece ritenuto manipolato, rigettando così il verdetto degli specialisti americani. I socialisti e i loro alleati organizzano una protesta nazionale contro il governo, non solo per le accuse di corruzione ma anche per la grande disoccupazione e la povertà che aveva avvolto in paese. Quando i manifestanti si avvicinano all'entrata del palazzo del Primo Ministro i militari della Guardia Repubblicana sparano sulla folla, e il bilancio è tragico: quattro morti e decine di persone ferite.

Attraverso il gioco della coalizione nel terreno di gioco non esiste una sola forza politica, ma diverse, il controllo che prima era esercitato da un unico soggetto politico viene sostituito piano piano dalle élite politiche ed economiche, la censura esercitata in modo

---

<sup>131</sup> «Diversamente dal caso austriaco, dove si vede coinvolto il Vicecancelliere Heinz Christian Strache, mostrato in un video dove tratta con una donna russa che parla di offerte di corruzione. Questo porta in Paese in elezioni anticipate. Diversamente in Albania non succede la stessa cosa, invece di essere punto, diventa ancora più importante. Lo scandalo che l'ha avvolto nel 2010, Ilir Meta non si è fermato politicamente parlando, diventando così nel 2013 Presidente della Repubblica» - *tra l'altro con il governo di Rama che aveva organizzato le proteste nel 2011* (corsivo dell'autore), in E. Feferberg, *In-Flagranti-Videos beenden nicht immer Polit-Karrieren*, Die Presse, 19 maggio 2019. Disponibile online presso l'URL <https://bit.ly/3Ae1RrR> (ultimo accesso maggio 2021).

<sup>132</sup> A. Trungu, *Un video fa dimettere il Vice Primo Ministro albanese Ilir Meta*, Albanianews, pubblicato il 16 gennaio 2011. Disponibile online presso l'URL <https://bit.ly/3L9A80D> (ultimo accesso gennaio 2022).

esplicito dal partito comunista si trasforma, come ci ricorda Bourdieu, in una forma di censura invisibile<sup>133</sup>, più sottile e latente ma molto efficace.

Sul piano della costruzione dell'informazione si passa da un ordine prevalentemente subordinato e diretto dalla paura del regime, a un ordine di natura più economica di sopravvivenza, i temi principali scelti da trattare vengono imposti dal grado di libertà economica che il medium aveva a disposizione, talvolta, queste cause erano alla base di una censura indiretta, visto che le condizioni finanziarie determinavano per il giornalista che notizia portare, e cosa approfondire, in questo modo dalla selezione dei temi in base alla loro importanza e il tempo a disposizione di una determina notizia si teneva «l'ordine simbolico desiderato»<sup>134</sup>.

Si entra così in fenomeni che Fuga chiama «sviluppi ciclici della società, quando la società passa una nuova fase, ritorna di nuovo nella fase iniziale, invece di un movimento lineare la storia ci propone un movimento in cerchio»<sup>135</sup>.

Questa metafora fa riferimento diretto ai due partiti più importanti della storia postcomunista in Albania, il Partito Socialista e Partito Democratico, dove il capo decide tutto, e tra l'altro nell'organizzazione interna sono speculari, mentre gli altri partiti hanno avuto quasi sempre un peso politico poco incisivo, importanti solo nel caso in cui alle elezioni non si sia raggiunta la maggioranza: in quel caso il loro contributo è stato determinante per la creazione di una coalizione per andare al governo.

Nelle ultime elezioni, il 25 aprile 2021, sono stati solo quattro i partiti ammessi in parlamento, nonostante quelli registrati nell'organo competente (KQZ)<sup>136</sup> prima delle elezioni fossero 46, un numero elevato per una popolazione di solo 3 milioni di abitanti. Di queste formazioni, alle elezioni hanno partecipato soltanto in dodici, e 5 candidati indipendenti.

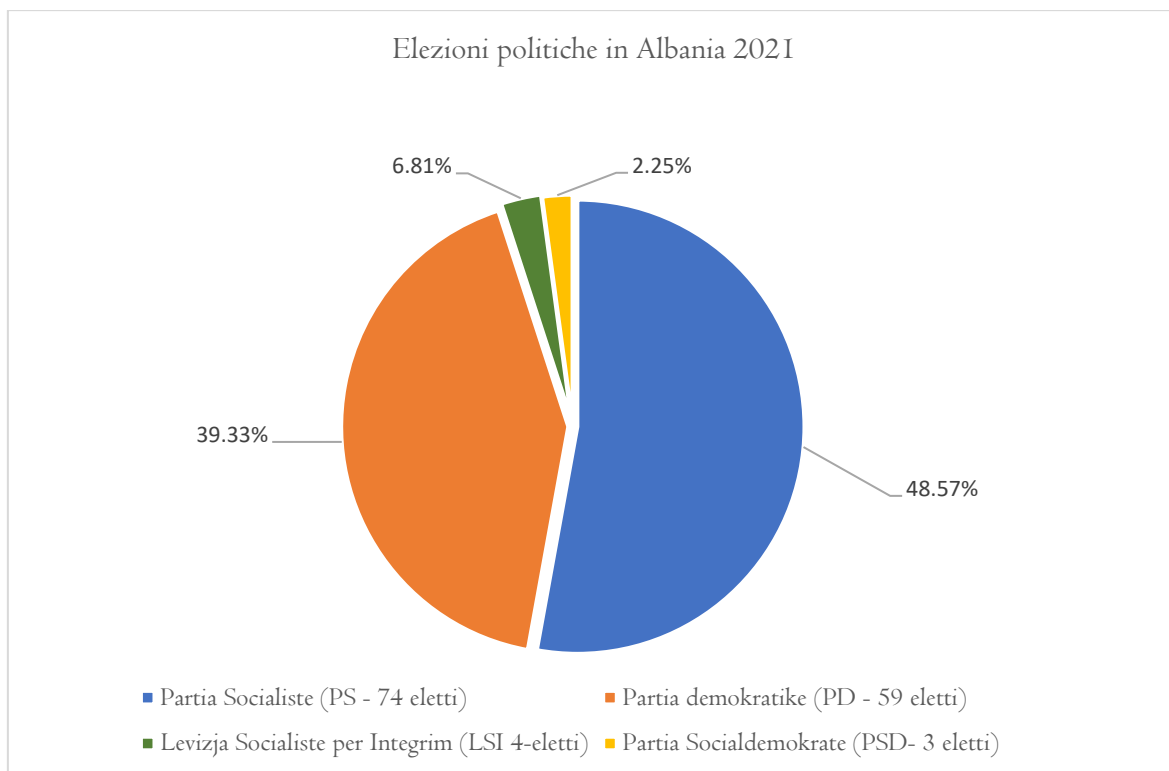
---

<sup>133</sup> P. Bourdieu, *Mbi televisionin, shtypshkronja*, përktheu në shqip D. Vrioni, West Print, Tiranë, 2015, p. 18.

<sup>134</sup> «La televisione – lo dice il nome – è «vedere da lontano» (tele), e cioè portare al cospetto di un pubblico dispettatori cose da vedere da dovunque, da qualsiasi luogo e distanza. E nella televisione il vedere prevale sul parlare, nel senso che la voce in campo, o di un parlante, è secondaria, sta in funzione dell'immagine, commenta l'immagine. Ne consegue che il telespettatore è più un animale vedente che non un animale simbolico. Per lui le cose raffigurate in immagini contano e pesano più delle cose dette in parole. E questo è un radicale rovesciamento di direzione, perché mentre la capacità simbolica distanzia l'homo sapiens dall'animale, il vedere lo riavvicina alle sue capacità ancestrali, al genere di cui l'homo sapiens è specie». G. Sartori, *op. cit.* p. 20.

<sup>135</sup> A. Fuga, *Shoqëria piramidale*, Botimet Papirus, Tiranë, 2019, p. 41.

<sup>136</sup> Commissione Centrale per le Elezioni in Albania. Disponibile online presso l'URL <https://bit.ly/3GXAk0p> (ultimo accesso agosto 2021).



*Grafico 1.1 – elaborazione propria dei dati, Fonte: Komisioni Qëndror i Zgjedhjeve KQZ (Comissione Centrale per le Elezioni)<sup>137</sup>*

Come vediamo dalle ultime elezioni, ma anche da quelle precedenti, emerge una forte polarizzazione e radicalizzazione del pensiero politico, e i partiti rappresentano di base idee agli antipodi, anche se, nel 2017, per risolvere la crisi del Paese, il PS di Edi Rama ha ceduto qualche ministero del loro governo al PD di Lulzim Basha, formando una coalizione.

In Albania si possono individuare tre tipi di partiti, quelli programmatici, che si individuano in PS e PD, i partiti carismatici, che sono più di cento in tutto il Paese, ossia la maggior parte dei partiti, in cui dove troviamo un capo e una compagine che non riescono mai a entrare in Parlamento, e alla fine abbiamo i partiti cosiddetti clientelistici<sup>138</sup>, ovvero LSI e PSD, i quali attraverso mercenarismo o promesse in caso di vittoria promettono ai propri elettori una posizione lavorativa di prestigio: questa scelta non viene fatta nella misura delle conoscenze professionali ma cammina in parallelo con il numero dei voti che si riesce a portare all'interno del partito, più è alto e più si possono ottenere posti di altra reputazione.

<sup>137</sup> Disponibile online presso l'URL <https://bit.ly/3IjutTd> (l'ultimo accesso 25 maggio 2021).

<sup>138</sup> «Il clientelismo è un fenomeno molto esteso nella società albanese, non è legato soltanto al rapporto tra partiti politici e elettori, ma la sua forza abbraccia diffusamente anche altri rapporti, come per esempio quello tra partiti politici e media. «Parliamo soltanto di un rapporto» di semplice politicizzazione nei loro rapporti, ma anche di un clientelismo politico oltre ogni standard dei media», in Rr. Zguri, D. Pavli, *Raportimi i reformës në drejtësi... op. cit.*, p. 47. Cfr. M. Castells, *op. cit.*

Il piano politico di ogni partito è stato sempre stato quello di mettere in cattiva luce l'operato e gli errori dell'avversario durante il mandato, e se queste critiche da una parte sono un bene per la democrazia del Paese, il lavoro che ogni opposizione deve fare, valutare problemi e soluzioni, dall'altra, quando si riprende il potere, si commettono gli stessi errori e non si riesce mai a imparare: tutto ciò è dovuto alla larga diffusione della «corruzione che parte proprio dalle fondamenta dello Stato<sup>139</sup>».

Riguardo il ciclo di Fuga che si ripete dall'inizio delle elezioni pluraliste del postcomunismo, anche nelle ultime sono comparsi diversi video della «compravendita»<sup>140</sup> dei voti da parte dei partiti che sono andati al parlamento, accusando sempre gli avversari di imbrogli elettorali, tante volte denunciando ma purtroppo senza che nessuno venga mai punito in maniera esemplare. Purtroppo, la compravendita del voto è legata alle grosse difficoltà finanziarie che tante famiglie attraversano, e questo implica di conseguenza che una parte di loro sia predisposta a «vendere il voto per una cifra simbolica<sup>141</sup>», anche pochi spiccioli.

La bassa alfabetizzazione e il ridotto numero di persone qualificate in ambito lavorativo fanno sì che costoro siano convinti che qualsiasi partito prenda il potere per loro la vita sarà come prima, rimarranno sempre nella stessa situazione, nulla cambierà, e questa è una delle giustificazioni che si sentono più spesso dal nord al sud al tempo della democrazia.

Nel caso dell'Albania questa rotazione del potere politico in trent'anni di transizione produce ogni volta una crisi istituzionale<sup>142</sup> molto forte e violenta, per questo motivo il Paese

---

<sup>139</sup> «Nel maggio 2019, un tribunale ha condannato il funzionario governativo Kelmend Balili per traffico di droga, appartenenza a un'organizzazione criminale e mancata divulgazione del reddito, condannandolo a una pena detentiva effettiva di 10 anni. Balili è stato identificato come un trafficante di droga nel 2016 quando la sua rete è stata interrotta da un'operazione delle forze dell'ordine internazionali, ma le autorità albanesi si sono astenute dall'arrestarlo per tre anni. L'ex ministro degli interni Saimir Tahiri, accusato di corruzione e traffico di droga nel 2018, è stato assolto dal traffico nel settembre 2019 ma è stato condannato per abuso di potere». Disponibile online presso l'URL <https://bit.ly/3FFJ4Xn> (l'ultimo accesso maggio 2021)

<sup>140</sup> «La struttura di Anticorruzione (SPAK) fino il 24 aprile avevo ricevuto 30 questioni legate alla compravendita dei voti. Il 21 aprile una persona rimane uccisa e tre sono stati i feriti tra uno scontro per la compra vendita della città di Elbasan». Relazione degli osservatori di OSCE/ODIHR, *Misioni Ndërkombëtar i Vëzhgimit të Zgjedhjeve*, Republika e Shqipërisë, Zgjedhjet Parlamentare, 25 aprile 2021, p. 11. Disponibile online presso l'URL <https://bit.ly/3IIVcw> (ultimo accesso maggio 2021).

<sup>141</sup> All'inizio di giugno 2019, il quotidiano tedesco Bild ha riferito delle conversazioni tra i funzionari del PS e Astrit Advylaj, leader di un gruppo criminale organizzato, in vista delle elezioni del 2017. Advylaj è stato registrato influenzando la selezione di un candidato parlamentare del PS, che in seguito ha vinto un seggio. Disponibile online presso l'URL <https://bit.ly/3qIHahl> (ultimo accesso maggio 2021).

<sup>142</sup> «Prenderemo in considerazione solo quelle dell'ultimo decennio; nelle elezioni del 2009 i Socialisti di Edi Rama pretendono che le elezioni sono state truccate e manipolate. Cercano con insistenza l'apertura delle urne elettorali, richiesta che non viene presa in considerazione, PS boicottaggio il Parlamento; le elezioni politiche del 2017, questa volta è il PD che sostiene che le elezioni erano manipolate dai socialisti comprando i voti con i soldi della vendita del cannabis che partiva dall'Albania verso l'Europa; l'ultima crisi è stata la peggiore, non



naviga in una forma embrionale di democrazia, non robusta e consolidata, non tanto vigorosa da avere la forza di superare le criticità trovando un dialogo comune e un compromesso per il bene di tutti i cittadini albanesi.

Un altro elemento da sottolineare è il crescente numero della partecipazione femminile<sup>105</sup> all'interno delle strutture dei partiti politici, per poi avere la possibilità di esserne elette sia a livello locale che parlamentare, ma anche in qualsiasi altra istituzione di alto livello.

Riportando il pensiero di Dahl e le sue otto garanzie istituzionali per una democrazia affermata, vediamo che non si possono trascurare questi elementi imprescindibili che la circoscrivono:

a) libertà di associazione ed organizzazione; b) libertà di pensiero (ed espressione); c) diritto di voto; d) diritto dei leader politici di competere per il sostegno (elettorale); e) fonti alternative di informazione; f) possibilità di essere eletti a pubblici uffici (elettorato passivo); g) elezioni libere e corrette; h) esistenza di istituzioni che rendano le politiche governative dipendenti dal voto e da altre espressioni di preferenza<sup>106</sup>,

possiamo concludere che l'Albania ha forma una democrazia primitiva, nelle prime forme embrionali, molto fragile, dovuto al fatto che esiste da pochi anni, e che giuridicamente non è un paese forte, le difficoltà per migliorare le condizioni del paese sembrano essere paragonate al personaggio della mitologia greca Sisifo, i problemi persistono in continuazione ma la classe politica ha altri impegni più importanti tranne quello di salvaguardare gli interessi del popolo, quello di condizioni di una vita minima visto che non fa parte dei paesi del terzo mondo. Le dimensioni ridotte del paese facilitano di molto

il peso del controllo sociale che non è sempre uguale: esso è più forte quando la gente vive in un clima di incertezza o di paura [...] È inoltre, più forte nei piccoli paesi, dove tutte le persone si conoscono tra loro e si possono controllare reciprocamente, di quanto non lo sia in una grande città, dove le persone spesso non hanno neanche mai incontrato i loro vicini di casa. È questo il motivo per cui è più facile condurre una vita indipendente e anticonformista in un luogo poco conosciuto che nel proprio paese d'origine<sup>143</sup>.

---

era soltanto una crisi di una delle istituzioni politiche, si è rivelata una crisi di tutte le istituzioni più importanti del Paese. Il partito di destra di Basha DP con la sua coalizione di Monika Kyemadhi LSI, la moglie del Presidente della Repubblica, lasciano il Parlamento insieme a tutti i loro deputati e decidono di non partecipare alle elezioni Comunali nello stesso periodo, nasce una crisi che tocca; il Parlamento, il Presidente della Repubblica, la Corte Suprema, la Corte Costituzionale e la Commissione Elettorale centrale, questa crisi continua ancora oggi», in A. Fuga, *Shoqëria piramidale... op. cit.*, pp. 30-35.

<sup>143</sup> A.M. Faina, M.G. Pacilli, S. Pagliaro, *L'influenza sociale*, il Mulino editore, Bologna, 2012, p. 126.

Se guardiamo i rapporti annuali sulla libertà della stampa di *Report Without Borders* notiamo che la situazione è parzialmente libera. Negli ultimi 3 anni, il governo ha intensificato la pressione sui media come la tabella 1.2 ci dimostra. È evidente che passa dal 75-essimo posto su 179 paesi nel 2017, al 82-essimo del 2018 su un totale sempre di 179 paesi.

Anno	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Libertà della stampa (punteggio)	non disponibile	102/178	102/179	85/180	82/180	82/180	76/179	75/179	82/179	84/179	83/179

*Tabella 1.2 – elaborazione propria dei dati. Fonte: Report Without Borders - index della libertà di stampa albanese*

Spesso, non mancano le accuse e le critiche pubbliche del Primo Ministro Edi Rama verso i media, per mettere in guardia il pubblico, secondo il suo punto di vista, bisogna “difendersi dai media” e dalle loro dannose *fake-news* che trasmettono, il riferimento in particolare si riferisce quando i giornalisti che appoggiano l’opposizione criticano l’operato del governo e le sue scelte in generale. Secondo questa organizzazione con sede a Parigi, i tentativi del governo per la criminalizzazione del giornalismo sono emersi con l’arresto e il maltrattamento di alcuni giornalisti nelle proteste del 2020 contro la demolizione del Teatro Nazionale a Tirana. Un altro esempio è quello dei «due canali televisivi con sede nella Capitale Ora News Tv e Channel One sono stati accusati di corruzione e partecipazione alla criminalità organizzata da una speciale corte d’appello nell’estate del 2020, sostenendo che il loro proprietario era sospettato di traffico di droga<sup>144</sup>.

Secondo un’altra organizzazione non governativa internazionale Freedom House, la quale sostiene la libertà del pensiero nel mondo. Nel rapporto pubblicato del 2020, per la

democratizzazione dell’intera nella società albanese mancano alcuni elementi visto la supremazia della criminalità organizzata e, la forte corruzione nonostante gli impegni del governo per contrastarlo. Inoltre, altro fatto preoccupante, è quella di combattere la combinazione tra il potere politico, quello economico e la gestione dei media, che spesso coincidono, o sono controllate da un numero ristretto di persone, per non dire nelle stesse mani, schierati indirettamente politicamente a destra o a sinistra. I giornalisti hanno poca sicurezza sul lavoro e

<sup>144</sup> Articolo completo disponibile online presso l’URL <https://rsf.org/en/albania> (ultimo accesso giugno 2020).

rimangono soggetti a cause legali, intimidazioni e occasionali attacchi fisici da parte di coloro che devono affrontare il controllo dei media<sup>145</sup>.

Dopo in triennio 2015-2017 dove c'è stato un aumento della libertà dei media, dall'anno 2018 l'Albania ha perso 20 punti in un solo anno facendo tanti passi indietro, per poi continuare a mantenere lo stesso *trend* per gli anni in seguito come riportato nella tabella 1.3.

Anno	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Libertà della stampa (punteggio)	Partly Free	Partly Free	Partly Free	Partly Free	48/100	48/100	48/100	68/100	68/100	67/100	66/100

*Tabella 1.3 – elaborazione propria dei dati. Fonte Freedom House - index Della libertà di stampa albanese*

Secondo un'altra organizzazione la Freedom Barometer giudica il sistema dei media albanesi, con evidenti problemi preoccupanti. Il loro l'indice di libertà è costruito da tre parametri: libertà politica (elezioni libere, libertà di stampa); diritto di Stato (rispetto della Costituzione, combattere la corruzione); libertà economica (libertà di commercio internazionale). Analizzando la situazione dell'Albania si può notare che questi criteri di giudizi sono dipendenti dal potere dei partiti politici. Si può aggiungere che le società con più libertà economica sono le più ricche, in questo modo possono offrire ai propri cittadini standard di vita più elevati. Inoltre, la libertà di parola e dei media favorisce il dialogo e il consenso sociale su quali sono i problemi contemporanei più importanti e su come risolverli all'interno della società<sup>146</sup>,

nel nostro caso che abbiamo preso in esame, questi parametri vengono rispettati poco moderatamente. Con altre parole risulta che «più è forte il controllo della politica meno i media sono dipendente, è viceversa<sup>147</sup>».

Per cambiare questa condizione che persiste da tantissimi anni serve maggior progresso economico che porta alla dipendenza dei media, un cambiamento della simmetria che avvolgono i partiti politici, dove il capo decide tutto, e tutti dipendono da lui, questa

<sup>145</sup> Disponibile online presso l'URL <https://bit.ly/3KnvUBY> (l'ultimo accesso giugno 2021)

<sup>146</sup> «Freedom Barometer è un progetto creato dalla Friedrich Naumann Foundation for Freedom, nello specifico quando svolgono una ricerca combinano più elementi insieme per vedere la libertà di un Paese. I tre parametri che abbiamo presentato sono composti da altri indicatori al loro interno. Questo progetto valuta il livello di libertà raggiunto nei paesi dell'Europa e dell'Asia centrale, come strumento diagnostico per giornalisti, organizzazioni della società civile e attivisti politici». Per altri approfondimenti visita online l'URL (ultimo accesso giugno 2020).

<sup>147</sup> Rr. Zguri, *Marrëdhëniet mes medias dhe politikës në Shqipëri*, Instituti Shqiptar i Medias, Fondacionit Friedrich Ebert, Tiranë, 2017, p. 21.

condizione produce una «bassa identità di cultura politica<sup>148</sup>», manca quello che Weber chiama "l'etica della responsabilità", che si applica nella vita sociale dove le conseguenze possibili delle proprie azioni vanno attentamente valutate in base al principio dell' «agire razionale rispetto allo scopo<sup>149</sup>».

Lo Stato è costruito per combattere la corruzione e non per farne parte, un accrescimento della cultura politica e un pluralismo migliore delle istituzioni si rispecchierà in un accrescimento della cultura civile, basandosi sulle leggi e sulla democrazia, questo comporterà una coltivazione maggiore del senso di autocritica e di responsabilità verso gli altri, di impegno e buoni presupposti. Il decentramento del potere a partire dall'interno dei partiti porterà nuovi valori di democrazia che si baseranno sul compromesso, negoziazione, rispetto per le leggi e tolleranza per il bene comune.

Bisogna applicare investimenti rilevanti nella diffusione della cultura e lo studio secondo delle politiche mirate, per allargare il grado di alfabetizzazione in tutta la popolazione, ma soprattutto quello digitale visto l'ambito lavorativo, il mondo nuovo<sup>150</sup>, chiede specifiche competenze, all'avanguardia della modernità, diversamente dalla situazione attuale, dove troviamo largamente una predominanza fatta da operaio poco qualificati all'interno del tutto il territorio.

Finché, non si arriverà a una indipendenza economica in larga scala, il paese avrà sempre una democrazia debole, che rimarrà nelle sue forme embrionali, che non riesce a consolidarsi, costruita da un elettorato debole, manipolabile e controllato facilmente dai partiti politici, imbottito dalla divulgazione di messaggi e informazioni mono tematico, costruiti per togliere l'attenzione e non per risolverli costruiti su misura da una forte propaganda. In queste condizioni i media tradizionali saranno parzialmente liberi e non svolgeranno mai la funzione di *watch dog* e confermarsi il quarto potere. Il controllo sociale

---

<sup>148</sup> Secondo Dubar «la cultura è completamente esterna all'individuo al momento della nascita, ma nel percorso del suo sviluppo diviene parte integrante della sua personalità», ciò che rende un aggregato di individui una società o un gruppo sociale non è quindi soltanto la sua organizzazione, ma anche soprattutto il suo spirito di corpo, cioè la cultura-fatta-corpo nel duplice senso di interiorizzazione nel corpo biologico di gesti, posture, atteggiamenti costitutivi della cultura del corpo (la capacità di pensare, di sentire, e di agire», in C. Dubar, *La Socializzazione. Come si costruisce l'identità sociale*, trad. it. di C. Bertone, il Mulino editore, Bologna, 2004, p. 53.

<sup>149</sup> D. Triggiano, *Introduzione a Max Weber*, Meltemi Editore, Milano, 2008, p. 173.

<sup>150</sup> Anche se questa scelta porta dei rischi come Beck ci ricorda nel suo libro: U. Beck, *Che cos'è la globalizzazione. Rischi e prospettive della società planetaria*, trad. it. di E. Cafagna e C. Sandrelli, Carocci editore, Roma, 2009. L'autore fa riferimento alla «"politica della globalizzazione" capace di rispondere a emergenze sociali, culturali e ambientali non più governabili a livello nazionale. I rischi che minacciano la società mondiale come ci sottolinea Beck possono oggi mobilitare nuove energie sociali e politiche, promuovendo nel lungo periodo uno incremento razionale della condizione umana e favorendo la nascita di una "seconda modernità"».

a partire dal comunismo passando per il periodo del governo Berisha è cambiato nella sua forma e caratteristiche, passando da una forma totale a quella parziale dove si colpiscono solo gli avversari del Partito. Dopo il 2010 si sono fatti tanti passi in avanti ma spesso si è tornati anche indietro.

Possiamo concludere che in Albania sia durante il comunismo che durante la prima fase di transizione, scarseggia il complesso dei valori della democrazia e attendono un forte carattere atavico, per arrivare a raggiungere il livello degli altri paesi europei serve ben altro, un complesso numero di riforme e un veloce cambio di marcia nella ricostruzione delle strutture politiche e sociali, allo scopo di costruire istituzioni che detengono il potere secondo i principi della democrazia dei Paesi Occidentali, dove al centro non c'è il soggetto ma la collettività.

#### **1.4 I media come veicolo della costruzione dell'opinione pubblica dal comunismo alla democrazia**

##### **1.4.1 Sviluppo del concetto di opinione pubblica**

Il concetto di opinione pubblica si sviluppa in un arco temporale molto ampio, ma è nel Novecento che alla sua formazione contribuiscono proficuamente diverse discipline come la storia, la psicologia, la politologia, la sociologia e la comunicazione. L'analisi dell'opinione pubblica infatti trova anche riscontro empirico in ambiti come il giornalismo e lo studio delle rappresentazioni sociali con diversi strumenti quali, ad esempio, il sondaggio di opinione, «l'analisi della leadership politica e l'analisi dell'organizzazione partitica delle élite politiche<sup>151</sup>». Un'analisi completa dell'opinione pubblica richiede uno studio molto approfondito sia in virtù della sua delicata natura ma anche a causa dei molteplici fattori che la costituiscono.

Proprio per la natura complessa del concetto preso in analisi, nella prima parte di questo lavoro l'obiettivo è quello di ricostruire la nascita e lo sviluppo dell'opinione pubblica sino a individuare i tratti salienti che hanno contribuito al modo in cui essa si forma e a trarre le somme rispetto all'attuale momento storico-sociale per poi focalizzarsi nel caso albanese.

---

<sup>151</sup> M.D. Luca, *Partiti di carta. Leader, iscritti ed elettori nella politica contemporanea*, Carocci editore, Roma, 2018.

Il tema richiede risposte rigorose, dacché l'odierna società si presenta caratterizzata da incalzanti mutamenti sociali, e soprattutto in relazione all'evoluzione di una società in costante movimento. Tali cambiamenti, hanno portato a un mutamento dell'approccio al quale lo studioso deve ricorrere per analizzare, capire e interpretare la società nella sua totalità.

Le diverse discipline delle scienze sociali apparentemente “lontane” nel passato, oggi, rappresentano una grande sfida per lo scienziato sociale alla luce della necessità di studiarle nel loro insieme e di cercare un approccio multidisciplinare allo studio del fenomeno in oggetto. Bisogna sottolineare infatti, che ancora oggi la letteratura scientifica sul tema risulta ancora frammentata, pertanto, rimane di assoluta importanza evidenziare, con il presente contributo, i fattori chiave e latenti che il fenomeno dell'opinione pubblica cela al suo interno.

Proseguendo, invece, secondo un approccio che privilegia l'aspetto storico dell'evoluzione dell'opinione pubblica, è indubbio come la maggior parte degli studiosi sia concorde nell'individuare due stagioni storiche entro cui l'opinione pubblica ha assunto un'importanza fondamentale.

Il primo periodo si è soliti ricondurlo alle *poleis* greche, in special modo durante l'apogeo del V secolo a.C., ove le deliberazioni venivano assunte a seguito del pubblico dibattito in seno all'agorà, ma che tuttavia non si esaurivano all'interno dell'arena specificamente dedicata al discorso politico. Invero, anche «il teatro, con le sue rappresentazioni incentrate sulla critica dei costumi sociali ovvero del comportamento politico era capace di generare commenti, orientamenti e opinioni nei cittadini<sup>152</sup>». Tale abitudine, può essere ricondotta, con gli opportuni distinguo, anche durante il periodo della repubblica romana per poi riemergere, successivamente, seppur con minore intensità e con un intento decisamente più strumentale nella «pubblica forma di Machiavelli<sup>153</sup>».

Sarà quindi con la nascita della borghesia, e i primi tentativi di normazione della sfera pubblica che in sostanza, si anticipa il concetto della pubblica argomentazione razionale. Pertanto, è possibile individuare il secondo periodo nella fine del XVII secolo, in

---

<sup>152</sup> Questo concetto si può trovare nelle commedie di Aristofane dove l'autore critica aspramente la società influenzandone allo stesso tempo l'opinione pubblica. Non a caso Platone, nell'Apologia di Socrate, metterà in bocca a Socrate appunto, che tra le varie accuse che gli sono rivolte, alcune formulate quando la mente dei suoi accusatori era ancora troppo debole ed impreparata a difendersi ossia quando loro era vanno fanciulli, da parte di un commediografo che, non facendo il nome, era Aristofane stesso. Cfr. Aristofane, *I Cavalieri*, a cura di G. Paduano, edizione digitale, G. BUR Rizzoli, Milano, 2013.

<sup>153</sup> N. Machiavelli, *Il Principe*, curatore G. Inglese, Einaudi editore, Torino, 2005; Cfr. N. Machiavelli, *Discorsi sopra la prima deca di Tito Livio*, editore Paravia, Torino, 1944.

concomitanza con il delinarsi di una società civile altra rispetto allo Stato, innescando così un processo ininterrotto fino ai giorni odierni.

Una siffatta ricostruzione storica di questo tipo viene ampiamente esaminata anche da Habermas, dove fa riferimento a tre processi fondamentali:

in primo luogo, a seguito dell'introduzione del suffragio universale, si manifesta, da parte dei ceti originariamente esclusi, l'esigenza di dar voce alle proprie istanze, generando nel contempo una serie di riserve in merito alla qualità della loro opinione pubblica. In secondo luogo, in merito ai mezzi attraverso cui essa viene diffusa - sicché si assiste alla nascita di un'ambivalenza di fondo che pervaderà da qui in avanti le condizioni di accesso alle informazioni e i soggetti di potere -; e infine, i luoghi ove questa si diffonde, quali i salotti e i caffè letterari<sup>154</sup>.

L'avvento della stampa consentirà quindi una maggiore diffusione delle idee emerse, seppur circoscritte ad un pubblico selezionato e spesso suscettibili di essere esposte a censura.

Si dice anche che l'esposizione a opinioni politiche contrastanti svolga un ruolo fondamentale nell'incoraggiare la "mentalità allargata", ovvero la capacità di formarsi un'opinione "considerando una determinata questione da punti di vista diversi, mi viene in mente il punto di vista di chi è assente. Più punti di vista delle persone ho presente nella mia mente mentre sto riflettendo su un determinato problema, e meglio riesco a immaginare come mi sentirei e penserei se fossi al loro posto, più forte sarà la mia capacità di pensiero rappresentativo e più valide le mie conclusioni finali, la mia opinione<sup>155</sup>.

Un ulteriore punto di svolta, che merita di essere enfatizzato, è rappresentato dalla comparsa, nel XIX secolo, dei quotidiani, cui si affiancheranno nel XX secolo la radio prima e la televisione più tardi; tuttavia, l'avvento dei mass-media, se da una parte ha consentito lo sviluppo dell'informazione di massa, dall'altra risente inevitabilmente dell'orientamento ovvero opinione di coloro che controllano le stesse emittenti. Ciò è tanto più vero nell'esperienza dei regimi autoritari e totalitari, ove l'impiego dei mezzi di comunicazione diventa strumentale e funzionale ad interventi di manipolazione delle informazioni e di indottrinamento degli utenti, cui seguirà, in senso opposto, l'avvento della digitalizzazione e la trasformazione integrale dei sistemi di comunicazione.

---

<sup>154</sup> Per ulteriori approfondimenti consulta: J. Habermas, *op. cit.*

<sup>155</sup> D.C. Mutz, *Impersonal Influence: How Perceptions of Mass Collectives Affect Political Attitudes*, Editorial Board Stanley Feldman, State University of New York, Cambridge University, 1998, p. 241.

Per comprendere il mondo contemporaneo, invero, è necessario studiarne gli aspetti istituzionali, la sua organizzazione sociale e il suo piano simbolico. I mezzi di comunicazione vecchi e nuovi esercitano un effetto determinante su tutti gli aspetti della società che investono; infatti, il passaggio da vecchie a nuove forme di comunicazione implica non solo un cambiamento organizzativo della società, ma anche una ristrutturazione degli stili conoscitivi propri di ciascun ambiente sociale. La trasformazione in atto tra le tecnologie tradizionali e quelle digitali ha condotto a una diversa modulazione degli atteggiamenti conoscitivi dell'uomo.

Storicamente l'analisi di questi cambiamenti si è sviluppata in modo diverso in base agli interpreti che l'hanno affrontata e agli approcci di cui sono avvalsi. Una caratteristica comune, tuttavia, riguarda il legame costitutivo tra comunicazione e potere politico e su come questo, attraverso la diffusione delle notizie, non si limiti essenzialmente a riportare i fatti, ma a costruirne di nuovi. Il grado di consapevolezza singola e collettiva è strettamente correlato con il grado di completezza e di validità delle informazioni pubblicamente disponibili. Queste svolgono un ruolo fondamentale nella formazione dell'opinione pubblica in quanto quest'ultima consiste nello «scambio di informazioni e altri contenuti tra gli attori del sistema politico, quello dei media, e dei cittadini su argomenti di interesse pubblico, riguardanti tanto la *policy* (azione dei governi, gli attori), quanto la *politics* (lotta per il potere, cioè l'architettura del potere)<sup>156</sup>».

A sostegno di questa tesi Lippmann afferma che

L'ipotesi che a me sembra più feconda è che la notizia e la verità non siano la stessa cosa, e debbano essere chiaramente distinte. La funzione della notizia è di segnalare un fatto, la funzione della verità è di portare alla luce fatti nascosti, di metterli in relazione tra loro e di dare un quadro della realtà che consenta agli uomini di agire. [...] La notizia non dice in che modo in seme stia germinando nel terreno ma può dirci quando appare sul terreno il primo germoglio<sup>157</sup>.

Dopo questa breve introduzione vediamo più diffusamente alcune definizioni e teorie classiche e altri elementi che la influenzano o la condizionano, sia nel momento della sua formazione che durante la sua manifestazione.

---

<sup>156</sup> M. Cotta, D. D. Porta, L. Morlino, *op. cit.*, pp. 37-41.

<sup>157</sup> W. Lippmann, *L'opinione pubblica... op. cit.*



### 1.4.2 L'opinione pubblica. Definizioni e teorie

L'individuo, nel corso del processo di socializzazione politica - mediante l'assimilazione di una cultura o subcultura politica -, tende ad acquisire un'identità politica propria ed una serie di atteggiamenti, intesi quali punti di vista, generalmente strutturati e stabili, verso oggetti e fenomeni della realtà sociale.

Questi ultimi, insieme alla cultura politica - così come definita da Almond e Powell, ovverosia nel «tipo di atteggiamenti e orientamenti nei confronti della politica dei membri di un sistema politico; è l'opera soggettiva che sta alla base delle azioni politiche e dà loro significato<sup>158</sup>» - interfacciandosi con le sollecitazioni provenienti dall'ambiente esterno, determinano il costituirsi di un'opinione.

L'opinione del singolo, pertanto, consiste essenzialmente in un parere che si viene ad elaborare relativamente a una persona, un oggetto, un determinato accadimento ovvero fenomeni talvolta contingenti cui non deve necessariamente operare un nesso diretto con la verità. Le singole opinioni, quindi, presentano una loro rilevanza in quanto elemento costitutivo dell'opinione pubblica; eppure, circoscrivere l'idea di opinione pubblica alla semplice sommatoria di singole opinioni particolari, apparirebbe estremamente limitativo nonché fuorviante, come ampiamente ribadito da Lippmann, il quale

contestava il principio per cui l'opinione dell'insieme di tutte le persone diventava l'opinione di un'unica persona, sostenendo altresì l'impossibilità che si configurasse un'opinione pubblica creata in tal senso, ma che anzi questa non fosse altro prodotto di un numero ristretto di persone<sup>159</sup>.

Nel contesto politico, le opinioni collettive sono comunemente ricondotte al concetto di opinione pubblica, la quale, così come definita da Pollock «consiste nei contenuti di coscienza di una persona indipendentemente dal giudizio sulla sua verità o falsità<sup>160</sup>». Allo stesso tempo, essa si configura quale entità singola; una manifestazione di giudizi di valore più che di fatto, pareri, di tipo pubblico sotto un duplice profilo: sia nel momento della sua formazione, perché non rappresentano il risultato di un processo privato dato che nasce da un pubblico dibattito, sia nel suo oggetto, che è rappresentato dalla cosa pubblica. La puntualizzazione operata da Pollock - e ripresa anche da Almond e Powell -, riguardo alla

---

<sup>158</sup> G.A. Almond, G.B. Powell, *Politica Comparata. Sistema, processi e politiche*, trad. it. di G. Baldini, Il Mulino editore, Bologna, 1970.

<sup>159</sup> W. Lippman, *The Phantom public*, Transaction Publishers, 1925.

<sup>160</sup> Citato in M. Rush, *Politica e società. Introduzione alla sociologia politica*, trad. it. di L. Cigognetti, a cura di G. Baldini, Il Mulino editore, Bologna 1994, p. 177.

veridicità o meno di un'opinione, diventa un elemento di rilievo nella formazione dell'opinione pubblica: la disinformazione, ovvero l'ignoranza, quale che sia parziale o relativa, di per sé non inficia la capacità dell'individuo di formarsi un'opinione.

A tale proposito, il contributo più significativo è sicuramente rappresentato da quanto apportato dal succitato Lippmann, il giornalista che, per primo, nel 1922, dedicò uno scritto precipuamente all'opinione pubblica: nel celebre saggio – *L'opinione pubblica* per l'appunto –, egli sostiene che l'uomo procede a semplificazioni allorquando si trovi ad approcciarsi a qualcosa di complesso, quali possono essere le relazioni politiche ed economiche. L'individuo, pertanto, tenderà - al fine di colmare il bisogno di rappresentazione del mondo, e anche a fronte della penuria di mezzi cognitivi di cui dispone -, «creare un modello semplificato di ambiente, il cosiddetto "pseudo-ambiente" attraverso cui agire: un "ibrido risultante da una combinazione di natura umana e di condizioni ambientali", ove agirà avvalendosi di stereotipi<sup>161</sup>», quale conseguenza dell'artefatto clima di opinione.

Lo "pseudo-ambiente" che si viene a creare tra i fatti e l'individuo non è reale; si tratta di una sorta di ambiente invisibile, costituito dalle immagini che l'individuo riceve da diverse fonti, tra le quali i mezzi di comunicazione, evidenziando il ruolo determinante attribuito all'immaginario collettivo, a tutte le immagini che producono azione sociale, le quali costituiscono quella che Lippmann chiama «Opinione Pubblica, con le iniziali maiuscole<sup>162</sup>».

In effetti gli stereotipi attivano un meccanismo automatico di esclusione delle informazioni ignote, e di accettazione di quelle consuete e riconoscibili. In tal modo l'individuo, invece di rivedere le proprie posizioni su taluni argomenti, tenderà a consolidare quelle già esistenti. Il processo di semplificazione attraverso gli stereotipi non avviene in modo accidentale secondo scelte arbitrarie e soggettive, ma è determinato dalle peculiarità del gruppo di appartenenza. Inoltre, i mezzi di comunicazione di massa «rappresentano una nuova variabile nella creazione e nel rafforzamento degli stereotipi. Secondo l'autore esiste, infatti, un "mondo invisibile" e l'informazione è il mezzo attraverso il quale gli individui formano una visione realistica del mondo<sup>163</sup>». Secondo il suo pensiero l'uomo rappresenta un "animale sociale", pienamente inserito in una dimensione collettiva, per cui le sue opinioni sono inevitabilmente condizionate dal potere politico.

---

<sup>161</sup> W. Lippmann, *L'opinione pubblica... op. cit.* p. 21.

<sup>162</sup> *Ivi*, p. 23.

<sup>163</sup> *Ivi*, pp. XXIII-XIV.

L'autrice tedesca E. Noelle – Neumann definisce l'opinione pubblica quale «un'opinione in settori cui viene attribuita una certa importanza che può essere esternata pubblicamente senza timore di incorrere in sanzioni e sulla quale può basarsi l'agire del pubblico<sup>164</sup>», ovvero, di sofferma che il processo di opinione pubblica viene messo in moto dalla paura dell'isolamento degli individui nei confronti della sfera pubblica anonima, e dalla minaccia dell'isolamento che da questa emana, anche se la studiosa che fondò l'istituto di Demoscopia di Allensbach ignorò l'importanza dei gruppi di riferimento in qualità di membro indiscusso e di identificazione. Un'ulteriore definizione degna di rilievo è quella proposta da

Hans Speier in un articolo pubblicato nel 1950 nell'«American Journal of Sociology», Historical Development of Public Opinion per la quale si intendono le opinioni su questioni di interesse nazionale che vengono esternate liberamente e pubblicamente da uomini esterni al governo che rivendicano il diritto ad influenzare o determinare con le loro opinioni le azioni, le decisioni sul personale e le strutture del loro governo<sup>165</sup>.

Inoltre, nell'ambito della comunicazione ci sono varie teorie importanti che posizionano i media con riferimento alla costruzione dell'opinione pubblica, elenchiamo alcune delle più significative: «teoria dell'ago ipodermico (stimolo-risposta) apocalittica, i mezzi di comunicazione riescono a inoculare qualsiasi tipo di messaggio sotto la pelle delle persone<sup>166</sup>»; la teoria a

due fasi di comunicazione di Lazarsfeld, Berelson e Gaudet del 1944, dove emerge la figura del leader d'opinione. In pratica, alcuni individui particolarmente attenti e informati avevano svolto nella comunità una funzione di mediazione tra i mezzi di comunicazione e il resto della popolazione<sup>167</sup>;

«agenda setting, dove i media influenzano in maniera profonda i processi di opinione pubblica già nella selezione dei fatti»<sup>168</sup>; la spirale del silenzio di Noelle-Neumann del 1984

che parla dell'importanza dei media, data la loro immediatezza e la loro pervasività, rappresentano la fonte principale di informazione generando il

---

<sup>164</sup> Op. Cit. in E. Noelle-Neumann, *La spirale del silenzio. Per una teoria dell'opinione pubblica*, a cura di S. Cristante, Meltemi editore, Milano, 2017, p. 21.

<sup>165</sup> *Ivi*, p. 171.

<sup>166</sup> L. Paccagnella, *op. cit.*

<sup>167</sup> Cfr. P.F. Lazarsfeld, B. Berelson, H. Gaudet, *The People's Choice. How The Voter Makes Up His Mind In a Presidential Campaign*, Columbia University Press, USA, 1944.

<sup>168</sup> Cfr. S. Bentivegna, *op. cit.*; S. Bentivegna, G.B. Artieri, *op. cit.*; M. Wolf, *op. cit.*

cosiddetto *bandwagon effect* per cui si tenderà a seguire la posizione dominante per trovarsi poi, per l'appunto, sul carro del vincitore<sup>169</sup>.

Se da una parte da una parte alcuni studiosi dicono che i media influenzano le opinioni degli individui, altri dicono che i media producono solo effetti diretti verso il «rafforzamento di opinioni, valori e atteggiamenti già presenti nel pubblico, piuttosto che effetti di conversione o di cambiamento radicale<sup>170</sup>».

### 1.4.3 Il caso albanese: dal comunismo alla democrazia

Dopo aver fatto una breve spiegazione teorica del concetto di opinione pubblica vediamo nello specifico come nasce e si costruisce in Albania e gli elementi che la compongono: si possono individuare tre fasi, durante il comunismo, quella di transizione e quella nel corso dell'impostazione della democrazia reale.

Nella prima fase troviamo una dimensione comunicativa rigida, unidirezionale. Infatti, all'interno dello spazio discorsivo il Partito Comunista è in grado di creare una nuova realtà caratterizzata da una dimensione simbolica capace di influenzare la realtà stessa, attraverso la creazione di una struttura mentale predisposta a ricevere informazioni in maniera preordinata, così come enunciato in una delle tesi fondamentali dell'ermeneutica contemporanea, non a caso H. G. Gadamer sosteneva che «i giudizi non possono mai essere completamente autonomi dai pregiudizi<sup>171</sup>».

Questa posizione comunque solleva problemi complessi: il primo dei quali è chiarire che la comunicazione politica non coincide in senso specialistico con la comunicazione pubblica (istituzionale). La prospettiva di Paolo Mancini specifica che

mentre la prima è impregnata di controversie, la seconda, invece, ne prescinde, dovendo svolgere la funzione di informare correttamente i cittadini sulle decisioni prese dalle autorità istituzionali (leggi, regolamenti, ecc.). Il secondo aspetto critico è dato dall'interattività del processo: è evidente come la preoccupazione principale degli attori politici sia acquisire il consenso dell'elettorato, ciò ha inevitabilmente comportato l'impiego della comunicazione politica quale strumento di propaganda attraverso un flusso unidirezionale *top-down*<sup>172</sup>.

---

<sup>169</sup> Op. cit. in E. Noelle-Neumann, *op. cit.*

<sup>170</sup> R. J. Zaller, *The nature and origins of mass opinion*, Cambridge University press, 1992.

<sup>171</sup> Per altri approfondimenti vedi H. G. Gadamer, *Verità e metodo*, a cura di G. Vattimo, editore Bompiani, Milano, 2000.

<sup>172</sup> P. Mancini, *Manuale di comunicazione pubblica*, Laterza, Bari, 1996.

Eppure, è possibile distinguere due utilizzi fondamentali dei mezzi di comunicazione: i media come veicolo e i media come luogo di costruzione dell'opinione pubblica. Per quando riguarda il primo aspetto i mezzi di comunicazione rappresentano degli strumenti utili alla divulgazione delle informazioni, in questo modo si crea una relazione strumentale tra il mezzo e il motivo per cui si utilizza, motivo che può essere neutrale o "condizionato da uno scopo"<sup>173</sup>.

Una pratica, peraltro, considerata comune in tutti i regimi non democratici, come quello dell'Albania dopo la Seconda guerra mondiale, avvalersi dello strumento comunicativo pilotato, per conquistare il plebiscito della loro azione politica. Tutti i mezzi di comunicazione in mano del partito rappresentano degli strumenti utili alla divulgazione della

propaganda totale, come lo chiama Fuga nel suo libro *Monolog*. Una forma di parlare con sé, secondo i pensieri e i desideri del Partito, fatto eccezione del chiacchiericcio popolare, cioè il parlare sottovoce, orecchio a orecchio tra due persone, spesso a scopo intimo e a volte anche a scopo pubblico contro le decisioni del governo, forme che erano in opposizione ovviamente con l'ideologia del partito<sup>174</sup>.

Spesso veniva utilizzata questa struttura per creare l'opinione pilotata dal basso per sbarazzarsi di qualche figura politica importante e di spessore, quando si parlava di dirigenti del Partito. Queste voci venivano sparse da uffici ben organizzati del sistema, piano piano circolavano e diventavano leggende, si allargavano così tanto da radicarsi nel pensiero delle persone che credevano fossero sempre esistite e reali, con lo scopo che il popolo percepisse in anticipo «che quella determinata figura politica era pericolosa per la sicurezza del paese»<sup>175</sup>, un nemico del popolo. Quando la figura politica in questione veniva arrestata e

---

<sup>173</sup> Un esempio, di condizionamento del mezzo odierno - in base alle poche informazioni reperibili -, è rappresentato dalla Cina, ove il «governo esercita un controllo capillare e sistemico dei mezzi di comunicazione e soprattutto Internet. Ed infatti essa rappresenta l'unico paese al mondo capace di creare la propria sovranità sulla rete: non è stata travolta dal cambiamento, ma anzi lo ha guidato, creando nel 2008 Baidu, una rete nazionale, chiudendo di fatto la piattaforma Google il 22 marzo 2010. Si è inoltre predisposto un ambizioso progetto per sorvegliare le informazioni sia in entrata che in uscita da Internet che prende il nome di Grande Firewall», in C. S. Leberknight, H. V. Poor, F. Wong, M. Chiang, *A Taxonomy of Internet Censorship and Anti-Censorship*, Princeton University Department of Electrical Engineering, 31 december 2010.

<sup>174</sup> A. Fuga, *Monolog. Mediat... op.cit.*, p. 34.

<sup>175</sup> Ci sono tantissimi altri esempi purtroppo, ne cito solo quelli più significativi basandosi sul ruolo di potere o carica istituzionale che avevano all'interno del regime comunista. Koci Xoxe è stato un generale dell'esercito albanese nella Seconda Guerra Mondiale, ex-Primo Ministro e Ministro di giustizia, veniva considerato un rivale di Hoxha, nel 1949 viene giustiziato per impiccagione con l'accusa di aver collaborato con i Jugoslavi.

processata spesso fino alla morte, le veniva ricordato che tutto era merito del popolo, e che il popolo scova sempre i suoi nemici.

La strategia scelta dall'informazione ufficiale non si basava nella cessazione delle parole o delle immagini, anzi, venivano costruite *ad hoc* per mettere in risalto ancora di più la grandezza del sistema, creando così quello che il grande accademico albanese Fuga chiama «autismo colossale, un dialogo interiore, una comunicazione con se stesso, una specie di autismo collettivo con ampie dimensioni, le conseguenze dei quali continuano a farsi sentire anche oggi nell'opinione pubblica albanese anche dopo tanti anni dalla caduta di quella che veniva chiamato modello socialista della società albanese<sup>176</sup>».

Ovviamente, il potere politico non era contro questo monologo sociale, anzi cercava di alimentarlo in continuazione con tutti i mezzi a sua disposizione, attraverso l'impiego dei «libri e della stampa<sup>177</sup>»: ricordiamo che per il partito era di vitale importanza evitare la comunicazione attraverso il dialogo<sup>178</sup>. Questo modello si appoggiava largamente a quello sovietico, scelto con un unico scopo, ovverossia, quello di assicurare la legittimazione dell'ordine pubblico adoperando una propaganda mirata. I media, indipendentemente dal genere o canale di divulgazione, in ogni passo della loro funzionalità si trovavano di fronte al controllo diretto del partito e degli apparati creati di proposito: nulla veniva lasciato al caso, qualsiasi persona che non obbediva veniva punita, internata o addirittura condannata alla pena capitale.

---

Beqir Balluku ex Ministro (1953-1974) un fedelissimo di Hoxha che viene arrestato con l'accusa di aver orchestrato un colpo di Stato, nel 1975 viene giustiziato insieme a Petrit Dume e Hito Çako. Un'altra figura di spessore all'interno del regime era Kadri Hazbiu, aveva svolto il ruolo dell'ex Primo Ministro, Ministro e dirigente su altre posizioni di alto rango, nel 15 ottobre 1982 viene arrestato con l'accusa di tradimento verso la patria e viene dichiarato "Nemico del Popolo e del Partito", il 10 settembre 1983 viene processato con la pena capitale.

<sup>176</sup> A. Fuga, *Monolog. Mediat...op. cit.*, p. 52.

<sup>177</sup> L'organo mediatico del partito comunista era nato durante la guerra il 25 giugno 1942, insieme ad altri giornali. Nel periodo 1948-1967 *Zëri i popullit* (La voce del popolo) diventerà l'ispirazione da imitare dagli altri giornali quali; *Rinia* (Giovinezza), *Luftëtarit* (Il Guerriero), *Drita* (La luce), *Mësuesit* (L'insegnante), *Puna* (Il lavoro), ogni giornale aveva un target specifico, con la funzione di abbracciare un gruppo preciso della società utilizzando una propaganda specifica. La preselezione dei nomi non era di fatto a caso, faceva parte di uno delle tante strategie della costruzione di un tipo di ideologia, quella comunista, *Ivi*, pp. 59-71.

<sup>178</sup> Per Platone la forma più alta di comunicazione rimane quella della discussione orale, secondo l'autore la scrittura danneggia la memoria, serve solo come un promemoria. Il dialogo invece, serve per sviluppare una dialettica attraverso la botta e la risposta tra gli individui, questo è il modo migliore per portare comunicazione a una scala superiore, a un livello più alto, alla forma per eccellenza, per approfondimenti consulta: G.Giannantoni, *Dialogo Socratico e nascita della dialettica nella filosofia di Platone*, a cura di B. Centrone, Bibliopolis, Napoli 2005; Cfr. T.A. Szlezák, *Platone e la scrittura della filosofia. Analisi di struttura dei dialoghi della giovinezza e della maturità alla luce di un nuovo paradigma ermeneutico*, trad. it. di G. Reale, Vita e Pensiero, Milano, 1988.

Enver Hoxha cerca personalmente questa dipendenza in modo aperto nel 1952: ogni pensiero “che noi siamo dipendenti”, che possiamo scrivere senza essere influenzati dal comitato del Partito, è sbagliato. Il caporedattore, redattori e giornalisti hanno le loro competenze, ma nello stesso tempo hanno anche la responsabilità davanti al Partito del lavoro che è stato incaricato. Nessun giornalista non può essere distaccato dal Partito ma specialmente dal *Komiteti Qëndror* (Comitato Centrale), e *Zëri i popullit* (*La voce del popolo*). Anzi, deve essere strettamente correlato al Partito<sup>179</sup>.

Spesso è il potere che, a partire da un determinato evento, subito dopo informa l'opinione pubblica: nel caso albanese spesso si rovescia la prospettiva, prendendo le mosse da chiacchiere infondate che piano piano prendono forma come una palla di neve che, inizialmente insignificante, a mano a mano che scende dalla montagna diventa sempre più potente e distruttiva, allo stesso modo cresce anche il potere di queste menzogne messe nelle orecchie delle persone, visto che non si può parlare pubblicamente, e una volta diventate una valanga il dado è tratto, non si può tornare più indietro, quelle bugie divengono una verità molto grande, ed entra in gioco il potere politico per fare giustizia. I potenti sembravano estranei ai fatti, consideravano queste figure come fratelli del partito, i meriti andavano al popolo fedele del regime, il popolo non poteva sbagliare, il popolo doveva fare giustizia per sé: un meccanismo perfetto.

L'isolamento totale faceva sì che le persone non avessero altri mezzi per informarsi tranne quelli ufficiali del potere comunista: inoltre, sulle persone veniva esercitato in continuazione un forte stress psicologico creando la sensazione che un'altra guerra fosse dietro l'angolo, con lo scopo di propagare paura e rimanere aggrappati all'unica salvezza che esiste, il regime comunista. Questo sistema veniva messo in opera dalle informazioni che il governo trasmetteva nell'ambito della politica estera, in cui si parlava sempre di disgrazie naturali, incidenti, alluvioni, mafia e altri argomenti legati alla morte delle persone per far credere a tutti che il mondo esterno stesse andando in pezzi, invece riguardando le notizie interne si mettevano in luce la politica condotta dal regime, gonfiavano gli obiettivi e risultati raggiunti, grazie al merito e alla consacrazione lungimirante del Partito con le sue decisioni.

Nella fase della transizione con la nascita del pluralismo politico ci sono stati evidenti cambiamenti importanti all'interno di tutta la società e delle sue strutture. Con i primi passi della democratizzazione la società inizia a trasformarsi in modo radicale, l'individuo passa da una dimensione tipicamente di organizzazione collettiva a una più individuale in

---

<sup>179</sup> A. Fuga, *Monolog. Mediat... op. cit.*, p. 85.

apparenza, infatti, riesce a liberarsi dalle catene della politica repressiva, dell'economia centralizzata e dell'unica fede spirituale universale, quella del comunismo.

Tuttavia, in Albania in questa fase si sono accese le speranze che il Paese avrebbe preso una rincorsa fortissima verso lo sviluppo della democrazia in tutte le sfere della società in breve termine, senza gradi difficoltà dovute in special modo anche alle sue dimensioni. Questa illusione fa sì che gli individui, come ci ricorda Eric Fromm,

si sono sentiti sicuri e pieno di fiducia che le vittorie delle democrazie moderne avevano buttato via le forze orribili, il mondo sembrava luminosa e sicura, come una strada illuminata perfettamente di una città moderna<sup>180</sup>.

In questa fase di trasformazione

il ruolo del padre della famiglia all'interno della società diminuisce sempre di più, il capo della tribù perde il suo ruolo dovuto alla disintegrazione sociale. L'intellettuale è diventato un attrezzo dei media, invece il giornalista rimane sotto l'ombra del suo padrone o del politico. L'insegnante non è più l'autorità della società locale, maggiormente gli uomini del clero di sono chiusi dentro la propria istituzione<sup>181</sup>.

Come istituzione di legittimazione delle opinioni rimangono solo i nuovi leader politici con i loro partiti e i mezzi di comunicazione che cittadini hanno disposizione per informarsi, i quali per catturare più pubblico utilizzando «un linguaggio di frasi dove al centro si trovava indisputatamente il cittadino, come per esempio: “i diritti dei cittadini”, “eguaglianza dei cittadini davanti alla legge”, “spesse opportunità per i cittadini”, “la volontà dei cittadini<sup>182</sup>».

Gli individui si trovano disorientati e senza possibilità di ampie scelte, si radunano intorno ai partiti politici, diventando sempre più radicali e pericolosi nelle loro scelte, questo dovuto al fatto che gli interessi personali sono fortemente legati con quelli del partito, se non desideri fare la fame, se sei bravo a insultare, intimidire e portare voti all'interno del partito, sei sempre il benvenuto, il posto di un futuro lavoro è sempre assicurato, non in base alla meritocrazia. Nella prima fase della nascita del regime democratico una buona parte dei partecipanti erano intellettuali, erano portatori di idee e ideali nuovi.

---

<sup>180</sup> E. Fromm, *op. cit.*, p. 15.

<sup>181</sup> A. Fuga, *Shoqëria piramidale... op. cit.*, p. 252.

<sup>182</sup> *Ivi*, p. 256.



Questo passaggio politico non andava di pari passo con una maggiore cultura politica, anzi, tutti ne volevano approfittare per mettersi alla luce e avere sempre un ruolo dominante all'interno del proprio partito, portando così alla nascita di diverse rivalità interne e conflitti. Non tutti erano tolleranti verso la violenza, e in seguito a questo patto di vita politica formatosi all'epoca una parte degli intellettuali lasciò e si ritirò dalla vita pubblica per l'insostenibilità della violenza anche all'interno dello stesso partito, lasciando però il posto a «personaggi senza scrupoli interessati solo a governare<sup>183</sup>». La democrazia in Albania, dunque, inizia con un duro colpo, passando dalle opinioni polarizzate di un solo partito alle opinioni polarizzate di diversi partiti.

Le opinioni dei partiti più forti diventano “la voce del popolo”<sup>184</sup>, le persone non ragionano in termini di libertà e di principi democratici ma in termini di appartenenza, sempre in base alle direttive del leader. Questo

potere “illimitato del leader” all'interno del partito forma quello che Fuga chiama nel suo omonimo libro *Shoqëria piramidale* (La società piramidale), che secondo l'autore metaforicamente parlando è il modello centralizzato che esiste oggi in Albania. Con altre parole, l'autore intende in primis la verticalità delle decisioni politiche, il secondo punto è la convergenza delle competenze decisionali che portano in cima della piramide, è l'ultimo tassello l'omogeneità di quello modello, che produce solo caos, povertà, una esclusione del cittadino dalle decisioni pubbliche, e non soluzioni democratiche, un sistema che blocca e che non porta cambiamenti significativi<sup>185</sup>.

Questa forma di centralizzazione del potere come abbiamo visto in precedenza è dovuta agli strascichi del regime comunista, manifestazione che ha creato radici profonde che inglobano al loro interno sia la società sia la tradizione culturale. Quando il partito di maggioranza perde le elezioni, il partito di opposizione che sale al potere utilizzando la stessa forma piramidale di potere, e come se il lato oscuro della luna che era al buio durante il mandato del governo uscente torna a essere illuminato, rimane sempre la stessa struttura fissa di applicazione del potere ma cambiano solo gli interpreti. Questo meccanismo che non lascia spazio agli individui di avere voce in capitolo, sia nelle decisioni riguardo le questioni

---

<sup>183</sup> Questo schema di comportamento è molto antico, infatti, lo troviamo in Aristofane, dove l'autore ci parla della figura del politico manipolatore, demagogico, fatta di promesse false e di vari inganni con l'unico scopo, quello di arrivare e mantenere il potere. Seppur, qualcosa è cambiato nella coscienza della vita politica, questo schema continua ancora oggi ad accompagnare l'atteggiamento politico albanese. Cfr. Aristofane, *op. cit.*

<sup>184</sup> La nascita dei nuovi giornali aveva come scopo quello di allargare la voce del popolo riguardo le questioni pubbliche, visto che durante il comunismo era completamente assente, e quindi, era necessario creare un rapporto reciproco tra i cittadini, come contrappeso alla grande forza politica.

<sup>185</sup> A. Fuga, *Shoqëria piramidale... op. cit.*

pubbliche, sia all'interno del partito per esprimere le proprie opinioni, il ruolo del leader è immenso perché possiede il potere decisionale. Il partito che prende il potere ha nelle sue mani tutte le istituzioni, un potere centralizzato che tiene tutte le altre forme dell'organizzazione sociale sotto le sue mani.

Da questa premessa è facile capire che in Albania abbiamo a che fare con la «forma elementare della democrazia, dell'opinione, invece della partecipazione democratica neanche il segno. Anche la democrazia dell'opinione è stroncata, basta guardare il sistema dei media oggi in Albania<sup>186</sup>», sempre schierati politicamente e, costruiti come un organismo ideologizzato.

Siamo passati da una forma di opinione partitica durante il comunismo a uno costruito attraverso le oppressioni e la violenza durante la transizione con il controllo a capo dei partiti per arrivare alla forma attuale di clientelismo verso i partiti. I media usufruiscono e si arricchiscono dalle agevolazioni che quest'ultimi gli concedono, questa «catena si estende in tutte le forme della costruzione dell'informazione nel Albania<sup>187</sup>», per questo motivo non è libera nonostante ci siano ottimi giornalisti.

Nonostante la panoramica che abbiamo appena visto, l'innocenza e la non consapevolezza del pubblico si dimostra evidente in un sondaggio svolto nel 2009 in cui veniva chiesta un'opinione riguardo l'affidabilità dei media, secondo il loro punto di vista «venivano considerate le istituzioni con più fiducia nella lotta alla corruzione con il 63% degli intervistati, in un altro sondaggio del 2010 di Gallup emerge che il 71% degli albanesi ha fiducia nei media, una percentuale molto alta se paragonato con le altre istituzioni<sup>188</sup>».

Con la digitalizzazione il numero dei canali televisivi è aumentato in maniera crescente, ma anche quello dei giornali cartacei e diversi portali online. Nel panorama attuale abbiamo

6 canali nazionali, 56 locali, 7 con le frequenze digitali, 2 canali pubblici, 6 canali commerciali privati. La televisione è di gran lunga il tipo di media più popolare in Albania e la principale fonte di informazioni per il pubblico. Secondo un rapporto pubblicato da IDRA nel 2017, in un sondaggio il 79% degli intervistati ha classificato la televisione come principale fonte di informazioni, il 18% l'ha classificata come seconda fonte di informazioni e il 7% come terza fonte di informazioni<sup>189</sup>.

---

<sup>186</sup> A. Fuga, *Shoqëria piramidale... op. cit.*, p. 258.

<sup>187</sup> *Media në Shqipëri, përpara pasqyrës, Komiteti Shqiptar i Helsinkit*, 25 novembre 2017. Disponibile online presso l'URL <https://bit.ly/3A7K2dX> (ultimo accesso maggio 2021).

<sup>188</sup> Rr. Zguri, *Imazhi i medias te publiku dhe media trust në Shqipëri*, Istituti Shqiptar i Medias, Tiranë, 2019.

<sup>189</sup> I dati sono stati presi dal *Media Ownership Monitor Albania*. Disponibile online presso l'URL <https://bit.ly/3FLaawq> (ultimo accesso maggio 2021).

Un numero molto alto se paragonato alla popolazione, che si aggira intorno a 3 milioni. Questo fenomeno è legato strettamente al numero molto grande dei partiti politici di cui abbiamo parlato nel paragrafo precedente, siccome i partiti piccoli non hanno voce in capitolo per esprimersi e partecipare alla vita politica, l'unico modo per farlo è attraverso i mezzi di comunicazione a disposizione. La maggior parte della comunicazione politica si svolge principalmente attraverso la televisione come per esempio;

le conversazioni politiche, le interviste politiche, le dichiarazioni politiche, notizie sulla politica, le cronache televisive politiche, tutte queste inondano tutti i programmi televisivi in tutte le ore, in tutti i canali televisivi [...] la televisione nella società classica è media della politica<sup>190</sup>,

il campo della politica se messo a paragone con gli altri terreni della società occupa il primato assoluto.

Da quanto può emergere che abbiamo un forte aumento del pluralismo e della qualità delle opinioni, ma i fatti raccontano altro, infatti, ci rendiamo conto che abbiamo a che fare con il fenomeno di «*filter bubbles ed ecco chambers*»<sup>191</sup>, le informazioni trasmesse sono ridondanti, spesso le emittenti sono poco propensi a produrre novità. Tuttavia, quando “non ci sono” fatti nuovi da riportare al centro dell'opinione pubblica, i media tradizionali e le figure politiche in generale nella loro campagna politica quotidiana, attingono a un caso specifico e lo amplificano, parlando per un lungo periodo del tema scelto per raggiungere un “determinato scopo”<sup>192</sup>; sovente l'obiettivo è quello di provocare emozioni nel lettore e indurlo a provare un «senso di identificazione personale»<sup>193</sup> nei confronti del contenuto ricevuto mediante le tecniche del marketing politico.<sup>194</sup>

Comunque, cerchiamo di fare una precisazione sulla costruzione diversa dell'informazione tra giornali e nella televisione. Nel primo caso abbiamo a che fare un

---

<sup>190</sup> A. Fuga, *Shoqëria piramidale... op. cit.*, p. 301.

<sup>191</sup> A.M. Lorusso, *Postverità*, Laterza, Bari, 2018.

<sup>192</sup> Questa struttura narrativa viene utilizzata spesso dai canali che trasmettono news tutto il giorno, ma anche quelli generalisti, cambiando da un canale all'altro senti sempre a parlare dei medesimi fatti accaduti, portando le persone a pensare le stesse cose visto che ricevono gli stessi input, di conseguenza anche il *feedback* sarà molto simile.

<sup>193</sup> «La socializzazione è infine un processo di identificazione, di costruzione di identità, cioè di appartenenza e di relazione. Socializzarsi è assumere la propria appartenenza a dei gruppi (di appartenenza o di riferimento), vale a dire 'prendere personalmente in carico i propri atteggiamenti al punto che essi orienteranno in larga misura la propria condotta senza che neanche ci si renda conto di ciò'», in C. Dubar, *op. cit.*, p. 33.

<sup>194</sup> Cfr. W. Cwalina, A. Falkowski, B.I. Newman, *Political Marketing: Theoretical and Strategic Foundations*, by Routledge, New York, USA, 2015.

approfondimento maggiore dell'informazione in generale, nel secondo caso l'informazione che passa attraverso la televisione, togliendo casi specifici di eventi particolari, assomiglia più a un fiume in piena dove tutto scorre veloce in continuazione. A partire da questa premessa Sartori cita alcune caratteristiche dell'informazione che passa attraverso la tv, notando che:

abbiamo a che fare con sotto-informazione o di disinformazione, la televisione dà meno informazioni di qualsiasi altro strumento di informazione; le riprese di basano su alcuni piani di ripresa, già selezionati quindi l'evento non ci compare nella sua totalità, abbiamo a che fare con uno pseudo-evento; per limiti di tempo la riduzione-compressione è gigantesca, portando a una creazione dell'opinione pilotata. Tutte queste peculiarità dell'homo sapiens, lo portano a trasformarsi in homo-videns, riducendo drasticamente la sua parte razionale, di conseguenza diminuisce anche la nostra parte simbolica era nata con la scrittura, entrando così in una perdita della memoria e della sapienza<sup>195</sup>.

Inoltre, aggiunge

che è certo che la televisione è un formidabile formatore di opinione. Oggi il popolo sovrano «opina» soprattutto in funzione di come la televisione lo induce a opinare. E nel pilotare l'opinione il potere del video si pone davvero al centro di tutti i processi della politica contemporanea<sup>196</sup>.

Infatti, vengono chiamati mediatori del ping-pong politico, tra un leader e l'altro, tra Rama e Basha, e i media rappresentano il tavolo del gioco, cioè, lo spazio fisico dello scontro politico. «Se parla la politica, allora c'è notizia. Se non dovesse parlare la politica, allora non ci sarebbe notizia<sup>197</sup>».

Fatta questa premessa sulla televisione, che è il mezzo più utilizzato, data la maggiore accessibilità che è a disposizione della maggior parte dell'elettorato, passiamo a esaminare il “discorso politico nell'ultima campagna”. Con la nascita delle piattaforme digitali abbiamo un allargamento del discorso politico online e della partecipazione degli individui sempre maggiore. Seppur, limitato per tante persone visto la non disponibilità economica o anche per un fattore di età, dall'altra parte viene utilizzato sempre di più dai leader dei partiti politici per pubblicare qualsiasi cosa organizzino. «Lo smartphone e il tablet rappresentano l'evoluzione del megafono verso una dimensione molto più tecnologica, in cui però il leader

---

<sup>195</sup> G. Sartori, *op. cit.*

<sup>196</sup> *Ivi*, p. 40.

<sup>197</sup> Rr. Zguri, D. Pavli, *Raporti i reformës në drejtësi... op. cit.*, p. 44.

comunica con la stessa verve di un tempo. Anzi, in un certo senso egli rimedia <sup>198</sup>». «L'uso del video, più di ogni altra modalità comunicativa, consente ai membri della community di “esserci”, vale a dire di sentirsi parte della quotidianità del leader<sup>199</sup>».

Dal linguaggio utilizzato si possono individuare tre correnti principali nella forma della costruzione del contenuto del messaggio; la voce del governo che si complimenta con se stesso per il magnifico lavoro che svolge ogni giorno per tutta la durata del suo mandato; l'opposizione che attacca l'opposizione appena perde le elezioni, chiedendo sempre la ripetizione, accusandoli di imbrogli elettorali, il governo che si forma dopo le elezioni viene sempre criticato e associato ai gruppi mafiosi, di non essere all'altezza per guidare il Paese; e alla fine emergono le opinioni dei piccoli partiti che attaccano e accusano, e danno la colpa ai primi due che sono sempre Pd e Ps, della situazione che l'Albania sta attraversando dalla caduta del comunismo ad oggi, rimanendo nella condizione transizione/democrazia. Questo ciclo si ripete dal lontano 1992.

In questo contesto, diventa cruciale quindi il modo attraverso cui viene costruito e si declina il messaggio, ove i giochi linguistici costituiscono uno degli aspetti fondamentali. La costruzione del messaggio è elemento quindi significativo: esso “pianta” dei principi di valori nella coscienza degli individui che trasformandosi in idee attraverso l'agire sociale, legato strettamente con «l'ambiente di socializzazione che dipende dalle condizioni della vita, dai valori e dal sistema educativo familiare» <sup>200</sup>, si riflettono su tutta la società; si riflettono sulla capacità o incapacità del singolo in merito al senso da dare al mondo in cui viviamo. Queste idee creano mutamenti culturali più generali e trasformano il modo in cui gli esseri umani si relazionano tra loro. La campagna si è svolta senza un confronto televisivo diretto visto che Rama non riconosce Basha come un vero leader politico, lo considera un barattino di Berisha ex presidente e il leader storico del partito democratico che comanda e prende ancora tutte le decisioni all'interno del partito.

Un esempio odierno di costruzione in diverse forme del messaggio al fine di persuadere il pubblico lo si nota anche nelle ultime elezioni politiche, analizzando la comunicazione dei leader dei due partiti più grandi, da una parte Rama e il suo governo e dall'altra Basha con l'opposizione. Principalmente le strategie comunicative dei leader di sono basate su diverse macro-tematiche e problemi. La campagna si è organizzata con limiti

---

<sup>198</sup> J.D. Bolter, R. Grusin, *Remediation. Competizione e integrazione tra media vecchi e nuovi*, a cura di A. Marinelli, editore Guerini e Associati, Milano, 2002.

<sup>199</sup> N. Barile, T. Vagni, *Lo-fi politics. Il brand del politico e lo stile amatoriale in bassa fedeltà*, Comunicazione politica, Fascicolo 1, aprile 2019.

<sup>200</sup> C. Dubar, *op. cit.*, p. 33.

parziali dovuti all' emergenza epidemica, se da una parte nelle sue riunioni il Primo Ministro rispettava la distanza di un almeno un metro di sicurezza dall'altra parte la campagna continuava come se niente fosse, cosa che facevano anche altri membri del partito di Rama di nascosto.

Il primo ministro ha orientato la sua strategia comunicativa basandosi sui risultati che il suo governo ha raggiunto nei due mandati precedenti, chiedeva il terzo come l'unica possibilità che ha il Paese per continuare sulla strada della costruzione e dello sviluppo economico, aggiungendo che questa crescita, si era fermata per motivo del terremoto del «26 novembre 2019 che ha causato 51 vittime, più di 3000 feriti e migliaia di palazzi con danni ingenti<sup>201</sup>», e del Covid-19 nel 2020.

Questi due fenomeni sono stati la causa principale della forte crisi che ha colpito il paese secondo il suo punto di vista. Il governo ha fatto un *lockdown* di solo tre mesi, solo nella prima fase della diffusione del virus imitando fortemente il modello italiano, per poi aprire tutte le attività visto che non aveva la possibilità di aiutare le famiglie e gli imprenditori in difficoltà economica. Faceva strano vedere bar, ristoranti, autobus e palestre piene di persone come se niente fosse successo.

La sua campagna si è concentrata sulla sua bravura riguardo i contratti che è riuscito a stipulare in quella che Affari Internazionali chiama «la vaccinazione elettorale<sup>202</sup>», tra altro un risultato inaspettato dalla maggior parte degli opinionisti televisivi, inoltre, se paragonato con gli altri non-UE dei Balcani, togliendo la Serbia, l'Albania grazie alla sua forte leadership è al primo posto per il numero delle vaccinazioni, questo permetterà la fine della pandemia ma anche l'apertura del flusso turistico dall'estero.

Un altro tassello notevole per fare leva sulla percezione del pubblico, sono state le inaugurazioni di diverse costruzioni in tutto il Paese, dalle case degli sfollati del terremoto alle nuove scuole ricostruite, al secondo aeroporto nazionale di Kukës, all'ospedale nella città di Fier costruita prima delle elezioni in tempi record di solo 3 mesi, e di diverse opere stradali. Nella pagina Facebook di Rama sono stati pubblicati diverse foto per mostrare il lavoro svolto dal suo governo, mettendo a confronto una specifica zona urbana, ospedali, scuole o strade, in maniera da evidenziare come fossero prima e dopo il cambiamento dovuto al suo governo, utilizzando un linguaggio sarcastico nei confronti dei partiti di opposizione.

---

<sup>201</sup> Redaksia, *Tërmeti shkatërrues i 26 nëntorit në Shqipëri, më vdekjeprurësi në botë për vitin 2019*, 5 Janar 2020. Disponibile online presso l'URL <https://bit.ly/3KCYEqH> (ultimo accesso maggio 2021).

<sup>202</sup> M. Camporese, *In Albania Edi Rama punta al terzo mandato*, «Lo Spiegone», 23 aprile 2021. Disponibile online presso <https://bit.ly/3GFRbEG> (ultimo accesso maggio 2021).

Basha da parte sua costruisce la sua campagna elettorale sul fallimento di diversi aspetti sociali in questi 8 anni di guida del Paese, ossia: “quello economico, sociale e giustizia. Sul primo punto, accusa il governo di aver lasciato soli i cittadini senza gli aiuti necessari per affrontare questo momento così delicato e per tutto il periodo della pandemia, di aver utilizzato i soldi chiesti in prestito per affrontare la situazione per scopi politici e arricchirsi”<sup>203</sup>. Questo, sostiene, è il governo del fallimento totale che sta portando l’Albania verso la sua fine, secondo i dati Istat l’emigrazione sta diventando un problema serio, dove chi lascia il paese spesso è la sua forza motrice sul piano del lavoro, i più giovani e soprattutto quelli laureati, lasciando così il Paese nelle mani di persone sempre meno acculturate. Sul piano sociale è stato attaccato duramente per aver accettato dalla Turchia i vaccini cinesi – quasi un milione di dosi – non riconosciuti dall’EMA: col suo partito al governo la situazione, ribadisce, sarebbe stata gestita meglio e ci sarebbero stati contratti con case farmaceutiche migliori.

Accuse pesanti sono venute anche per le grandi crepe che il sistema giudiziario porta con sé da tanto tempo, focalizzando l’attenzione nel ruolo che ha l’Albania nella produzione e vendita della marijuana in tutta l’Europa, per poi finanziare con questi soldi le campagne politiche, secondo loro il governo alimenta questo fenomeno invece di combatterlo. Sul piano linguistico il leader democratico utilizza accuse forti, con toni aspri dove regna il manifesto “Rama ik” (Rama vattene)<sup>204</sup>.

Le sue proposte analizzate dagli analisti del settore dei dibattiti televisivi sono ottime ma non sostenibili visto il Pil è il potere economico che abbiamo. Le riforme che proponeva salverebbero il Paese dalla crisi, con lo scopo di per riprendersi in fretta, più soldi e aiuti per pilasti che sostengono l’economia e lo sviluppo. Non sappiamo con certezza quanta verità c’è da una parte e dall’altra, spesso sono strategie politiche e poche volte vengono applicate veramente, questo succede anche nei Paesi con una democrazia maggiore, figuriamoci in Albania. Come ricercatore sociale ho cercato di analizzare quel poco che si vede in superficie, visto la complessità dell’argomento la anche il focus della ricerca.

Ovviamente, per concludere, in queste condizioni si può considerare che “l’individuo è isolato”<sup>205</sup>, è impotente davanti alla struttura di organizzazione della politica, del loro

---

<sup>203</sup> Pjesë nga intervista e kryetarit të Pd, Lulzim Basha me gazetaren Sonila Meço ne emisionin “Tempora”, 25 marzo 2020. Disponibile online presso l’URL <https://bit.ly/3FDG9P7> (ultimo accesso maggio 2021).

<sup>204</sup> P. Kulla, *Rama ik apo Rama rri!?*, «Gazeta Tema», 19 aprile 2021. Disponibile online presso l’URL <https://bit.ly/3Kue4NB> (ultimo accesso maggio 2021).

<sup>205</sup> In Albania non esistono gruppi di pressione di interesse pubblico, non si abbia la possibilità di esercitare pressione sulle forze politiche, radunare o mobilitare un grande numero di persone quando il governo prende

potenziale economico e mediale, ovviamente, da queste premesse abbiamo a che fare secondo Fuga «a una narcotizzazione politica delle masse<sup>206</sup>», tutte queste condizioni portano inevitabilmente «all'opinione pubblica che rimane senza voce<sup>207</sup>», senza la possibilità di poter influenzare le scelte delle élite politiche.

L'opinione pubblica è frammentata a causa, in primis alla struttura piramidale della società, e a una debole forma di democrazia. Le forze dell'opinione pubblica devono contrastare tutte le altre forme eccessive del potere in caso di manifestazione, per il bene comune, si deve creare quello spazio fisico tutto suo, in mezzo a tante altre forze senza soccombere, per rafforzarsi e riemergere, ha bisogno di stare alla larga dalla portata dei partiti politici, in questo modo non sarà diviso a metà, o in pezzi più piccoli come gli spicchi di una mela, tra la destra e la sinistra principalmente, e gli altri gruppi di interesse, che, non riconoscendosi con i primi due, danno alla luce altri partiti in continuazione, visto che questo è l'unico modo per tagliarsi uno spazio pubblico per far sentire la propria voce, le istituzioni rimangono sempre sorde, queste voci inascoltate con la minima scintilla si trasformano in violenze fai da te e disordini, dove ognuno cerca di fare giustizia da se.

Per aumentare la libertà del pensiero, gli individui devono imparare ad avere un senso più critico nel modo in cui si informano, ascoltando più voci in capitolo, per costruire un meccanismo interiore di maggiore criticità, che le permetterà di costruire le proprie opinioni lontano dalle strutture dei partiti politici, e dai media clientelistici. Questi due oggetti, seppur modelli differenti, svolgono la stessa funzione, costruire opinioni pilotate a uno scopo determinato.

Nelle democrazie gli individui sono liberi di pensare e ragionare secondo i propri principi e a uno scopo determinato, l'opinione pubblica appartiene alla collettività, è una questione pubblica, e per funzionare deve essere libera, un principio supremo di democrazia

---

delle decisioni contro il desiderio del popolo, o almeno una parte che dice di essere danneggiata. Un esempio concreto è la demolizione del “Teatro Nazionale” nel 2020 per costruirne uno nuovo molto più moderno. Tuttavia, era uno dei simboli nazionali che fu inaugurato nel 1938, costruito durante l'occupazione fascista da tutte e due le parti. La sua questione ha diviso a metà le opinioni degli attori e piano piano anche quello pubblico. Una parte appoggiava la demolizione dicevano che oramai era inutilizzabile e troppo vecchio, bisognava lasciare spazio al moderno, dall'altra parte invece si sosteneva che era il simbolo di un'epoca di cultura e di storia, assolutamente non andava demolito, accusando il Sindaco di Tirana e il Partito al governo che demolisce per poi ricostruisce con l'unico scopo che è quello approfittare dai fondi per la costruzione del nuovo teatro. La voce degli attori unita a quella del Partito Democratico, hanno portato a proteste massive per giorni da persone che raggiungono la Capitale da tutto il paese in segno di protesta e vicinanza a tutti gli attori che erano contrari. Questo esempio serve a capire che le proteste o la mobilitazione dell'opinione pubblica si raggiunge solo tramite il potere dei partiti politici.

<sup>206</sup> A. Fuga, *Shoqëria piramidale... op. cit.*, p. 309.

<sup>207</sup> E. Scalfari, *L'opinione pubblica è rimasta senza voce*, in «la Repubblica», 17 agosto 2008. Disponibile online presso l'URL <https://bit.ly/3qEJvwW> (ultimo accesso maggio 2021).



che coinvolge tutti, fa riferimento e tutti, e appartiene a tutti, perché «l'opinione pubblica è una forza fondamentale nel plasmare e trasformare la società<sup>208</sup>», e va a pari passo ed è influenzata dalla «civilizzazione della società»<sup>209</sup>, più aumenta, e più la libertà delle opinioni sono ascoltate e possono avere forza nella decisione del bene comune. In Albania purtroppo oggi come oggi, esiste solo l'opinione del partito, con la P maiuscola, come cita Lippmann, ma che però nel nostro caso non fa riferimento al pubblico bensì proprio al partito.

---

<sup>208</sup> Relationship Esomar – Wapor, *Guideline on Opinion Polls and Published Surveys*, Issued August 2014, p. 4. Disponibile online presso l'URL <https://bit.ly/3tVppRa> (ultimo accesso luglio 2021).

<sup>209</sup> Funziona come «un 'sistema di riferimenti e di valutazione del reale' che consente di 'comportarsi in certo modo piuttosto che in un altro in quella o quell'altra situazione»; per ulteriori approfondimenti consulta C. Dubar, *op. cit.*, p. 35.

## **Parte II**

### **Capitolo II**

#### **Italia e Albania: un'analisi comparativa storica, politico-economica e culturale**

##### **2.1 Premessa**

In questo secondo capitolo si è pensato di approfondire le molteplici dinamiche che legano Albania e Italia. Per farlo, nel tentativo di essere quanto più possibile esaustivi, si è reso necessario un iniziale approfondimento sugli aspetti storici, utili alla comprensione delle reciproche relazioni di influenza manifestate nella formazione identitaria dei due Paesi. Il passo successivo ha riguardato l'analisi di alcuni aspetti economici che sono stati incrociati con i dati sociodemografici reperiti dall'INSTAT: questo approfondimento ha messo in luce la centralità dell'Italia nel contesto albanese, resa ancora più evidente dopo il paragone con altri Paesi, come emerso dai dati presenti in questa ricerca. Nell'ultimo paragrafo di questo capitolo, infine, verrà esposto il caso delle coproduzioni cinematografiche. Questa scelta ha una duplice motivazione: in primo luogo il linguaggio cinematografico presenta affinità con il linguaggio televisivo che non sembrava opportuno ignorare in questa sede; inoltre, un'analisi di questo tipo permette di estendere il campo di indagine al contesto culturale, che ritroviamo tra gli obiettivi centrali di questa ricerca.

Queste «forze principali sociali hanno dei precursori, che si legano con il passato attraverso un filo conduttore fatto di genealogie profonde e multiple<sup>210</sup>». Nei prossimi paragrafi si cercherà di ricostruire i punti salienti dei legami tra i due Paesi, con lo scopo di fornire una lettura ragionata sui processi di influenza italiana all'interno della società albanese nella sua dimensione più generale, per poi procedere, più nello specifico, con i suoi riflessi nel contesto televisivo che verranno analizzati nel capitolo IV.

---

<sup>210</sup> A. Appadurai, *Modernità in polvere. Dimensioni culturali della globalizzazione*, trad. it. di P. Vereni: versione digitale Ocr e conversione a cura di Natjus, editore Meltemi, Roma, 2001, p. 15.

## 2.2 Dall'indipendenza albanese all'occupazione italiana

Il lavoro che segue analizzerà le interazioni politico-economiche e socioculturali che nascono con l'indipendenza dell'Albania, spiegando le cause della loro formazione. Ottenuta l'indipendenza nel 1912 dopo secoli di dominazione ottomana, l'Albania diverrà dapprima un protettorato italiano per poi essere invasa dall'esercito di Re Vittorio Emanuele III nel 1939, occupazione che durerà fino al 1943. Si noterà come inizialmente le relazioni socioculturali assumano ovviamente un carattere unidirezionale con imposizione italiana. Ci sarà poi un netto distacco dalla cultura italiana e occidentale con l'avvento al potere di Hoxha che porterà l'Albania a guardare ai modelli sovietico e cinese con la proclamazione del comunismo. Si assisterà progressivamente ad un isolamento culturale albanese quando i rapporti con URSS e Cina verranno meno. Questo spiegherà come, all'inizio degli anni '90, si assista ad un evidente riavvicinamento politico-economico tra Albania e Italia, fatto non solo aiuti in sé, ma contornato da una emigrazione di massa albanese verso lo stato italiano. Inevitabilmente, con l'apertura del Paese verso i modelli occidentali e con lo sviluppo dei mezzi di comunicazione di massa, si avrà una reciprocità più equilibrata (ma sempre pendente a favore dell'Italia) sul profilo socioculturale.

Il ruolo svolto dall'Albania nell'odierna politica estera italiana può essere correttamente apprezzato solo partendo dall'analisi dell'evoluzione storica della politica adriatica dell'Italia. A partire dall'ultimo trentennio dell'Ottocento, con l'inizio della «fase finale di disgregazione dell'Impero Ottomano e la dipendenza dell'Albania nel 1912<sup>211</sup>», gli italiani iniziarono a

riscoprire la dimensione adriatica, che un ruolo di spicco aveva avuto in età moderna nella storia delle repubbliche marinare con particolarmente riferimento a Venezia. Quel patrimonio, rimosso con l'avanzata ottomana prima e con l'ingresso di Austria e Russia poi, venne rapidamente riscoperto in coincidenza con la nascita dello Stato albanese nel 1913<sup>212</sup>.

Tuttavia, fin dalla «Conferenza degli Ambasciatori (1913) che dette vita allo Stato albanese sotto il controllo del principe Guglielmo di Wied, l'Italia aveva manifestato il suo

---

<sup>211</sup> Un racconto più dettagliato storico a partire dall'Albania Illirica fino alla fine del regime comunista si trova in T. Winniffrith, *Perspectives on Albania*, St. Martin's Press, New York, 1992.

<sup>212</sup> F. Nigilia, *L'Albania verso l'Unione Europea: il ruolo dell'Italia*, a cura di Istituto Affari Internazionali, DOCUMENTI IAI 09/12- giugno 2009.

interesse per l'Albania considerandola una sua testa di ponte nell'area balcanica<sup>213</sup>». Per questo motivo aveva «progressivamente intensificato capitali, sia pubblici che privati, sostenendo nelle diverse istanze internazionali e nella stessa Società delle Nazioni il suo diritto a far sentire la propria opinione sui futuri destini del giovane Stato<sup>214</sup>». Nel 1914, «dopo il fallimento del Principato di Wied, l'Albania era caduta in un grave stato di confusione e anarchia<sup>215</sup>», determinato dal conflitto fra diversi centri di potere presenti nel paese e legato strettamente alla crisi dell'equilibrio europeo che sfociò nel primo conflitto mondiale.

La fuga del principe tedesco e del suo governo favorì, infatti, l'aggravarsi di un quadro politico interno estremamente complesso, costituito da un Governo di Albania, con sede a Durazzo, presieduto da Essat Toptani, bey di Tirana, e sostenuto dai serbi; da un governo locale a Scutari, amministrato dai nobili cattolici e musulmani; da una commissione municipale a Valona. Inoltre, si accentuarono sia le tradizionali forme di governo, quali, per esempio, quella di Bib Doda principe di Mirediti e quella dei Malissori, sia l'influenza della Grecia sull'Albania meridionale tramite l'azione del cosiddetto Governo dell'Epiro autonomo, retto da nazionalisti greci<sup>216</sup>.

Questo cambiamento di vento non mancò di preoccupare il Ministro degli Esteri, il marchese Antonio di San Giuliano, che in un primo momento si era ben guardato dall'opporvi alla costituzione del Principato, una mossa non certo accolta con simpatia dall'Austria-Ungheria. Tuttavia, nel nuovo scenario di conflitto e con la caduta del

Principato, l'Italia non poteva sperare di mantenere con le sue forze la propria influenza storica sulle coste dell'Adriatico, data la vicinanza a Brindisi. Pur avendo dichiarato la propria neutralità, si accinse dunque a cercare un accordo diplomatico con le Potenze dell'Intesa che iniziarono nell'agosto del 1914. L'Italia acconsentiva a una

spartizione dell'Albania tra Grecia e Serbia in cambio del riconoscimento della propria sovranità sul Trentino Alto-Adige e del controllo della zona di Valona. I piani cambiano con la morte a ottobre di San Giuliano ed il nuovo Ministro degli

---

<sup>213</sup> A. Becherelli, A. Carteny, *L'Albania nella politica estera italiana, in L'Albania indipendente e le relazioni italo-albanesi (1912-2012)*, Atti del Convegno in occasione del centenario dell'indipendenza albanese, Sapienza 22 novembre 2012, p. 46.

<sup>214</sup> *Ivi*, p. 62.

<sup>215</sup> L'assenza di infrastrutture di base e le asperità del territorio limitano le comunicazioni tra le diverse tribù, i cui rapporti, caratterizzati da una latente ostilità, ostacolano il raggiungimento di una coscienza nazionale, vedi A. Biagini, *Storia dell'Albania dalle origini ai giorni nostri*, Bompiani, Milano 1998, p. 63.

<sup>216</sup> S. Trani, *L'Unione fra l'Albania e l'Italia, Censimento delle fonti (1939-1945) conservate negli archivi pubblici e privati di Roma*, Ministero per i beni e le attività culturali, Dipartimento per i beni archivisti e librari, Direzione generale per gli archivi, Edimond s.r.l., Città di Castello (PG), 2007, p. 23.

Esteri Sonnino decise di perseguire una politica più aggressiva. Il suo intento era quello di conquistare la sovranità vera e propria dell'Albania meridionale<sup>217</sup>

e sfruttò l'occasione nel corso dell'invio a Valona, il 26 ottobre 1914, di una missione umanitaria sanitaria affiancata però dalla Sezione Carabinieri giustificandolo come soccorso ai profughi decimati da un'epidemia e dai massacri subiti per opera delle truppe greche.

Forte delle promesse degli Alleati al momento del trattato del 1915, l'Italia si affrettò a creare a Durazzo, nel dicembre del 1918, un "governo provvisorio", per perorare la causa albanese ai negoziati di Parigi. In questa occasione videro affrontarsi gli appetiti contrastanti della Jugoslavia, Grecia e dell'Italia sui territori albanesi del nord e del sud, mentre il presidente Wilson considerava nulle le promesse degli Alleati fatte durante la guerra. Si profilò l'idea di un ritorno alle frontiere del 1913 [...] sotto l'influenza di Fan Noli [...] costui era tra i fondatori della Chiesa albanese degli Stati Uniti, prima di diventare vescovo nel 1919<sup>218</sup>.

È evidente come in questa fase storica che il compito primario dello stato albanese fu quello di liberarsi dagli eserciti serbo, greco e italiano.

Nel gennaio del 1920 nel congresso di Lushnje si designò un nuovo governo presieduto da Suleyman Bey Delvina, vecchio compagno di Ismail Qemali, il quale trasferì gli organi del potere a Tirana che diventò così la capitale dell'Albania. Cominciò così col far evacuare gli italiani per primi. I serbi invece erano sostenitori del grande feudatario Esad Toptani, loro protetto, che venne assassinato a Parigi nel giugno del 1920. In seguito a lunghi scontri contro i patrioti di Valona, il governo di Roma ritira le sue truppe dalla regione e conservò soltanto l'isoletta di Saseno. Dopo una lunga battaglia sia interna che esterna la maggior parte del territorio delineato a Londra era sotto l'autorità di Tirana.

Tuttavia, la disastrosa situazione economica albanese si «aggravava a causa della Prima guerra mondiale e ciò contribuì alla ripresa dei rapporti tra Italia e Albania<sup>219</sup>». In realtà l'Albania aveva tentato di ottenere un

sostegno finanziario dalla Società delle Nazioni, nella quale era stata ammessa a partire da ottobre 1920. Le risposte dell'organismo ginevrino si rilevano però assai deludenti, riducendosi solo ad un finanziamento di 50.000 franchi in oro per l'acquisto di grano e all'invio di un consigliere finanziario, l'olandese Hunger, il

---

<sup>217</sup> S. Trani, *op. cit.*, p. 23.

<sup>218</sup> G. Castellan, *Storia dell'Albania e degli albanesi*, trad. it. di F. Cezzi, ARGO, Lecce, 2012, p. 83.

<sup>219</sup> Un altro elemento da non sottovalutare dell'interesse espresso da parte dell'Italia nei confronti dell'Albania è legato a una strategia di difesa, ma anche come ponte verso l'estensione nei Balcani guardando l'Albania sempre con molto interesse per approfondimenti vedi F.B. Jürgen, *Albania at War, 1939-1945*, Purdue University Press, 1999, p. 20.

quale suggerì la creazione di una banca di emissioni e l'adozione di una politica di drastiche economie<sup>220</sup>.

Conseguenza diretta della delusione provocata dal comportamento della Società delle Nazioni fu la febbrile ricerca, da parte del Governo di Tirana, di un aiuto costante e sostanziale da parte di potenze straniere. Ciò portò a un riavvicinamento fra l'Italia e l'Albania, che si concretizzò nel gennaio 1924 in un trattato di commercio e di navigazione e, nel 1925, nella creazione di due istituti per la riorganizzazione del credito e dell'economia albanesi. L'Albania era, infatti, priva di una moderna organizzazione bancaria e di un razionale sistema monetario: condizioni indispensabili per favorire l'investimento di capitali stranieri e per l'avvio di un programma di opere pubbliche<sup>221</sup>.

I rapporti economici fra i due Stati furono «impiantati convenzionalmente col trattato di commercio e di navigazione del 20 gennaio 1924 seguito dalla convenzione di stabilimento e quella consolare, firmate il mese dopo il 29 febbraio 1924<sup>222</sup>». Per allargare la base del consenso il Re Vittorio Emanuele III tenta di conciliare gli interessi dei ricchi proprietari terrieri, dai quali è sempre stato sostenuto, con quelli della nascente borghesia cittadina. A tal fine egli abbandona i progetti di riforma agraria e di risanamento della finanza pubblica, dato che per migliorare il bilancio il governo avrebbe dovuto tassare i redditi più elevati.

Mussolini ricreò di fatto un protettorato di Roma su Tirana, le cui tracce sono tutt'oggi visibili in alcuni «imponenti edifici della capitale come il Municipio e la Banca Nazionale in cui possedevano inizialmente il 51% del capitale<sup>223</sup>». Con la firma del Patto quinquennale di «amicizia e sicurezza del 1926 e del Trattato di alleanza difensiva nel 1927<sup>224</sup>», l'Albania finì per apparire sempre più una colonia italiana. Nel frattempo, nel

---

<sup>220</sup> F.J. di San Savino, *La politica dell'Italia in Albania nelle testimonianze del Luogotenente generale de re F. J. Di San Vito*, Cappelli editore, Bologna 1965, pp. 11-12.

<sup>221</sup> S. Trani, *op. cit.*, pp. 25-26.

<sup>222</sup> A. Giannini, *L'Albania dall'indipendenza all'Unione con l'Italia*, ISPI, Milano, 1940, p. 179.

<sup>223</sup> «Questo è il primo esame completo del turbolento rapporto finanziario ed economico tra l'Italia e l'Albania nel ventesimo secolo, che getta nuove ombre sull'imperialismo fascista italiano. L'Italia e l'Albania ripercorrono la complicata strategia estera ed economica che portò nel 1939 "all' unione delle due corone " di Italia e Albania. Basandosi su ricerche originali, Rosselli evidenzia come la strategia dell'Italia nei confronti dell'Albania sia fluttuata tra un minimo di penetrazione economica ad una estrema ingerenza politica. Spesso presentata come un trofeo della politica estera fascista, l'esperienza italiana in Albania nel periodo tra le due guerre può essere considerata un grande fallimento economico», in A. Rosselli, *Italy and Albania: Financial Relations in the Fascist Period*, I. B. Tauri, New York, 2006. pp. 97-98.

<sup>224</sup> «Il primo accordo, il patto di amicizia e sicurezza, venne firmato a Tirana il 27 novembre 1926. Con tale patto si convenne che qualsiasi perturbazione diretta contro lo status quo politico, giuridico e territoriale albanese era contraria all'interesse delle due nazioni (art. 1); esse, per tutelarlo, si impegnavano a prestarsi mutuo appoggio e collaborazione, promettendo di non concludere, con altre potenze, accordi politico-militari che potessero pregiudicare gli interessi di una delle due parti. Il trattato di alleanza difensiva venne firmato a Tirana il 22 novembre 1927 e stabilì una alleanza difensiva fra i due paesi della durata di venti anni (art. 2); inoltre, qualora una delle due parti fosse stata minacciata da una guerra non provocata da essa, l'altra parte

gennaio del 1925 Zog proclamò “il trionfo della legalità” e divenne capo del governo e non si sentiva sottomesso a nessuno.

Zog esemplifica, nelle relazioni con gli italiani, un agire tipico dell'albanese dinanzi agli stranieri. È al tempo stesso amico e nemico, diffidente e poi improvvisamente condiscendente, poco propenso a sentimenti di gratitudine, attento a volgere a proprio favore i disegni del più forte interlocutore, convinto interiormente di essere in credito nel rapporto tra Albania e Italia<sup>225</sup>.

### **2.3 Il modello fascista in Albania tra acculturazione politico-culturale e resistenza**

Un bilancio dei vantaggi o dei condizionamenti ottenuti rispettivamente da Zog e Mussolini in questi anni rimane difficile da farsi. L'Italia «beneficiò di concessioni petrolifere<sup>226</sup>» e agricole, sfruttò i giacimenti minerari con grandi guadagni in minerali metallici, ebbe eccezionali permessi per lo sfruttamento delle risorse ittiche e forestali; ma contemporaneamente alla crescita dell'attività di enti e di società italiane nell'industria e nell'agricoltura, l'Albania

beneficiava delle opere di bonifica effettuate dall'AIAA (l'Ente industriale attività agrarie) e delle infrastrutture costruite dalla SVEA (Società per lo Sviluppo Economico dell'Albania). Con gli accordi politici l'Italia incrementò sicuramente il suo controllo, ma forniva anche esperti per riformare la struttura legislativa e amministrativa dello Stato albanese. Ciò che è certo è che la seconda metà degli anni Venti testimoniò il sorgere di forti basi culturali comuni, pensiamo ad esempio all'elaborazione dei Codici giuridici ad imitazione di quelli italiani<sup>227</sup>.

La via ritrovata nei rapporti politici fra i due paesi, che favorì la presenza italiana in tutti i settori della vita albanese, iniziò a

---

avrebbe impiegato ogni mezzo per prevenire le ostilità e per assicurare una giusta soddisfazione alla parte lesa». Per altri approfondimenti vedi S. Trani, *op. cit.*, pp. 31-32.

<sup>225</sup> R.M. Della Rocca, *Albania. Le radici della crisi*, editore Guerini e Associati Spa, Milano, 1997, p. 194.

<sup>226</sup> Il 12 marzo e il 15 luglio 1925 vennero firmate, tra il Governo di Tirana e le Ferrovie dello Stato italiano, due convenzioni in base alle quali le nostre Ferrovie ottennero il permesso per lo sfruttamento di 164.000 ettari di terreno, vedi S. Trani, *op. cit.*, p. 29.

<sup>227</sup> Nel 1928, del nuovo codice penale avente come modello il codice Zanardelli del 1897. Il 1° aprile 1929 entrava in vigore il codice civile, il quale aveva come fonti giuridiche il codice civile italiano, francese e svizzero. Anche il nuovo codice penale militare si basava sull'analogo codice italiano, vedi *Ivi*, pp. 32-33.

deteriorarsi nel 1931 quando, per ottenere il rinnovo del patto di amicizia e di sicurezza del 1926, l'Italia decise di concedere al Regno d'Albania un prestito, senza interessi, di 10.000.000 franchi per un periodo di dieci anni. Ma, alla concessione di tale prestito, che aveva più le caratteristiche di un vero e proprio contributo<sup>228</sup>,

non seguì la riconferma del patto da parte di Zog. Tuttavia, quando Re Zog non restituì la prima rata del prestito e Mussolini chiese in cambio la creazione di un'unione doganale, non solo il monarca albanese respinse la proposta, ma rifiutò anche di procedere alla riconferma degli accordi politico-militari e mise in atto una politica antitaliana, guadagnandosi così «l'invio di navi militari sulle coste albanesi»<sup>229</sup>. Di fronte alla minaccia, il Re Zog allentò la sua ostilità, permettendo ai fascisti di esportare gradualmente il proprio modello economico, politico e sociale. Nacque un Partito Fascista Albanese, legato a quello del Duce, e l'italiano divenne lingua obbligatoria nelle scuole. «Il rafforzamento del fascismo nei Balcani con la politica di avvicinamento al filotedesco Milan Stojadinović, a partire dal 1936, e poi, soprattutto l'Anschluss dell'Austria al III Reich, nel marzo 1938, spinsero Mussolini a occupare un suo spazio nelle divisioni che si profilavano nella penisola»<sup>230</sup>. Ragione di preoccupazione per l'Italia era anche l'influenza di «personalità austro-ungariche presenti nella corte albanese dopo le nozze del re con la contessina Geraldina Apponyi»<sup>231</sup>. Allo scopo di rafforzare l'influenza dell'Italia in Albania, Mussolini inviò un «ultimatum a Zog in cui minacciava<sup>232</sup>», in caso di rifiuto da parte albanese di firmare nuovi trattati di alleanza, l'invasione e l'occupazione italiana dell'Albania.

---

<sup>228</sup> Op. cit. in *L'unione fra l'Albania e l'Italia. Censimento delle fonti (1939-1945) conservate negli archivi pubblici e privati di Roma*, a cura S. Trani, *L'Unione fra l'Albania e l'Italia, Censimento delle fonti (1939-1945) conservate negli archivi pubblici e privati di Roma*, Ministero per i beni e le attività culturali, Dipartimento per i beni archivistici e librari, Direzione generale per gli archivi, Edimond s.r.l., Città di Castello (PG), 2007, p. 36.

<sup>229</sup> Nel giugno 1934, ventidue unità della flotta italiana gettarono l'ancora davanti a Durazzo, senza che Tirana fosse stata avvertita, si veda titolo originale, G. Castellan, *op. cit.*, p. 87.

<sup>230</sup> G. Castellan, *op. cit.*, p. 88.

<sup>231</sup> M. Russo, *Scusi, lei che ci faceva in Albania*, Vannini Editrice, Brescia, 1971, pp. 165-167; Cfr. R.M. Della Rocca, *op. cit.*, 1997, pp. 78-81

<sup>232</sup> Ciano, nel suo discorso del 15 aprile 1939, riporta un messaggio che il Duce stesso avrebbe inviato al monarca albanese attraverso il Ministro Jacomini: «La questione di una modificazione dei rapporti fra l'Italia e l'Albania non è stata sollevata da me. Ma dal momento che è stata sollevata, deve essere risolta nel senso di rafforzare l'alleanza fino ad accomunare nello stesso destino i due Stati e i due popoli per garantire soprattutto il pacifico progresso del popolo albanese. Invito Re Zog a considerare che gli ho dato durante tredici anni prova sicura della mia amicizia; sono disposto a continuare sulla stessa linea di condotta, ma se ciò fosse inutile le conseguenze ricadrebbero su Re Zog», in G. Marcello, *Le Chiavi dell'adriatico. I rapporti tra Italia e Albania dall'inizio del secolo alla Seconda guerra mondiale*, «Il calendario del Popolo», Milano, 1997. Disponibile online presso l'URL <https://bit.ly/3InGGpW> (ultimo accesso maggio 2021).



Zog reagì accentuando la politica ostile all'Italia e mobilitando l'Esercito per «contrastare un eventuale sbarco italiano<sup>233</sup>». Così, alla «fine del marzo 1939, l'Italia decise di rimpatriare gli italiani da tutto il territorio albanese e alle prime ore del 7 aprile iniziarono le operazioni delle truppe italiane in Albania<sup>234</sup>» con 70.000 soldati<sup>235</sup>. Agli italiani del tempo l'invasione militare è stata giustificata come l'unica «via per portare a civilizzare l'Albania, che era detta sì “*affascinante come un bazar*”, ma era anche “*arretrata*” e “*selvaggia*”<sup>236</sup>». Da molti è stata comunemente interpretata puramente come parte della politica imperialistica fascista, come un gesto del Duce per non sentirsi passivo al Führer. Mentre alcuni storici e giornalisti vi leggono anche una prova di bilancio passivo dei guadagni ottenuti dagli anni di alleanza con Re Zog, che avrebbe spinto all'occupazione totale per recuperare le perdite degli investimenti e dei prestiti.

Dopo la fuga di Zog, avvenuta il 7 aprile 1939, allo scopo di assicurare il proseguimento dell'azione di governo in attesa dell'arrivo delle truppe italiane, era stato costituito un Comitato amministrativo provvisorio, che convocò l'Assemblea costituente composta da delegati provenienti da tutte le provincie Albanesi<sup>237</sup>. Gli sbarchi di trecentomila soldati del Venerdì Santo sono avvenuti nei porti di Durazzo e di Shëngjin nel centro nord, e a Valona e Saranda a sud. “Il 12 aprile l'Assemblea, investita dei pieni poteri, deliberava l'abrogazione della costituzione albanese del 1928, la caduta del precedente regime, la formazione di un nuovo governo e offriva, nella forma di unione personale, la corona di Albania a Vittorio Emanuele III e ai suoi discendenti<sup>238</sup>”.

In base alla mozione dell'Assemblea costituente albanese, il Gran Consiglio del fascismo, riunitosi a Roma il 13 aprile, prendeva atto della decisione albanese, sanciva l'associazione dei destini dei due popoli “in una più profonda e definitiva unione” e prometteva “l'ordine, il rispetto di ogni fede religiosa, il progresso civile, la giustizia sociale e, con la difesa delle frontiere comuni, la pace<sup>239</sup>”.

Il Re Zog non tenta nemmeno di «organizzare una resistenza armata<sup>240</sup>», ma lascia al Duce uno stato in condizioni di penuria, il meno sviluppato in Europa, di circa 1.200.000

---

<sup>233</sup> F.J. di San Savino, *op. cit.*, pp. 89 e 96-103.

<sup>234</sup> M. Montanari, *Le truppe italiane in Albania, (anni 1914-20 e 1939)*, SME, 1978, p. 38.

<sup>235</sup> T. Winniffrith, *op. cit.*, p. 124.

<sup>236</sup> R.M. Della Rocca, *op. cit.*, p. 93.

<sup>237</sup> S. Trani, *op. cit.*, p. 38.

<sup>238</sup> A. Giannini, *op. cit.*, 1940, p. 352.

<sup>239</sup> G. Ambrosini, *L'Albania nella Comunità imperiale di Roma*, Roma, Istituto nazionale di cultura fascista, 1940, pp. 56-57.

<sup>240</sup> «La causa principale fu una non organizzazione ottimale di resistenza dei gruppi principali che detenevano il potere al livello locale, da un mancato senso di nazionalismo, e poca cooperazione. Per le forze straniere risultò molto facile metterle una contro l'altra segmentando ancora di più quel poco potere e facilitando ancora di più il controllo sul paese», in B.J. Fischer, *Albania at War, 1939-1945*, Purdue University Press, 1999, p. 17.

abitanti dei quali all'incirca l'80% analfabeti, debiti enormi in ambito agrario. Riguardo il sistema di governo e amministrazione di Zog, uno storico americano esprimeva: «Era una mescolanza di stili tra capotribù, il brigante *haiduk*, il *pascià* ottomano e il dittatore moderno»<sup>241</sup>.

Con tutta l'Europa che stava a guardare solo l'Unione Sovietica un anno dopo denuncia pubblicamente l'accaduto. Fautore dell'occupazione è il ministro degli Esteri Galeazzo Ciano, che vide l'opportunità di sfruttare meglio le risorse di materie prime del paese ed insediò subito organi di governo, come "l'Ordine nuovo". L'occupazione italiana viene perfezionata con la «proclamazione dell'unione personale delle due corone; un'Assemblea costituente»<sup>242</sup>, convocata dagli Italiani, chiede a «Vittorio Emanuele III di accettare la corona d'Albania e il 16 aprile 1939, con l'assenso formale del sovrano sabauda, cessa ufficialmente l'indipendenza dell'antica patria di Scanderbeg»<sup>243</sup>.

In questo periodo storico tutti gli affari esteri albanesi sono ora di competenza del ministro degli Esteri italiano, per un controllo maggiore vengono chiuse tutte le ambasciate straniere a Tirana e quelle albanesi all'estero, le barriere doganali sono abrogate.

Il parlamento è soppresso e rimpiazzato da un *Consiglio superiore corporativo fascista* sul modello italiano della *Camera dei fasci* e delle corporazioni, l'esercito albanese viene incorporato nell'esercito del Duce. Il governo italiano avvia la fascistizzazione della società impostando un forte egemonia culturale; programmi di intervento e di urbanizzazione: strade, palazzi, acquedotti e la fondazione di un partito fascista albanese, di organizzazioni giovanili come la *Gioventù fascista*, e culturali come il *Dopo lavoro per il tempo libero dei lavoratori* al fine di creare un crescente consenso alla presenza italiana<sup>244</sup>.

La lingua italiana diventa materia obbligatoria d'insegnamento. L'organizzazione della vita politica, economica e sociale albanese venne a rispecchiare quasi alla perfezione quella del Regime di Duce, l'Albania a tutti gli effetti diventa una colonia italiana. Il paese fu piano piano saccheggiato e vi furono impiantate molte imprese italiane; dalla fine del 1940 a due anni più tardi passano da 150 a 366.

---

<sup>241</sup> J. Rothschild, *East Europe between the Two World Wars*, University of Washington Press, 1974, p. 366.

<sup>242</sup> «Si riuni un'assemblea Costituente e si disegnò come primo ministro Shefqet Verlaci, già capo del Partito progressista, che era apposto a Zog per una vendetta familiare», in G. Castellan, *op. cit.*, p. 91.

<sup>243</sup> A. Biagini, *Storia dell'Albania dalle origini... op. cit.*, p.128.

<sup>244</sup> Ricordiamo che uno dei principali progetti era la costruzione delle strade che in Albania mancavano a causa del terreno montagnoso e alla scarsità di attrezzi adeguati a tale scopo. «A metà maggio gli italiani avevano già rinnovato la strada che porta da Tirana a Durazzo, riducendo i tempi di percorrenza in auto da un'ora e un quarto a cinquanta minuti», in B.J. Fischer, *op. cit.*, p. 82.

Il fragile equilibrio economico del paese fu sconvolto e i prezzi aumentarono provocando una sensibile inflazione. Tuttavia, lo sfruttamento senza limiti di materie prime come carbone, petrolio e legname portò a un malcontento universale. Vista l'esperienza del passato e facendo leva sulle grandi doti oratorie del Duce, il governo italiano cercò di attrarre ambienti nazionalistici per allargare il consenso all'occupazione e tenta di conquistare quella parte cospicua della popolazione sensibile ai richiami patriottici attraverso la promozione di «una “Grande Albania”, cioè l'annessione della Çamëria (territori dell'Epiro del sud fino al Golfo di Arta), da togliere alla Grecia e del Kosovo, chiamato dagli jugoslavi Serbia del sud<sup>245</sup>», ma diversi gruppi di opposizione nel paese, di ispirazione democratica e soprattutto comunista, non condividono il progetto panalbanese. La reazione dell'opposizione albanese in questa fase fu molto debole poiché disorganizzata internamente ma anche per via della disparità delle forze in campo. Il sogno di una Grande Albania<sup>246</sup> svanì quando i tedeschi si avvicinarono, almeno apparentemente, all'Unione Sovietica e quando l'occupazione della Grecia si rivelò un grande fallimento.

L'obiettivo ellenico era esteriormente alla portata dei militari italiani ma a causa del terreno accidentato, ad una buona organizzazione delle truppe greche e all'impiego delle truppe italiane in più fronti si risolse in una grande sconfitta. Nel frattempo, in Albania le azioni di guerriglia assumono un carattere quotidiano grazie a un maggiore coordinamento tra i diversi gruppi di guerriglieri e al progressivo coinvolgimento dei contadini. A questo punto l'azione del movimento comunista, impegnato dal '39 con scioperi, boicottaggi ed altre dimostrazioni di dissidenza, cominciò ad acquisire sempre più spessore all'interno del paese.

Il Partito Comunista Albanese nasce ufficialmente nel novembre del 1941; dopo l'armistizio dell'8 settembre 1943 si rafforzò ulteriormente il sentimento antiitaliano e nel caos prevalsero le forze di occupazione tedesca. Il gruppo comunista di Korçë, guidato da Enver Hoxha, sostiene e ricerca l'unione di tutte le forze d'opposizione rinviando a tempi successivi la praticabilità della rivoluzione proletaria e socialista poiché l'obiettivo fondante del partito è la liberazione del paese dagli occupanti, enfatizzando sempre di più il pericolo che essi presentavano, tutto questo per creare un senso comune sempre più forte nei confronti degli stranieri.

---

<sup>245</sup>G. Castellan, *op. cit.*, p. 93.

<sup>246</sup>Le diverse fasi di questo processo si possono approfondire in G. Natalizia, *Il progetto della Grande Albania. Choc esogeni e posizione internazionale di una minor power*, in A. Becherelli, A. Carthy, *op. cit.*, pp. 277-287.

Diversamente, alcuni soldati scelsero di combattere a fianco dei partigiani albanesi per l'espulsione dei tedeschi in battaglie molto dure fino all'ultimo sangue, ma tutto cambiò nel momento in cui Hoxha prese il potere politico, iniziando immediatamente il rimpatrio dei militari e di tutti i beni italiani. Dopo la caduta di Mussolini 25 luglio 1943 i destini dei due Paesi vennero risolutivamente divisi con il trattato di Parigi del 10 febbraio 1947, che riconobbe l'indipendenza dell'Albania per «costituire un ulteriore fattore di sicurezza e di equilibrio nell'Adriatico<sup>247</sup>» e l'abolizione di tutte le «intese italo-albanesi intercorse fra il 7 aprile 1939 e l'8 settembre 1943<sup>248</sup>». Non fu un addio definitivo ma solo una breve parentesi, iniziando così per l'Albania un lungo periodo fatto di isolamento, paure, buio totale, persecuzioni e omicidi, giustificandoli come nemici del popolo con l'unico scopo di mantenere unicamente il potere politico.

#### **2.4 La costruzione del comunismo in Albania: repressione interna e isolamento internazionale**

Qualche cenno storico sul cinquantennio di regime comunista è inevitabile per capire la società albanese nei giorni d'oggi e soprattutto lo scenario interno e le conseguenti mosse dell'Italia al momento del suo crollo all'alba degli anni Novanta. In nessun paese al mondo la storia del regime si identificò, come in Albania, con la storia di un solo uomo, quella di Enver Hoxha. Un dittatore molto amato dal suo popolo, visto che era l'unica via possibile alla sopravvivenza, l'altra strada era quella per l'inferno, fatta di torture, sia fisiche che psicologiche, di persecuzione, e morte. Quello che l'impero ottomano ha fatto con l'Albania in diversi secoli, lasciandolo sempre in miseria e sottosviluppato il dittatore è riuscito a farlo nell'arco di pochi decenni, tenendo sempre il popolo in pugno con leggi molto severe, causando supplizi ed organizzando esecuzioni in luoghi pubblici, dando un esempio per tutti, l'Albania è Hoxha.

Dopo il periodo sotto l'influenza e il controllo fascista, l'Albania durante il secondo conflitto mondiale subisce anche l'occupazione nazista. Nella primavera del 1944 mentre gli

---

<sup>247</sup> G. Vedovato, *L'elaborazione del Trattato di pace con l'Italia*, Rivista di Studi Politici Internazionali, luglio 1946 - ottobre 1947, Vol. 13/14, Anno 13, n. 3-4/Anno 14, n. 1-4 (luglio 1946 - Ottobre 1947), p. 246.

<sup>248</sup> S. Trani, *op. cit.*, p. 88.

anglo-americani avanzavano in Italia, l'Armata Rossa era alle porte dei Balcani. Perdendo progressivamente il controllo del territorio il comando tedesco si trasferisce, nell'ottobre 1944, da Tirana a Scutari, mentre Hoxha costituisce il primo governo provvisorio, riconosciuto dagli Stati Uniti e dall'Unione Sovietica<sup>249</sup>.

La liberazione del territorio finiva con la dura battaglia di Tirana, dove il governo di Enver Hoxha entrò il 28 novembre 1944, data simbolica che rinvia all'indipendenza del 1912. Il giorno 29, cadeva Scutari. Tutto il territorio albanese era stato liberato dall'occupazione straniera. Il bilancio della lotta era molto pesante per gli albanesi. Per una popolazione di 1.100.000 abitanti circa, le cifre ufficiali erano di 28.000 morti (il 2.5%), 45.000 prigionieri o internati (il 4%), e a tutto ciò si aggiungevano perdite materiali molto considerevoli. Il Pca usciva dalla lotta vincitore, solo e senza l'appoggio di un esercito straniero, ma con la presenza di numerosi "consiglieri" jugoslavi e avendo anche contrapposte le forze anticomuniste del Balli kombëtar repubblicano e del Legaliteti zogista. La lotta per il potere non era finita<sup>250</sup>.

Visto la situazione caotica del paese, il Pca si lanciò in un grande programma di riforme diverse con lo scopo di condurre un nuovo ordine sociale, ossia, la creazione di un apparato statale ben funzionante. Fu un'operazione molto difficile, causa l'incompetenza dal punto di vista tecnico; i settori come la polizia, tribunali popolari e organi di sicurezza erano solo alcuni degli apparati che necessitavano un intervento immediato. Questa situazione non ha scoraggiato le prime elezioni nella storia dell'Albania del 2 dicembre del 1945 sulla base di un suffragio universale per uomini e donne con diciotto anni compiuti. Guardando la storia precedente del paese delle aquile in teoria si trattava di una rivoluzione, il paese non aveva mai assistito a un sistema del genere, sottolineando anche il ruolo delle donne che era molto emarginato.

La Repubblica Popolare d'Albania venne proclamata nel 1946, il capo dello stato era «Enver Hoxha, già protagonista della guerra di liberazione nazionale e primo segretario in carica del Partito Comunista Albanese<sup>251</sup>».

Hoxha adottò anche una Costituzione che istituì uno stato di "Democrazia popolare" fondato sulla dittatura del proletariato, utilizzando i racconti della resistenza del suo partito durante la guerra come propaganda per creare miti e rafforzare sempre di più il suo potere assoluto, schema che persisterà durante tutto l'arco del tempo che sarà al potere, creando così con le sue paranoie una fortezza<sup>252</sup>.

---

<sup>249</sup> A. Biagini, *Storia dell'Albania dalle origini... op. cit.*, p. 135.

<sup>250</sup> G. Castellan, *op. cit.*, pp. 97-98.

<sup>251</sup> Da adesso in poi Pca, per ulteriori approfondimenti consulta: A. Biagini, *Storia dell'Albania contemporanea*, Bompiani, Milano 2007.

<sup>252</sup> F.C. Abrahams, *Modern Albania. From Dictatorship to Democracy in Europe*. New York University Press, New York, 2015, p. 12.

“inespugnabile”. Da questo momento si procedette a una nazionalizzazione completa delle banche, del commercio estero, la vita economica e sociale venne inquadrata in un Piano statale annuale ma il sistema produttivo procedeva sempre a ritmi bassissimi. Infatti, «la disastrosa situazione economica del piccolo Stato albanese, spesso considerata più vicina a quella del Terzo Mondo che a quelle europee, costringe la dirigenza albanese a cercare sostegno economico all'estero<sup>253</sup>». Tale «sostegno non poté venire da un Paese del blocco comunista. Prima di cercare aiuto dalla Russia<sup>254</sup>», l'Albania «si era appoggiata alla Jugoslavia<sup>255</sup>», ma questo sostegno non era disinteressato poiché Tito premeva per creare una federazione tra i due Paesi che in concreto si sarebbe tradotta in una sorta di annessione. Il dittatore albanese non vedeva di buon occhio Tito e ne approfittò di sbarazzarsi della soffocante tutela jugoslava nel 1948 quando ci fu la rottura del paese slavo con Stalin. Hoxha si inserì subito per costruire una solida alleanza con l'Unione Sovietica.

Sistematte le questioni esterne, il dittatore inizia a fare piazza pulita all'interno della sua organizzazione politica e tutto ebbe luogo a Tirana nel novembre 1948 con la conferenza del Partito. Anzitutto, il partito cambiò nome da Pca a Partito del Lavoro d'Albania (Pla), per fare ancora più presa sulla popolazione visto che era composto per l'80% da contadini. Durante il congresso il segretario generale Mehmet Shehu accusò Koçi Xoxe di aver sostenuto la linea titoista e quest'ultimo venne giustiziato nel giugno di 1949. Sul piano economico si decise l'orientamento generale; far uscire il paese dall'arretratezza mediante l'industrializzazione e l'elettrificazione e inoltre bisognava realizzare un Piano biennale che metteva l'accento sull'industria estrattiva di bitume e petrolio. Dopo una lenta ripresa e tanti sforzi riguardo l'avvio dell'economia si arriva nel maggio 1956 al III Congresso del Partito. Lo sforzo era diretto alla collettivizzazione delle terre nelle regioni di pianura e di colline creando altre cooperazioni di produzione agricola con lo scopo di poter abbassare ancora di più i prezzi dei prodotti di consumo.

---

<sup>253</sup> R.M. Della Rocca, *op. cit.*, 1997, p. 30.

<sup>254</sup> E. Mëhilli, *From Stalin to Mao. Albania and the Socialist World*, Cornell University Press, New York, 2017.

<sup>255</sup> Per alcuni anni i rapporti tra i due paesi balcanici furono particolarmente stretti e collaborativi, costruiti a partire dagli sforzi dalla lotta di liberazione che aveva fortemente saldato le relazioni fra i due partiti comunisti e quindi i legami tra Belgrado e Tirana. Di fatto la penetrazione del marxismo in Albania era frutto di una filiazione jugoslava: i primi tentativi di fondare un partito comunista albanese sono da ascrivere a due jugoslavi, Miladin Popović e Dušan Mugoša, per approfondimenti vedi: M. Abram, J. Bassi, *Carcerazione politica e comunismo Albania e Jugoslavia, due modelli a confronto*. *Diacronie Studi di Storia Contemporanea*, N. (1) 2 | 2010.

Tutto ciò venne in un clima di deterioramento delle relazioni con Mosca dopo la morte di Stalin. *In primis* Hoxha condannò l'invasione sovietica della Cecoslovacchia nel 1968, ma fu soltanto un pretesto per giustificare la denuncia albanese del Patto di Varsavia e la rottura delle relazioni diplomatiche con i paesi dell'Europa centro-orientale. In seconda battuta a Tirana non piacquero le scelte della nuova classe dirigenziale; si tratta delle pubblicazioni durante il XX Congresso del PCUS del discorso tenuto da Nikita Chruščëv, il quale rinnegò ufficialmente gran parte delle scelte politiche e ideologiche di Stalin, con un processo noto come destalinizzazione.

Nel 1959 Chruščëv visita Tirana con lo scopo di riconciliare i rapporti; gli aiuti economici vengono incrementati e il leader sovietico definisce pubblicamente l'Albania una base avanzata del sistema difensivo del blocco socialista e ipotizza la costruzione di basi missilistiche sul territorio albanese<sup>256</sup>.

È a tale visita che va fatto risalire l'inizio della gestazione dello scisma dell'Albania dal sistema sovietico, consumatosi definitivamente nella seconda

Conferenza di Mosca dei partiti comunisti, nel novembre 1961 dove si ebbe un violento confronto tra Hoxha e Chruščëv. In seguito, il capo dell'Unione Sovietica soppresse l'erogazione dei finanziamenti e ordinò a tutti gli esperti sia tecnici che militari russi presenti nel territorio dell'Albania di rimpatriare. Da parte sua il dittatore albanese espelle i suoi avversari dal partito con l'accusa di adesione al revisionismo Chrusceviano e, nel consumarsi del disaccordo ideologico tra l'Unione Sovietica e la Repubblica Popolare Cinese<sup>257</sup>,

egli si schiera a favore dell'ideologia maoista. La rottura con Mosca portò ad intensificare le sue relazioni con il Pechino, il secondo centro del comunismo mondiale. Il partito di Hoxha «si appellava sempre di più ad un marxismo-leninismo, nemico dichiarato di ogni “revisionismo”, russo o jugoslavo che fosse, ma il cui modello maoista doveva adattarsi alla situazione albanese<sup>258</sup>». Dopo l'addio ai rapporti con l'Unione Sovietica, e con i loro aiuti che cessarono, la situazione economica nel paese precipitava sempre di più e le riforme del Pla faticavano a dare i loro frutti.

---

<sup>256</sup> A. Biagini, *Storia dell'Albania dalle origini... op. cit.*, p. 142.

<sup>257</sup> Dopo un decennio di vigorosi prestiti dall'Unione Sovietica - consiglieri, fabbriche, libri di testo scolastici, piani urbani - la cricca del partito albanese strizzò l'occhio alla Cina durante il conflitto sino-sovietico degli anni '60, vedendo nel patrocinio di Mao un'opportunità per mantenere vivo lo stalinismo. Riccamente illustrato con fotografie mai pubblicate prima, da Stalin a Mao attinge a una ricchezza di fonti d'archivio albanesi, russe, tedesche, britanniche, italiane, ceche e americane, oltre a narrativa, interviste e memorie. Cfr. E. Mëhilli, *op. cit.*; E. Biberaj, *Albania in Transition. The Rocky Road to Democracy*, Westview press, Colorado, 1998.

<sup>258</sup> G. Castellan, *op. cit.*, p. 106.

Nel periodo tra 1960 e il 1964 gli scambi commerciali con i Cinesi aumentano dal 4 al 46%. Per tutti gli anni Sessanta la politica albanese si orienta esclusivamente al modello cinese fino al punto da importare tra il 1965 e il 1969, in un contesto assai diverso da quello cinese, la rivoluzione culturale di Mao Ze Dong su uno stretto legame tra scuola, lavoro produttivo e formazione militare. Sulla scia di quanto sta accadendo in Cina, il dittatore albanese riduce il numero dei ministri e degli enti amministrativi, riduce gli stipendi dei funzionari e obbliga gli studenti a lavorare; si istituì uno stage per due-tre anni nei campi per dissodare i terreni e perché facciano esperienza del lavoro manuale.

Il movimento più spettacolare di Hoxha fu indubbiamente quello che «prendevo di mira l'abolizione dell'ideologia religiosa<sup>259</sup>» con lo scopo di creare “l'uomo albanese nuovo<sup>260</sup>”. Il dittatore utilizzò anche una frase di un poeta dell'Ottocento Vaso Pasha che diceva che «La religione degli albanesi è l'albanismo<sup>261</sup>». In seguito alla campagna lanciata dalla «gioventù studentesca nel 1967 con decreto 4337 dell'Assemblea del Popolo<sup>262</sup>» si denunciava la nocività delle religioni, nonché gli errori e le debolezze del clero, proclamando il divieto di esercitare qualsiasi genere di culto. I luoghi di preghiera sono utilizzati per manifestazioni laiche statali, sale cinematografiche o palestre, ed infine, proibì addirittura l'uso di nomi di origine religiosa. In pochi mesi chiese, moschee e *tekke* furono chiuse. I membri del clero vennero mandati ai lavori forzati, internati o sottoposti agli arresti. Il meccanismo di delazione attuato in Albania raggiunse livelli di spietata efficacia. I giovani furono indottrinati e invitati a denunciare i parenti che avessero osato pregare in casa e l'Albania diventò così l'unico paese ateista al mondo.

Per l'osservatore esterno, gli anni 1965-1970 evocavano il modello cinese, ma le relazioni tra i due Stati conobbero fasi d'incomprensione e di crisi. Pechino, per esempio, rifiutò di fornire all'Albania armamenti pesanti e le consigliò di limitarsi alla guerra di tipo partigiano. Nel 1971 in Albania si giudicò molto severamente la visita di Nixon in Cina e il partito cinese non mandò alcun rappresentante al IV congresso del Pla nel novembre di quell'anno<sup>263</sup>.

---

<sup>259</sup> Cfr. M. Gabriella, B. de Stefano, *La coesistenza delle religioni in Albania. Le religioni in Albania prima e dopo la caduta del comunismo*, Rivista telematica Stato, Chiese e pluralismo confessionale, 17 febbraio 2014.

<sup>260</sup> «Aspira al diffondersi di una fede esclusiva nella nazione e nel Partito, ed anche per questo pone il veto alla professione di qualsiasi religione. Nel 1967 oltre all'annullamento delle leggi sulle relazioni Stato-Albania con il decreto numero 4337, 2169 edifici di culto vengono chiusi, bruciati o vandalizzati e si ha la creazione di cd Campi di rieducazione per preti e ministri», in O. Pearson, *Albania in the Twentieth century: A history*, Centre for Albanian Studies, vol. 3, 2004.

<sup>261</sup> R.M. d. Rocca, *op. cit.*, p. 129.

<sup>262</sup> M. Abram, J. Bassi, *op. cit.*

<sup>263</sup> G. Castellan, *op. cit.*, p. 108.



In seguito, Hoxha sostiene il governo di Hanoi circa le rivendicazioni territoriali del Vietnam nei confronti della Cina. Subito dopo Pechino sospende gli aiuti economici e ritira i tecnici militari proprio come l'Unione Sovietica circa vent'anni prima. Nel 1978 la fase di collaborazione con la Cina si era conclusa; l'Albania rimane sola un'altra volta.

La dittatura di Enver Hoxha non spinge solo all'isolamento del paese, ma addirittura a quello di ogni cittadino, qualsiasi persona che cercava di lasciare il paese venne punita con pene molto severe, le persone diffidavano costantemente di chi gli stesse intorno e continuavano a vivere con la paura di essere arbitrariamente condannate ai lavori forzati o alla fucilazione, tante volte dovuto non a un crimine commesso ma semplicemente all'espressione di un solo pensiero che non era in linea con quello del regime.

Messo alle strette da un deterioramento economico, Hoxha chiese aiuto ad alcuni paesi capitalisti; l'Italia, la Francia e agli Stati scandinavi. Questa operazione fu necessaria a causa della grave crisi subita dalla popolazione: il livello di vita si abbassò in modo considerevole.

Negli anni Ottanta Hoxha, oramai malato da tempo, designa come suo successore Ramiz Alia e, alla sua morte nel 1985 costui è nominato segretario generale del Partito del Lavoro e capo dello stato nel 1987. Egli cerca di migliorare il livello di vita con una serie di misure *ad hoc*; aumento dei salari, incoraggia i contadini a produrre di più per il rifornimento delle città, cerca di promuovere il turismo aprendo le ambasciate dei paesi capitalisti, in vista di un auspicato piano di cooperazione economica con l'Italia e la Grecia. Nel 1987 Alia stringe relazioni diplomatiche con il Canada e la Germania occidentale. A partire dal 1990 il governo dà luce ad un

nuovo programma economico che concedeva maggiore libertà alle imprese e alle autorità locali sostituiva con prestiti le sovvenzioni alle fabbriche e alle aziende agricole cooperative, raddoppiava l'estensione dei lotti individuali dei contadini. Come le precedenti, neppure queste riforme furono applicate, scontrandosi con gli scioperi degli operai e i blocchi burocratici. La situazione economica era nel caos: in rapporto al 1989, il reddito nazionale si era abbassato del 10%, l'inflazione andava a crescere e il governo dovette riconoscere che 50.000 operai erano disoccupati<sup>264</sup>.

Nel dicembre 1990 a Tirana, Durazzo e a Scutari gli intellettuali e gli studenti scesero in sciopero con violente manifestazioni e le autorità politiche il 18 dicembre autorizzarono la creazione di nuovi partiti politici.

---

<sup>264</sup> G. Castellan, *op. cit.*, p. 110.

Nella capitale e nelle altre città le statue di Stalin e soprattutto quelle di Hoxha vennero distrutte, nelle strade regnava il caos, tutti gli edifici simbolici che rappresentavano il potere del comunismo vengono abbattuti, l'Albania cambia volto. Le chiese iniziarono a funzionare, i cittadini potevano chiedere il passaporto e i confini si aprono, 50.000 albanesi lasciano subito il paese verso la Grecia, Italia e l'Europa. Lentamente scompare dal sistema educativo il marxismo e leninismo, la stampa iniziò a trasmettere notizie dall'estero, l'isolamento per l'Albania era finito, iniziava un nuovo capitolo di storia per il Paese delle aquile, con un nuovo mondo tutto da scoprire. Tuttavia, il comunismo aveva le sue radici così profonde all'interno della società che bisognava aspettare ancora alcuni anni per vedere la sua "scomparsa" dal sistema politico albanese. La democrazia avanza ma le vecchie ideologie e le ferite aperte non si potevano cancellare immediatamente. Una nuova era ha inizio, fatta di transizioni, emigrazione di massa e povertà assoluta.

## **2.5 La nascita della democrazia e il “modello italiano”: emigrazione e influenza politico-culturale**

### **2.5.1 Dal crollo della dittatura alla nascita del pluralismo politico, e la crisi finanziaria**

Nel mondo moderno lo stato è parte fondamentale e gioca un ruolo cruciale nelle strutture politiche della società. Il crollo del regime comunista aveva creato una multipla transizione<sup>265</sup>, che si era tradotta in un tracollo dell'intero sistema istituzionale e amministrativo che persisterà per molti anni a seguire dovuto principalmente al passaggio da un sistema monopartitico a multipartitico. Con l'avvio di una politica di trasformazione democratica l'Albania incontrò, agli inizi degli anni '90, una serie di difficoltà legate in larga misura all'eredità comunista che continuava ad essere ancora molto presente e influente nel Paese in tutti i settori della vita politico-economica e sociale. Il periodo che seguì al crollo del regime fu non meno traumatico dei precedenti anni di dittatura.

Malgrado i suoi sforzi per rompere con il dogmatismo di Hoxha il suo successore Ramiz Alia doveva fare i conti con la crisi economica e con la disorganizzazione totale dell'apparato produttivo e commerciale. Tra le altre cause principali possiamo annoverare: «le problematiche di passaggio di sistema, la crisi delle regioni circostanti, una classe politica ancora non adatta al pluralismo e l'inserimento improvviso in un contesto globale, che furono fortemente destabilizzanti per un paese abituato ad un estremo isolazionismo<sup>266</sup>». Difatti,

L'Albania è rimasta bloccata e chiusa al resto del mondo, confinata in un ghetto ideologico senza vie d'uscita, isolata da qualsiasi corrente culturale, sociale o politica, ritrovandosi dopo quarant'anni non solo allo stesso punto di partenza, ma con in più il peso del ritardo accumulato in tutti i settori e le conseguenze negative, sopportate soprattutto a livello individuale, dovute alla totale mancanza di libertà ed alla tolleranza passiva del senso civico. Il collettivismo annienta la personalità e perverte il principio di responsabilità individuale<sup>267</sup>.

---

<sup>265</sup> E. Biberaj, *op. cit.*, p. 1. Nel libro si possono analizzare nello specifico le questioni della vita politica, economica, e gli eventi sociali più significativi all'interno del Paese nel periodo 1992-1997.

<sup>266</sup> Dalmazzo P., Albania: un cammino verso la democrazia, rivista Pandora, 3 luglio 2017. Disponibile online presso l'URL <https://bit.ly/3IjDv2H> (ultimo accesso novembre 2020).

<sup>267</sup> Op. cit. in O. Mandi, *La codificazione del diritto penale in Albania tra tradizione nazione e modelli stranieri*, Università degli Studi di Firenze, Settore Scientifico Disciplinare IUS/02, Dottorato di Ricerca in Scienze Giuridiche (Diritto Comparato) 2013-2016, p. 127.

Le enormi divisioni all'interno degli apparati istituzionali e la mancanza di adeguati codici civili e penali minarono il controllo dell'ordine e della pubblica sicurezza. Le conseguenze di ciò furono caos e importante crisi economica che persistevano su tutto il territorio nazionale.

Nell'inverno 1990-1991 i nuovi partiti politici appena formati fecero pressione su Ramiz Alia perché anticipasse la data delle elezioni. Nella capitale dilagò un'ondata di manifestazioni e di scioperi e nella piazza centrale fu abbattuta la statua di Hoxha, simbolo indiscusso del comunismo e del suo "potere divino". Vista la grave situazione che regnava, il potere politico fece un ultimo tentativo nel riprendere in mano la situazione sostituendo il capo del governo, Adil Çarçani con un economista più moderato di appena 40 anni, Fatos Nano. Le elezioni legislative ebbero finalmente luogo

il 31 marzo 1991: fu il primo scrutinio multipartitico teoricamente libero. L'adesione da parte degli elettori fu molto alta come ai tempi di Hoxha, registrando la partecipazione del 98,9% del corpo elettorale. Il partito comunista (Pla) otteneva il 56% dei voti assicurando il 68% dei seggi dell'Assemblea, mentre l'opposizione<sup>268</sup>,

raggruppata attorno al Partito Democratico (Pd) otteneva il 39% dei voti e 30 seggi. Da queste elezioni emerge senza ombra di dubbio che al di fuori di Tirana e a qualche minoranza nelle altre zone del paese i comunisti avevano il sostegno dei funzionari regionali e le campagne avevano dato il loro sostegno ai candidati di Ramiz Alia. La tregua sperata non si verificò.

All'indomani dello scrutinio le manifestazioni presero una piega drammatica, nella città di Scutari furono uccisi tre membri dell'opposizione e incendiata la sede del Pd. In risposta a quanto accaduto i sindacati indissero uno sciopero generale mettendo a nudo tutto il malcontento popolare; numerose fabbriche erano chiuse da mesi per mancanza di materie prime o per la partenza degli operai che non percepivano i loro salari da tempo. In tutto il paese la transizione aveva portato con sé code interminabili nei negozi per comprare i beni di prima necessità, l'interruzione di corrente elettrica e acqua erano all'ordine del giorno, le ambasciate erano subissate di richieste in cerca di un visto per lasciare il paese in fretta e in furia<sup>269</sup>.

---

<sup>268</sup> Sulla formazione dei partiti dell'opposizione oltre il PD vedi E. Biberaj, *op. cit.*, pp. 70-76.

<sup>269</sup> G. Castellan, *op. cit.* pp. 123-124.

Nonostante le difficoltà il nuovo parlamento e la vita politica continuavano ad andare avanti. Il 1° maggio 1991 Ramiz Alia fu eletto come presidente della Repubblica che si chiamava Repubblica d'Albania e non più Repubblica socialista popolare.

La vera svolta politica avvenne l'11 giugno dovequando si compose un nuovo Governo di Stabilità, come viene chiamato, guidato da Ylli Bufi, un ingegnere chimico appartenente all'ala moderata del Pla. Per la prima volta dalla fine della Seconda guerra mondiale i comunisti dividevano il potere con l'opposizione. Il suo governo fu considerato di transizione, ma si scontrò con i medesimi ostacoli e problemi dei suoi predecessori.

Il ministro Nano aveva lanciato la parola d'ordine "Bisogna che l'Albania si unisca al gruppo delle nazioni civilizzate", ma i dirigenti parlavano piuttosto di "incompetenze", di "produttività nulla", di "burocrazia invadente". La crisi economica continua ad aggravarsi: si riteneva che il consumo medio di pane per abitante fosse allora di 700 grammi, il che significa che molti paesi non si nutrivano praticamente d'altro che di pane; la percentuale dei lavori edili, effettuati meccanicamente, aumentava del 3%, cosa che sottolineava il debolissimo livello di attrezzature [...] Nel luglio 1991 l'inflazione superava il 200%, mentre la produzione industriale era calata del 50%; quanto ai contadini, si limitavano oramai all'autoconsumo<sup>270</sup>.

Con l'assenza totale delle autorità si verificarono frequenti episodi di saccheggio, i rivoltosi presero d'assalto i magazzini e depositi di viveri e vestiti per dividerli il poco che ci si trovava, beni di prima necessità scarseggiavano, aumento dell'insicurezza e inesistenza di qualsiasi senso civico nella maggior parte delle grandi città, scoppiarono sommosse in tutte le città. Di fronte a questa situazione emerge un leader dinamico e carismatico del Pd, Sali Berisha, buon oratore, che dominava il parlamento e lottava per le elezioni anticipate all'inizio del 1992. Alla fine, si ebbero le elezioni il 22 e il 29 marzo dello stesso anno:

undici partiti presentarono 500 candidati per 140 seggi. Il Pd ottenne il 62% dei voti, ossia la maggioranza assoluta, con 92 seggi, mentre il vecchio Pla, oramai Ps, raccoglieva il 25% dei voti e 38 seggi [...] si parlò anche di brogli elettorali. Ad ogni modo, il 3 aprile Ramiz Alia diede le dimissioni da presidente della Repubblica e il parlamento nominò come successore Sali Berisha. La stampa internazionale salutò l'evento come l'addio dell'Albania al comunismo e intitolò "La seconda morte di Enver Hoxha"<sup>271</sup>.

---

<sup>270</sup> G. Castellan, *op. cit.*, p. 124-125.

<sup>271</sup> *Ivi*, p. 125.

Il leader del Pd subito dopo dichiarò che «l'incubo del lungo regime era finito. Gli albanesi sono nello stesso tempo complici del regime ma anche vittime. La nostra comune responsabilità e la nostra comune sofferenza devono unirci agli ideali della democrazia per la costruzione della nuova Albania<sup>272</sup>».

Dopo le elezioni il Capo dello Stato incaricò Alexander Meksi di formare il nuovo governo che fu chiamato a risolvere diversi problemi che affliggevano il Paese ancora una volta, come in passato,

l'Albania rivolse lo sguardo verso l'Occidente e l'Italia. Sfruttarono la nascita del mercato libero per prendere spunto dai modelli dei Paesi economicamente più avanzati. Tutto ciò favorì un calo dell'inflazione e del debito pubblico, l'aumento di importexport, prevalentemente con l'Italia e Grecia, e la crescita del prodotto interno lordo<sup>273</sup>.

Il ministro francese degli Affari europei, in visita nel paese, denunciò una

passività di tipo africano che ostacolavano l'applicazione delle leggi. Il Pil annuo non superava i 500 dollari, come nel Togo e nella Mauritania; egli constatò l'enorme degrado del sistema sanitario, nonostante la qualità dei medici, molti dei quali si erano formati in Francia [...] malgrado l'ottimismo affermato dal presidente Berisha nelle interviste internazionali, il governo non fu in grado di assicurare trasparenza necessaria agli investimenti stranieri. Si parlava spesso di combine delle privatizzazioni in corso, da cui traevano profitto essenzialmente i membri del Pd. In definitiva, la situazione economica non trovò affatto miglioramento<sup>274</sup>.

Il governo di Meksi

avviò un programma di privatizzazione con due diverse strategie: più rapida per le piccole aziende, più lenta e ragionata per le grandi imprese. Così facendo si ridusse del 20% le proprietà pubbliche. Per attirare gli investimenti stranieri si stabilirono defiscalizzazioni vantaggiose con la possibilità anche di trasferire gli utili all'estero<sup>275</sup>.

In questo momento si riteneva che il Pil annuale per abitante fosse di 1.500 franchi, anche se i contadini e i pastori nelle regioni del nord avevano un reddito che non superava i 700 franchi. Nelle grandi città ma particolarmente a Tirana si vedevano i primi prodotti del

---

<sup>272</sup> E. Biberaj, *op. cit.*, p. 138.

<sup>273</sup> Precisazioni statistiche sono state riportate in A. Biagini, *Storia dell'Albania dalle origini... op. cit.*, pp. 149-150.

<sup>274</sup> G. Castellan, *op. cit.*, p.126.

<sup>275</sup> A. Biagini, *Storia dell'Albania contemporanea... op. cit.*, p. 149.

capitalismo; sigarette americane, biscotti italiani, jeans, ma soprattutto Mercedes rubate in Occidente. Nonostante questi piccoli indicatori l'industria continuava ad essere in stato di abbandono, le miniere di cromo e nichel non erano più state sfruttate per mancanza di manodopera dato che gli operai non percepivano gli stipendi. Il debito nel 1992 del paese era esuberante, nel complesso aveva importato cinque volte di più di quanto non avesse esportato, con un deficit della bilancia commerciale pari di 40% del Pil. Riguarda al bilancio dello stato risultava un buco di 8% del Pil.

A partire dal 1993, l'Albania, per stimolare l'ingresso di capitali nel Paese, promulgò una legge sulla protezione degli investimenti stranieri, sulla scorta delle direttive emanate dalla banca Mondiale. Contemporaneamente furono riformate importanti aspetti della legislazione nazionale. Per stare al passo delle altre economie basate sul commercio, fu varato, nel 1995, il Codice Civile riprendendo il modello italiano. Contestualmente, nel marzo dello stesso anno, fu fondato il nuovo Codice di Procedura Civile, con lo scopo, tra l'altro, di aggiornare l'assetto giudiziario per le cause amministrative e in materia di diritto e di famiglia, e per agevolare in modo più spedito la soluzione delle controversie nel settore commerciale. Sempre nel 1995 l'Albania si dotò di un nuovo Codice Penale e di un nuovo Codice di Procedura Penale<sup>276</sup>.

Sul fronte internazionale furono

implementate le relazioni con i Paesi Occidentali, consentendo, altresì, l'entrata del Paese nella Organizzazione di Cooperazione e di Sviluppo Economico (OSCE) e l'ammissione al Consiglio d'Europa nel 1995. Con l'Italia, in particolare, la cooperazione si intensificò, giungendo alla sottoscrizione, dal 1992 al 1995, di Accordi in importanti settori dello sviluppo sociale, economico-finanziario e culturale<sup>277</sup>.

Le rapide trasformazioni dell'Albania ebbero però dei costi che compromisero la stabilità del governo, creando i presupposti di una involuzione dello stesso sistema democratico del Paese. La linea politica dettata dal governo albanese nel quinquennio 1992-1996 non portò ai risultati sperati. La moltiplicazione dei problemi riguardanti i vari comparti dell'economia, della giustizia e della sicurezza interna del Paese non poteva che

---

<sup>276</sup> La costruzione del sistema democratico in Albania e lo sviluppo della cooperazione di polizia italoalbanese, p. 29. Disponibile online presso l'URL <https://bit.ly/3nIE4eu> (ultimo accesso novembre 2020).

<sup>277</sup> Si citano, di seguito, i più significativi Accordi stipulati tra l'Italia e l'Albania dal 1992 al 1995: «Accordo per la Collaborazione Economica, Industriale e Commerciale (1992); Accordo per il Trasporto dei Viaggiatori (1993); Accordo per il Riconoscimento delle Patenti (1994); Accordo per il Trasporto Aereo-Marittimo (1994); Accordo per i Servizi Aerei e Stradali (1994); Accordo per la Collaborazione Culturale (1994); Trattato di Amicizia e Collaborazione (1995); Accordo nel campo delle Finanze (1995); Accordo per la Collaborazione Militare (1995); Accordo per la Collaborazione tra i Ministeri della Istruzione (1995)». disponibile online presso l'URL <https://bit.ly/3nGD0HS>; cfr. <https://bit.ly/3qKkZdH> (ultimo accesso dicembre 2020).

favorire il massimo disordine a livello istituzionale, il protrarsi di una conflittualità tra le parti sociali ed il riproporsi di contrapposizioni tra le compagini politiche secondo schemi non propri di uno Stato di diritto e di una normale democrazia.

Il Paese si trovava in un tunnel in cui non si vedeva mai la luce, la corruzione in tutte le istituzioni era a livelli altissimi.

I discorsi e le scelte dei politici avevano come fine il mantenimento del potere piuttosto che la soluzione dei problemi persistenti da tanto tempo. In questa situazione di stallo economico si ebbero le elezioni del 26 maggio 1996 con un'eclatante vittoria del Pd del presidente Berisha, che ottiene il 67,8% dei voti e più di due terzi dei seggi parlamentari. Ci furono forti contestazioni riguardo la validità delle elezioni da parte del Ps, questo dovuto al fatto che anche gli osservatori dell'OSCE confermarono diverse irregolarità e manipolazioni dopo averle monitorate di persona<sup>278</sup>.

«Un'altra sconfitta pesante per il partito socialista arriva ad ottobre alle elezioni municipali dove il Pd vinse ancora ottenendo 58 sindaci su 64 città, e 267 su 310 comuni, soprattutto nel sud, considerato tradizionalmente comunista»<sup>279</sup>.

Nel gennaio 1997 un'ingente speculazione finanziaria di struttura piramidale portò al crollo delle istituzioni statali comprese la polizia e l'esercito. La crisi mandò in rovina migliaia di albanesi, provocò rivolte armate che fecero esplodere in Paese una guerra civile, costringendo l'Europa a inviare dei soldati. Le società finanziarie promettevano ai loro investitori forti tassi di interesse, tra il 30 e il 100% al mese, ottenuti grazie a ulteriori collocazioni.

Queste società si incastravano l'una con nell'altra, da cui il loro nome di "piramidi". I primi sottoscrittori, parenti o amici dei dirigenti di queste imprese, misero da parte profitti considerevoli che fecero sognare molta gente. Si videro contadini vendere terre e bestiame per procurarsi il denaro necessario a questo gioco; altri speculavano sulle loro abitazioni. [...] Il guaio fu che nel 1996 le società ebbero a procurarsi nuove liquidità. Lo Stato, che aveva prestato molto, tentò di negoziare con i loro dirigenti un abbassamento progressivo del gettito, dapprima del 5% e poi al 3% al mese. L'accordo non si poté generalizzare e, avvicinandosi le feste di fine anno, i prestatori volevano concretizzare i loro interessi. Manifestarono per le strade e si scontrarono con la polizia; ci furono dei feriti. Il governo fece chiudere due grandi società, mentre una terza veniva dichiarata fallita<sup>280</sup>.

---

<sup>278</sup> Una lettura allargata dell'assistenza che OSCE ha dato durante il periodo della crisi finanziaria si veda l'articolo che segue di D. Huisinga, *Consolidation of democracy and the rule of law in Albania: OSCE assistance efforts*, Helsinki Monitor, Vol. 9; Iss. 41998, 1998; Cfr. M. Vickers, *The Albanians. A Modern History*, I. B. Tauris & Co Ltd, New Work, 2001, p. 243.

<sup>279</sup> G. Castellan, *op. cit.*, p. 129.

<sup>280</sup> *Ivi*, p. 130.



Si è calcolato che circa un terzo del Pil che ammontava a un miliardo di dollari fosse stato trasferito all'estero da queste società.

I socialisti accusarono subito il governo di trarre dei benefici da queste operazioni. Seguirono settimane di buia anarchia che la stampa nazionale e internazionale presentarono come un conflitto civile che opponeva il Nord, considerato sostenitore dell'allora presidente Sali Berisha, al Sud che riteneva il presidente direttamente responsabile di quanto stesse accadendo. Questa lettura è dovuta al fatto che la parte meridionale fu quella più colpita dal punto di vista economico e dalle conseguenti proteste di piazza. Inoltre, negli anni Novanta il Nord era tradizionalmente di destra, appoggiando Berisha mentre il Sud tradizionalmente di sinistra.

In tutto il Paese, ma specialmente a Sud, i manifestanti attaccarono le caserme e si impadronirono di centinaia di armi. I soldati non potevano fare nulla visto che non c'è stato nessun ordine di sparare per difendersi.

Già alla fine di febbraio Tirana non esercitava nessuna sovranità su tutto il territorio albanese che si estendeva a meridione della città di Elbasan. Dei cosiddetti «comitati di salvezza pubblica» si formarono all'inizio di marzo a Valona, Tepelen, Berat, Saranda e in altri piccoli centri. Questi divennero portavoce di rivendicazioni secessioniste che miravano a costituire una o diverse entità territoriali autonome. [...] Secondo la versione diffusa dal governo dell'epoca le violenze erano da ritenersi un colpo di coda reazionario messo in pratica per ragioni fondamentalmente tutt'altro che marxiste, da agenti del vecchio regime in combutta con le bande mafiose<sup>281</sup>.

Il 12 marzo il governo dichiarò lo stato di emergenza; tutte le attività del paese si fermarono, a partire dalle scuole. La violenza continuava a diffondersi sempre di più; vengono distrutte le caserme della polizia, saccheggiate negozi e banche, con le forze della polizia che dimostravano un totale passività. Dopo pochi giorni tredici città e un quarto del territorio albanese erano sotto il controllo delle bande e dei ribelli. L'Albania si trovava nel caos un'altra volta nell'arco di pochi anni, si stimano più di 2000 morti, il buio cala un'altra volta nella storia dell'Albania. Un susseguirsi di crisi politiche di violentissime proporzioni, disordini, truffe, brogli elettorali e soprattutto la malavita organizzata che aveva le sue radici in tutti i settori istituzionali portarono il paese sull'orlo dell'anarchia nel 1997.

---

<sup>281</sup> F. Bego, *La storia dell'Albania dal 1997 e l'identità albanese del post-comunismo*, Laboratorio di Storia, Numero 10, Art. 26, 2014, pp. 10-11.

Infine, il 23 luglio 1997 Berisha lascia il potere. La breve esperienza del postcomunismo terminava con la grande catastrofe delle piramidi finanziarie, lasciando il Paese in un caos dove il potere politico era assente su vasta scala sia a sud che a nord. Uno stato da ricostruire interamente in tutte le sue strutture fondamentali. Queste fratture hanno lasciato un segno molto profondo all'interno della società albanese fino ai giorni d'oggi, sia all'interno del Paese «con il collasso delle strutture statali ed economiche con una stima della diminuzione di produzione interna dal 16-17%, e l'inflazione che raggiunse cifre più alte del 55%»<sup>282</sup>» e sia nel suo cammino verso l'adesione in UE. I diversi governi dopo la caduta di Berisha hanno cercato di contrastare e di raccogliere le armi e le munizioni che la popolazione aveva sottratto durante la crisi. Secondo

il Ministero della Difesa sono state rubate dai magazzini dell'esercito 650.000 armi di vario tipo, entro il 1998 furono recuperate soltanto 98.000 armi senza le munizioni. Un numero elevato di queste armi è stato utilizzato secondo fonti non ufficiali nel conflitto del Kosovo nel 1999<sup>283</sup>.

Il resto, fino ai giorni nostri, viene utilizzato dalle mafie locale e da quelle più estese a livello internazionale per scopi malavitosi, controllo di vari traffici, dove in cima troviamo quello dei narcotici.

## **2.6 L'impegno italiano in Albania durante il periodo di transizione**

I numerosi conflitti, i ripetuti cambi al potere e le situazioni di emergenza umanitaria che hanno attraversato la regione balcanica negli anni '90, hanno portato ad un interventismo internazionale. Tali interventi avevano lo scopo di arginare i dissidi più aspri e porre un freno alle crisi umanitarie per garantire il mantenimento della pace in favore di una stabilità più duratura. Recentemente invece, con un diverso approccio e una maggior coesione da parte dell'Unione Europea, gli aiuti internazionali si sono focalizzati sul rafforzamento istituzionale e sulla promozione di forme di integrazione nelle associazioni euro-atlantiche dei paesi dell'area balcanica, per favorirne in seguito una graduale adesione all'Unione Europea stessa. In questo

---

<sup>282</sup> E. Biberaj, *op. cit.*, p. 251.

<sup>283</sup> M. Vickers, *op. cit.*, p. 254.

contesto l'Italia riveste un ruolo molto particolare ed ha tutto l'interesse affinché la situazione politico-economica, nonché quella sociale, siano possibilmente più stabili. La prossimità geografica ha giocato un ruolo fondamentale per una fitta rete di relazioni tra Italia e Balcani Occidentali. Lo stato italiano si è avvalso di numerosi mezzi di cooperazione come il partenariato tra territori e la presenza costante di aziende italiane con produzione decentrata. L'Italia, nello sforzo di arrestare i conflitti e ricostruire la pace nell'area, non ha esitato ad inviare le forze armate addestrate e qualificate inserite nelle missioni di pace internazionali su vasta scala<sup>284</sup>.

A partire dai primi anni Novanta, subito dopo la caduta del Muro di Berlino nel 1989, in l'Albania il comunismo continuava a sopravvivere, seppur meno robusto nella sua forza di controllo del potere. In questa fase di passaggio da un sistema politico all'altro ritorna fortemente l'influenza italiana nella costruzione della morfologia sociale e culturale dell'Albania.

In questo periodo l'economia albanese era in crisi: l'inflazione si aggirava intorno alle trecentocinquanta per cento e il prodotto interno lordo (PIL) stava rapidamente diminuendo, circa il cinquanta per cento all'anno. Dal 1989 al 1991 le esportazioni sono state ridotte da 400 milioni di dollari USA a 50 milioni di dollari USA, e il debito estero era il 40% del PIL della nazione. Queste difficoltà economiche andarono di pari passo con un rapido aumento della disoccupazione stimolato dall'interruzione della produzione e dalla perdita di posti di lavoro per migliaia di persone nel settore pubblico. Anche la disoccupazione nelle zone rurali ha costretto migliaia di cittadini a trasferirsi nelle grandi città in cerca di lavoro. Questa crisi economica ha prodotto un ambiente esplosivo e ha fatto sembrare l'emigrazione un'alternativa seria alla permanenza in Albania<sup>285</sup>.

Con l'apertura dei confini e l'emergenza dovuta ad una difficile transizione emerge un'altra volta il ruolo dell'Italia come interlocutore naturale<sup>286</sup> dell'Albania sia per ragioni storiche che geografiche; è mutata anche la sua funzione

come Paese di frontiera: non più davanti alla temibile ma immobile Europa comunista bensì davanti agli instabili Balcani in preda alla guerra, non più esposta ad una potenziale invasione delle truppe del Patto di Varsavia ma minacciata concretamente dall'arrivo di migliaia di profughi<sup>287</sup>.

---

<sup>284</sup> A. Stocchiero, *Alla ricerca del sistema Italia nei Balcani Occidentali*, Rapporto per il CeMiSS, 2007, p. 3.

<sup>285</sup> A. Domachowska, *Albanian Migration as a Post-Totalitarian Legacy*, SMPP, Migration Studies, nr 2 (172) / 2019, p. 89.

<sup>286</sup> L. Zarrilli, *Albania. Geografia della transizione*, Franco Angeli, Milano, 1999, p. 181.

<sup>287</sup> M. Molinari, *L'interesse nazionale. Dieci storie dell'Italia nel mondo*, Laterza Spa, Roma- Bari, 2000, p. VII.

L'Italia deve «rafforzare la sua immagine in Europa»<sup>288</sup>, sta attraversando una fase delicata della sua lunghissima storia, un'inchiesta giudiziaria che comunemente verrà chiamata tangentopoli o "Mani Pulite". Prodi e D'Alema pongono tra le priorità di politica estera la stabilità del Mediterraneo, per entrare nei mercati dell'Est Europa e del Medio Oriente e per fermare l'arrivo dei profughi in diverse ondate: «la prima ondata — la cosiddetta emigrazione dall'ambasciata» (luglio 1990); la seconda ondata - da marzo ad Agosto 1991; la terza ondata - dopo "la crisi della piramide" (1996/1997)»<sup>289</sup>. Viste le difficoltà interne della politica italiana non si definisce una strategia a lungo termine ma si procede sin da subito per fasi di emergenza.

Per sistema Italia cosa si intende? Intuitivamente e dal dibattito politico il sistema Paese può essere definito come un raggruppamento organizzato all'interno del quale agiscono attori della sfera sia pubblica che privata i quali perseguono gli stessi interessi e i relativi scopi in materia di politica estera.

Il concetto di sistema Paese assume connotati ancor più marcati quando tocca da vicino la vera influenza economica: in questo caso gli attori pubblici e non si adoperano per una importante internazionalizzazione del sistema produttivo italiano. La dimensione economica si lega però gioco forza a quella politica, sociale, culturale e di sicurezza, soprattutto con riferimento alle relazioni con aree geografiche in transizione come appunto quella dei Balcani Occidentali<sup>290</sup>.

L'Italia ha sostenuto l'Albania sin dall'inizio dell'emergenza attraverso progetti, aiuti, investimenti, assistenza tecnico-economico-finanziaria. Dapprima si è cercato di fermare i conflitti e le relative emergenze umanitarie, poi si è passati all'obiettivo di garantire pace e stabilità con la realizzazione di interventi strutturali. Le numerose crisi albanesi degli anni '90 hanno avuto come prima conseguenza lo sbarco di migliaia di immigrati sulle coste pugliesi, data la vicinanza geografica e i datati legami storico-culturali. Si può affermare come nell'ultimo «decennio dello scorso secolo i Balcani sono stati lo scenario di maggiore impegno solidale della società italiana<sup>291</sup>». È possibile ricostruire le diverse fasi che hanno

---

<sup>288</sup> «La missione in Albania ha avuto e avrà riflessi sulla politica interna, ma contiene un elemento di delicatezza in più poiché espone l'Italia a un giudizio europeo sulle sue capacità di gestione della crisi. Una riflessione sui rischi e sui vantaggi possibili di una «scommessa di sovranità» in cui c'è molto da perdere e forse poco da guadagnare», in M. Stocchetti, *L'Albania e le responsabilità internazionali dell'Italia*, Il Mulino – Rivisteweb, Fascicolo 2, marzo-aprile 1997, p. 371.

<sup>289</sup> A. Domachowska, *op. cit.*, p. 92.

<sup>290</sup> A. Stocchiero, *op. cit.*, p. 260.

<sup>291</sup> *Ivi*, p. 9.

contribuito la ricomposizione dei legami sempre più congiunti, che meritano di essere evidenziati con lo scopo di

ricostruire l'influenza che l'Italia ha avuto con le sue cooperazioni con l'obiettivo di svegliare il Paese dalla lunga "anestesia totale" a partire dalla grande crisi del 1991; al periodo del rafforzamento istituzionale tra il 1991 e 1993; alla nuova fase di emergenza che va dal 1997 fino a 1999 a seguito del crollo delle piramidi finanziarie; ed infine, alla quarta fase che ha inizio nel 2000 fino ad oggi, che consiste nelle attività di cooperazione italiana condotte secondo le linee guida del Governo albanese nel Piano di Investimenti Pubblici del Paese prima, e dell'*Integrated Planning System* 2006-2008 poi. Attraverso la legge 84 del 2001, poi, si tenta di costruire una strategia dei diversi attori italiani dell'area balcanica<sup>292</sup>.

Una prima fase è quella legata alla fine della dittatura e la grande crisi economica che si poteva notare maggiormente nelle campagne affamate dove viveva il 70% della popolazione in cui si procede con aiuti alimentari e senza dimenticare in questo periodo la tendenza all'esodo verso l'Italia.

Il processo di collaborazione allo sviluppo finanziato dall'Italia è stato concordato e messo a punto all'interno di un insieme di accordi tra i Governi dei due Paesi con la presenza in Albania di missionari, imprese, ONG e dirigenti politici. L'azione italiana in Albania si è realizzata attraverso la firma di protocolli di cooperazione con i quali si è cercato di garantire una maggiore coerenza degli interventi.

Il tutto avviene all'interno del cosiddetto "Sistema Italia", che fa riferimento a quattro pilastri. La collaborazione con le ONG e programmi varati dall'ONU e dall'UE rientra nel primo: la cooperazione orizzontale. Vi è poi la cooperazione decentrata, con la realizzazione di iniziative condotte dagli enti locali italiani. Il terzo pilastro è rappresentato dal trasferimento del know-how nell'ambito della piccola industria, dell'artigianato e nel settore terziario con lo scopo di far lavorare congiuntamente settore pubblico e privato. In ultimo il sistema formativo, con lo sviluppo della cooperazione interuniversitaria in particolare. Per l'attuazione di questi pilastri sempre più italiani, volontari e non, hanno modo di entrare in contatto con il Paese delle Aquile.

Nel 1990 si è riunita per la prima volta la Commissione Mista italo-albanese, che ha individuato i progetti da finanziare nel triennio 1991-1993, essenzialmente a credito d'aiuto, in particolare nei settori tessili, alimentazione ed edilizia. Quando

---

<sup>292</sup> F. Orecchini, *Appendice documentaria: La cooperazione italiana in Albania*, in F. Niglia, *L'Albania verso l'Unione europea: il ruolo dell'Italia*, Istituto Affari Internazionali, a cura di, Documenti IAI 09 | 12 – giugno 2009, pp. 98-107.

il crollo della dittatura quarantennale di Enver Hoxha ha provocato il difficile momento di transizione economico-sociale e il collasso del sistema agro-alimentare, l'Italia ha fornito supporto alla popolazione, cercando di prevenire allo stesso tempo l'esplosione di una violenza fratricida, attraverso l'invio della missione umanitaria Pellicano, e prima ancora con il programma creditizio teso a sostenere le importazioni albanesi. La cooperazione bilaterale del biennio 1991-1992 ha visto lievitare gli aiuti fino al valore complessivo di 143,1 miliardi di Lire<sup>293</sup>.

Nella fase che va dal 1992 al 1996 si assiste ad un impegno di 218 miliardi di lire da parte italiana con la redazione in un primo momento del Piano Triennale (1992-1994) ad opera della *Grande Commissione Mista per la Cooperazione*. L'obiettivo ora è di passare dalla fase transitoria emergenziale a quella riabilitativa iniziando dalle infrastrutture essenziali. Il Programma ha permesso la definizione di un successivo accordo di cooperazione e di unità di intenti, firmato nell'ottobre del 1995 dai due ministri degli esteri, italiano e albanese, con cui le Parti si accordarono per pianificare interventi che fossero in sintonia con le linee guida d'azione per la riabilitazione, «lo sviluppo economico e sociale dell'Albania, individuate dal Governo Albanese in accordo con i maggiori donatori bilaterali e multilaterali<sup>294</sup>». Come via da percorrere era indicato il rafforzamento delle istituzioni democratiche e amministrative albanesi col raggiungimento in seguito di uno sviluppo economico basato sulla piena realizzazione dell'economia di mercato.

Fino alla primavera del 1996 ci furono buoni risultati nella lotta contro l'inflazione, nella riduzione del deficit di bilancio e si venne da tre anni consecutivi di crescita del Pil oltre il 9% annuo. L'Albania per cui era comunemente citata come esempio di successo della transizione verso l'economia di mercato e dell'assistenza internazionale allo sviluppo tra gli ex Paesi comunisti<sup>295</sup>.

Le prime crepe iniziano ad intravedersi nel sistema bancario col moltiplicarsi delle finanziarie piramidali. Questo sistema non riguardava solo l'Albania ma anche altri Stati privi di una vera solidità bancaria soltanto che qui le dimensioni assumono caratteri spropositati. L'adozione di misure volte a porre fine all'attività dei fondi piramidali divenne una priorità nell'autunno del 1996. La percezione del pericolo fu chiara anche al Governo italiano che nel dicembre 1996, dopo il mancato accordo sulle misure da adottare in tema di schemi piramidali, annullò la riunione della Commissione Mista Italia - Albania che avrebbe dato inizio al programma triennale di cooperazione 1996-1998.

---

<sup>293</sup> F. Orecchini, *op. cit.*, p. 99.

<sup>294</sup> *Ivi*, p.100.

<sup>295</sup> *Ivi*.

Il percorso di consolidamento della stabilità si è interrotto velocemente nella prima metà del 1997. Il crack economico delle società piramidali sommato ad un'instabilità politica, analizzate in precedenza, è tra le cause principali. Dopo le elezioni politiche del maggio 1996, che non vengono riconosciute dai socialisti, si crea un "muro contro muro" nel panorama politico albanese. Il legame tra politica e finanza, due fattori spesso aggrovigliati tra di loro, ha determinato un'anarchia interna con conseguenze sociali come la ripresa dell'emigrazione di massa.

A questo punto nuovamente l'Italia si incarica, sotto l'egida dell'ONU, di guidare una missione umanitaria internazionale col nome di Operazione Alba, comprendente il dispiegamento di una Forza Multinazionale di Protezione e l'insieme di interventi realizzati sotto la leadership italiana per traghettare l'Albania fuori dalla crisi.

Il 9 aprile 1997 si svolge alla Camera dei Deputati la discussione sul piano multinazionale di pace. Apertamente contrari sia la Lega Nord che Rifondazione Comunista, con quest'ultima che aveva come obiettivo l'apertura di una commissione d'inchiesta per accertare la responsabilità italiana nella faccenda delle finanziarie piramidali. Il Parlamento italiano approva la missione che prese il via il 14 aprile. Sono 11 gli Stati che vi partecipano tra cui, oltre all'Italia, Francia, Turchia, Grecia, Spagna, Romania, Austria e Danimarca, per un totale di oltre sette mila uomini, più di un terzo italiani. In quattro mesi la missione ha consentito la distribuzione di quasi sei mila tonnellate di viveri, medicinali, sementi e vestiario, ed ha assicurato la presenza di osservatori alle elezioni di fine giugno (con la vittoria del Partito Socialista) per concludersi ufficialmente il 12 agosto 1997. In apparenza si concluse così un'altra pagina nera della storia albanese anche se le ferite rimangono ancora aperte tutt'oggi sia sul piano politico, giuridico, economico e sociale.

### **2.6.1 L'operazione Pellicano e la missione ALBA**

Particolare attenzione in questo paragrafo dedicheremo all'aiuto umanitario dell'Italia durante la nascita della democrazia in Albania e dell'appoggio della comunità internazionale. La sua influenza sempre più crescente negli anni determinò la progressiva diminuzione della crisi interna politica – economica, ma via via inizia ad entrare anche in altri settori della vita sociale dando prova di una grande solidarietà. Tutto ebbe inizio con la

la liberalizzazione dei passaporti 1990 che favorì i primi flussi di emergenza e, nell'estate di quell'anno, circa cinquemila albanesi si riversarono nelle ambasciate di alcuni Paesi occidentali, di cui ottocento in quella italiana. Altri due grandi esodi di massa verso l'Italia seguirono nel 1991: venticinquemila nel mese di marzo, che furono ben accetti a differenza dei ventimila che seguirono su mezzi di fortuna nel mese di agosto, quando si passò dall'accoglienza alla diffidenza. Nel mese di marzo, anche se pochi albanesi rientravano nella categoria di rifugiati politici, venne fatta un'eccezione alla "legge Martelli" (39/1990) e, sulla base di vecchie norme di ordine pubblico, si concesse un permesso di soggiorno provvisorio con la possibilità di iscrizione nelle liste di collocamento, il tutto in un clima di forte partecipazione emotiva da parte delle istituzioni e della popolazione. Nel mese di agosto, invece, i protagonisti degli sbarchi vennero rimpatriati forzatamente con un ponte aereo, dopo essere stati rinchiusi nello stadio di Bari. La predisposizione all'accoglienza della prima fase si era trasformata, almeno a livello ufficiale, in un senso di chiusura nei confronti dei nuovi sbarchi, considerati di fatto un'invasione. Anche negli anni a seguire, le precarie condizioni economiche e il difficile processo di liberalizzazione e di democratizzazione del sistema albanese costituirono un fattore di spinta all'esodo, ricorrendo ai gommoni, business lucroso controllato dai trafficanti<sup>296</sup>,

o come viene chiamato in seguito la crisi delle zattere<sup>297</sup>, che rappresenta «un oggetto che consenta la sopravvivenza e magari nuove forme di vita<sup>298</sup>». La maggior parte degli immigrati partivano dalla disperazione della povertà, erano tanto lavoratori semplici quanto persone qualificate. Mentre in Albania andava avanti

il tormentato cammino delle riforme e la ricostruzione di un paese più vicino al terzo mondo che agli standard europei, la popolazione, attraverso le immagini televisive che giungevano dall'altra sponda dell'Adriatico, vedeva una ricca ed emancipata Italia, la quale veniva considerata un ponte verso la salvezza ma anche un valido passaporto per l'ingresso in altri paesi europei<sup>299</sup>.

È a partire dal 7 marzo 1991 che gli albanesi sono entrati a pieno titolo sulla scena nazionale ed internazionale con quello che fu denominato 'l'esodo biblico', fatto nella forma più spettacolare che tanto impressionò l'immaginario collettivo della popolazione italiana e mondiale: in tutte le case italiane, attraverso centinaia di ore di trasmissioni televisive, quelle immagini si imposero all'attenzione generale. Come d'incanto emerse la condizione di un popolo avvolto per mezzo secolo in un involucro impenetrabile. Nei tre porti di Brindisi, Bari ed Otranto

---

<sup>296</sup> F. Pittau, A. Ricci, *Gli albanesi in Italia. Oltre vent'anni prima della tranquillità*, in A. Becherelli, A. Carteny, *L'ALBANIA INDIPENDENTE E LE RELAZIONI ITALO-ALBANESI (1912-2012)*, Atti del Convegno in occasione del centenario dell'indipendenza albanese Sapienza, «Nuova Cultura», 2012, pp. 310-311.

<sup>297</sup> L. Micheletta, *Diplomazia e democrazia. Il contributo dell'Italia alla transizione dell'Albania verso la libertà*, Rubbettino, Calabria, 2013, p. 94

<sup>298</sup> F. Boni, A. Perleka, *Studime shqiptare. Gli studi culturali in Albania tra post-colonialismo e postsocialismo*, Il Mulino – Rivisteweb, Fascicolo 2, agosto 2017, p. 188.

<sup>299</sup> Y. Cabiri *Albanian Human Development Report 1998*, «United Nations Development Programme», New York, 18 September 2013. Disponibile online presso l'URL <https://bit.ly/3fUsuY> (ultimo accesso giugno 2021).



arrivarono 25.708 albanesi su quelli che presto furono definiti "carretti di mare"<sup>300</sup>,

in cerca di fortuna<sup>301</sup> e condizioni di vita migliori. Al clima di insicurezza che domina l'Albania all'indomani della caduta del comunismo e all'arrivo delle prime ondate di profughi nella primavera del 1991, l'Italia risponde con un immediato piano di intervento umanitario e militare.

La missione internazionale guidata dai soldati italiani si compie in diverse fasi e viene denominata Pellicano, con la mira principale di «fermare la fame di massa nel paese<sup>302</sup>». Il primo dei tanti accordi viene firmato nell'agosto 1991 dal Primo Ministro albanese e dal Ministro degli Esteri italiano, prevede la distribuzione in tre mesi di aiuti per un totale di 180 miliardi di lire divisi in materie prime per l'industria e beni alimentari. Questi aiuti si sono suddivisi in due centri di sbarchi e smistamenti, nei porti di Valona e Durazzo, e subito dopo trasportati da mezzi italiani in tutti gli altri luoghi indicati dal governo albanese. «Questi aiuti in parte sarebbero stato venduti a prezzo di mercato per favorire la ripresa dell'economia e incentivare il ritorno al lavoro delle decine di migliaia di albanesi che avevano abbandonato la propria occupazione<sup>303</sup>».

L'Italia avrebbe fornito aiuti alimentari a coprire il fabbisogno minimo di sopravvivenza per i primi tre mesi, inviando zucchero, riso, olio, carne, burro, uova, fagioli e grano. Un'altra straordinaria iniziativa riguardava quella legata alla ripresa delle attività scolastiche in tutto il territorio.

Tale intervento prevedeva, in particolare, la stampa di libri di testo per le scuole, l'invio di quaderni, penne, matite e altro materiale necessario per circa 800.000 scolari, nonché la fornitura di vetri per gli edifici scolastici danneggiati da atti di vandalismo. [...] A livello internazionale, la diplomazia italiana avrebbe promosso la concessione di un importante aiuto finanziario da parte della Comunità europea, che si sarebbero sommati all'aiuto che in termini di generi alimentari la Comunità si era già impegnata a erogare. [...] l'Italia avrebbe stimolato un accordo di cooperazione commerciale tra Tirana e la Comunità per la partecipazione dell'Albania alle principali istituzioni finanziarie internazionali come il Fondo monetario e la Banca mondiale, e al coinvolgimento di questi in un'attività politica di sostegno finanziario all'economia albanese<sup>304</sup>.

---

<sup>300</sup> L. Perrone, K. Barjaba, G. Lapassade, *Naufragi Albanesi. Studi, ricerche e riflessioni sull'Albania*, Sensibili alle Foglie, Roma 1996, p. 6.

<sup>301</sup> M. Vickers, J. Pettifer, *Albania: From Anarchy to Balkan Identity*, C. Hurst & Co., London, 1999, p. 125.

<sup>302</sup> M. Vickers, *op. cit.*, p. 234.

<sup>303</sup> L. Micheletta, *op. cit.*, p. 103.

<sup>304</sup> *Ivi*, p. 104.

Inoltre, tra i due governi veniva promossa la partecipazione delle imprese italiane in Albania con lo scopo di «realizzare attività di cooperazioni in campi diversi, dove possiamo elencarne qualcuna tra le più importanti; quello economico, energia, infrastruttura, siderurgia e delle comunicazioni<sup>305</sup>», piazzando l'Italia tra i primi paesi donatori.

Dalla metà di settembre del 1991, dunque, l'operazione Pellicano prese forma concreta. Il 16 settembre partirono da Trieste 500 uomini, con oltre duecento mezzi, a bordo della nave Golfo del sole alla volta di Durazzo; a questi si aggiunsero più di 200 uomini, che la Golfo del Sole imbarcò il 19 ad Ancona con destinazione Valona. In totale furono impiegati 760 uomini e è più di 400 mezzi per la distribuzione di 140 miliardi di aiuti alimentari e medicinali. Per tre mesi, 1.500 tonnellate di merci al giorno giunsero in Albania<sup>306</sup>.

L'accessibilità delle «impervie e remote zone rurali ha reso il compito distributivo più difficile del previsto. In ultimo, ma non meno importante, il lavoro straordinari dei medici e chirurghi che hanno svolto 205 mila interventi in tutto il territorio<sup>307</sup>».

L'importanza della diplomazia italiana si fece sentire per l'ennesima volta il 4 settembre con la Commissione della Comunità Europea che stanziò 6 milioni di dollari per l'acquisto di 45 mila tonnellate di grano, mentre il G24, tenutosi sempre nello stesso mese, destinò all'Albania 150 milioni di dollari di aiuti per l'emergenza. Nonostante tutti gli aiuti la situazione in Albania continuava a rimanere nel caos e in una situazione critica. Un altro indice della instabilità interna del paese si riflette nell'accordo firmato tra i due paesi nella cooperazione per la lotta contro la criminalità organizzata e i traffici illegali, dove l'Albania avanza richieste di assistenza da parte di esperti italiani per riorganizzare la polizia civile.

L'avvio di questa operazione portò indubbiamente un respiro di sollievo alla popolazione albanese. Fino ad aprile del 1992 si erano distribuite 150 mila di merce per un valore di 100 miliardi di lire, con l'impiego di più di mille uomini.

L'Italia è già da quegli anni il principale partner dell'Albania, rappresentando al 1993 il 35,4% e il 41% dell'export albanese e degli investimenti privati italiani in Albania [...] delle 154 joint venture costituite a tutto il 1993 in Albania 77 erano italo-albanesi, con un investimento complessivo di 72,4 milioni di dollari, il 35% del totale. [...] Ad ogni modo, il ruolo dell'Italia quale principale donatore e partner economico è confermato anche nel triennio 1994-1996<sup>308</sup>.

---

<sup>305</sup> Questo accordo tra l'Ente nazionale italiana e il Ministero delle Risorse energetiche albanese voleva estendere l'azione dell'ENI in ogni campo; estrazione, trasformazione e utilizzo degli idrocarburi.

<sup>306</sup> L. Micheletta, *op. cit.*, p. 105.

<sup>307</sup> L. Zarrilli, *op. cit.*, p. 182.

<sup>308</sup> *Ibidem*.

A partire da «metà semestre del 1996 l'Italia cominciò a dare una valenza geopolitica<sup>309</sup>» alla propria presenza che fino a quel momento si era focalizzata solo sul versante geoeconomico, tutto questo dovuto all'instabilità che si era venuta a creare dalle elezioni di maggio dello stesso anno. Infatti,

il governo italiano invia a Tirana un proprio rappresentante speciale, nella persona dell'Ambasciatore Luigi Vittorio Ferraris, per cercare di ricucire lo strappo tra maggioranza ed opposizione e stimolare un dialogo politico tra le parti; e questo anche in vista delle elezioni amministrative previste per il 20 ottobre, per garantire la regolarità delle quali il governo italiano, sotto la copertura di una Ong, invia 150 osservatori che controllano 800 sezioni elettorali su 5 mila. Le elezioni si tengono regolarmente, vengono dichiarate "fair and free" dal Consiglio d'Europa [...] significative le dichiarazioni di Ferraris in proposito: tutti si sono accorti dell'eccezionalità della missione italiana, anche la stampa straniera e la diplomazia dei paesi amici [...] un successo di immagine e di significato politico, che ben si descrive nel nuovo slancio impresso alla politica estera italiana nei Balcani<sup>310</sup>.

Nel periodo 1992-1996 la situazione che Albania ha attraversato è stata paragonata ad un «malinconico pensionato che vive di aiuti internazionali e rimesse di emigrati<sup>311</sup>».

Il precipitare della situazione interna dovuto alla crisi delle piramidi finanziarie ha indotto l'Italia nei primi mesi del 1997 ad affermare in maniera più energica il suo ruolo strategico in Albania. Si apre così per l'Italia la «seconda "fase di emergenza" dovuto all'arrivo di un'altra "ondata profughi elevatissima, che va da 15 a 17 mila in pochi giorni. Diversamente dalla migrazione di massa negli anni '90, questa volta i profughi non sono soltanto gli operai o persone che chiedono asilo politico<sup>312</sup>» ma anche giovani, intellettuali e personale qualificato o quella che viene chiamata la fuga dei cervelli<sup>313</sup>. Grazie al loro

contributo le rimesse hanno registrato aumenti vertiginosi a partire dal 1992 ad oggi, e sono stati tra i responsabili del successo della ripresa economica del paese, durante la transizione verso un'economia di mercato. L'economia dell'Albania si

---

<sup>309</sup> La geopolitica è lo studio dell'impatto su certe caratteristiche geografiche, come posizione e localizzazione, risorse, topografia, distanza e così via, sulla politica estera e i comportamenti degli Stati, e funge da ausilio per l'arte di governo e come fonte per la teoria; P. Kelly, *Quarantatré teorie e concetti per un modello geopolitico*, in "Che cos'è la geopolitica"? Rivista dell'istituto di alti studi di geopolitica e scienze ausiliarie, Vol.1, N° 3, 2012.

<sup>310</sup> L. Zarrilli, *op. cit.*, p. 184.

<sup>311</sup> R.M. Della Rocca, *op. cit.*, p. 70.

<sup>312</sup> Un caso particolare fu quello nel 1991 "dei 584 soldati albanesi che avevano disertato in massa e raggiunto la Puglia, insieme a migliaia di disperati sulla motonave Vlora. A essi, il 12 agosto, Roma annunciò la concessione dell'asilo politico visto che il loro rientro in patria li avrebbe esposti all'accusa di diserzione e al rischio di condanne pesanti o fucilazione in; L. Micheletta, *op. cit.*, p. 98.

<sup>313</sup> G. Castellan, *op. cit.*, p. 172.

basava in tre pilastri fondamentali in questa fase: in primis gli aiuti esteri, poi il flusso di capitali dovuto agli immigrati che ha rappresentato una risorsa preziosa non soltanto per le loro famiglie, ma anche per la stabilizzazione socioeconomica<sup>314</sup>,

e infine il pilastro del «commercio illegale: il contrabbando di petrolio, armi e droghe<sup>315</sup>». Grazie a questi elementi si sono registrati notevoli miglioramenti nella lotta alla povertà. L'Italia si mise a capo anche della seconda importante missione, l'operazione Alba. Iniziò dapprima il suo lavoro diplomatico presso l'ONU e l'UE e chiese all'OSCE di supervisionare per una corretta restaurazione delle istituzioni democratiche e amministrative. Il 2 aprile 1997 il Presidente del Consiglio Prodi si reca in Albania e al suo ritorno illustra un piano di intervento che dovrebbe rispondere alle tre priorità di politica estera fissate dal proprio Governo; mantenimento della stabilità interna nel Paese, impegno negli aiuti umanitari internazionali e sviluppo di lungo periodo.

La missione verrà approvata il 9 aprile 1997 dal Parlamento italiano e si svolgerà dal 13 aprile al 12 agosto dello stesso anno.

Nell'ambito della missione ALBA, le Forze armate italiane contribuirono alla costituzione della Forza Multinazionale di Protezione (FMP) in Albania, la quale ha visto impegnati 11 Stati per un totale di più di 7 mila uomini, in cui 3.000 italiani i quali avevano la piena responsabilità del comando e controllo, della condotta delle operazioni, della logistica, dei trasporti terrestri e aerei, dei rifornimenti e delle comunicazioni. La presenza dei militari sul territorio ha consentito il raffreddare in modo considerevole della situazione interna. Con circa 1.700 attività operative in tutto il territorio, la FMP ha consentito alle Organizzazioni umanitarie di distribuire alla popolazione oltre 5.700 tonnellate di viveri, medicinali e vestiario - soprattutto nei villaggi più isolati dell'entroterra. Per i turni elettorali del 29 giugno e del 6 luglio sono state inoltre effettuate 674 missioni di sicurezza a favore degli osservatori OSCE<sup>316</sup>.

Esaurita la fase dell'emergenza, la presenza italiana in Albania ha assunto un ruolo per così dire "strutturale", se non addirittura "istituzionale": oltre al varo di un nuovo piano triennale 1997- 99 di cooperazione con un importo complessivo di 210 miliardi di lire, i governi italiano ed albanese hanno stipulato un accordo

---

<sup>314</sup> «Il volume delle rimesse diretto verso il paese è cresciuto costantemente e sensibilmente. Dal 1992 al 2007 il volume delle rimesse è aumentato di nove volte, con una crescita media annua del 13%. L'Albania è tra i 20 maggiori destinatari al mondo per valore delle rimesse in rapporto al PIL», in C. Cattaneo, *Le rimesse degli emigrati*, Il Mulino – Rivisteweb, Fascicolo 1, aprile 2009, pp. 119-120-121. Le tendenze migratorie hanno profonde conseguenze sul piano, economico, demografico e sociale, per maggiori approfondimenti vedi; A. Chindea, M. Majkowska-Tomkin, I. Pastor, *The Republic of Albania Migration Profile*, International Organization for migration (IOM), Ministry of the Interior of the Republic of Slovenia, 2007.

<sup>315</sup> F. C. Abrahams, *op. cit.*, p. 170.

<sup>316</sup> I dati raccolti sono stati presi dal sito del Ministero della Difesa. Disponibile online presso l'URL <https://bit.ly/33B7AMf> oppure <https://bit.ly/3KEBTCL> (ultimo accesso novembre 2020).

bilaterale per il rafforzamento organico e strutturale dell'intera amministrazione albanese (polizia, sistema giudiziario, strutture doganali, sistema scolastico, organizzazione sanitaria), la cui totale inadeguatezza è emersa con drammatica evidenza nel corso della crisi ed anche in seguito<sup>317</sup>.

È stata istituita a tale scopo una delegazione diplomatica in Albania con il compito di coordinare sul posto tutte le attività di assistenza.

Andrebbe «citata fra le varie iniziative italiane nel territorio albanese per la sua importanza la missione “Arcobaleno”, organizzata nella primavera del 1999, per accogliere i profughi kosovari in fuga verso il territorio albanese, dovuto alla guerra con la Serbia»<sup>318</sup>, in pochi giorni quasi 250 mila.

In definitiva si può affermare che la presenza dell'Italia nel territorio albanese cresceva sempre di più dopo la “guerra civile”, a partire dal piano politico-economico nelle prime fasi per passare anche a quello socioculturale, che risulta di facile lettura dovuto ad alcuni elementi; orientamento verso lo stile di moda italiano, alimentazione, ristorazione con cibi tipici italiani, e preferenze televisive di cui parleremo ampiamente nel prossimo capitolo come tema centrale di questa tesi.

## **2.7 Rapporti Italia – Albania: un'indagine comparativa sui rapporti politico-economici dai primi anni '90 ad oggi**

I due Paesi hanno condiviso, nel corso dei secoli, diversi capitoli importanti di storia comune, passando da una politica principalmente espansionista a una fatta di aiuti e di un appoggio continuo nella creazione di uno stato più moderno secondo i parametri richiesti dall'Unione Europea, soprattutto in prospettiva di una futura adesione. Sarebbe riduttivo analizzare questi legami in poche pagine, visto il numero molto esteso di concatenamento di eventi sempre in evoluzione. In questa sede si è ritenuto opportuno fare un *excursus* storico riguarda le relazioni politico-economiche e sociali per dare una lettura completa dei rapporti tra i due Paesi, e spiegare che con il passare degli anni sono diventati sempre più imprescindibili tra loro, con lo scopo di argomentare anche l'impatto culturale dell'Italia in

---

<sup>317</sup> L. Zarrilli, *op. cit.*, pp. 195-196

<sup>318</sup> Per approfondimenti vedi T. Todorov, *The Kosovo War*, Published by: Skidmore College, No. 128/129 (Fall 2000 - Winter 2001), pp. 3-15.

diversi periodi storici. Il quadro teorico serve a spiegare come si siano verificati gli scambi socioculturali tra i due paesi compresi i modi comunicativi sulla larga scala. La ricostruzione storico-economica e sociale che segue serve per mettere in rilievo il canale privilegiato che l'Italia ha nei confronti dell'Albania, soprattutto dopo la caduta del comunismo e l'apertura del Paese verso la globalizzazione.

L'obiettivo di questo paragrafo è quello di mettere in risalto ed esaminare i rapporti tra i due paesi dando una lettura trasversale, attraverso i flussi culturali di cui ci parla l'antropologo statunitense A. Appadurai, come uno degli esperti massimi della riconfigurazione culturale dovuti alla globalizzazione e alla modernità. Le cause di questi nuovi flussi culturali secondo l'autore sono dovute alla migrazione di massa, individuali e collettive che sia, la pervasività dei media dovuta alla produzione globale dei linguaggi e delle tecnologie moderne, «i quali sono disgiunti, si muovono a velocità relativamente diversa, verso direzioni diverse, con velocità diverse<sup>319</sup>», disegnando un modello complesso, per questo motivo, non sappiamo stabilire in anticipo i rapporti di forza tra questi fenomeni, vanno analizzati caso per caso per conoscere le meglio le loro dinamiche.

I flussi proposti si suddividono in: «a) entorami (migrazione), b) mediorami (flussi di simboli), c) tecnorami (movimento della tecnologia), d) finanziorami (movimento del denaro), e) ideorami (flussi di idee)<sup>320</sup>». Alcuni di questi flussi culturali li tratteremo in questo paragrafo e altri, in seguito, visto il campo multiplo di applicazione del significato del termine flusso, come quella dei simboli che è eterogenea, può riferirsi a valori particolari o universali.

Flusso culturale è l'esternazione di significato che gli individui producono con adattamenti di forme pubbliche esplicite. Lo studio del flusso culturale richiede attenzione a tre dimensioni di base della cultura fra loro interrelate: idee e modi di pensare; forme di esternazione; distribuzione sociale dell'inventario culturale<sup>321</sup>.

Anche l'antropologo svedese U. Hannerz è orientato verso la direzione di A. Appadurai, orientandosi alla «costruzione di una macro-antropologia della cultura<sup>322</sup>», attraverso l'elaborazione di un complesso di categorie multidimensionali, che si muovono

---

<sup>319</sup> A. Appadurai, *Modernità in polvere. Dimensioni...* op. cit., p. 39.

<sup>320</sup> *Ivi*, p. 31.

<sup>321</sup> A. Appadurai, *Modernità in polvere. Dimensioni...* op. cit., p. 16.

<sup>322</sup> Per approfondire in modo critico le diversità umane e le loro conoscenze che cambiano in continuo divenire vedi: F. Pompeo, *Elementi di antropologia critica. Edizione ampliata*, editore Meti Edizione, Torino, 2018, pp. 59-61.

dal piano soggettivo al piano oggettivo, cioè, dal piano individuale alle diverse scale di società che include, sia quelle tradizionali sia quelle più complesse, fino alle configurazioni globali.

Anche per lui la dimensione fondamentale e l'unità di analisi della globalizzazione è quella della circolazione di flussi culturali che hanno delle cornici di riferimento che sono quattro: il primo è

il processo culturale che ricorda una società in scala ridotta, le forme di vita la quotidianità delle persone che si vedono tutti i giorni, dove le forme della vita sono stabili se non cambiano le ragioni per provocare alterazioni culturali, quindi parliamo a che fare con una ridondanza; il secondo è quella del mercato, merci culturali che vengono spostate e trasferiti, beni di servizio e valori culturali, tuttavia, il mercato espandendosi porta con sé sempre innovazione e cambiamenti; il terzo punto è lo stato, non una area delimitata in sé, ma una forma organizzativa di controllo delle attività all'interno di un territorio, con lo scopo di promuovere di solito un grado di omogeneizzazione culturale come un valore che unisce tutti, come legame di storia e di tradizione; l'ultimo punto è quella legata ai movimenti molto vicina ai sensi della vita, per esempio il movimento delle donne o il movimento ambientalista, che spesso vengono descritti sotto la voce movimenti sociali<sup>323</sup>.

Una definizione per riassumere tutto questo secondo l'autore è che

il flusso culturale consiste dunque nelle esternazioni di significati che gli individui producono attraverso adattamenti di forme generali, e nelle interpretazioni che gli individui forniscono di tali manifestazioni” – che si può esprimere con una metafora – “quando osserviamo un fiume da lontano questo appare come una linea blu (o verde o marrone) che attraversa il paesaggio; qualcosa che possiede una suggestiva immobilità. Ma allo stesso tempo, “non ci si bagna due volte nello stesso fiume”, perché questo scorre in continuazione, è soltanto in tale modo mantiene la sua continuità nel tempo. Così accade per la cultura: anche quando se ne percepisce la struttura, questa è interamente dipendente da un processo continuo<sup>324</sup>.

Seconda la lettura data da questi due antropologi la cultura è ovunque, si trasmette e cambia forma attraverso una molteplicità di fattori, forme, e veicoli di trasmissioni diversi; quindi, si può «parlare di collisioni culturali<sup>325</sup>» ma solo con determinate condizioni e specifiche.

---

<sup>323</sup> U. Hannerz, *Cultural Complexity. Studies in the Social Organization of Meaning*, Columbia University Press, New York, digital version, 1992, pp. 47-50.

<sup>324</sup> *Ivi*, p. 6.

<sup>325</sup> Termine usato in U. Hannerz, *When culture is everywhere: Reflections on a favorite concept*, *Ethnos: Journal of Anthropology*, Swedish Collegium for Advanced Study in the Social Sciences, Stockholm University, Sweden Published 20 Jul 2010.

Dopo questa lettura antropologica di come sia cambiata la cultura per causa della modernità e la globalizzazione si entra nello specifico sul nostro obiettivo cognitivo, ossia i rapporti tra Albania e Italia dopo la crisi delle piramidi sino a oggi.

La ricostruzione del Paese dopo la grande crisi del 1997 è stata lenta e con duri scontri politici che spesso si sono trasformati in crisi politica e di conseguenza in una crisi totale di tutti i settori più importanti della vita economica e sociale. Di seguito, cercherò brevemente di dare forma ai rapporti tra i due paesi per verificare l'impatto che l'Italia ha avuto nella costruzione della società albanese in questa fase critica di transizione, e che grado di predominanza essa ha avuto, se paragonato ad altri paesi di quelli europei, utilizzando alcuni parametri, quali, politici, economici e sociali.

Per l'Albania del periodo postcomunista l'Italia rimane un interlocutore privilegiato, il donatore principale di aiuti umanitari, ma anche sostenitore nell'integrazione verso le organizzazioni occidentali più importanti. Gli accordi più importanti tra i due paesi hanno toccato tutta la società albanese in tutti i «settori più importanti<sup>326</sup>».

Di primaria importanza è stato il sostegno verso l'adesione alla NATO del 2009, la liberazione dei visti nel 2010 verso tutti i paesi della Comunità Europea per un periodo massimo di 3 mesi. Il 12 febbraio 2012 tra il Primo Ministro Berlusconi e il suo omologo Berisha è stata firmata a Roma la «Dichiarazione sullo Stabilimento di un Partenariato Strategico<sup>327</sup>», e la concessione dello status di Paese Candidato nel giugno 2014, seguita sempre passo dopo passo dall'Italia nella lunga strada per varare le riforme necessarie per l'apertura dei negoziati di adesione all'UE.

Tuttavia, «il 18-20 febbraio 2018 si è tenuta invece la prima Missione di Sistema Italiana in Albania, guidata dal Sottosegretario allo Sviluppo Economico, Ivan Scalfarotto, che ha raccolto presso la capitale albanese 350 delegati e circa 200 imprese<sup>328</sup>», per la promozione delle nuove opportunità di investimenti in diverse regioni e settori. Questo incontro metteva in rilievo la posizione strategica di vicinanza verso i mercati Europei

---

<sup>326</sup> «Secondo Mercati Esteri alcuni degli accordi fondamentali sono stati quelli concernenti al debito pubblico 2001, il programma concernente di importazione di energia elettrica 2002 ristrutturazione del KESH nel 2004, costruzioni di strade del porto di Valona e piano per lo smaltimento dei rifiuti a Tirana periodo 2004-2006, per continuare dal 2010 ad oggi con un serie di programmi economici con lo scopo principale di aumentare l'economia albanese in aspetti diversi, che va dalle imprese all'agricoltura». Disponibile online presso l'URL <https://bit.ly/33sZi9t> (ultimo accesso maggio 2021).

<sup>327</sup> Il patto tra Berisha e Berlusconi era diviso in vari punti dove le più significative sono; l'Italia ribadisce il suo impegno nell'aiutare il Paese per una veloce adesione in UE; aumentare la stabilità della regione per affrontare al meglio le nuove sfide; entrambi i Paesi di adoperano per rafforzare i rapporti economici; entrambi i Paesi aumenteranno le cooperazioni in ambito culturale, tecnologica e scientifica. Disponibile online presso l'URL <https://bit.ly/3nEPwHY> (ultimo accesso maggio 2021).

<sup>328</sup> Disponibile online presso l'URL <https://bit.ly/3KqHdcF> (ultimo accesso maggio 2021).



attraverso i porti di Valona e Durazzo, dove l'Albania si «presentava con una bassa manodopera per le diverse imprese italiane che volevano investire, un costo medio-basso della vita, agevolazioni da parte del governo Rama sulla tassazione, e una grande facilità nella comprensione linguistica<sup>329</sup>». Inoltre, un altro fattore di «beneficio per l'aumento degli scambi commerciali è legato all'accordo di libero scambio dal 1 dicembre 2006 che il Governo Albanese ha firmato con la UE, il quale prevede un regime di *duty-free* per il quasi 90% di prodotti agricoli e industriali<sup>330</sup>». L'economia dell'Albania, così come la politica che abbiamo sopra citato, ha attraversato un periodo di transizione, passando da un'economia centralizzata ad una di libero mercato, dove si possono comprare e vendere beni e servizi liberamente. Principalmente il suo sviluppo economico si basa su servizi, agricoltura, turismo e in una parte minore dell'industria, che è stata privatizzata a partire dai primi anni della nascita della democrazia e negli anni a seguire.

L'analisi del rapporto di collaborazione che si è instaurato tra i due Paesi nell'arco del secolo scorso e di quello attuale, è stata svolta allo scopo di dare una lettura olistica delle relazioni attraverso la ricerca e l'elaborazione di dati sociodemografici raccolti in Albania nelle varie istituzioni di competenza. Questo passaggio si è rivelato fondamentale per mettere in luce la presenza italiana nel territorio albanese, nonché la continua influenza esercitata durante questo lungo periodo, seppur con diversa intensità e in maniera diretta o indiretta, e ha evidenziato da un lato una lettura storica delle relazioni, dall'altro un'analisi più specifica, resa possibile dai dati dell'INSTAT<sup>331</sup> raccolti in Albania nel periodo marzo-luglio 2021. «Le informazioni rilevate costituiscono dunque gli elementi fondamentali della ricerca empirica, i dati dai quali traiamo, mediante opportune analisi, quelle conoscenze aggiuntive cui l'indagine è finalizzata<sup>332</sup>».

---

<sup>329</sup> «L'Albania è tra i Paesi della regione balcanica quello che ha la maggiore inclinazione ed apertura culturale verso l'Italia, come evidenziato dalla diffusione della conoscenza della lingua italiana tra la popolazione. La diffusione della lingua, della cultura e dello stile di vita italiani rappresentano un forte valore aggiunto per gli investitori nazionali». Disponibile online presso l'URL <https://bit.ly/3KpuxCM> (ultimo accesso maggio 2021). Inoltre, «oltre agli aspetti positivi quelli negati sono; il grande debito pubblico del Paese, l'attività economica dipende dalla domanda degli altri paesi Europei, altra corruzione, e alla fine, il sistema bancario presenta criticità legate in particolare alla scarsa qualità dei portafogli delle banche (i non performing loans sono pari al 20% dei prestiti totali) e alle difficoltà di accesso al credito» in *Obiettivo Albania. Una guida per le imprese italiane*. ITA- Italian Trade Agency, ICE-agenzia per la promozione all'estero delle imprese italiane, p.11. Disponibile online presso l'URL <https://bit.ly/3tI2MPN> (ultimo accesso maggio 2021).

<sup>330</sup> Disponibile online presso l'URL <https://bit.ly/3rzJ9Xv> (ultimo accesso maggio 2021).

<sup>331</sup> L'analisi basata su questi dati si chiama secondaria, in quanto questi ultimi sono stati raccolti in precedenza da terzi e possono essere utilizzati dal ricercatore come patrimonio informativo per una determinata ricerca o scopo.

<sup>332</sup> I. Mingo, *Le fonti statistiche nella ricerca sociale*, in L. Cannavò, L. Frudà. *Ricerca sociale. Dal progetto dell'indagine alla costruzione degli indici*, Carocci, Roma, 2007, p. 183.

Il processo di raccolta dati si è rivelato particolarmente complesso a causa di molteplici fattori. Una prima richiesta rivolta ad ogni Ministero o Istituto di competenza, infatti, si è rivelata inconcludente, ad esclusione del Ministero della Cultura che ci ha fornito i dati delle coproduzioni dei film tra i due Paesi. Per reperire i dati che dimostrano le relazioni economiche tra i due Paesi, dunque, è stato necessario ricorrere all'INSTAT<sup>333</sup>.

I dati pubblicati sul loro sito, e tuttora disponibili, riguardano il periodo dal 2015 al 2020; la copertura di un arco temporale così breve, che esclude i primi anni '90 (periodo di nascita delle tv private), ha rappresentato un problema, impedendo di svolgere un'analisi più estesa nel tempo. L'Istituto, una volta ricevuto il problema, ha contattato ogni Ministero o Istituto competente per colmare il *gap*. In alcuni casi, i dati scaricati dal sito o ricevuti non erano organizzati come pubblicazioni annuali ma mensili, per costruire le tabelle annuali sui rapporti economici, il turismo e la migrazione è stato necessario, prima di tutto, copiare i dati dai documenti in formato PDF a un file *Excel* per ogni Paese preso in esame, e in seguito eseguire le somme per ottenere il dato finale, con una grande dispersione di tempo ed energie.

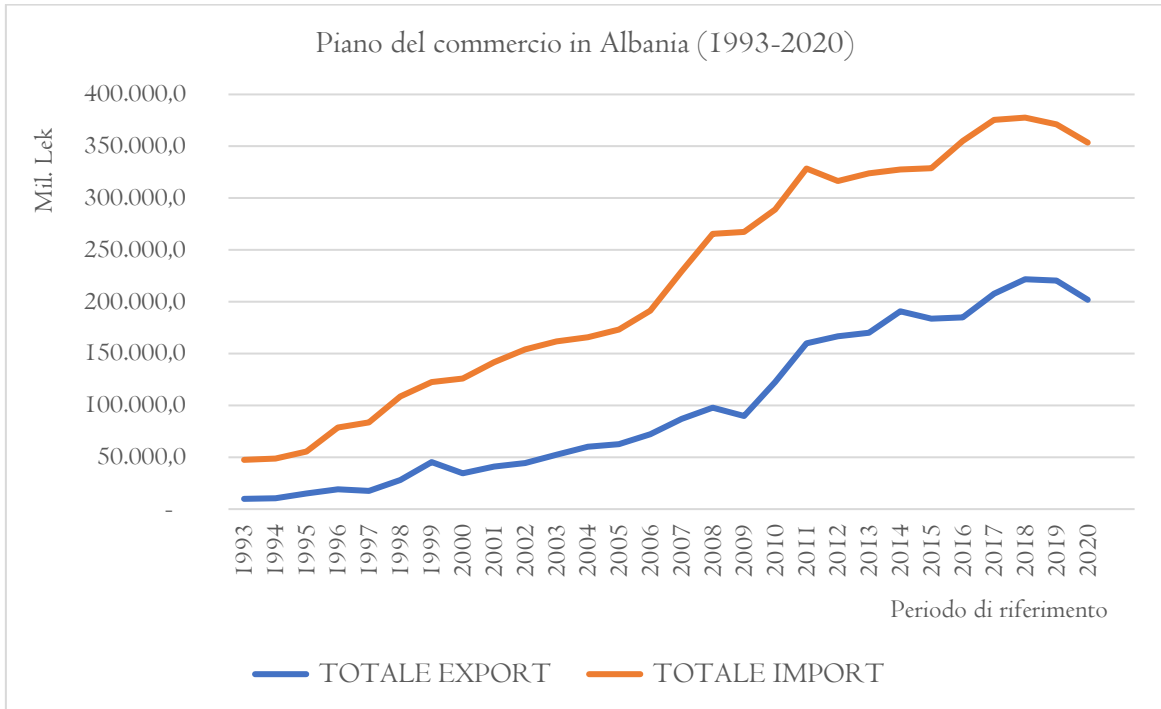
I dati relativi all'economia albanese mostrano, da un lato lo sviluppo economico del Paese, dall'altro il rapporto esistente anche con l'area europea ed extra-europea, anche se le relazioni più rilevanti restano circoscritte all'area mediterranea. Il piano preso in considerazione non si riferisce a tutto il commercio del Paese ma solo a quelli più rilevanti in termini di commercio, cioè export-import. Per vedere nello specifico l'impatto italiano nell'economia albanese, e per paragonare i diversi soci commerciali tra di loro, per vedere l'incidenza che essi hanno sull'economia albanese. Questa scelta rappresenta da una parte come è cambiato il piano commerciale albanese visto che le fasi economiche si rispecchiano anche sulla vita sociale, e dall'altra parte per analizzare l'impatto sulla società dei prodotti stranieri che entrano a far parte nella vita quotidiana degli albanesi, il piano commerciale è legato strettamente al consumo di certi prodotti invece di altri, che di conseguenza crea una forma di nuova identità di consumo.

Prima di vedere queste relazioni facciamo una premessa guardando in generale il piano economico del paese. Nella fig. 2.1 possiamo notare subito che le importazioni sono molto più alte delle esportazioni, quasi il doppio, creando le condizioni di un bilancio

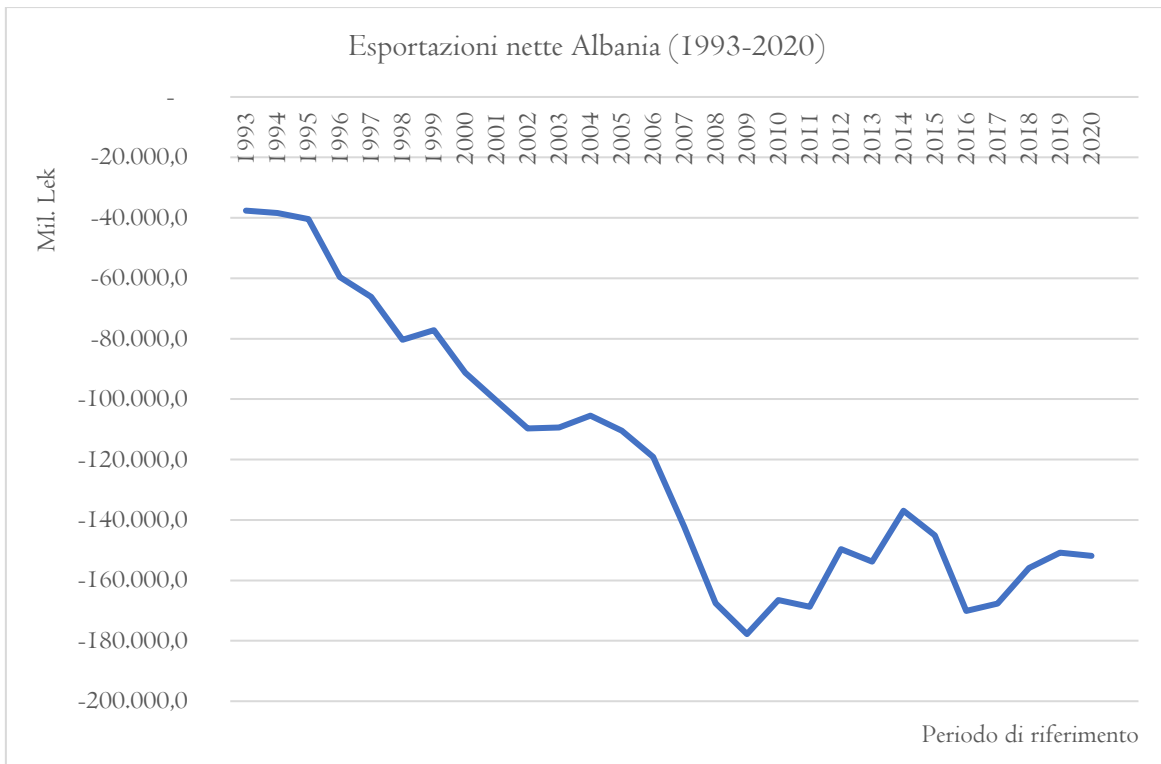
---

<sup>333</sup> È l'Istituto di statistica ed ente pubblico responsabile dei censimenti di carattere demografico, economico, sociale, commerciale e industriale in Albania, l'omologo dell'ISTAT italiano. Il sito ufficiale disponibile online presso l'Url <http://www.instat.gov.al/> (ultimo accesso gennaio 2022).

commerciale negativo, creando quello che in gergo viene chiamato un disavanzo commerciale come si vede nel grafico 2.2.



*Grafico 2.1 - elaborazione propria dei dati. Fonte INSTAT: piano del commercio in Albania in Mil. LEK*



*Grafico 2.2 - elaborazione propria dei dati. Fonte INSTAT: disavanzo commerciale in Albania in Mil. LEK*

In altri termini questo significa che abbiamo a che fare con un'economia debole in termini di produzione-guadagno. Come si può notare nel secondo grafico dal periodo 1995 fino alla crisi mondiale del 2008, il bilancio commerciale è sempre peggiorato anno dopo anno dovuto in larga parte alla crisi politica che ha accompagnato il sistema politico per tutto il tempo. A partire dal 2009 fino al 2014 la ripresa è stata lenta e con varie oscillazioni, si prosegue un trend positivo per un lungo tempo fino al 2015 come si può notare nel grafico 2.2. Nel periodo 2016 fino ad oggi la crescita è costante ma molto bassa, il divario tra importazione ed esportazione si riduce in modo significativo.

La domanda aggregata dei beni richiesti in Albania è molto alta, dovuto al fatto che esistono poche fabbriche all'interno riguarda la produzione, per soddisfare le necessità con diverse materie prime che il paese importa come generi alimentari, prodotti tessili, materiali di costruzione, macchinari, attrezzature e pezzi di ricambio di vario genere.

Una grande parte delle materie prime che entrano in Albania come importazioni, subiscono un'accurata lavorazione per poi ritornare dall'altra parte dell'Adriatico come prodotti finiti, cioè esportazioni. Grazie al basso costo della mano d'opera e alla qualità del prodotto finito, gli imprenditori internazionali, ma soprattutto quelli italiani, che sono quelli con la presenza maggiore sul territorio, hanno scelto di investire in Albania. Inoltre,

le imprese italiane hanno costituito e costituiscono oltre la metà di tutte le imprese straniere attive in Albania, rappresentando una parte cospicua del sistema produttivo e occupazionale albanese. Gruppi industriali medio-grandi si sono radicati principalmente nei settori dell'energia, del cemento, dell'agroalimentare e bancario (è l'italiana Intesa San Paolo la terza banca del Paese). Il settore energetico è tra i primi che ha raggiunto il maggior successo per la penetrazione italiana di alto livello, con l'ingresso nel Paese, tra il 2017 e il 2019, di SNAM prima ed ENI poi, con prospettive di ulteriore crescita anche nel prossimo futuro. In base ai dati pre-Covid disponibili, la presenza di aziende italiane attive in Albania si quantificava intorno al migliaio (comprese le numerose società unipersonali di consulenza), con un complesso eterogeneo di attività riguardanti principalmente i settori manifatturiero, energetico, costruzioni, lavorazione e produzione alimentare, servizi, consulenza e innovazione. In base ai dati INSTAT, nel 2020 risultano circa 3.011 piccole e medie imprese di capitale misto italo-albanese, di cui 2.058 di capitale 100% italiano. Complessivamente, le imprese con capitale straniero e misto, nel periodo 2017-2019 l'Italia avrebbero assorbito la quota maggiore dell'occupazione (53,3%) e del turnover (25,3%)<sup>334</sup>.

---

<sup>334</sup> Per maggiori approfondimenti consulta online l'URL <https://bit.ly/3GWXtQn> (ultimo accesso giugno 2021).

Altri elementi benevoli a questa dislocazione sono legati alle procedure burocratiche brevi per ottenere qualsiasi tipo di permesso e alle politiche fiscali molto favorevoli per gli imprenditori stranieri.

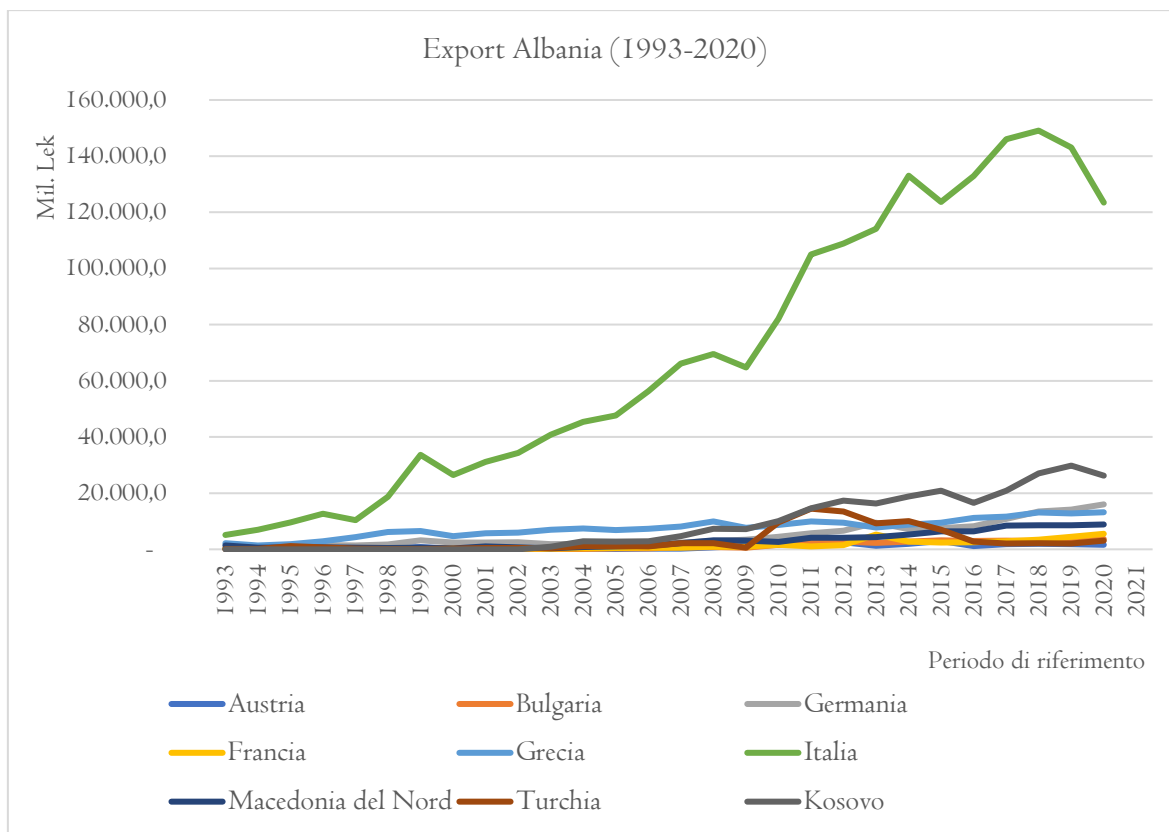
In Italia un investitore o un'impresa paga intorno «al 65% di tasse, in Albania abbiamo una pressione fiscale che va da 0 a 15% massimo per quanto riguarda la fiscalità<sup>335</sup>», sommando anche le tasse e le imposte arriviamo intorno al 20%, quindi, abbiamo un taglio di 45%, che per un'impresa sono un bel margine di guadagno e risparmio. Si può notare che la maggior parte di queste aziende sono di piccola o media grandezza; ciò è dovuto al fatto che l'Albania non offre un terreno fertile per le grandi aziende, dovuto a una organizzazione non adeguata a livello infrastrutturale, per esempio mancano i collegamenti dei treni in tutto il territorio, fondamentale per il trasporto di merci pesanti visto che le caratteristiche geologiche non sono favorevoli, troviamo per la maggior parte del Paese un terreno montuoso e difficile per il trasporto delle merci in via stradale ma anche un numero elevato di personale qualificato per le grandi aziende.

Si può notare facilmente l'incidenza italiana nell'economia albanese, a partire dagli inizi degli anni '90 ad oggi, toccando picchi molto alti se paragonato con gli altri paesi, si può dire facilmente che la vita economica del paese dipende fortemente e in larga scala in termini di prodotti dagli scambi con Italia, sia export che import, dovuto principalmente alla vicinanza geografica e a una cultura di consumo molto simile diventa uno sbocco naturale.

Come vediamo nella figura 2.3, le esportazioni dell'Albania verso l'Italia sono cresciute sempre con il passare degli anni, escludendo il periodo della pandemia dove abbiamo avuto un lieve calo, dovuto in gran parte al crescente numero delle imprese italo-albanesi soprattutto negli ultimi anni. Le esportazioni verso l'Italia visitando INSTAT riguardano in particolare modo minerali, combustibile, tessili e calzature, alimenti, bevande, tabacco, prodotti di legna e carta, macchinari e attrezzi, materiali edili e metalli, pelle ed articoli in pelle, prodotti chimici e in plastica, piante mediche e prodotti per la pesca.

---

<sup>335</sup> Il Pacchetto Fiscale 2019 ha apportato significative novità per il mondo imprenditoriale. «Ad esempio, l'imposta sul profitto è passata dal 15% al 5% per le imprese con fatturato annuo fino a 14 milioni di Lek (circa 113 mila euro); L'imposta sui dividendi è diminuita dal 15% all'8%, l'IVA è passata al 6% per i servizi di alloggio e ristorazione all'interno delle strutture turistiche e delle imprese agrituristiche» in *Info Mercati Esteri, Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale*, a cura di Ambasciata d'Italia – ALBANIA Direzione Generale per la Promozione del Sistema Paese, pubblicato il 24/05/2021, p. 4. Disponibile online presso l'URL <https://bit.ly/32sv9GJ> (ultimo accesso luglio 2021).



*Grafico 2.3 - elaborazione propria dei dati. Fonte INSTAT: esportazioni dell'Albania con altri Paesi*

Anche sul piano delle importazioni, grafico 2.4 l'Italia è il leader, con un primato calzante e indiscusso, si presenta come una vena vitale per l'economia del Paese. In tutto il territorio troviamo una pervasività dei diversissimi prodotti Italiani in settori diversi, dove i più quotati sono quelli legati ai prodotti alimentari e tecnologico. Questo fenomeno è alimentato anche da un fenomeno indiretto, cresciuto nel tempo come si nota molto bene nel grafico, dovuto in parte anche al grande numero degli albanesi che vivono e lavorano in Italia. Lavorando per un periodo medio-lungo, gli operai, mantenendo un profilo di vita molto basso e modesto, visto che non si erano abituati uno stile di vita di lusso dovuto alle condizioni alla vita il regime comunista, riuscivano a risparmiare cifre considerevoli di denaro lavorando onestamente.

In questa fase attraverso le rimesse mandavano in Albania somme considerevoli per aiutare le loro famiglie, vista la grande povertà soprattutto negli anni '90 ma che è presente anche nel giorno d'oggi. Insieme al denaro, spesso mandavano anche prodotti di vario genere per uso quotidiano, abituando così gli albanesi con diversi prodotti tipici italiani.

Questa manifestazione ha avuto da una parte un beneficio per tutta l'economia in generale, ma dall'altra parte ha spinto sempre di più il mercato albanese a richiedere i

prodotti italiani in larga scala, creando le condizioni di una domanda che cresce in continuazione con il passare degli anni.

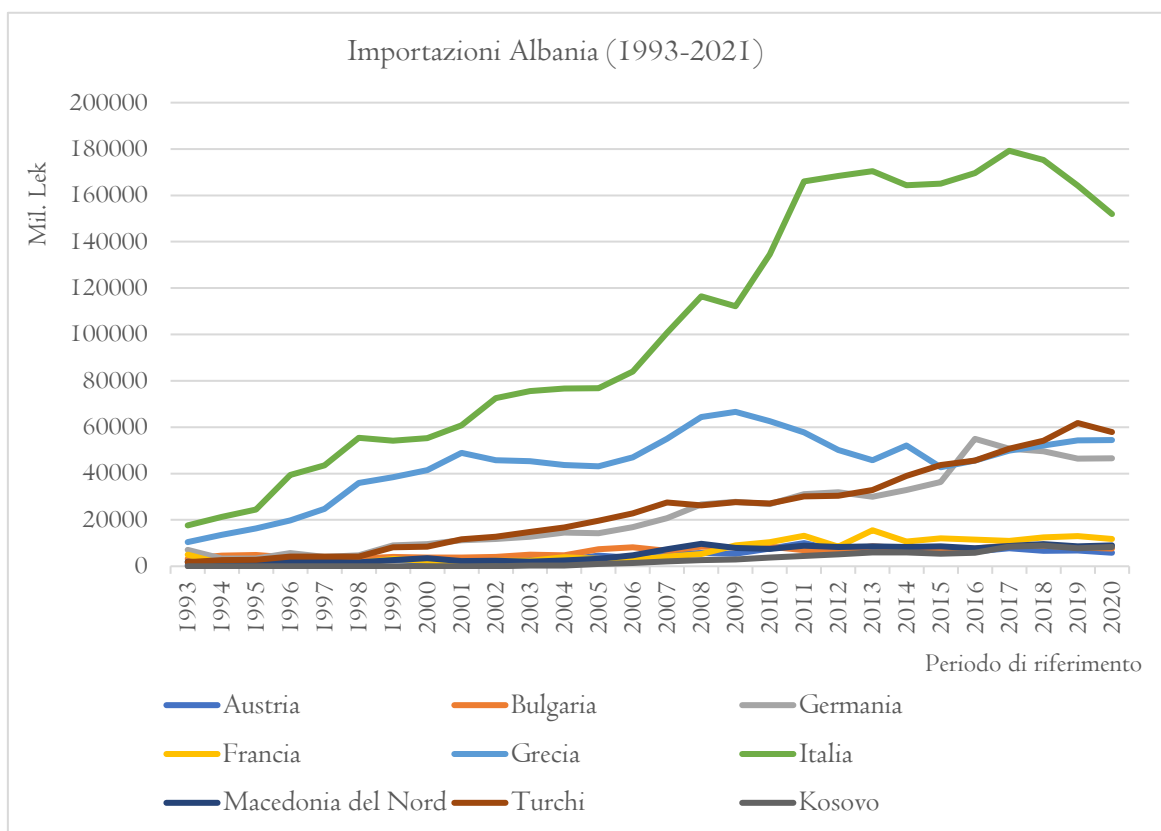


Grafico 2.4 - elaborazione propria dei dati. Fonte INSTAT: importazioni dell'Albania con altri Paesi

Vediamo che esiste una differenza netta tra i prodotti italiani importati e quelli degli altri Paesi, sono più del doppio, paragonato con la Grecia che occupa il secondo posto, e la Germania al terzo posto. Come vediamo dalla curva fino agli anni 2000 questa differenza era minima, ma poi la scelta dei prodotti aumenta molto rapidamente se paragonato a quella degli altri Paesi Europei.

Un altro indicatore importante di questa lettura è legato a un grande numero di immigrati albanesi che dopo anni di lavoro e di permanenza in Italia, sono riusciti a risparmiare somme di denaro considerevoli e guadagnare esperienza in termini di lavoro nelle aziende che hanno lavorato per anni. Dopo anni di lavoro all'estero hanno deciso di tornare in Albania per investire nel proprio campo di appartenenza lavorativo, portando con sé esperienza e capitale italiano.

Questi elementi hanno dato una spinta anche agli piccoli imprenditori albanesi copiando le scelte dei primi, visto che qualità e che i nuovi prodotti proposti erano molto richiesti. In giro per Tirana nei migliori locali si notano facilmente grandi marchi italiani di natura diversa, tutto questo in nome della qualità *made in Italy*. Inoltre,

a cultura gastronomica italiana è presente in Albania più che nel resto della regione balcanica grazie ai forti e tradizionali legami culturali con il nostro Paese e della massiccia migrazione popolo albanese in Italia [...] I prodotti italiani di varie marche e vari segmenti di prezzo/qualità sono presenti ampiamente in tutte le catene della grande e piccola distribuzione così come nella ristorazione, in cui i piatti italiani sono molto diffusi. Di recente si sta assistendo nella Capitale anche alla diffusione di negozi che offrono prodotti di nicchia italiani, con eccellenze enogastronomiche quali vino, cioccolato, sughi, rivolti ad una categoria molto ristretta di consumatori sia locali che appartenenti alla comunità internazionale che risiede a Tirana. Particolare attenzione in questo mercato merita il caffè. In Albania l'espresso "all'italiana" ha sostituito in buona parte il caffè turco con la conseguente introduzione di diverse marche di torrefazione<sup>336</sup>.

Tale pervasività di prodotti ha portato ad una replica del modello italiano culturale gastronomico, mescolandosi con i prodotti tradizionali albanesi e cambiando lo stile di vita, portandolo ad uno molto simile a quello italiano, altri cambiamenti si sono rispecchiati sia nel campo della tecnologia sia nel campo delle competenze intellettuali.

Tuttavia, tale cambiamento è dovuto al passaggio da un modello di economia chiuso ad uno aperto. Nella prima fase della democrazia economica l'interesse degli imprenditori nel creare nuove imprese era molto circoscritto a causa delle conoscenze limitate in materia. Nel momento in cui non sono più esistiti questi vincoli e si è potuto accedere al mercato internazionale, nasce inoltre il diritto alla proprietà privata. In passato molte erano le iniziative ma non vi era il capitale tecnologico e viceversa. In questa fase gli imprenditori avevano poche conoscenze a livello di mercato e di nuove tecnologie, erano molto limitati nelle loro scelte.

L'impatto della partecipazione italiana ha avuto un duplice effetto, ha dato sia esperienza di lavoro che tecnologia adeguata a produrre beni e servizi di consumo. Tale fenomeno ha avuto un impatto nella nascita di nuove aziende di piccola-media dimensione, aumentando considerevolmente l'occupazione in tutto il Paese producendo una reazione a catena, portando a un salario più alto aumentando di conseguenza i consumi di altri beni,

---

<sup>336</sup> Info Mercati Esteri, Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, a cura di Ambasciata d'Italia – ALBANIA Direzione Generale per la Promozione del Sistema Paese, pubblicato il 24/05/2021, p. 9. Disponibile online presso l'URL <https://bit.ly/3KunlVS> (ultimo accesso maggio 2021).



portando anche alla crescita del Pil nazionale che si presenta come un'arteria primaria per tutta l'economia.

Tutto questo processo ha portato all'apertura della strada per altri investitori stranieri in Albania. Una parte di questi prodotti finale rimangono sul mercato albanese e una parte ritorna in Italia per il mercato italiano.

Gli investimenti diretti esteri (Ide) verso l'Albania sono aumentati costantemente a partire dai primi anni Duemila, registrando un notevole incremento nel corso degli ultimi dieci anni. In particolare, i flussi di Ide verso il Paese sono quadruplicati tra il 2005 e il 2010, anno in cui si sono attestati a 1 miliardo di dollari, valore mantenutosi pressoché costante fino al 2016 [...] Con 3,5 miliardi di euro in termini di consistenze nel 2016, l'Italia figura al primo posto nella graduatoria dei Paesi investitori. Nello stesso anno i flussi di Ide italiani in Albania ammontano a 67 milioni di euro. Le 275 imprese a partecipazione italiana presenti fanno, inoltre, dell'Italia il primo Paese in termini di numero di aziende straniere attive in Albania<sup>337</sup>.

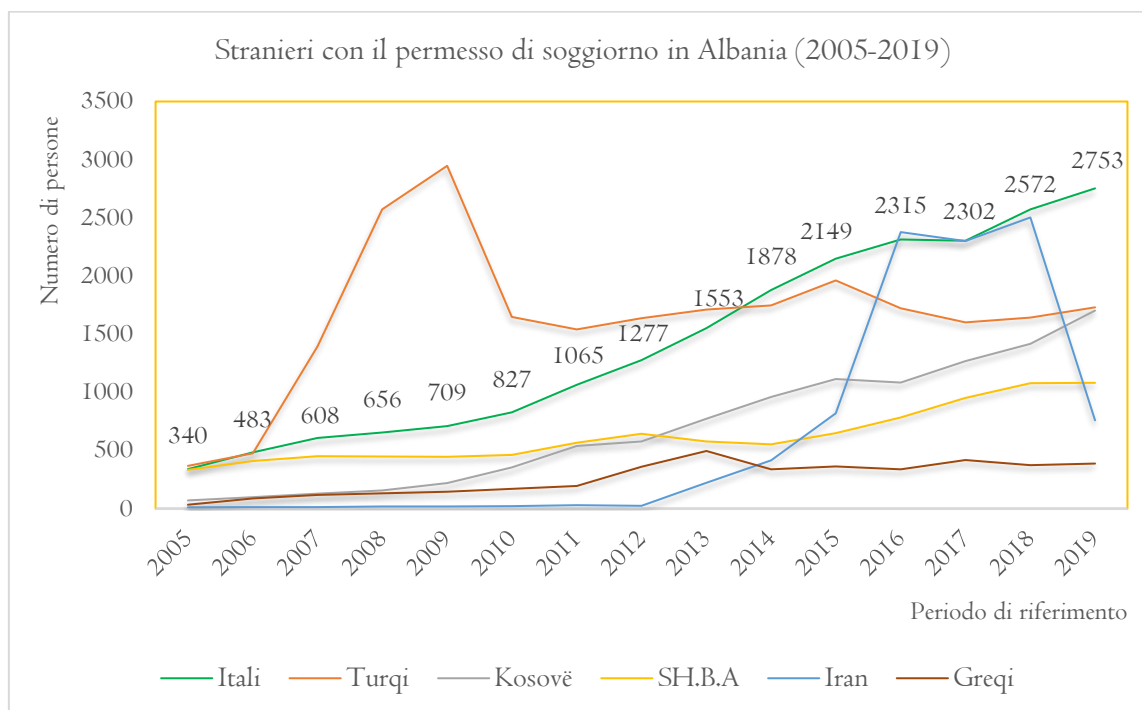


Grafico 2.5 - elaborazione propria dei dati. Fonte Ministero della Difesa, Dipartimento per l'emigrazione

<sup>337</sup> *Obiettivo Albania. Una guida per le imprese italiane*, Italian Trade Agency (ITA), Agenzia per la promozione all'estero e internalizzazione delle imprese italiane (ICE). Alcuni nomi importanti delle imprese Italiane in Albania troviamo: Energia e green tech (Elettrotek, Essegei, Adre Hydropower, Moncada Energy Group, Camuna Idroelettrica); Infrastrutture e costruzioni (Fidalco, Euroteorema Group, Caraglio, Acmar, Maccaferri, INSO, Valtellina); Trasformazione alimentare (Delicious Rizzoli, Zarotti); Medico e farmaceutico (IDI Farmaceutici, Dompé Farmaceutici, Pharma EEC); Calzature (Tod's, Bicap, Cofra). Disponibile online presso l'URL <https://bit.ly/3rwzC3t> (ultimo accesso maggio 2021).

Guardando il grafico 2.5 che concerne gli stranieri con permesso di soggiorno che vivono in Albania, possiamo notare che dal 2014 al 2018 la presenza italiana è leggermente sotto quella dell'Iran e questo fino al 2018 momento in cui sale al primo posto per restare tale negli ultimi due anni.

Questo numero è cresciuto grazie agli imprenditori italiani che hanno scelto di creare le loro aziende in Albania – anche se tanti preferiscono viaggiare tra i due Paesi piuttosto che rimanere in Albania – ma questo numero sempre crescente grazie anche a quel gruppo di pensionati italiani con un reddito molto basso che hanno deciso di trascorre la loro vecchiaia nel Paese delle Aquile. Come si vede nel grafico abbiamo anche una forte presenza di Turchi dovuto alle tante attività che gestiscono nel Paese, a partire dalle scuole, università e commercio, ma dal 2015 il loro numero ha avuto un calo ma rimane sempre importante.

Un altro ramo importantissimo dell'economia albanese è il turismo. Nella prima fase della nascita della democrazia gli albanesi non avevo sviluppato un concetto di turismo come è presente oggi per diverse ragioni, dovuto in larga misura al basso reddito posseduto dalla maggior parte della popolazione. Con l'incremento dell'economia del Paese per un numero ristretto della popolazione e aumentato anche il reddito portando a una crescita degli individui per viaggiare di più, per degustare prodotti nuovi, per aumentare la qualità della vita in tutti i sensi e forme diverse, portandolo a un livello più altro di vita.

Tale aumento di capitale crea nuovi bisogni per gli albanesi, che ha portato che intraprendessero a viaggiare verso i Paesi dell'Unione Europea, ma soprattutto in Grecia e Italia dove spesso viaggiavano con la scusa di visitare i parenti immigrati presenti in questi Paesi, scoprendo stili di vita diversi che volevano provare nuove esperienze. I contatti crescono in modo esponenziale a partire dal 16 dicembre 2010 con la libera circolazione senza visto che porta grande parte degli albanesi a scoprire come vivono gli italiani e dall'altra parte gli italiani diventano curiosi dell'Albania, aumentando sempre di più le interazioni tra gli individui portano all'aumento turismo di massa degli Italiani ma anche degli altri Paesi UE, dovuto anche alle condizioni che abbiamo parlato sopra.

I dati dell'INSTAT<sup>338</sup> dimostrano che ai primi posti rimangono i Paesi di confine, Kosovo e Macedonia del Nord, riguarda i Paesi Europei Italia è secondo dopo la Grecia. Dal 2016 il numero dei visitatori è cresciuto in continuazione dovuto anche alle politiche del governo Rama, facendo una serie di riforme interne come restauro dei monumenti culturali,

---

<sup>338</sup> Per fare un'analisi più approfondito, purtroppo dai dati presi sul sito dell'INSTAT non si potevano suddividere gli ingressi nel Paese in base al motivo (turismo, lavoro, visite mediche, studio...).

costruzione di nuove strade, includendo investimenti esteri per la costruzione di nuovi porti e aeroporti per incrementare fortemente il settore del turismo, è una forte campagna di pubblicità per attirare turisti da tutto il mondo.

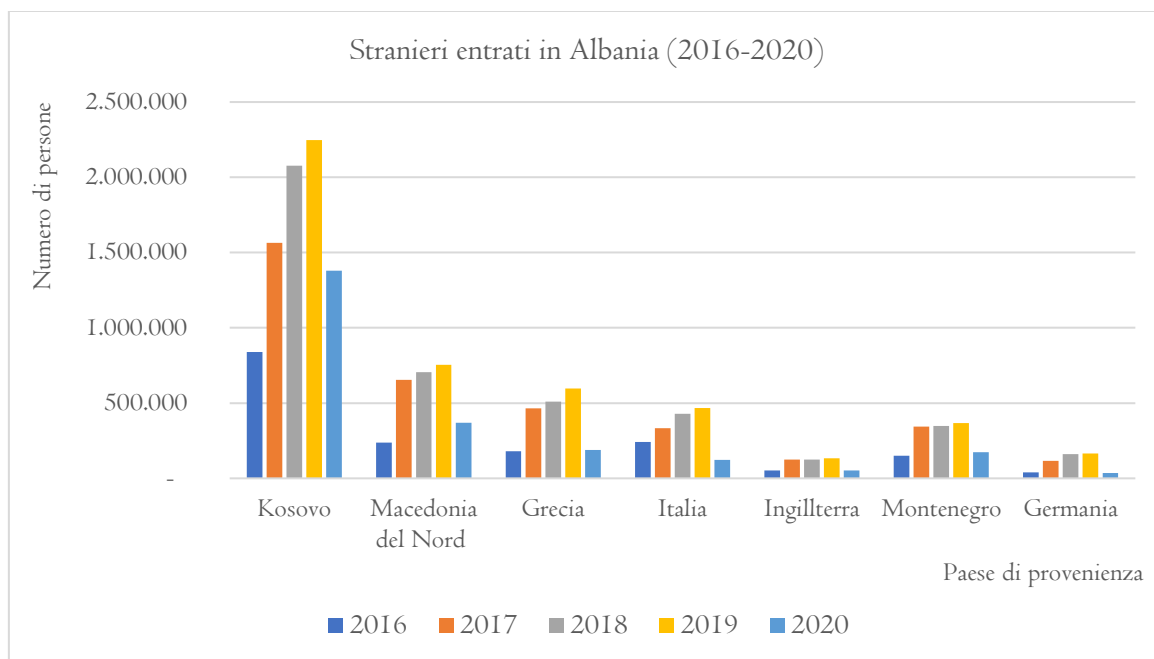


Grafico 2.6 - elaborazione propria dei dati. Fonte INSTAT: stranieri entrati in Albania

Moltissimi italiani visitano l'Albania nel periodo estivo visto che il mare bellissimo come il Salento o Grecia ma con una differenza sostanziale, il costo della vita- alloggi sono molto più bassi.

Inoltre, è stato scritto un libro dall'Ambasciata Italiana a Tirana con il titolo: Due Popoli, un Mare, un'Amicizia, con lo scopo di "crescere i rapporti economici tra i Paesi"<sup>339</sup>,

<sup>339</sup> Un progetto molto grande in termini economici realizzato dai due Paesi negli ultimi anni è il *Trans Adriatic Pipeline (TAP)* - Gasdotto Albania-Italia. Il progetto riguarda la realizzazione di un gasdotto che trasporterà il gas dall'Azerbaijan, passando all'Europa Occidentale e Sud-orientale per arrivare in Italia che include anche l'Albania: <https://bit.ly/3rN6h5c> (ultimo accesso maggio). Questo è un investimento strategico è molto grande per l'Albania, che per molti anni ha fatto crescere il Prodotto Interno Lordo (GDP in Albania) in percentuali elevati, questo indicatore dimostra l'effetto di questo progetto sul PIL albanese e lo sviluppo economico del Paese. Per gli ultimi 4-5 anni il TAP è stato l'investimento più grande straniero per il Paese, dando lavoro a tantissimi operai e ingegneri, ma è diventato anche un ponte di collegamento per le risorse energetiche dai Paesi dell'Est verso l'Italia. Inoltre, il progetto è stato un beneficio non soltanto per lo Stivale ma anche per tutta l'Europa, il gas una volta arrivato al sud dell'Italia poteva essere distribuito in tutta L'UE, il beneficio è per tutti i Paesi Europei. Questa mossa fa sì che l'offerta del gas in Ue di diversifica e di conseguenza di abbassa notevolmente, la Russia non ha più il monopolio e mercato dettando il prezzo secondo i suoi interessi. L'Albania essendo un paese molto piccolo approfitta di questo mega-progetto, sia a livello economico a anche a livello della distribuzione del gas doto in tutto il Paese che ancora non esiste, diventando potenzialmente un'opportunità molto grande per fare passi in avanti in termini economici e avvicinandosi quanto meno un po' agli altri Paesi dell'UE. Il processo ha portato i suoi primi effetti a Valona dove un termo-centrale che funzionava con il petrolio si sta convertendo a gas per un impatto minore sull'ambiente evitando un

di attirare investitori, turisti, scambio culturale, per combattere il terrorismo e il traffico della droga, era un concetto strategico che siamo legati tra di noi e che siamo molto amici. Come emerge dal grafico 2.7, il numero degli italiani che entrano nel territorio albanese è aumentato in modo considerevolmente a partire dal 2002 a oggi moltiplicandosi di 10 volte.

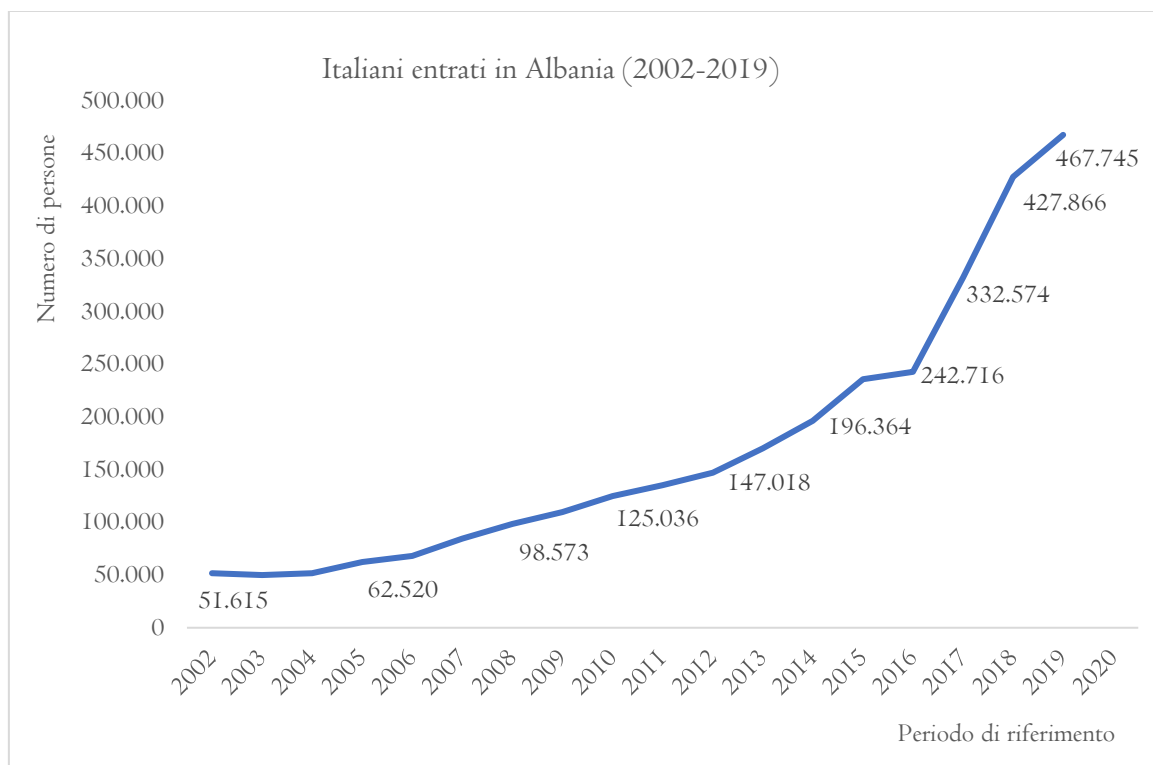


Grafico 2.7 - elaborazione propria dei dati. Fonte INSTAT: Italiani entrati in Albania

Nel periodo 2002-2012 l'aumento è stato graduale, a partire dal 2014 l'aumento è stato quasi 50 mila unità ogni anno. Quasi «mezzo milione di Italiani sono entrati nel 2019»<sup>340</sup>, un numero molto elevato se paragonato con i dati del 2002, e alla popolazione albanese che si gira attorno a 3 milioni, in altri termini il numero degli Italiani entrati negli ultimi anni è quasi un 1/6 del totale della popolazione. I luoghi più visitati e preferiti secondi i dati dell'INSTAT rimangono il mare nel periodo estivo soprattutto nella parte del sud

---

inquinamento maggiore da una parte, è un utilizzo di minore energia per produrre la stessa quantità di energia abbassando i costi non solo per l'azienda ma anche per tutta l'economia albanese, visto che spende in termini di energia importandolo un cifra molto elevata del suo Pil perché quello prodotto all'interno non è sufficiente.  
<sup>340</sup> Questo numero è diminuito durante il periodo della pandemia, i «dati preliminari relativi ai primi 6 mesi del 2020 mostrano una contrazione del settore turistico dovuta alla pandemia di Covid-19, che ha determinato una diminuzione di circa il 52,2% dei ricavi per viaggi/turismo rispetto allo stesso periodo del 2019. Il numero di turisti stranieri in visita nel Paese nel periodo gennaio-settembre 2020 sono stati 2,1 milioni, con una diminuzione del 61,1% rispetto allo stesso periodo del 2019, *Info Mercati Esteri, Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale*, a cura di Ambasciata d'Italia – ALBANIA Direzione Generale per la Promozione del Sistema Paese, pubblicato il 25/05/2021, p. 48. Disponibile online presso l'URL <https://bit.ly/3tSeVCa> (ultimo accesso luglio 2021).

dell'Albania, seguendo da quello delle mostre ed esposizioni in diverse città, parchi archeologici e vari monumenti antichi sparsi per tutto il Paese.

Come è possibile evincere dai dati riportati, in Albania si è formato un vero e proprio modello di italianizzazione che ha coinvolto diverse sfere della vita economica e sociale, e che è cresciuto sempre di più, evolvendosi da piano umanitario nei primi anni '90, a un più stabile piano economico. Tutto questo non ha solo portato sviluppo e benessere in Albania, ma ha spianato la strada anche agli imprenditori italiani nello sfruttare sempre di più la mano d'opera a basso costo portando benefici seppur piccoli all'economia italiana.

## 2.8 Le coproduzioni cinematografiche italo-albanesi

Le collaborazioni tra i due paesi, oltre a quello che abbiamo appena visto nei paragrafi precedenti, si estende diffusamente anche in ambito cinematografico. Dai dati che sono riuscito a prendere dal Qëndra Kombëtare e Kinematografisë QKK (Istituto Nazionale della Cinematografia), le coproduzioni sono numerose come vediamo nelle tabelle 2.1. 2.2, 2.3, 2.4 divise per categoria di appartenenza, Film Carrier, Prima Opera, *Minority Coproduction* e quelli non finanziati dal QKK. Questi ultimi non hanno l'obbligo di depositare presso QKK la documentazione riguarda il film o altre informazioni legato alle loro produzioni, per questo motivo il numero delle coproduzioni tra i Paesi è molto più grande, i film della tabella 2.1. rappresentano solo una parte.

Film non finanziati dall'Istituto Nazionale della Cinematografia (QKK)	Regia	Produttore	Paese d'origine
Virgjëresha e betuar	Laura Bispuri	Era Film	Italia
La nave Dolce	Daniele Vicari	Ska-Ndal	Italia
Contromano	Andamion Murataj	Lissus Media	Albania
Letra ere	Edmond Budina	Era Film	Albania
Weekend	Riccardo Grandi	AB Film	Italia
Anija	Roland Sejko	Propaganda	Albania
Shpëria vendi përballë	Roland Sejko	Propaganda	Italia

Anna OXA	Fabrizio Bellomo	On film Production	Italia
“S.P.M”	Adrian Paci, Roland Sejko	Kube Studio	Albania
L’America	Gianni Amelio	Bunker film+	Italia

*Tabella 2.1, Dati Albanian National Center of Cinematography*

### L’istituto cinematografico

nasce nel 1997 con la funzione di incoraggiare, finanziare e promuovere la produzione cinematografica in Albania, attraverso i fondi pubblici, per dare voce alle idee di produzione dei giovani talenti che portano con le loro produzioni nuovi valori artistici. Il centro finanzia i cineasti albanesi soprattutto per produzioni internazionali, con la funzione di aumentare fuori dai confini nazionali le udienze. QKK appoggia finanziamenti per festival di film, organizza eventi fuori dal Paese per promozione delle produzioni albanesi, e organizza anche seminari e conferenze allo stesso scopo<sup>341</sup>.

I film rappresentati nelle tabelle di seguito, sono divisi in base alle loro caratteristiche di appartenenza che li costruiscono. Un lungometraggio è un film che supera i 52 minuti di lunghezza, un cortometraggio invece, non arriva a 52 minuti. Tuttavia, i aspiranti registi alle prime armi, prima di fare un lungometraggio fanno qualche cortometraggio intorno ai 10, 15 o 20 minuti, che vengono chiamati in gergo piccoli lavoretti. Nel momento in cui un aspirante regista fa il suo primo lungometraggio vengono considerati registi, è questo lavoro viene considerato Opera Prima; invece, il secondo film viene chiamato Opera Seconda. Il film Carriere è di un regista già affermato, che in genere ha fatto almeno due film, già conosciuto al pubblico.

Film a lungo metraggio (Film Carriere)	Regia	Produttore	Anno di realizzazione
Lindje-Perëndim-Lindje	Gjergj Xhuvani	AGV	2009
Muajt e mjaltit	Goran Paskalieviç	Ska-ndal	2009
Ballkan Pazar	Edmond Budina	Erafilm	2011
Engjëjt janë larg	Gjergj Xhuvani	On Film Production	2015
Të thyer	Edmond Budina	A.B. Film	2015

<sup>341</sup> Disponibile online presso l’URL <https://bit.ly/3Kth7pl> (ultimo accesso giugno 2021).

Liqeni im	Gjergj Xhuvani	On Film Production	2019
Portreti i pambaruar i Klara Belinit	Namik Ajazi	Medivision	2019

Tabella 2.2, Dati Albanian National Center of Cinematography

Film a lungo metraggio (Film Prima Opera)	Regia	Produttore	Anno di realizzazione
Agon	Robert Budina	Era Film	2012
Amanet	Namik Ajazi	Mediavision	2014
Bota	Iris Elezi & Th. Logoreci	Era Film	2014
Derë e hapur	Florenc Papas	Bunker Film +	2018
Dy Luanë drejt Venecias	Jonid Jorgji	EJF Production	2020

Tabella 2.3, Dati Albanian National Center of Cinematography

Le coproduzioni *minority e majority* si creano quando ci sono dei produttori che hanno due società in diversi Paesi, per esempio una in Albania e l'altra in Italia, che vogliono fare un film insieme. Questo tipo di associazione tra paesi diversi si chiama coproduzione. In questo caso c'è chi ha una quota maggiore e chi ha la "quota minore all'interno di queste due società"<sup>342</sup>. In generale l'Albania fa parte di quest'ultima categoria per una questione di fondo limitati concessi da parte del Governo per la produzione cinematografica.

Film a lungo metraggio (Minority Coproduction)	Regia	Produttore	Anno di realizzazione
Money Game	Antonio Mirabitto	Filter Film	2018
Sirin	Senad Sahmanovic	On Film Production	Prossima uscita da definire

Tabella 2.4, Dati Albanian National Center of Cinematography

<sup>342</sup> Per esempio, in una coproduzione italo-albanese dove la società albanese possiede il 20% della coproduzione è *minority*, invece, la società italiana con il 80% dei diritti e della produzione del film lui sarà *majority*. Quando il film sarà venduto per il mondo la società albanese ha diritto di prendere il 20% della quota che viene venduto. Tuttavia, ci sono contratti o accordi scritti prima della produzione del film, dove praticamente la società albanese si riserva tutti i diritti dell'area Balcanica, in special modo, in quei Paesi dove si parla albanese, per esempio Kosovo e Macedonia del Nord, si riserva il 100% dei diritti di distribuzione e della vendita e viceversa fa la società italiana a San carta, Svizzera e Vaticano.

Per approfondire gli argomenti e avere una testimonianza diretta riguardo le coproduzioni ho avuto il grandissimo piacere di intervistare a Tirana il famosissimo attore e il regista albanese Edmond Budina, conosciuto non soltanto al pubblico albanese, ma anche a quello italiano, visto la sua partecipazione come attore con più di cento comparse nella telenovela *Cento Vetrine*. Ha avuto tante altre esperienze con figure di spicco del cinema italiano come Carlo Vanzina nel film *Eccezzziunale veramente - capitolo secondo* con Diego Abbatantuono e Sabrina Ferilli, altre collaborazioni sono quelle con Marco Turco su Rai 1, Erik Bernasconi, Marzio Onorato, Flavio Bucci, Marina Tagliaferri, Riccardo Polizzi Carbonelli.

L'attore racconta delle difficili condizioni della cinematografia albanese che sta attraversando, dove ogni decisione per la concezione di finanziamenti è strettamente legato o viene preso, in base alle questioni politiche e non in base al merito del progetto presentato davanti alla commissione. Il regista ci fa un esempio di poco tempo fa dove aveva presentato uno scenario che parlava di Musine Kokalari, attrice e politica albanese, la quale era stata perseguita durante il regime comunista. In un primo momento lo chiamano per dirle che il suo progetto aveva vinto, per poi richiamarlo dopo 10 minuti dicendogli che si erano sbagliati, senza dargli nessuna spiegazione.

Inoltre, ricorda che, per prendere questi fondi bisogna essere legati politicamente, a destra o a sinistra altrimenti non hai possibilità. «Un altro esempio di questa vergognosa manifestazione è il suo film *Letra ere (Lettere al vento)* che alla prima presentazione in Albania è stato scartato<sup>343</sup>». Nel 1999 durante la Guerra in Kosovo, a Bassano del Grappa con altri ragazzi kosovari, voleva fare un'emissione su Rai 3 per parlare del loro Paese ma non avevano nessuno che parlava della storia degli albanesi e che conosceva bene la lingua. Mi hanno invitato e sono andato come loro rappresentante. Parlando un italiano molto buono ho attirato l'attenzione di una persona che lavorava per la UIL dicendomi avrebbe voluto dare il mio numero ad una giornalista che conosceva per un'intervista. Durante l'intervista lei ha notato i fogli che tenevo in mano e mi ha chiesto: Che cosa sono? Le ho risposto che è uno scenario per un film che un giorno vorrei girare. Lei risponde dicendomi che ha un suo amico produttore a Roma che dovrebbe dargli un'occhiata. Alla fine durante l'incontro con questo produttore ho raccontato la storia di *Lettere al vento* e mi ha detto che il film è molto bello e che era il caso di presentarlo per finanziamenti come Opera Prima. Il produttore

---

<sup>343</sup> Questo film è stato prodotto da Donatella Palermo, distribuito da Lucky Red ed è il primo film albanese trasmesso su Sky Tv. Il film è vincitore di diversi premi, tra cui anche quello di Premio di Qualità del Mibac.



prepara tutte le procedure per partecipare al concorso, è alla fine, tra 97 progetti totali i vincitori erano solo 12, uno di questi è stato il mio film. Più tardi ho girato un cortometraggio con il titolo *Le domeniche delle palme*.

Alla domanda rivolta al regista per raccontare come siano nate le sue collaborazioni risponde:

Nella prima fase della mia carriera i film che ho girato come attore, ovviamente non avevo nessun tipo di collaborazione con l'Italia, dovuto all'isolamento totalitario durante il comunismo, e non ci stava nessun tipo di comunicazione con i Paesi dell'Ovest. Queste produzioni erano basate sull'ideologia del comunismo e divulgavano largamente la propaganda del Partito, e non si poteva rappresentare l'ideologia capitalista ma solo quella interna marxista e leninista, di conseguenza nessuna collaborazione tra i due Paesi. Per quanto i film che ho realizzato come regista senza dubbio sono coproduzioni italoalbanesi, con una parte degli attori e dello staff che sono albanesi, italiani, francesi, ma anche da altri Paesi come la Macedonia del Nord. Nel Film *Ballkan Pazar* ho dovuto prendere due attrici straniere, una francese Catherine Wilkening, e una italiana Veronica Gentili. Di solito nelle mie produzioni le maestranze, i capi reparto e gli aiuti registi li ho avuti sempre italiani perché la loro esperienza è molto più grande di quella albanese, ma soprattutto dovuto anche a un'educazione di lavoro che in Albania manca, che vuole dire che, anche di notte bisogna pensare al lavoro che bisogna svolgere il giorno dopo. Non posso mai dimenticare mai Antonio Farina lo scenografo del film *Letra ere* (Lettere al vento) che alle 02 di notte stava sulla scena a montare le lampade per la nave dove si girava il giorno dopo, con una dedizione straordinario, in Albania tutto questo manca, non dico che gli albanesi non lavorano, ma manca questa cultura di impegnarsi a risolvere i problemi, si limitano a dire che non si può fare e non di trovare una soluzione concreta al problema.

Alla domanda su come sia nata l'idea della collaborazione per i suoi film *Ballkan Pazar* e *Broken* il regista risponde:

*Ballkan Pazar* l'ho scritto senza dubbio per l'Albania, ho vinto cui, dopo la presentazione di *Letra Ere* e non vincendo in Albania, la commissione si sentiva in colpa e si vergognava visto che il film all'inizio si era bocciato però, avendo un successo molto grande all'estero nei vari festival dove ha partecipato in tutto il mondo. La commissione albanese ha valutato che il film poteva essere finanziato da loro, e nel frattempo, ho presentato il progetto nel Ministero Italiano di Cultura dove ha vinto anche lì, un finanziamento molto modesto, ma che ha aiutato nella realizzazione del film. Tra altro, nel tempo che dovevo prendere il finanziamento albanese, uno dei membri della commissione voleva i soldi sottobanco per procedere con le procedure, dicendo che per ogni film esisteva era una cosa normale, che così si era abituato. Alla fine, la questione si è risolta con la chiamata di un politico che ha sbloccato la situazione in stallo. Tuttavia, anche con il film *Të thyer* ho vinto prima in Albania e poi in Italia e in Macedonia, facendo una collaborazione tra più Paesi. Per quanto riguarda le lingue che si parlavano nei miei film solo nel *Ballkan Pazar* abbiamo parlato in sei lingue diverse, in base al personaggio di quella scena, cioè, albanese, francese, italiano, inglese, macedone e greco, un conglomerato di lingue. Questa concezione di multilingue lo rende ancora più interessante perché racconta un modo di vivere

dove anche la diversità, mentalità e lingue diverse, possono vivere in armonia e pace tra di loro.

Oltre alle sue produzioni, ci sono tante altre coproduzioni tra i due Paesi. Questo è dovuto ai fondi limitati per i produttori albanesi o è legato anche ad un fatto di maggiore esperienza dei cineasti italiani?

In realtà sono tutte vere queste cose, sono tutto un insieme, ma al primo posto sono di finanziamenti, realizzare un film solo con i fondi albanesi oggi è molto difficile. Inoltre, non è solo una questione che dai e prendi esperienza, ma è anche un modo per penetrare in un pubblico diverso da quello albanese, quando bisogna lanciare un film a livello internazionale con un produttore straniero è molto più facile che quando sei da solo. Una volta che il film viene finanziato anche dall'Italia, il produttore è obbligato a presentarlo anche al suo pubblico facendo in modo che, la nostra cultura viene conosciuta anche all'estero. Budina poi aggiunge che, l'Albania come nazione non fa parte dell'UE politicamente parlando, ma con i nostri film siamo entrati in Europa, lavorando e collaborando con loro abbiamo partecipato a molti festival, dove presentando la tua cultura, tu sei parte di loro. Queste persone hanno modo "di conoscere quella parte dell'Albania che altrimenti non avrebbero mai visto"<sup>344</sup>. Tutto questo fa bene alla parvenza del nostro Paese, dando un'altra immagine positivo, ed è anche un modo per raccontare la storia di questo posto attraverso le immagini raccontando di come è cresciuto e cambiato.

Accanto ai dati relativi alle coproduzioni forniti dal Ministero della Cultura, l'Archivio Centrale Statale del Film ci ha fornito i dati relativi ai film italiani e a quelli di altri Paesi ex-comunisti trasmessi nei cinema di Tirana nel periodo compreso tra il 1944 e il 1988.

Sia durante l'occupazione fascista che durante il periodo del regime comunista diversi contenuti di cultura italiana, erano presenti e disponibili, direttamente o indirettamente, per il pubblico albanese. È necessario specificare che i dati riportati nel grafico che segue sono relativi in maniera esclusiva alla città di Tirana, centro culturale dell'Albania e sede delle élite politiche del Paese.

In un contesto di chiusura politica ed economica come quello del periodo di riferimento, tali dati mostrano uno spiraglio di apertura, seppur minimo in termini di

---

<sup>344</sup> Budina racconta che quando l'ha presentato *Ballkan Pazar* in Italia tante persone le hanno chiesto tante informazioni e dove si trova la Chiesa che si vedeva nel suo film con lo scopo di visitarla un giorno. La *Kisha e Shën Mërisë* (Chiesa di Santa Maria) si trova a sud del Paese nella città di Gjirokastra (Argirocastro), in questo modo questo aiuta anche il turismo se fai un film di successo. C'è anche un altro beneficio indiretto secondo il regista, se per esempio il Governo albanese per tutti i miei film mi ha dato una cifra per la loro produzione, tutti i soldi spesi dalla truppa nel periodo che si è girato il film è stato il triplo portando un beneficio per i ristoratori, alberghi, dite di trasporti e traslochi, l'investimento in cultura è anche un investimento in economia.

quantità, verso i contenuti culturali italiani. L'Italia rappresentata in queste pellicole, va specificato, ha una matrice "neutra": i film di questo periodo, infatti, sono principalmente film storici in costume o comunque privi di rappresentazioni di natura occidentale che sarebbero andati in contrasto con i principi politici in vigore.

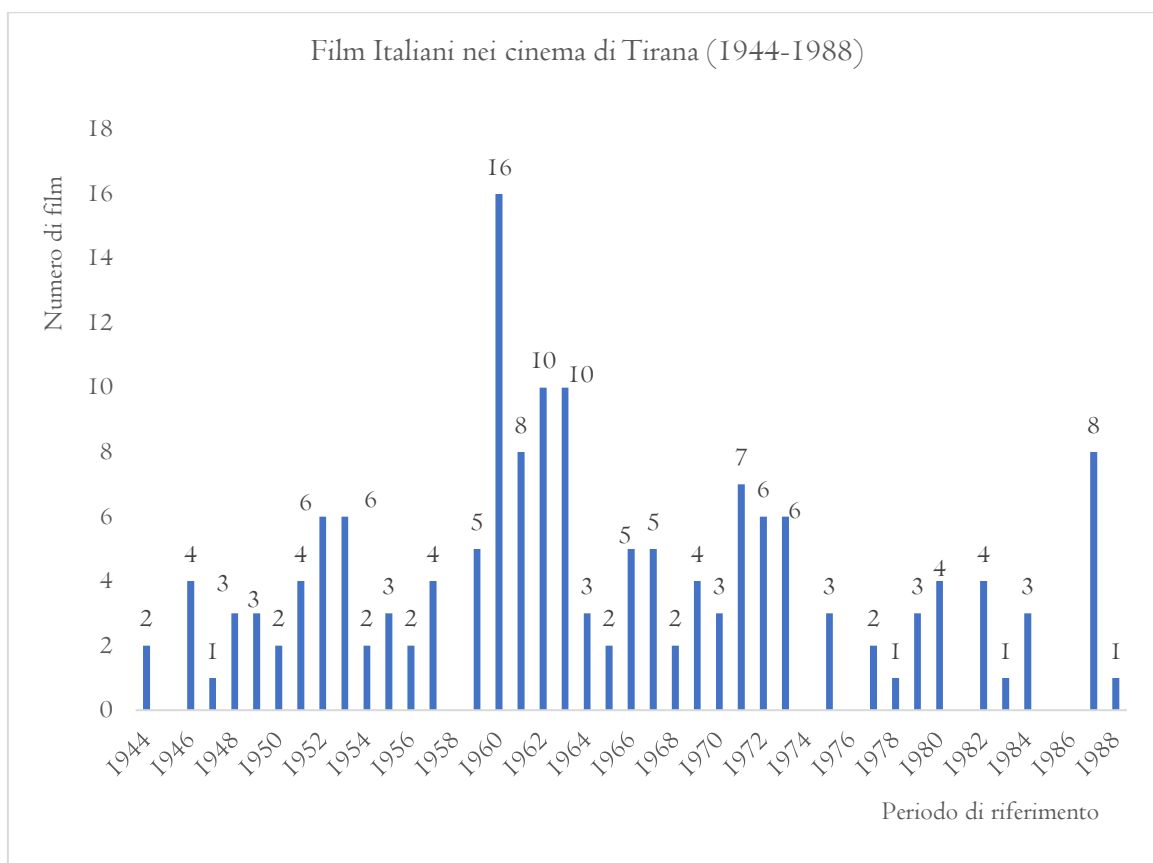


Grafico 2.8 - elaborazione propria dei dati. Fonte: Arkivi Qëndror Shtetëror i Filmit (Archivio Centrale Statale del Film)

Durante questa fase la maggior parte delle persone, infatti, vedeva gli italiani e la loro cultura come un tradimento verso la propria patria, ma negli anni a seguire, si è passati da un'impostazione provinciale del sogno italiano<sup>345</sup> durante il fascismo, che cercavano in tutti i modi di inoculare la cultura fascista in tutti i rami della vita sociale, ad una libera scelta, dove si è cercato di abbracciare il sogno italiano come simbolo di democrazia, progresso e modernità.

Tutti i flussi culturali presentati in questo capitolo «contribuiscono a formare una grande cornice di significati, dove la cultura è in parte mercificata e organizzata secondo le

<sup>345</sup> E. Pagani, *op. cit.*, p.13.

logiche per mercato<sup>346</sup>», secondo funzioni ben precise, ovvero guadagnare, istruire, perseverare e controllare.

In questo capitolo si è voluto dimostrare l'importanza dell'influenza che l'Italia ha avuto in varie fasi storiche dell'Albania a partire dalla pervasività del periodo della colonizzazione durante l'occupazione fascista, a quella degli aiuti umanitari dagli anni '90 e quella dopo dove si sono stabiliti diversi accordi politici ed economici avendo un forte impatto su tutta la società e i tasselli che la costruiscono.

I flussi culturali che passano attraverso i media hanno tante sfumature e forme, sono composte da tanti elementi, dove ognuno può avere un grado di influenza diversa sugli individui e su una determinata società in base alla sua costruzione simbolica e il significato che include al suo interno. Con la globalizzazione è cambiato il concetto tradizionale di cultura e il suo uso, portando alla luce nuove forme di cultura che si muove secondo le logiche del mercato e delle sue leggi. Per questo motivo si è scelto di allargare il raggio d'azione per non lasciare nessun elemento significativo di cultura fuori dagli occhi di questo studio di ricerca, per renderla quanto meno più completa vista l'eterogeneità e multidisciplinarietà del fenomeno studiato.

---

<sup>346</sup> Hannerz, *op. cit.*, pp.7-8.

## Capitolo III

### Italia-Albania, due Paesi, forti similitudini mediali: un percorso di indagine sui media

#### 3.1 La ricerca sociale sui media: il dominio qualitativo

Dopo le osservazioni da una prospettiva storico-comparativa e dopo la ricognizione storica affidata ai dati INSTAT raccolti in Albania e documentati attraverso il capitolo II, par. 2.7, si arriva alla parte di indagine empirica focalizzata sui media come veicoli di trasmissione culturale. Per affrontare l'argomento, si è deciso di adottare due modalità differenti anche in virtù della complessità dell'oggetto di studio: mediante un'inchiesta [capitolo IV, par. 6] e attraverso interviste in profondità a *Opinion Leader* [capitolo V], il tutto con il preciso scopo di ricostruire teoricamente l'impatto socioculturale dei contenuti italiani sulla televisione e sul pubblico albanese.

La ricerca sociale è prevalentemente ricerca empirica o, come la chiama Bailey, ricerca applicata<sup>347</sup>: è vincolata a conoscenze empiriche acquisite sul campo attraverso le tecniche e gli strumenti per la rilevazione delle informazioni e dei dati. La sua finalità è la produzione di una conoscenza controllabile, intersoggettiva e potenzialmente replicabile, in grado di produrre asserzioni e proporre spiegazioni giustificate in modo concreto. «La locuzione “ricerca sociale” designa un particolare tipo di agire strategico, con il quale il ricercatore si apre a un'esperienza con lo scopo di sviluppare qualche risposta a una domanda che riguarda un dato fenomeno sociale<sup>348</sup>». Per produrre una ricerca valida, come sostenuto da Gianni Statera<sup>349</sup>, bisogna eseguire alcune procedure che ci guidano e ci orientano in tutte le fasi, a partire dall'impostazione della ricerca fino alla rilevazione e all'analisi dei dati e dei risultati. Descrivere il modo in cui si vuole indagare l'oggetto di studio significa innanzitutto indicare il “come”, al fine di individuare gli aspetti che vengono ritenuti aderenti al fenomeno stesso. Nella ricerca esplicativa si mette in moto il processo di spiegazione e si dovrà comprendere il perché

---

<sup>347</sup> K.D. Bailey, *Methods of Social Research*, The Free Press, New York, 1994.

<sup>348</sup> M. Cardano, *La ricerca qualitativa*, Il Mulino, Bologna, 2011, p. 13.

<sup>349</sup> G. Statera, *Problemi della sociologia*, Palumbo Editore, Palermo, 1992.

di un determinato fenomeno e il perché della formazione delle leggi e delle teorie che lo costruiscono ogni volta che si verifica.

In letteratura vengono individuati tre approcci a disposizione dei ricercatori per il loro lavoro: si tratta dei «metodi quantitativi, qualitativi, e misti<sup>350</sup>», che vengono anche chiamati approcci al disegno della ricerca. Con il termine quantitativo si intende «un approccio dove è previsto un maggior utilizzo dei numeri e con quello qualitativo un tipo di ricerca basato più sulle parole e sulle descrizioni<sup>351</sup>». «La ricerca con metodi misti, indicata anche come eclettismo metodologico o pluralismo metodologico, implica la combinazione dell'approccio quantitativo e di quello qualitativo in uno studio in cui i due metodi sono utilizzati in tandem<sup>352</sup>. In base alla scelta che viene effettuata per un determinato progetto di ricerca e in base all'argomento/oggetto di studio, la scelta dell'approccio di indagine del fenomeno potrà subire delle variazioni:

Proprio come gli architetti lavorano con diversi tipi di strutture [...], allo stesso modo i ricercatori hanno cinque strutture primarie con le quali lavorare: metodi quantitativi, qualitativi, misti, *arts-based* e ricerca partecipativa su base comunitaria. [...] quello selezionato per un dato progetto di ricerca dipenderà da considerazioni che comprendono l'argomento dello studio e il suo scopo<sup>353</sup>.

Tutti questi elementi sono essenziali nella costruzione della metodologia da parte del ricercatore soprattutto durante la fase di pianificazione del lavoro. Di seguito verranno riportate brevemente alcune caratteristiche dei primi due approcci, scelti come base teorica per il lavoro che seguirà nei prossimi capitoli (quarto e quinto). Sulla base di quanto presente in letteratura e sintetizzando al massimo le caratteristiche dei due differenti approcci si può affermare che:

l'approccio quantitativo tende ad essere deduttivo dove la teoria precede l'osservazione, con il ricercatore che si concentra sull'identificazione delle relazioni e delle differenze tra fenomeni chiaramente definiti, utilizzando misure

---

<sup>350</sup> Per approfondimenti si veda: P. Corbetta, *Metodologia e tecniche della ricerca sociale*, Il Mulino Bologna, 2014; cfr. D. Silverman, *Doing Qualitative Research*, SAGE Publications Ltd, London, 2013; E. Amaturò, G. Punziano, *I Mixed Methods nella ricerca sociale*, Carocci editore, Roma, 2016; J.W. Creswell, *Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*, SAGE Publications, USA, 2014; L.A. Jason, D.S. Glenwick, *Handbook of Methodological Approaches to Community-Based Research. Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods*, Oxford University Press, USA, 2016.

<sup>351</sup> F. Lucidi, F. Alivernini, A. Pedon, *Metodologia della ricerca qualitativa*, Il Mulino, Bologna, 2008, p.16.

<sup>352</sup> Op. cit. in V. R. Anderson, *Introduction to Mixed Methods Approaches*, in *Handbook of Methodological Approaches to Community-Based Research. Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods*, edited by L.A. Jason and D.S. Glenwick, op. cit., p. 233.

<sup>353</sup> P. Leavy, *Research design: Quantitative, qualitative, mixed methods, arts-based, and community-based participatory research approaches*, The Guilford Press, New York, 2017, p. VII.

oggettive e ipotesi rigorosamente definite *ex ante* nella fase iniziale della rilevazione, quindi risulta strutturato e chiuso. Questo approccio considera generalizzabile il comportamento umano e gli obiettivi della ricerca sono descrittivi, esplicativi e predittivi. L'altro approccio, quello qualitativo "o non standard"<sup>354</sup>

può essere considerato induttivo: intende il passaggio dal particolare all'universale, poiché il ricercatore tenta di identificare modelli, temi e caratteristiche olistiche nel comportamento umano. Inoltre, laddove gli obiettivi della ricerca sono esplorativi risulta altamente destrutturato e aperto per captare l'imprevisto<sup>355</sup>.

Inoltre,

La ricerca esplorativa consente [...] di allargare il campo del conosciuto con una modalità volontaria e sistematica particolarmente utile quando non si abbia una conoscenza scientifica del processo o dell'attività che si vuole conoscere, ma si abbia ragione di ritenere che siano presenti elementi che valga la pena conoscere<sup>356</sup>.

La ricerca sociale prevede un processo conoscitivo che, a partire da interrogativi teorici o empirici, cerca di fornire delle risposte appropriate attraverso un uso consapevole di metodi e tecniche di indagine consolidati nel tempo. Le ricerche qualitative hanno trovato largo utilizzo anche in ambito comunicativo, ottenendo discreti successi nella prima fase di applicazione e risultati significativi a partire dagli anni Cinquanta. «I limiti nella prima fase erano dovuti al dibattito sulla metodologia che veniva utilizzata in ogni ricerca, spesso neanche veniva menzionata, creando così tante critiche e incertezze nell'ambito sociologico<sup>357</sup>». Grazie a queste ricerche, ad oggi è stato

---

<sup>354</sup> Per approfondimenti si veda A. Marradi, R. Pavlic, M.C. Pitrone, *Metodologia delle scienze sociali*, Il Mulino, Bologna, 2007, pp. 90-93.

<sup>355</sup> Per ulteriori approfondimenti sulle differenze nella strutturazione delle varie fasi per ogni approccio consultare: P. Corbetta, *op. cit.*, pp. 50-55.

<sup>356</sup> F. Lucidi, F. Alivernini, A. Pedon, *op. cit.* p. 22.

<sup>357</sup> Il primo esempio è la «ricerca di W. I. Tomas e F. Znaniecki (1918-1920) dal titolo *The Polish in Europe and America* che riguarda il processo di emigrazione polacca negli Stati Uniti e le sue conseguenze in termini di integrazione. Gli autori prendono in esame un numero vastissimo di materiale, che viene sottoposto a un'analisi qualitativa secondo modalità e procedure non esplicitate dagli autori. Seppur con i suoi limiti dal punto di vista metodologico, è stata un'analisi paradigmatica sul modo in cui le società tradizionali rispondono alle forze della modernizzazione, ed è stato un tentativo consapevole di sviluppare un metodo qualitativo per le ricerche in ambito sociologico», in K. N. Conzen, *Thomas and Znaniecki and the History of American Immigration*, *Journal of American Ethnic History*, Vol. 16, No. 1, The Poles in America (Fall, 1996), pp. 16-25. Un secondo esempio è «la ricerca di Lasswell (1927) sul tema della propaganda politica durante la Prima Guerra Mondiale, nella quale il ricercatore ammette i limiti di tale approccio. Egli sottolinea che nel lavoro svolto non erano stati definiti i criteri di analisi del materiale, né tantomeno erano stati esplicitati i procedimenti logici di questa fase». *Op. cit.* in G. Losito, *L'analisi del contenuto nella ricerca sociale*, FrancoAngeli, Milano, 2002, pp. 14-17.

acquisito un insieme molto ampio di dati attraverso i quali è possibile definire su basi empiriche concrete realtà sociali e culturali per la cosiddetta società di massa.

Per definire il concetto di “analisi del contenuto” riportiamo le parole dello studioso Franco Rositi, il primo ad averlo introdotto in Italia. Secondo l’autore,

è un insieme di metodi che sono orientati al controllo di determinate ipotesi su fatti di comunicazione (emittente, messaggi, destinatario e le loro relazioni) e che a tale scopo utilizzano procedure di scomposizione analitica e di classificazione, normalmente a destinazione statistica, di testi e di altri insiemi simbolici<sup>358</sup>.

I ricercatori, basandosi sulla modalità di scomposizione del messaggio, definiscono un primo tipo in cui

[...] le unità di classificazione coincidono con gli elementi “significanti” o con gli elementi della struttura linguistica che, in senso tradizionale, potremmo chiamare grammaticali. [...] A questo tipo possiamo ricondurre le procedure quantitative ricorrenti nella *content analysis* tradizionale, caratterizzate dall’uso di parole, simboli-chiave, temi, proposizioni, enunciati, ecc. come unità di classificazione, e in genere le procedure riferibili, da un lato, all’approccio denominato “semantica quantitativa” e, dall’altro, a talune tendenze nell’analisi del discorso delineatesi, a partire dagli anni ’70, specialmente in Francia. [...] Nel secondo tipo, le “unità di classificazione non hanno una riconoscibilità linguistica a livello dei significanti, e possiedono, tuttavia, all’interno dell’unità di contesto, una evidenza relativamente elevata”. Sono analisi di questo tipo [...] un’analisi dei programmi televisivi di *fiction* volta a rilevare le caratteristiche sociodemografiche dei personaggi, o un’analisi delle notizie di cronaca condotta per rilevare tipi e caratteristiche dei comportamenti devianti più frequenti, o, ancora, un’analisi degli ambienti fisici associati ai diversi tipi di prodotto nella comunicazione pubblicitaria, e così via<sup>359</sup>.

In epoca recente, nell’ambito mediale è possibile individuare alcune ricerche qualitative che presentano un ordine metodologico ben definito e funzionale; un esempio in questi termini è rappresentato dal *Cultural Indicators Program* di Gerbner che si articola in

tre strategie di ricerca: l’analisi dei processi istituzionali, l’analisi del sistema dei messaggi e l’analisi della coltivazione. In realtà, gli studiosi si occupano prevalentemente delle ultime due strategie, limitandosi a indicare la necessità di studiare la formazione e la sistematizzazione delle scelte politiche ed editoriali alla base della produzione del flusso dei messaggi medial. [...] Dal punto di vista operativo, i ricercatori conducono un’analisi sistematica di un campione di *fiction* televisiva trasmessa nel corso di un intero anno per individuare l’esistenza di precise linee di tendenza che la televisione offre ai suoi telespettatori. In breve, i

---

<sup>358</sup> Op. cit. in G. Losito, *L’analisi del contenuto... op. cit.*, p. 8.

<sup>359</sup> *Ivi*, pp. 9-10.



ricercatori vogliono trovare tracce di stereotipi o visioni del mondo proposte dal mezzo televisivo negli ambiti più diversi<sup>360</sup>.

Dal punto di vista metodologico, per questa ricerca è stato utilizzato un doppio binario per studiare il problema: da una parte sono stati analizzati i messaggi trasmessi dai mezzi televisivi come film e fiction, dall'altra è stato somministrato un sondaggio al pubblico a livello locale e nazionale per vedere l'impatto della televisione come «espressione *mainstream* della cultura<sup>361</sup>».

Un'altra menzione speciale, indubbiamente, va fatta all'opera di Francesco Alberoni. Il suo è un "esperimento metodologico" per lo studio di un problema macroscopico, il cui scopo è capire il ruolo di alcuni fra i più diffusi veicoli di informazione, formazione e svago, per evidenziare le tematiche più importanti presentate, a partire dai programmi televisivi. L'intento è di offrire al fruitore una chiave di lettura dei dati raccolti sulla televisione, elemento centrale del sistema delle comunicazioni, mettendo in luce le relazioni dominanti create dai contenuti dei mezzi di comunicazione. L'autore aveva il grande obiettivo di analizzare un'enorme quantità di dati e di programmi, come mai era stato fatto prima<sup>362</sup>. La ricerca nello specifico ha riguardato

l'analisi e la classificazione, per il biennio 1969-1970, dei messaggi contenuti nella totalità dei programmi serali televisivi ed un campione di film a soggetto e dei periodici a stampa (settimanali a rotocalco). In questa esposizione non ha cercato di illustrare tutta l'informazione raccolta dalla ricerca, ma di mettere in evidenza quelle che sono le dimensioni e le relazioni dominanti<sup>363</sup>.

Anche in precedenza, negli anni 1966-67, la Rai aveva commissionato altre ricerche utilizzando sempre un'analisi del contenuto per individuare le relazioni tra la televisione e il pubblico.

Rimanendo sempre nell'ambito dei contenuti televisivi, è doveroso menzionare le ricerche che Mario Morcellini, professore di Sociologia dei Processi Culturali e Comunicativi, ha svolto sulla «televisione e gli effetti positivi che produce sui bambini

---

<sup>360</sup> S. Bentivegna, *op. cit.*, pp. 131-132.

<sup>361</sup> N. Signorielli, M. Morgan, *Cultivation Analysis. New Directions in Media Effects Research*, Sage, Newbury Park, 1990, p. 22. Cfr. F. Martel, *MAINSTREAM. Come si costruisce un successo planetario e si vince la guerra mondiale dei media*, trad. it. di M. Schianchi, Feltrinelli, Milano, 2010.

<sup>362</sup> Per ulteriori approfondimenti si veda: F. Alberoni, *Risultati di un'indagine sperimentale sui contenuti dei principali mezzi di comunicazione di massa negli anni 1969-70*, Quaderni del Servizio Opinione N. 23, by ERI Edizioni RAI, 1973.

<sup>363</sup> *Ivi*, p. 3.

stimolando la loro curiosità intellettuale<sup>364</sup>», in netto contrasto con quanto aveva sostenuto Popper, che nella sua «tesi, attraverso una provocazione, espone l'idea che la tv sia una cattiva maestra per i bambini<sup>365</sup>». Per confutare la tesi del filosofo, Morcellini fa riferimento a dati statistici relativi al periodo 1988-1995, secondo i quali gli adolescenti tra i 14 e i 19 anni sarebbero consumatori televisivi meno assidui e più consapevoli<sup>366</sup>.

Un'altra importante ricerca svolta in Italia è quella di Mihaela Gavrilă, docente presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale dell'Università Sapienza di Roma, che, nei suoi studi, sottolinea un necessario cambio di tendenza metodologica.

[...] da questo punto in poi, verrà adottata una prospettiva diversa: non sono più le statistiche e i numeri rappresentativi per le letture macrosociologiche a documentare lo stato dell'industria televisiva. Al contrario [...] si tenterà di mettere sotto la lente di ingrandimento dell'esperienza soggettiva le parole chiave della TV di oggi, facendo interagire il punto di vista dei principali attori della scena televisiva: i pubblici, gli analisti e gli operatori. [...]<sup>367</sup>.

L'evoluzione infrastrutturale e tematica della televisione, coadiuvata dalle alternative rese disponibili dal digitale, obbliga a una riflessione su aspetti che contemplanò la generale disponibilità dei fruitori al cambiamento, l'importanza del *medium* televisivo nel definire gli orizzonti culturali, la generale modernizzazione delle abitudini e la declinazione di una serie di concetti ricorrenti che esemplificano le caratteristiche di innovazione della televisione contemporanea. Anche a livello metodologico, dunque, gli strumenti si moltiplicano per adattarsi alle varie esigenze di ricerca, con l'intento non solo di raccogliere dati, ma anche di restituire, nella sua dimensione empirica, un nuovo modo di concepire il tempo:

---

<sup>364</sup> M. Morcellini, *La TV fa bene ai bambini*, Meltemi, Roma, 2009.

<sup>365</sup> «Quello della televisione era per Popper un problema di non semplice soluzione, anche dal punto di vista della compatibilità di ogni pensabile terapia con i principi della democrazia e del liberalismo. Una vasta letteratura, soprattutto americana di cui il lavoro di Condry è anche una efficace sintesi e che generalmente è poco conosciuta in Italia, mostra l'evidenza dei danni sociali di una espansione incontrollata del potere della Televisione, in termini di quantità di tempo assorbito, di influenza sui comportamenti, di competizione con la famiglia e la scuola, di distorsione della discussione pubblica, di crescita abnorme di miti e divismi. E dal momento che la televisione è anche un mezzo di espressione attraverso il quale si manifesta e si esercita un principio di libertà, si trattava di considerare come un intervento limitativo di questo potere fosse possibile in un ambito liberale». K.R. Popper, J. Condry, *Cattiva Maestra Televisione*, a cura di Giancarlo Bosetti, Marsilio, Milano, 1994, p. 4.

<sup>366</sup> Per ulteriori approfondimenti si veda M. Morcellini, *La TV fa bene... op. cit.*, pp. 44-57.

<sup>367</sup> M. Gavrilă, *La tv nell'Italia che cambia. Qualità e innovazione nell'esperienza televisiva*, prefazione di F. D. Domenico, postfazione M. Morcellini, Angelo Guerini e Associati Spa, Milano, 2006, p. 111.

La parte empirica di questo lavoro non può prescindere dall'inquadramento della televisione entro la cornice interpretativa del tempo libero. Affrontare il problema della temporalità e dei modi sociali e individuali di *vivere* e di *percepire* il tempo libero impegna lo studioso di scienze sociali a una riflessione su due dimensioni fondamentali del tempo, nella loro interdipendenza:

1. il tempo come costruzione sociale;
2. il tempo come vita quotidiana

[...] Così il tempo quotidiano si afferma come un importante fattore di studio per la sua sintesi di elementi micro e macro-sintetici<sup>368</sup>.

In riferimento alle ricerche svolte in Albania sul profilo dei mass media tradizionali abbiamo individuato alcuni casi di studio emblematici: il primo è quello di Jonila Godole che cerca di indagare la «trasformazione del sistema politico mediatico e la trasformazione della cultura del giornalismo dopo gli anni '90<sup>369</sup>», analizzandoli in relazione tra loro per sottolineare il loro stretto legame. La metodologia utilizzata dalla ricercatrice si compone di una ricerca quantitativa realizzata tramite un

questionario quasi standardizzato composto da 63 domande somministrate a 295 giornalisti albanesi, interpellati in qualità di operatori dei mass media, e di 14 interviste in profondità rivolte a diversi attori dei media, pensate per capire ancora meglio il concetto di cultura giornalistica come parte integrante della ricerca stessa. Godole ha scelto di intervistare giornalisti che avevano iniziato a esercitare questo mestiere prima della caduta del regime comunista o poco dopo, con il preciso scopo di indagare la differenza tra diverse generazioni in base a specifiche caratteristiche di questa professione. Le interviste svolte, di matrice semi-strutturata, hanno contribuito a realizzare un approfondimento sulla situazione dei media albanesi. I dati quantitativi della ricerca sono stati elaborati con Spss secondo diverse tecniche che tale approccio permette; riguardo l'analisi dei dati qualitativi non è stato svolto nessuno tipo di indagine nello specifico; le interviste sono state utilizzate come parte integrante del testo nel terzo, quarto e quinto capitolo della sua ricerca<sup>370</sup>.

Passando dalla ricerca generale sul sistema mediatico a una dimensione più piccola, citiamo la ricerca di Ramadan Çipuri, che sulla

censura e l'autocensura degli attori che compongono il sistema mediatico albanese [...] utilizza due approcci [...], quantitativo e qualitativo. Riguardo il primo approccio, il ricercatore [...] intervista, attraverso un questionario, da una parte giornalisti, redattori, caporedattori e direttori dei media, analisti, politici e alla fine anche ricercatori nel campo di interesse in diverse parti del Paese, e dall'altra, somministrando un diverso questionario, indaga la percezione dell'individuo come parte integrante del pubblico. I dati dei due questionari sono stati analizzati con Spss. Essendo l'autocensura un fenomeno molto difficile da

---

<sup>368</sup> M. Gavrilu, *La tv nell'Italia che cambia...* op. cit., pp. 112-116.

<sup>369</sup> J. Godole, op. cit., p. 15.

<sup>370</sup> *Ivi*, pp. 129-140.

misurare, lo scopo del secondo approccio utilizzato è stato quello di assicurarsi un numero maggiore di opinioni sull'oggetto indagato, obiettivo perseguito intervistando 28 tra giornalisti di diversi media per riportare testimonianze dirette sulle condizioni del loro ambiente lavorativo, e 22 rappresentanti della classe politica. La scelta di queste testimonianze dirette, afferma l'autore, è servita a svolgere un'analisi qualitativa riguardante la ricerca senza specificare altri elementi in merito. La metodologia scelta, inoltre, è connessa alla mancanza di studi sul fenomeno e rimane l'unico sistema per studiarlo, seppur in modo non esaustivo, considerata la problematicità delle manifestazioni di censura e autocensura<sup>371</sup>.

L'ultima ricerca alla quale faremo riferimento è quella di Elvin Luku, che

individua la presenza di 25 *talk show* nei canali nazionali che vengono trasmessi sia via satellite che in ambito nazionale, e la selezione di altri 5 programmi di diverse emittenti private. L'autore sottolinea che per l'analizzare i *talk show* prescelti ha intervistato 27 conduttori, 1 vicedirettore e 2 redattori della televisione albanese con due questionari differenti: il primo costituito da 15 domande aperte, alcune uguali per tutti e altre specifiche; il secondo costituito da 75 domande chiuse uguali per tutti. L'analisi qualitativa è stata svolta solo su 6 trasmissioni analizzate tramite la stessa metodologia e divise in 7 categorie: il tema del programma, la sua storia, la carriera del conduttore, le caratteristiche del programma secondo il questionario, la descrizione visiva e l'uso dei *social network*. Tuttavia, per quanto riguarda l'analisi quantitativa sono stati esaminati diversi temi come: l'istruzione dei conduttori, la tipologia del programma e lo staff che lo compone, l'organizzazione della trasmissione, i diritti d'autore, la misurazione dell'*audience*, la scelta degli ospiti in studio e sono state fatte domande legate alla preparazione e all'organizzazione del lavoro<sup>372</sup>.

Questi esempi dimostrano che il ricercatore sceglie in modo autonomo quale tecnica utilizzare per arrivare a un alto livello performativo e per raggiungere i risultati più esaustivi possibili.

Il presente progetto di ricerca parte dall'obiettivo di condurre un'analisi, in primo luogo, dei contenuti dei diversi programmi televisivi albanesi incentrati sulla realtà italiana: quando sono entrati a far parte della realtà televisiva? Come si è evoluto questo aspetto nel tempo? Qual è l'intensità di questo cambiamento? Dopo aver risposto a queste domande, nella parte finale l'attenzione sarà rivolta ai format stranieri presenti nella televisione albanese, con lo scopo di individuare quelli di matrice italiana e analizzarne sia la parte strutturale che quella estetica.

---

<sup>371</sup> R. Çipuri, *op. cit.*, pp. 16-22.

<sup>372</sup> E. Luku, *Talk Show para dhe pas ekranit, Botime Pegi*, Tiranë, 2017, pp. 158-160.

### 3.2 Disegno e obiettivo cognitivo della ricerca

Il disegno di questa indagine segue la logica della ricerca qualitativa, cosiddetta non standard<sup>373</sup>: partendo da un'analisi di sfondo su dati secondari, sono stati rilevati gli elementi che fungono da conduttori culturali nel rapporto Italia-Albania, questo al fine di individuare una eventuale relazione tra prodotti televisivi e influenza culturale. Dopo questo primo passo, si è proseguito con un'analisi del contenuto, utilizzata per studiare in maniera approfondita i format televisivi. In ultimo, le interviste a testimoni privilegiati hanno consentito di riempire i gap informativi e studiare più a fondo i temi rilevanti individuati nell'analisi precedente. L'intento è di comprendere in che modo la cultura italiana abbia influenzato nel corso degli anni, direttamente o indirettamente, la cultura albanese, attraverso l'analisi dei mezzi tradizionali di comunicazione durante il periodo 1940-2020, con particolare riferimento alla radio e, soprattutto, alla televisione albanese. Questo processo prevede, *in primis*, la mappatura dei più importanti media tradizionali che fungono da conduttori culturali, strumento utile all'individuazione dei contenuti medialità di chiara matrice italiana presenti nei principali canali della televisione albanese. Ricordiamo, come riporta Losito, che è il

caso della ricerca sui contenuti dell'offerta mediale, che ha contribuito a evidenziare il ruolo dei media nella costruzione della cultura di massa, con ciò consentendo di esplorarla nei suoi aspetti più rilevanti, individuandone i principali nodi tematici e ricostruendone su base empirica la mappa<sup>374</sup>

Per un pubblico con specifiche peculiarità, come quello albanese, crediamo sia necessario studiare a fondo gli elementi culturali che passano attraverso i *mass media* tradizionali: seguendo il loro sviluppo, a partire dal momento stesso della loro nascita, è possibile tracciare il cambiamento dell'offerta televisiva e con essa l'influenza generata sul pubblico. Nella storia dei rapporti tra Italia e Albania, infatti, i mezzi di comunicazione tradizionali si sono rivelati centrali; da qui nasce l'idea di scoprire la loro importanza in ambito nazionale osservando, in parallelo, l'impatto dei media tradizionali italiani e le mutazioni che si sono venute a creare nel contesto del loro processo di

---

<sup>373</sup> Dato l'oggetto dell'indagine e la difficoltà di accesso alle fonti, si è deciso di impostare lo studio seguendo una logica di indagine qualitativa, al fine di approfondire i temi individuati e di cercare altri spunti per proseguire l'analisi dei dati come indicato nei manuali di ricerca sociale. A tal proposito si veda: P. Corbetta, *op. cit.*; A. Marradi, R. Pavlic, M.C. Pitrone, *op. cit.*

<sup>374</sup> G. Losito, *La ricerca sociale sui media. Oggetti d'indagine, metodo, tecniche*, Carocci, Roma, 2009, p. 115.

influenza. Questa ricerca, attraverso l'analisi dei temi citati, può contribuire a tracciare le cause dei mutamenti sociali che riguardano e hanno riguardato l'Albania sotto il profilo comunicativo e rappresenta un'occasione irripetibile per capire e distinguere cause interne ed esterne. L'Italia, d'altro canto, merita un approfondimento particolare per il ruolo importantissimo e privilegiato svolto nel processo di crescita del Paese: il suo aiuto costante si è rivelato fondamentale in molteplici contesti, non ultimo nel lento e macchinoso processo di adesione all'Unione Europea, per il quale l'Italia si è offerta come garante dell'Albania. Ancora una volta, dunque, la ricostruzione storica dei rapporti tra i due Paesi si rivela uno strumento imprescindibile non solo di carattere generale, ma anche utile alla comprensione dei reciproci processi di influenza e sviluppo culturale.

### **3.3 Unità di analisi, ambito spazio-temporale e campionamenti**

Esistono alcuni metodi nella raccolta dei dati che possono essere utilizzati nella ricerca qualitativa: l'osservazione, l'intervista, la raccolta documentaria, l'utilizzo di file audio e video, etc.: in questa ricerca le unità di analisi principali sono i programmi della televisione albanese, analizzati nel loro contenuto per scoprire gli elementi di matrice culturale italiana. Dopo una prima ricognizione dello stato della società albanese così come documentata attraverso i dati INSTAT presentati nel capitolo II, nel capitolo IV verrà svolta un'analisi dei palinsesti della radio durante l'occupazione fascista e di quelli televisivi nel periodo 1969-2020. Nell'ultimo paragrafo del capitolo, ci soffermeremo su alcuni dati relativi ai comportamenti mediali dei pubblici provenienti da una ricerca effettuata in collaborazione con l'Istituto GPF- *Inspiring Research* del 2019, svolta in Albania. Tale scelta va a sopperire alla mancanza di un istituto unico di monitoraggio degli ascolti televisivi in Albania. I dati autoprodotti dalle singole televisioni fornirebbero una visione parziale oltre che di parte rispetto agli ascolti, pertanto, si è scelto di affidarsi a dati nazionali. Prenderemo in considerazione soltanto alcuni di essi per delineare, in particolare, due profili: quello mediatico, relativo ai canali più importanti, e quello dei telespettatori, per individuare e capire le loro preferenze, sia in termini di canali più seguiti che di tematiche preferite. All'interno dello stesso capitolo (cap. IV, paragrafo 4.6), inoltre, verrà spiegata in modo dettagliato la metodologia di

riferimento. L'ultima fase (capitolo V) verrà dedicata all'analisi delle interviste a testimoni privilegiati con l'obiettivo di ricostruire attraverso la loro esperienza diretta quanto difficilmente reperibile dalle fonti documentarie o tramite i dati empirici.

In riferimento alla fase di analisi dei palinsesti della radio durante il regime fascista, si è proceduto visionando i palinsesti all'interno delle pagine dedicate dei quotidiani dello stesso periodo. Pertanto, è stato selezionato il quotidiano in doppia lingua «Tomori», per i mesi da aprile a giugno e per gli anni dal 1940 al 1943, ed è stata riportata la somma del minutaggio giornaliero. Tale quotidiano è stato utilizzato come fonte per la definizione del campo di analisi per il mezzo radiofonico e cinematografico. La scheda dei contenuti in lingua italiana trasmessi da Radio Tirana e Radio Korça individuati comprende:

- notiziari di EIAR
- canzoni
- letture di libri
- corsi di lingua italiana

All'interno dei giornali, in una prima fase, veniva pubblicato il palinsesto di Radio Tirana e più tardi anche quello di Radio Korça, Dal momento che accanto a tali dati erano presenti anche quelli relativi alla programmazione cinematografica, si è deciso di riportarli per fornire un quadro più esaustivo. Tale campionamento ha messo in evidenza la presenza di film in lingua inglese e in lingua italiana: per ragioni di pertinenza, sono stati presi in considerazione soltanto i lungometraggi in lingua italiana.

L'analisi del contenuto del quotidiano preso in esame conferma un aspetto centrale di questa ricerca: la presenza dei contenuti italiani nei media tradizionali albanesi trova la sua origine in tempi non recenti, e tale aspetto è cruciale nel processo di adattamento dei pubblici albanesi ai contenuti culturali di matrice italiana. Pur trattandosi, almeno in una fase iniziale, di un campione di pubblico relativamente ristretto (solo quello alfabetizzato e benestante), nel lungo periodo questo fenomeno ha coinvolto fasce più ampie, gettando le basi per la successiva definizione dei gusti dei fruitori albanesi.

Nella fase iniziale, il campionamento prevedeva un'osservazione della durata di quattro mesi, da aprile a luglio, essendo i mesi, come indicato nello schedario della biblioteca<sup>375</sup>, con il maggior numero di giornali a disposizione; purtroppo, durante la fase

---

<sup>375</sup> Si fa qui riferimento alla Biblioteca nazionale di Tirana.

di ricerca, si è scoperto che i mesi da aprile a giugno del 1941 non erano disponibili; perciò, il campionamento di quell'anno è stato fatto per i mesi da luglio a ottobre. Il punto di partenza era il primo giorno di riferimento, ma in caso di impossibilità di accesso ai dati si cominciava a campionare dal primo giorno disponibile di quel mese. In caso di indisponibilità dei numeri del giornale relativi ai primi giorni del mese, - come nel caso del mese di luglio - si è deciso di prendere in considerazione l'ultimo giorno del mese precedente.

La raccolta dei dati è stata svolta negli archivi della Biblioteca nazionale di Tirana durante il periodo maggio-luglio 2020. Le regole interne della biblioteca prevedevano la richiesta di un solo quotidiano al giorno, ma in quanto ricercatore mi sono state concesse da 2 a 3 richieste giornaliere, fondamentali per scoprire più informazioni diverse in periodi diversi della storia della radio e della televisione albanese. A titolo informativo, la consultazione, oltre il periodo fascista, ha riguardato anche il periodo 1991-2004<sup>376</sup>, ma con un obiettivo differente: scoprire per quanto tempo i giornali albanesi avessero pubblicato il palinsesto televisivo dei canali Rai e Mediaset.

La costruzione del campione riguardante i palinsesti televisivi è stata molto più complicata. Una volta fatta la richiesta al direttore dell'archivio della televisione albanese si è dovuto aspettare alcuni giorni per ricevere l'autorizzazione e di conseguenza il via libera per il campionamento del palinsesto di TVSH (l'unico canale nazionale fino alla nascita dei primi canali privati nel '95 e il consolidamento nel 2005). Il campionamento è stato svolto nell'ambito spazio-temporale 1969-2020, ma sono state riscontrate numerose difficoltà dovute alla mancanza di alcuni dati. L'obiettivo iniziale era quello di fare un campionamento dal 1960 ogni 10 anni, per una settimana per il mese di marzo e di novembre, dalle ore 7 alle 24, dalla nascita di TVSH fino alla comparsa delle emittenti private. Per il periodo del pluralismo mediatico, invece, il campionamento sarebbe stato svolto ogni 5 anni per analizzare *in primis* l'offerta televisiva che i canali prescelti trasmettevano e il relativo impatto sul pubblico, e in seconda battuta per individuare i contenuti di matrice italiana all'interno di questi canali. Accanto al canale nazionale TVSH, i canali privati scelti per il campionamento sono stati quelli che attualmente dominano il mercato albanese e hanno il maggior numero di telespettatori in assoluto, ossia Tv Klan e Top Channel, dei quali si parlerà a breve.

---

<sup>376</sup> Le testate consultate (oltre quelle indicate nel Cap. IV, parte III) sono le seguenti: *Koha jonë*, *Gazeta shqiptare* e *Panorama*.



Visto che l'archivio non possedeva un *database* digitale, tutta la ricerca è stata “fatta a mano”, sfogliando i numerosi quotidiani a disposizione. I primi documenti disponibili sulle trasmissioni televisive non risalivano al 29 aprile 1960, giorno della prima trasmissione<sup>377</sup>, ma si riferivano al 1969: questo significa che purtroppo non è stato possibile rimanere fedele alla metodologia scelta (campionamento ogni 10 anni), perché i dati del 1970 erano stati persi, mentre i primi utili iniziavano dal 1973.

Il primo campionamento è stato fatto soltanto per il mese di novembre; quindi, è rimasto escluso il mese di marzo, inoltre i giorni di riferimento non sono tutti consecutivi, ma scaglionati a causa della carenza di documenti in biblioteca o dell'assenza di trasmissioni. Oltre a ciò, i dati del 2010 risultavano mancanti, per cui si è scelto di prendere in considerazione l'anno 2009.

Per quanto riguarda i canali privati, l'obiettivo di partenza era quello di fare un campionamento per il periodo 2005-2020, ogni 5 anni, secondo la metodologia precedentemente indicata, tuttavia, nonostante numerosi tentativi di contatto tramite mail, telefonate e visite nelle sedi di Tv Klan e Top Channel, nessuna risposta è stata ottenuta. Fortunatamente, però, in Albania esiste un ente che monitora i media che si chiama *AMA (Autoriteti i Mediave Audiovisive)*, il cui obiettivo è quello di controllare che tutte le trasmissioni di tutti i canali televisivi rispettino le norme di legge. In Albania, di solito, l'accesso alle informazioni pubbliche prevede un costo, variabile a seconda del contenuto richiesto. Nel caso dei dati sui palinsesti di Tv Klan e Top Channel, il preventivo indicava una spesa di circa 800 euro, tuttavia la scoperta del mio ruolo di ricercatore mi ha permesso di avere accesso al materiale richiesto gratuitamente. Purtroppo, i dati a disposizione di *AMA* si riferiscono esclusivamente all'anno 2015 e all'anno 2020: il loro *database* ha una capacità limitata che non permette la memorizzazione di dati oltre i 6 anni, un problema che si è aggravato ulteriormente negli ultimi anni, a causa della nascita di un numero molto elevato di nuovi canali televisivi. Queste condizioni ostative hanno costretto a una modifica della progettazione iniziale della ricerca, con un campionamento a partire non più dal 2005 ma dal 2015. Inoltre, tali dati, concessi sotto forma di video, hanno richiesto un grande impegno per essere

---

<sup>377</sup> «Nella fase iniziale il segnale copriva solo una parte della città di Tirana; dal 1966 il segnale ha raggiunto anche la città di Durazzo, a pochi chilometri dalla Capitale. Il nome del canale pubblico nazionale, con il passaggio dal digitale e la nascita di altri 11 nuovi canali, cambia da TVSH (*Televisioni Publik Shqiptar*) in RTSH (*Radio Televisioni Shqiptar*)». Per altri approfondimenti si veda A. Doksani, D. Hysa, K. Bozo, *Mediat në tranzicion: reflektime pas tri dekadash*, Instituti Shqiptar i Medias, Friedrich-Ebert-Stiftung, Tiranë, 2020, pp. 18-19.

esaminati, limitando il tempo che si sarebbe potuto dedicare ad altre ricerche nelle sedi di qualche altro giornale o di Radio Korça.

Dal momento che i dati relativi a TVSH erano già stati raccolti prima di ricevere la risposta negativa da parte dei canali privati, riguardo il palinsesto del 2005 verranno riportati soltanto i programmi di cultura italiana individuati all'interno delle settimane prese in esame: in questo modo la metodologia prevede il campionamento ogni 10 anni per TVSH, e ogni 5 anni con l'ingresso dei canali privati. La mancanza di dati empirici per Tv Klan e Top Channel per gli anni 2005 e 2010 è stata indagata attraverso le interviste a testimoni privilegiati, selezionati attraverso la metodologia del campione "a valanga"<sup>378</sup> che sarà approfondita in seguito.

Le interviste sono state fatte e registrate nel periodo marzo-luglio 2020 nella città di Tirana.

### **3.4 La programmazione televisiva: la costruzione della scheda dell'analisi del contenuto e le interviste in profondità ai testimoni privilegiati**

Nella prima parte del secondo capitolo ci si è soffermati sul contesto storico che ha accompagnato, negli anni, le relazioni tra i due Paesi, il tutto con il preciso obiettivo di trovare i punti di incontro esistenti tra queste due differenti aree di interesse, mentre nella seconda parte il focus è stato centrato su un'analisi descrittiva del rapporto Italia-Albania supportata da dati statistici. Sebbene si tratti di processi diversi, è evidente un forte legame, di natura simbiotica, che si crea intorno al concetto di cultura: il passaggio di elementi culturali attraverso i mezzi di comunicazione è solo il primo tassello di un meccanismo non facilmente circoscrivibile che ha influenzato anche i rapporti economici e le scelte politiche tra le nazioni.

Entrando nel vivo dell'analisi dei contenuti televisivi è stato eseguito un campionamento delle tre reti televisive principali (TVSH, Tv Klan e Top Channel) procedendo alla suddivisione dei programmi per generi e all'annotazione del relativo minutaggio settimanale.

La catalogazione per generi televisivi ha facilitato l'analisi e ha permesso di ricostruire l'offerta televisiva generale. Subito dopo questa prima fase di ricostruzione

---

<sup>378</sup> Cfr. G. Losito, *La ricerca sociale sui media... op. cit.* p. 196.

dei palinsesti, sono stati individuati al loro interno i contenuti di matrice italiana, per poi essere analizzati secondo l'analisi del contenuto del III tipo proposta da Losito mediante la costruzione di una scheda<sup>379</sup>. «Una scheda di analisi del contenuto è una serie ordinata di “voci” che sono le domande rivolte ai testi oggetto di analisi, alle quali sono chiamati a rispondere uno o più analisti che interpretano i testi stessi in base a regole definite e uguali per tutti<sup>380</sup>»: nel caso specifico la scheda è stata costruita per l'analisi dei programmi televisivi e dei format televisivi. Nella prima fase di analisi, quindi, è stato selezionato un periodo di campionamento, in seguito sono stati elencati tutti i programmi televisivi che compongono il palinsesto, questi ultimi suddivisi per tipologia, e infine è stata misurata la frequenza e la durata di ciascuna unità di analisi come riportato nella scheda seguente:

<b>Tabella “Analisi del Contenuto del III tipo dei format TV”<sup>381</sup></b>
Caratteristiche di base del programma:
-Canale televisivo
-Formato e genere
-Individuazione dei programmi italiani trasmessi in Albania senza alcuna modifica
-Individuazione dei format albanesi riadattati da format di matrice italiana
-Individuazione dei format albanesi che parlano dell'Italia
-Programmi specifici
-Collocazione del programma all'interno del palinsesto
-Fascia oraria di trasmissione e durata
-Ospiti italiani
-Contenuti italiani

*Tabella 3.1 Analisi del contenuto del III tipo dei format TV*

<sup>379</sup> Per ulteriori approfondimenti si veda: G. Losito, *L'analisi del contenuto... op. cit.*

<sup>380</sup> *Ivi*, p. 87.

<sup>381</sup> In riferimento al periodo comunista, sono stati analizzati diversi film albanesi, con un focus sulle parole e sui simboli italiani presenti al loro interno (Capitolo IV, par. 3.3.2).

Dopo l'analisi del contenuto del III tipo si è deciso di individuare due dei programmi più seguiti e di effettuare un confronto diretto con l'equivalente versione italiana per verificare la presenza di eventuali somiglianze e/o differenze, prendendo in considerazione sia gli elementi estetici che quelli narrativi; i programmi scelti per questo confronto sono stati *Forum* e *C'è posta per te*.

Nell'ultimo capitolo verranno espone le analisi delle interviste in profondità, ovvero una disamina ragionata tra le diverse componenti di ogni conversazione finalizzata a individuare gli argomenti che si ripetono con maggiore o minore frequenza e al loro confronto. Le interviste in profondità sono “ermeneutiche”<sup>382</sup> o “biografiche”<sup>383</sup>, perciò le domande non presentano una gerarchia precisa quanto piuttosto un certo grado di libertà, entro i limiti del tema trattato: sono state formulate da un lato per trattare tematiche generali, dall'altro per capire il profilo dei media e quello dei telespettatori albanesi; inoltre sono stati approfonditi alcuni aspetti o tematiche, emersi durante ogni singolo incontro, ritenuti importanti per questa ricerca.

Le interviste in profondità sono state costruite con l'ausilio di alcune tracce:

Per traccia si intende lo strumento di interrogazione [...] cioè la griglia operativa che consente lo svolgimento dell'intervista, l'elenco delle domande e degli stimoli o degli argomenti che si intendono sottoporre all'intervistato. La traccia risponde dunque alla domanda: “che cosa voglio sapere da chi vogliamo intervistare?”<sup>384</sup>.

Le storie dei testimoni privilegiati sono state raccolte attraverso un percorso *bottom-up*: l'intervistato è stato prima chiamato a raccontare la propria esperienza personale e il proprio percorso di formazione professionale per poi passare alla descrizione di aspetti specifici del lavoro svolto. Alla fase iniziale, un momento di presentazione pensato per acquisire la fiducia dell'intervistato, è seguita una conversazione di approfondimento sulle caratteristiche del canale o dei canali televisivi di appartenenza, con il preciso scopo di capire le tematiche trattate e, di conseguenza, le

---

<sup>382</sup> Per approfondimenti si veda P. Diana, P. Montesperelli, *Analizzare le interviste ermeneutiche*, Carocci, Roma, 2005; P. Montesperelli, R. Ruggiero, M. Marini, C. Sofia, G. Fatelli, *Interpretare i testi*, Maggioli Editore, Santarcangelo di Romagna, 2020.

<sup>383</sup> Oltre alla definizione di Montesperelli le interviste hanno anche altri sinonimi o locuzioni come ci ricorda Bichi, oltre a quelli citati nel testo troviamo: «intervista motivazionale, intervista non-strutturata, intervista non-direttiva, intervista non-standard, intervista libera, intervista biografica, intervista narrativa, racconto di vita, stori di vita»; in R. Bichi, *Le interviste biografiche*, a cura di L. Cannavò, L. Frudà. *Ricerca sociale. Dal progetto dell'indagine alla costruzione degli indici*, Carocci, Roma, 2007, p. 229.

<sup>384</sup> R. Bichi, *op. cit.*, p. 227.

preferenze del pubblico. Infine, si è cercato di contestualizzare la situazione di ogni singolo canale all'interno del mercato televisivo albanese e di raccogliere informazioni in materia di influenza generata dalla televisione italiana. All'interno di ogni intervista, vista la flessibilità concessa dalla traccia, queste tematiche, sempre presenti, compaiono in ordine differente.

Lo scopo delle interviste biografiche è la formulazione di un modello interpretativo capace di spiegare e comprendere – dunque di ricostruire, nei limiti del percorso compiuto – le logiche d'azione, il funzionamento, i processi di cambiamento, di produzione del mondo sociale o della categoria di situazione oggetto di studio. Per raggiungere questo obiettivo, la ricerca biografica va alla “scoperta” di frammenti di realtà storico-sociale; il ricercatore si avventura in un terreno che considera – in gran parte – sconosciuto. L'intenzione è dunque esplorativa, dimensione fondamentale di questo modo di fare ricerca, ma anche analitica, tesa cioè, all'individuazione e allo studio degli elementi costitutivi e particolari<sup>385</sup>.

Le interviste in profondità a testimoni privilegiati (18 per questa ricerca) fanno parte della metodologia scelta per tre ordini di motivi:

perché si rivolgono agli individui, mirano alla loro “comprensione”, e ciò rientra nel rinnovato interesse per la centralità del soggetto e per l'agire sociale “soggettivamente intenzionato” [...]; si tratta di un approccio molto interattivo, flessibile, capace di immedesimazione empatica nella prospettiva del soggetto studiato [...]<sup>386</sup>;

infine, si tratta di una tecnica più aperta e meno vincolante per il ricercatore se paragonata a quella quantitativa. L'obiettivo cognitivo consiste nello scoprire quello che l'intervistato vive in prima persona, in qualità di vero esperto della realtà studiata. Inoltre,

Viene condotto un campionamento a valanga (o *snowball*), probabilistico o non probabilistico, in fasi. Nella prima fase alcune persone aventi le caratteristiche richieste vengono identificate e intervistate: il loro ruolo è, tra gli altri, quello di informatori per identificare altri individui qualificati per l'inclusione nel campione. La seconda fase implica di intervistare queste persone, che a loro volta portano ad altre persone che possono essere intervistate nella terza fase, e così via. Il termine “*snowball*” deriva dall'analogia con una palla di neve: inizialmente è molto piccola, ma diventa sempre più grande mentre rotola in discesa<sup>387</sup>.

---

<sup>385</sup> R. Bichi, *op. cit.*, pp. 238-239.

<sup>386</sup> P. Montesperelli, P. Diana, *op. cit.*, pp. 9.

<sup>387</sup> K.D. Bailey, *op. cit.*, p. 159.

Alla raccolta dei dati tramite le interviste, inoltre, seguirà uno studio approfondito delle co-occorrenze, processo non trascurabile per estrapolare informazioni più dettagliate ed esaustive sui processi di sviluppo e di influenze che caratterizzano il comparto televisivo albanese.

Oltre alle interviste agli *Opinion Leader* a scopo esplorativo, durante la permanenza a Tirana sono stati posti alcuni quesiti a diversi professori dell'Università di Tirana o a membri dell'Accademia delle Scienze, con l'intento di scoprire nuove dimensioni dell'oggetto studiato non considerate durante la fase del disegno. Le loro testimonianze non sono state incluse nel campionamento dei 18 intervistati privilegiati, ma saranno integrate al testo in base alla loro pertinenza<sup>388</sup>.

---

<sup>388</sup> In ordine cronologico sono stati intervistati a Tirana: Prof. Bashkim Gjergji - 25 maggio, Prof.ssa Raimonda Nelku - 26 maggio, Prof. Ramadan Çipuri - 1 giugno, Prof. Mark Marku - 8 giugno.

## Parte III

### Capitolo IV

#### **Nascita e sviluppo dei contenuti radiofonici e televisivi albanesi alla luce della ricerca tra dipendenza culturale e tentativi di emancipazione**

##### **4.1 Premessa**

Questo capitolo è dedicato in particolare a quella parte della ricerca che entra nel vivo della storia della radio e della televisione albanese attraverso l'analisi dei palinsesti.

In questo percorso si cercherà di rispondere a due quesiti di questa tesi di ricerca. Nella prima parte del lavoro che segue, si procederà con un breve accenno storico sulla nascita della radio – in quanto medium precursore della televisione – durante il periodo fascista, per poi proseguire con un focus specifico sulla televisione, in diversi periodi del suo sviluppo storico, al fine di mettere in luce il rapporto con la cultura e i mutamenti che crea come oggetto simbolico e «macchina narrativa<sup>389</sup>» nella costruzione dell'identità collettiva, attraverso un «processo complesso e multiforme<sup>390</sup>».

I palinsesti radiofonici, come specificato nel capitolo della metodologia, sono stati recuperati dalle pagine del quotidiano «Tomori»; per quanto riguarda l'approfondimento sulla televisione, invece, si è ritenuto opportuno, in prima battuta, integrare e introdurre l'analisi con una breve descrizione teorica del concetto di *format* televisivo. La comprensione di questa struttura è fondamentale per operare una corretta classificazione dei generi televisivi che, soprattutto oggi, diventano sempre più ibridati tra loro.

L'approccio scelto per la classificazione dei generi è il seguente:

- informazione e approfondimenti
- cultura ed educazione

---

<sup>389</sup> Cfr. M. Gavrilu, M. Morcellini, *Rai narrates Italy: Current affairs, television information and changing times*, Sapienza University of Rome, Journal of Italian Cinema & Media Studies, Volume 3, Numbers 1 & 2, 2015, p. 82.

<sup>390</sup> «Secondo John Corner la televisione è un oggetto multiforme visto che è costituito da istituzioni (organizzazioni), pratiche (realizzazione di programmi), programmi (moduli, rappresentazioni ed estetica), la tecnologia e, in un più ampio senso, le sue connessioni diffuse con la società e la cultura che vanno dal mondo della politica al pubblico domestico», in R. Turnock, *Television and Consumer Culture. Britain and the Transformation of Modernity*. I. B. Tauris, London – New York, 2007, p. 3.

- intrattenimento
- *fiction*
- sport

Dopo il campionamento dei tre canali selezionati, il lavoro procede con l'analisi del contenuto dei programmi albanesi più importanti e si conclude con lo studio dell'analisi del contenuto del terzo tipo, secondo la definizione di Losito, dei prodotti di matrice italiana presenti all'interno del palinsesto considerato. Una volta individuati i *format* puri italiani, si è proceduto con un'analisi approfondita degli elementi narrativi ed estetici per riscontrare eventuali somiglianze e differenze tra la versione albanese e quella originale.

A integrazione dell'analisi relativa alla programmazione televisiva, infine, sembrava utile e pertinente descrivere le abitudini di fruizione dei pubblici albanesi, così come restituite dai dati disponibili.

#### **4.2 L'Italia nei palinsesti nelle prime età della radio e della televisione albanese**

In ambito comunicativo «il Novecento è il secolo in cui, nel mondo industrializzato, per la prima volta i prodotti delle idee e dell'immaginazione vengono messi a disposizione di tutti, attraverso l'etere, e assumono un ruolo centrale nella vita delle masse<sup>391</sup>». Se da una parte con la loro nascita essi costruiscono una risorsa economicamente rilevante, dall'altra «condizionano il comportamento»<sup>392</sup>, il gusto, la mentalità degli individui in larga scala. «Fra i prodotti della cultura popolare, o di massa, cioè concepita e realizzata per il popolo e per le masse, la radio e la televisione, più della stampa, del cinema, del teatro e della musica

---

<sup>391</sup> F. Monteleone, *Storia della radio e della televisione in Italia*, Marsilio, Venezia, 1999, p. XXI.

<sup>392</sup> «La radio ha una funzione nel ruolo della costruzione dei rapporti e di instaurazione e mantenimento di relazioni tra sé e gli altri. Queste relazioni possono essere immaginarie o reali, una distinzione che sta alla base della principale supposizione di questo capitolo. La radio può essere utilizzata in questo modo pseudosociale per creare un sé che potrebbe, o vorrebbe essere, sociale. Questo rende l'ascolto della radio un'attività sociale, in quanto può agire per rafforzare la socialità e il senso del sé sociale, e allo stesso tempo ha il potenziale per colmare le lacune percepite nella propria vita sociale. Il suono della radio può essere utilizzato per creare uno spazio sociale non pubblico, rendendolo un ambiente sicuro in cui lavorare sulla propria socialità. Il suono della radio, come parte della cultura materiale della casa, è visto come una trama. L'uso della radio arricchisce la trama sonora dell'ambiente domestico, non mi piace la cultura materiale 'solida' della casa stessa e degli oggetti al suo interno, o quella più 'fluida'; si possono vedere aspetti della cultura materiale della vita quotidiana, come l'abbigliamento, il suono della radio che aggiunge una dimensione di socialità alla vita dei singoli ascoltatori nelle loro case [...] La radio diviene uno strumento per informarsi, divertirsi e combattere il silenzio», in D. Miller, *Material cultures. Why some things matter*, University College London UCL Press, 1998, p. 27.



riprodotta, hanno determinato la fisionomia dell'immaginario sociale<sup>393</sup>». Questi nuovi mezzi di comunicazione procurano piacere in modo semplice e diretto, «senza mediazione di sorta<sup>394</sup>». Questi nuovi processi comunicativi hanno apportato un forte impatto sul pubblico modificando le abitudini, le preferenze, i gusti, gli indici di gradimento e creando nuovi stati emotivi.

*Radio Tirana* è uno dei capitoli più importanti del giornalismo albanese, e riguarda tanto il campo dell'informazione in Albania quanto quello al di fuori dei confini nazionali. Ha avuto un ruolo importante nella preservazione, difesa e divulgazione della lingua per tutti, in particolar modo per quelli che vivevano fuori dal Paese.

Le prime trasmissioni radiofoniche iniziarono il 28 novembre 1938 - *segnando ufficialmente la nascita del Broadcasting albanese* - tra altro, un giorno importantissimo per il popolo albanese visto che coincide con il giorno dell'Indipendenza dall'Impero Ottomano nel 1912. Dopo questo grande giorno di commemorazione, la radio con le sue emissioni è passata a un periodo di preparazione con programmi sperimentali; i più importanti erano quelli che parlavano del decimo anniversario della creazione del Regno d'Albania e la trasmissione, per la prima volta in diretta il 1 settembre 1938 da Tirana, della partita di calcio tra l'équipe di Tirana e la squadra greca del Kavallës, finita 7 a 0. La sede della radio, per carenze economiche nella prima fase della sua nascita, si stabilì nell'ambiente del Comune della Capitale, in modo molto improvvisato. Il pubblico è rimasto incantato dalle canzoni di origini albanesi delle soprano Maria Paluca e Tefta Pashko. Questo è stato il primo giorno di radio Tirana, che iniziò a trasmettere con 40 dischi di grammofoni e con mobilia presa in prestito<sup>395</sup>.

Osservando il palinsesto, nella prima fase i programmi di lingua albanese erano di circa tre ore al giorno, con notizie e musica, vista la crescita costante dell'interesse e del desiderio del pubblico di comprare la scatola sonora<sup>396</sup>, di provenienza, in larga parte, dall'Italia. Con

l'occupazione fascista il 7 aprile 1939, tutta l'agenda della radio viene messa a disposizione della propaganda fascista; in compenso a questo fatto sono stati stanziati tanti investimenti per migliorare l'aspetto tecnico, in particolar modo le attrezzature di registrazione e diffusione del segnale [...] questo aspetto ha fatto sì che Radio Tirana diventasse una delle stazioni più potenti nei Balcani, al servizio dell'ideologia fascista<sup>397</sup>.

---

<sup>393</sup> Medium dominante a partire degli anni '30 insieme al cinema.

<sup>394</sup> F. Monteleone, *op. cit.*, p. XXI.

<sup>395</sup> A. Muka, *70 radio shqip në 70 vite (1938-2008)*, ABC Media center, Tiranë 2008, p. 14 (le parole in corsivo sono dell'autore).

<sup>396</sup> F. Monteleone, *op. cit.*, p. 27.

<sup>397</sup> A. Muka, *70 radio shqip në 70... op. cit.*, p. 16.

Il regime fascista aveva a disposizione un'esperienza considerevole in materia di propaganda, dal momento che la prima trasmissione in Italia ebbe inizio nel 1924, e aveva compreso fin da subito il potere di persuasione di questo nuovo mezzo comunicativo. Uno dei membri dell'EIAR, Raoul Chioldelli, sosteneva:

abbiamo a disposizione il mezzo più potente di cultura, di moralizzazione, di diletto, che esista; mancheremmo in pieno alla nostra missione, se non usassimo tutti i nostri sforzi per utilizzarlo nel modo migliore e più vasto. Ma contemporaneamente occorre creare una coscienza radiofonica italiana [...]. Il pubblico non deve essere soltanto informato, deve anche essere persuaso<sup>398</sup>.

L'Albania era un punto strategico nelle mire espansionistiche dell'Impero italiano verso gli altri Paesi dei Balcani. A partire da questa premessa, dopo *Radio Tirana* nasce

Radio Korça, il 27 aprile 1941, una radio locale che copriva la zona sud-est del territorio. Nella prima fase, di poche ore, trasmetteva notizie e musica, collegandosi anche con Radio Roma e Radio Tirana qualche volta al giorno. Questa radio fuori dalla Capitale si era costituita per amplificare i messaggi pro-fascisti nelle zone remote dell'Albania<sup>399</sup>.

Inoltre, aveva a sua disposizione una larga gamma di dischi di musica italiana per il proprio pubblico. Come abbiamo visto ampiamente nel secondo capitolo, durante il periodo dell'occupazione fascista, tra il 1939 e il 1943, il regime del Duce, oltre a replicare tutte le strutture politiche, istituzionali ed economiche, da un'importanza centrale anche al sistema della radio, con la precisa funzione di diffondere il più possibile l'educazione di stampo fascista.

Inoltre, dopo l'occupazione e la presa del potere politico, raccoglie sotto il proprio controllo anche radio e giornali senza riscontrare nessun «contraddittorio in termini di intellettuali»<sup>400</sup>, trovando quindi strada libera verso l'italianizzazione del Paese. Di fatto,

il 24 maggio 1939 nasce il giornale *Fascisti* come organo centrale del Partito con 4 pagine, di cui una rappresentava lezioni di lingua italiana. Non avendo molto successo, visto l'analfabetismo della popolazione, dopo nove mesi dalla prima

---

<sup>398</sup> F. Monteleone, *op. cit.*, p. 53.

<sup>399</sup> A. Muka, *70 radio shqip në 70... op. cit.*, p. 16-20.

<sup>400</sup> Con il suo potere a disposizione, per il Governo fascista era facile distruggere facilmente, direttamente o indirettamente, la resistenza degli intellettuali albanesi che era contro gli occupatori italiani. Per approfondimenti si veda A. Muka, *Mediat shqiptare në periudhën e pushtimit nga Italia fashiste*, Istituti Shqiptare i Medias (ISHM), Tiranë, 2010, p. 16.

pubblicazione cambia il nome in *Tomori*: il suono del nome sembrava albanese, ma nel contenuto era rimasto uguale al giornale di prima<sup>401</sup>.

Nell'edizione albanese il giornale usciva con notizie interne del Paese, in quella in italiano con notizie che parlavano delle «imprese italiane durante la guerra, di politica e di economia»<sup>402</sup>, come indicato nell'immagine. L'utilizzo di questi mezzi di comunicazione era basato su

due aspetti principi; minimizzare le critiche verso l'occupazione dell'Albania da parte degli italiani, e quello di ampliare gli argomenti a favore dell'arrivo dell'esercito italiano, da considerarsi un 'bisogno', visto il pericolo che il Paese correva a causa del mal funzionamento del proprio governo che non riusciva a stabilire un ordine sociale e appoggiare uno sviluppo in tutto il territorio<sup>403</sup>.



Immagine 4.1 - «Gazeta Tomori» versione italiana anni '40

L'Italia, attraverso il controllo di radio e giornali, si presentava e costruiva la propria immagine da un lato come «curatore della vita economica e sociale<sup>404</sup>», dall'altra come Paese che garantiva la protezione dei confini nazionali dai vicini con mire espansionistiche.

Dopo una brevissima vita libera di *Radio Tirana*, si assiste a una generale metamorfosi di tutte le istituzioni statali in direzione della cultura fascista, dalla quale non

<sup>401</sup> A. Muka, *Mediat shqiptare në periudhën... op. cit.*, pp. 72-75.

<sup>402</sup> *Gazeta Tomori*, Biblioteca nazionale Tirana, 1940, collocazione Shg. 62/1S.

<sup>403</sup> A. Muka, *Mediat shqiptare në periudhën... op. cit.*, pp. 16-17.

<sup>404</sup> «Nella prima fase dell'occupazione vengono sostituiti i prodotti editoriali tipici del Re Zog con quelli italiani, a Tirana inizia anche la produzione delle Camicie Nere, che piano piano si estende anche in altre Regioni», in *Ivi*, p. 18.

sono esclusi i mezzi di comunicazione, che venivano utilizzati principalmente per la «coltivazione e la diffusione delle idee e della cultura fascista per il pubblico. In queste condizioni la loro funzione principale era quella di informare e comunicare tutti i messaggi che il Governo Bambola – *creato dal regime fascista con albanesi di fiducia che principalmente in precedenza erano stati in conflitto con Re Zog* – produceva nel suo ufficio<sup>405</sup>», al fine di creare una morale secondo i principi fascisti condivisibile da tutti. In questa fase viene esercitata una forte censura secondo le direttive che venivano da Roma, in linea con il modello adoperato in Italia, e veniva negata qualsiasi libertà di parola che non fosse conforme alle politiche del Duce, inducendo l'idea di una fratellanza tra le due nazioni. Con una dichiarazione ufficiale di

Francesco Jacomoni nel 1939 viene creata la Direzione per la Stampa, Propaganda e Turismo (DPSHPT) con un focus sulla propaganda per la radio, la stampa e il cinema. Nel 1940 vietava qualsiasi apparecchio che permetteva di sentire le stazioni non autorizzate dal Governo, e chi non obbediva veniva sanzionato con una multa che andava da 100 a 1000 franchi<sup>406</sup>.

Per osservare e comprendere nello specifico la presenza della lingua italiana nella radio e nei giornali albanesi si è deciso di fare un campionamento del Giornale «Tomori». Il rilevamento è stato effettuato allo scopo di individuare e poi analizzare i palinsesti della radio, per rilevare i diversi programmi in lingua italiana presenti durante la giornata, per un periodo di 4 mesi (aprile-giugno) durante l'anno, per i primi giorni di ogni mese. Prima di fare la richiesta del mese da prendere in considerazione, nell'apposito schedario era necessario selezionare il codice di quel mese e fare la richiesta il giorno prima; era possibile scegliere solo un mese alla volta, ma per facilitare questo lavoro di ricerca, mi è stato concesso di ricevere anche 2 mesi alla volta.

Una volta presi i giornali, si è scoperto che purtroppo all'interno del mese di riferimento non erano presenti tutti i giorni, per questo nel campionamento i giorni variano da un mese all'altro. Si è cercato, quindi, di prendere i giorni più vicini all'inizio del mese, e nel caso di mancanza dei dati relativi al mese successivo, si è preso sia il primo che l'ultimo giorno dello stesso mese o di effettivamente quelli disponibili.

---

<sup>405</sup> A. Muka, *70 radio shqip në 70... op. cit.*, pp. 56-57.

<sup>406</sup> *Ivi*, p. 60.

Anno	Giorno	Radio Tirana	Radio Korça	Canzoni/letture/corso italiane/o	Totale min. al giorno
1940	02-apr	20'	0	0	20'
	01-mag	20'	0	15'	35'
	01-giu	20'	0	0	20'
	30-giu	15'	0	60'	75'
1941	03-lug	60'	45'	55'	160'
	03-ago	60'	45'	0	105'
	20-set	55'	45'	15'	115'
	12-ott	35'	45'	0	80'
1942	01-apr	60'	60'	0	120'
	01-mag	60'	60'	0	120'
	02-giu	60'	60'	0	120'
	30-giu	120'	60'	0	180'
1943	01-apr	55'	60'	0	115'
	01-mag	55'	60'	0	115'
	01-giu	55'	60'	0	115'
	30-giu	55'	60'	0	115'

Tabella 4.1 - elaborazione propria dei dati. «Gazeta Tomori» periodo di riferimento 1940-1943<sup>407</sup>.

Come emerge dalla tabella 4.1, nella prima fase le trasmissioni in lingua italiana coprivano tra i 20 e 30 minuti giornalieri, per poi passare nel 1941 a un minutaggio molto più ampio, come possibile osservare il 3 luglio con 160 minuti, per continuare a rimanere anche in seguito sopra ai 110 minuti giornalieri. Si ricorda che, l'unica fonte «autorizzata per le notizie era l'Agenzia Italiana delle Notizie Stefani»<sup>408</sup>.

Nei primi anni dell'occupazione, oltre alle notizie giornaliere in italiano si organizzavano anche corsi di lingua, canzoni di varie regioni italiane e letture di vario tipo, tutto questo per facilitare l'inoculamento dell'ideologia fascista. Il minutaggio che si vede nelle colonne di *Radio Tirana* e *Radio Korça* è la somma di tre edizioni di notizie giornaliere. Con l'entrata in guerra dell'Italia nel '40, vediamo come i contenuti trasmessi – canzoni, letture di libri e corsi di lingua – spariscano gradualmente per lasciare il loro minutaggio esclusivamente ai notiziari dal fronte e alla propaganda fascista. Inoltre, analizzando i giornali nello stesso periodo e negli stessi giorni, è stato effettuato un ulteriore campionamento sui cinema di Tirana, per rilevare i film trasmessi in lingua italiana, come indicato nella tabella 4.

<sup>407</sup> «Gazeta Tomori», *op. cit.*, collocazione 1940 SHg. 62/1S, 1941 SHg 62/44, 1942 SHg 13/3c, 1943 Arg 6/46.

<sup>408</sup> A. Muka, *70 radio shqip në 70...op. cit.*, p. 70.

<b>Anno</b>	<b>Data</b>	<b>Imperial/Savoia</b>	<b>Rex/Veriore</b>	<b>Rozafa</b>	<b>Tomori/Vittorio Emanule III</b>
<b>1940</b>	02-apr	<i>Abuna Mesias</i> (Camillo Pilotto, Mario Ferrari)			
	01-mag				
	01-giu	<i>Ne fush ka rënë nje yll</i> (Edoardo, Peppino de Filippo)	<i>Fanfulla da Lodis</i> (Enrico Cerlesi, Germana Paolieri)		
	30-giu	<i>Scandalo per bene</i> (Giuseppe Porelli, Evi Maltagliani)			
<b>1941</b>	03-lug	<i>E veja gazmore</i> (Castellani, Bianchi e Garuffi)			
	03-ago		<i>Qesh palaço</i> (Fosco Giacchetti)	<i>Reterja e fundit</i> (Enzo Fiermonte)	
	20-set				
	12-ott			<i>Dukesha e madhe dëfrehet</i> (Paolo Barbara)	
<b>1942</b>	01-apr	<i>Dashuri imperiale</i> (Luisa Ferida)	<i>Dashuria e usarit</i> (Conchita Montenegro)		
	01-mag		<i>Legjenda e kaltër</i> (Talia Volpiana)		
	02-giu			<i>Aventura e katit të sipërm</i> (Vittorio de Sica)	<i>Vagabondi</i> (Erminio Macari)
	30-giu	<i>Braktisja</i> (Corinna Luchiare, Maria Denis)			<i>Batalioni i sulmit</i> (Vera Carmi, Amedeo Nazzari)
<b>1943</b>	01-apr	<i>Drita në mjergull</i> (Fosco Giacchetti, Luisa Ferida)		<i>Kthimi</i> (Beniamiano Gigli, Marta Harell)	<i>U kthye karnevali</i> (Armando Falconi)
	01-mag				
	01-giu	<i>Harlem</i> (Elisa Cegani, Vivi Gioia)			<i>Diamanti</i> (Doris Duranti e Enrico Glori)
	30-giu	<i>Erë Milionash</i> (Vivi Gioia, Biliotti)	<i>Fqinji yne</i> (Paolo Stoppa, Virgilio Rientro)	<i>Shën Johani kokë prer</i> (Totò) <b>Kusari</b> (Erminio Macario)	<i>Fuga a due voci</i> (Gino Becchi e Carco Companini)

Tabella 4.2 – elaborazione propria dei dati. «Gazeta Tomori», periodo di riferimento 1940-1943<sup>409</sup>.

<sup>409</sup> «Gazeta Tomori», op. cit.

Come si nota dal campionamento, quasi tutte le sere, nei cinema della Capitale (Imperial, Savoia, Rex, Veriore, Rozafa, Tomori e Vittorio Emanuele III) si trasmettevano diversi film di lingua italiana. Lo scopo era duplice, da una parte era un modo per intrattenere, divertire, influenzare e sensibilizzare il pubblico albanese con lo stile di vita e il materiale culturale italiano che passava tramite il grande schermo, tramite idee, sensazioni e storie diverse; dall'altra parte rappresentava uno svago per gli italiani presenti a Tirana, e offriva loro la percezione di trovarsi a casa, a guardare i propri idoli attraverso l'arte cinematografica.

Tuttavia, durante l'occupazione fascista un altro fattore molto importante della divulgazione della lingua italiana<sup>410</sup> è legato strettamente all'uso di una terminologia in materia di scienza, tecnica, tecnologia, cucina, moda e arte presa in prestito senza essere tradotta. Queste parole, che all'inizio erano usate soltanto da un gruppo ristretto di specialisti di un determinato settore, piano piano entrano a far parte della comunicazione massiva, seguendo un processo che viene chiamato prestito linguistico o forestierismo (in albanese *shterminollogjizim*). Le sfere più influenzate in questo periodo dalla lingua italiana, grazie anche al contributo dei giornali, sono quella politica, economica, della guerra e dell'agricoltura. Durante l'occupazione, i soldati avevano portato nel Paese tanti nuovi macchinari di diversa natura, come automobili, mezzi di guerra e di agricoltura, mai visti o utilizzati prima in Albania: i vari pezzi che componevano questi macchinari vennero chiamati con gli stessi termini italiani o con termini albanesi che mantenevano la stessa radice della parola italiana, come ad esempio *traktor* (trattore), *inxhinier* (ingegnere), *friksion* (frizione), *pallat* (palazzo), *doktor* (dottore).

---

<sup>410</sup> Anche in precedenza aveva avuto un forte influenza. «Il latino ha lasciato parecchie tracce nel modo di nominare le parti del corpo, della casa, i nomi degli animali e degli alberi, la medicina ecc...per esempio; *flok* (capelli), *kokë* (testa), *faqe* (pagina), *fytyrë* (faccia), *këmbë* (gamba), *furrë* (forno), *qen* (cane), *lepur* (coniglio), *prind* (genitore), *kushëri* (cugino), *fëmijë* (bambino), *këngë* (canzone), *varfër* (povero), *martë* (martedì), *mërkurë* (mercoledì), *janar* (gennaio), *prill* (aprile), *gusht* (agosto), *letër* (lettera), *fqinj* (vicino), *mik* (amico), *shok* (compagno), *mjek* (medico), *qytet* (città), *bujk* (condatino), *pyll* (bosco), *ulli* (oliva) [...] dopo il periodo dell'influenza romana, l'albanese ha avuto una forte influenza dalle lingue che derivano dal latino, come l'italiano e il francese. Le parole italiane entrano nell'ambito del commercio, della navigazione e della guerra ecc.: *bankë* (banca), *karrocë* (carro), *vapor* (vapore), *timon* (timone), *velë* (vela), *marinar* (marinaio), *batave* (canottaggio), *trumbetë* (trombetta), *kushton* (costa), *fitoj* (guadagno), *paguaj* (pago)», in J. Thomai, *Leksiologjia e gjuhës shqipe*, Shtëpia Botuese e Librit Universitar, Tiranë, 1999, p. 232. «Altre parole dal latino come *abis* (abisso), *alegori* (allegoria), *artikull* (aticolo), *diluv* (diluvio), *katolik* (cattolico), *letër* (lettera), *pelikan* (pellicano) le troviamo» in K. Jorgaqi, *Seminari i XVII ndëkombëtar për gjuhën, letërsinë dhe kulturën shqiptare. Përmbledhje e ligjëratave, referimeve, kumtesave dhe e diskutimeve*, Biblioteka Akademia e Shkenzave, I Shq S314, 16-31 gusht Tiranë, 1995.

Tuttavia, oltre alle parole italiane che sono entrate a fare parte della lingua quotidiana albanese, analizzando il giornale «Tomori» nel periodo 1940-1943 troviamo una



Immagine 4.2, - Fonte: Biblioteca nazionale, «Gazeta Tomori» edizione albanese<sup>411</sup>.

grande contaminazione e diffusione di altre parole in lingua italiana, sia nei titoli del giornale sia nel corpo del testo. Un ruolo importante, con messaggi brevi ma efficaci, l'ha svolto *in primis* la pubblicità: di solito le aziende che mettevano questi annunci erano quelle di trasporto navale, le banche e le aziende produttrici di bevande alcoliche, come riportato nell'immagine 4.2.

Durante il fascismo la società albanese è stata pervasa dalla politica fascista nella sua totalità, lasciando tracce visibili ancora oggi. Nel centro di Tirana e di altre città troviamo costruzioni che sono state erette durante la permanenza degli italiani e che rappresentano un simbolo inconfondibile di quella specifica epoca, con una cultura che ha lasciato il segno ben oltre i beni materiali, per entrare nell'immaginario delle persone.

La costruzione dell'immaginario collettivo di questi anni rappresenterà un ponte durante il periodo comunista, che favorirà, ancora una volta, il consumo di prodotti italiani come film e musica<sup>412</sup>. La televisione italiana avrà un ruolo importante in alcune aree lungo l'Adriatico che ricevevano il segnale direttamente dalla costa italiana, rappresentando una

<sup>411</sup> «Gazeta Tomori», *op. cit.*, collocazione Shg. 62/1S.

<sup>412</sup> «La radio attraverso la musica e i canti serve a confermare stati emotivi condivisi. Essi sono “codici espressivi” che rimandano “oggetti ed eventi a un mondo vissuto di persone reali, luoghi, azioni e comportamenti”», in D. Miller, *op. cit.*, p. 38.



fonte di intrattenimento per il pubblico e un modello da imitare, in assenza di scuole formative dedicate nel Paese, per i giornalisti.

### **4.3 La forma embrionale della televisione albanese: i primi programmi trasmessi**

La televisione è un crocevia gremito: vi si incontrano in un complesso e mai conforme interagire tecnologia, interessi economici, processi sociali, scenari culturali, impulsi creativi, mode, gusti, evoluzione del costume, dinamiche politiche e responsabilità istituzionali. Insieme, la televisione è un'attività editoriale, matrice di una combinazione di testi che la rendono strumento di un rapporto tra imprese, o apparati, e telespettatori, oltre che cinghia di trasmissioni tra il potere e i cittadini. Il tutto in un paesaggio comunicativo brulicante di elementi, in cui gli attori in gioco, gli sfondi, le condizioni mutano senza sosta, e, quel che è più importante, muta il pubblico: il quale, lungi dall'essere un recipiente, destinatario passivo e immobile, è una stratificazione di individui e di gruppi attivi, partecipanti e in movimento. La televisione sopra ogni cosa è un «racconto popolare permanente», «una forma del vivere», un luogo allo stesso tempo immaginario e reale in cui si realizza «la vecchia metafora barocca del teatro del mondo», cioè «è il mondo che si considera di continuo sé stesso», ed è «un discorso della società su sé stessa», un modo con cui una comunità, in un dato momento storico, si definisce, si riconosce e si drammatizza<sup>413</sup>.

Considerando l'importanza del mezzo televisivo, il focus di questo capitolo sarà quello di analizzare l'offerta mediale della tv nazionale *TVSH* a partire agli albori ai giorni nostri, ogni 10 anni, per 7 giorni per il mese di marzo e di novembre, dalle 07.00 alle 24.00, per capire *in primis* l'impatto che i suoi programmi hanno avuto sul pubblico albanese. In seconda battuta, l'analisi del palinsesto è volta a scoprire i contenuti televisivi di matrice italiana, per poter trovare e analizzare, infine, i programmi albanesi che sono stati adattati o copiati dalla televisione italiana. Durante il percorso di ricerca, mi sono imbattuto in dati molto significativi che ho deciso di inserire all'interno di questo capitolo, ritenendoli un'indispensabile testimonianza dell'influenza italiana che pervade tutta la società albanese in diversi periodi, attraverso diversi mezzi e ambiti della società. Insieme ai dati della televisione saranno riportati anche i dati di un campionamento svolto sulla radio durante l'occupazione fascista, e l'analisi dei film albanesi che portano con sé elementi di cultura italiana.

---

<sup>413</sup> I. Piazzoni, *Storia delle televisioni in Italia. Dagli esordi alle web tv*, Carocci editore, Roma, 2014, p. 9.

La scelta di inserire la radio riguarda le peculiarità di questo mezzo, che è da considerarsi il precursore per eccellenza della televisione, e l'apripista del percorso intellettuale dei giornalisti albanesi. Con la loro breve esperienza accumulata nelle trasmissioni radiofoniche, erano infatti gli unici idonei a lavorare nel contesto della «diabolica invenzione che trasmetteva variegata immagini<sup>414</sup>», producendo una cultura di massa che aveva già iniziato a cambiare le dinamiche dei comportamenti di consumo nell'ambito privato e individuale all'interno della società, soprattutto a partire dagli anni 90', dopo la caduta del comunismo.

Con la fine della Seconda Guerra Mondiale e la liberazione dall'occupazione italiana e tedesca, Hoxha, comprendendo il potere dei media, «avvia una campagna spietata ateista, difende la totale autonomia del Paese, punisce con repressioni, arresti e deportazioni chi è sospetto di avversioni al regime. Ogni libertà di culto, di informazione e di stampa è abolita<sup>415</sup>» per imprimere i valori marxisti e combattere ogni forma di capitalismo secondo il modello sovietico.

In Albania il Centro Televisivo Sperimentale nasce nel 1960 diretto da Petro Kito, con qualche anno di ritardo se paragonato con gli altri Paesi Europei, con «un vecchio apparecchio televisivo tedesco regalato della Germania dell'Est<sup>416</sup>». L'edificio dove viene collocata la prima apparecchiatura si trova accanto alla sede di *Radio Tirana*, e lo staff che ci lavora è composto da otto persone.

La data ufficiale della prima trasmissione televisiva albanese è il 29 aprile 1960. Quel giorno, alle 18.10, un'emozionatissima speaker, la giovane Stoli Beli, annuncia: «Buonasera gentili telespettatori. Stiamo iniziando il promo del programma del Centro Televisivo Sperimentale. Le prime trasmissioni durano circa un'ora e sono trasmesse tre volte la settimana, con programmi dedicati ai bambini e altri dedicati agli adulti»<sup>417</sup>.

Le difficoltà erano evidenti, non esistevano studi di registrazione e tutti i programmi erano in diretta; il palinsesto era composto da notizie veloci, filmati brevi e documentari, accessibili solo a un pubblico limitato, dal momento che il raggio di copertura comprendeva esclusivamente Tirana e Durazzo. La prima *Revista Televisiva (Rivista televisiva)* va in onda il 13 maggio 1963: uno speaker legge le notizie, per la maggior parte interne, che riguardano

---

<sup>414</sup> F. Monteleone, *op. cit.*, p. 287.

<sup>415</sup> E. Pagani, *op. cit.*, p. 12.

<sup>416</sup> J. Godole, *op.cit.*, p. 53.

<sup>417</sup> E. Pagani, *op. cit.*, p. 23.

le opere realizzate dal Partito, come bonifiche, costruzioni di strade e obiettivi raggiunti in agricoltura; solo un piccolo spazio è dedicato agli esteri, raccontati focalizzandosi sugli aspetti negativi. Le notizie dal mondo, infatti, cercavano di mettere in cattiva luce il capitalismo, raccontando solo gli avvenimenti problematici, in contrasto con la perfezione rappresentata dalla società comunista. Come gli altri mezzi di comunicazione di massa, anche la televisione diventa «come una specie di grande EGO trascendentale, che non mira semplicemente alla scoperta della realtà, ma si focalizza sulla costruzione della notizia già nella sua prima fase secondo le ideologie e la politica del Partito<sup>418</sup>».

Inoltre, in questa prima fase di sperimentazione, il numero negli apparecchi che compaiono in Albania è ridotto a una dozzina, e tutti nelle mani di figure politiche di spicco, come ministri e dirigenti del Partito.

Passato questo periodo, dopo un decennio di trasmissioni saltuarie, il 1° novembre 1971 iniziano quelle regolari, che iniziavano alle 18.00 e finivano alle 22.30, ovviamente in bianco e nero. Entro

due decenni il numero degli apparecchi televisivi in tutto il territorio è arrivato intorno a 300.000 [...] le famiglie albanesi si riuniscono davanti alla televisione per seguire film, concerti, emissioni musicali e notizie. La vita all'interno della famiglia è cambiata grazie al piccolo schermo. Il suo ruolo ha modificato il tempo delle famiglie albanesi e occupa anche molto spazio nella psicologia collettiva; intorno agli apparecchi televisivi si organizzano le stanze che vengono chiamate "stanza della televisione"<sup>419</sup>.

Vista la scarsità degli apparecchi e il grande desiderio di partecipare a questo rito collettivo, spesso ci si riuniva come una grande famiglia a casa di quei pochi privilegiati possessori di una televisione: per vedere quelle poche ore di trasmissione, ci si ammassava in stanze minuscole colme di sedie e divani, nelle quali il posto più ambito diventava quello per terra in prima fila davanti allo schermo. Si creava così per la prima volta, attraverso la trasmissione di immagini, un luogo di socializzazione, di condivisione e di confronto, non più solo sulla vita privata o della propria città, ma su quella pubblica, che riguardava l'intera nazione. La televisione, anche quando non viene effettivamente guardata, viene lasciata accesa come mezzo di compagnia, spesso sostituendo la radio; questo rumore di sottofondo riempie la solitudine e accompagna le conversazioni tra le persone, trasformandosi così in un oggetto casalingo specificamente deputato all'intrattenimento.

---

<sup>418</sup> A. Fuga, *Monolog. Mediat ... op. cit.*, p. 127.

<sup>419</sup> *Ivi*, p. 75.

#### 4.4 Definizione dei format e dei generi televisivi

Lo studio dei format televisivi è un argomento che include diverse fasi e tappe. Il format, essendo «nato per rivolgersi a un pubblico tendenzialmente sovranazionale, non può fare a meno di confrontarsi con le sensibilità, le identità e le specifiche culturali dei diversi pubblici nazionali<sup>420</sup>». In virtù della complessità e della multidimensionalità dell'argomento, si procederà con un approccio ecologico del sistema audiovisivo albanese, nel tentativo di tracciare alcune tra le più importanti definizioni al centro di questo studio, per costruire empiricamente gli strumenti cognitivi che permetteranno di circoscrivere, elaborare e analizzare al meglio tutti i dati raccolti sul campo. A seguire verrà presentata un'analisi storica della televisione albanese e dei programmi che l'hanno costituita, passando attraverso tre diversi periodi: una prima fase, quella della nascita della radio e della tv durante il periodo del comunismo, di monopolio assoluto della TVSH; una seconda fase, che coincide con la nascita della democrazia negli anni '90 e il mantenimento del monopolio della tv di Stato; infine una terza fase, a partire dal '95, durante la quale prendono forma le prime emittenti private.

Il lavoro di analisi di questa evoluzione ha lo scopo di rendere tangibile l'impatto che la televisione, con i suoi programmi, ha avuto sulla società albanese, trasformandosi in vero e proprio luogo di costruzione culturale, e si sviluppa attraverso un campionamento della programmazione di TVSH (tv nazionale), Tv Klan e Top Channel (canali privati). I rapporti politici ed economici tra Italia e Albania, trattati in precedenza, si rivelano strumenti utili sia per illustrare la natura delle relazioni tra i due Paesi, sia per comprendere come questi abbiano influenzato le dinamiche di sviluppo della televisione nel tempo, non solo dal punto di vista strutturale, ma anche di programmazione del palinsesto. Le tre fasi prese in esame sono state accompagnate da numerosi cambiamenti, sia interni che esterni al corpus della televisione, e per capire al meglio questi mutamenti bisogna tener conto di vari fattori e prospettive legati tanto al piano politico, economico e culturale quanto alla grande influenza della globalizzazione, un processo che in Albania si è diffuso a partire dalla caduta del comunismo, ma che è divenuto esponenzialmente più significativo negli ultimi quindici anni. Durante il lungo isolamento precedente, la televisione e il cinema sono stati gli unici mezzi di comunicazione disponibili in grado di fornire accesso a una cultura diversa da quella imposta dal regime totalitario di Hoxha; negli anni successivi, come approfondito nel

---

<sup>420</sup> M. Sorice, *Programmi in scatola. Il format nella tv globale*, Effatà editrice, Torino, 2009, p. 26.

secondo capitolo, la globalizzazione ha favorito importanti processi di contaminazione culturale, al centro dei quali un ruolo di primaria importanza va riconosciuto all'Italia.

L'Italia è sempre stata, tra le nazioni vicine, quella che più ha influenzato la società albanese nella metamorfosi generale che ha cambiato il Paese a partire dalla caduta del comunismo fino ad oggi: i primi anni '90 hanno segnato la fine della cosiddetta «cultura del partito-nazione»<sup>421</sup>, che si basava sui principi marxista-leninisti, aprendo così la strada alla cultura occidentale e a una fase nuova caratterizzata da democrazia, libertà e modernità.

L'uscita da un periodo oscurantista perdurato 45 anni lascia finalmente spazio al desiderio di superamento della crisi stato-nazione dell'Albania, realizzabile attraverso l'integrazione a nuovi modelli culturali. Tra questi, proprio quello italiano diventa sempre più apprezzato e influente, come dimostrato nel capitolo precedente attraverso l'analisi di diversi fenomeni sociali. Un importante fattore di questo processo è rappresentato dalla televisione italiana, che ha esercitato un'azione diretta e significativa sotto un duplice profilo: da un lato sulla televisione pubblica, dall'altro sui fruitori albanesi, come si vedrà in seguito. È importante sottolineare, inoltre, che negli ultimi dieci-quindici anni il sistema televisivo globale si è evoluto significativamente in primis grazie alle innovazioni tecnologiche che hanno notevolmente migliorato i supporti e la loro qualità, contribuendo, tra l'altro, all'ideazione e allo sviluppo di nuove tipologie di contenuti che segnano il passaggio da un contesto principalmente locale e oligopolistico a uno globale e multidimensionale.

Nel contesto di questa evoluzione, caratterizzata da nuovi generi televisivi, il telespettatore si trasforma, a sua volta, in consumatore: nell'era dell'abbondanza acquisisce la possibilità di scegliere prodotti su misura, in linea con le proprie preferenze, e può farlo attraverso molteplici canali: quelli della tv pubblica, delle *pay tv*, del satellite, e delle varie piattaforme che offrono servizi di *streaming on demand* avvalendosi delle potenzialità della rete internet. In altre parole, nell'era dell'evoluzione e dell'abbondanza televisiva sono cambiati il paesaggio dell'offerta e i contenuti trasmessi, con un'espansione tale da ridefinire l'impatto culturale dovuto al nuovo «mercato globale televisivo»<sup>422</sup>, che acquisisce le

---

<sup>421</sup> «La cultura nazionale come viene definita da Philip Schlesinger, include un corpo di valori, pratiche e identità ritenute uniche, che rendono le nazioni diverse uni dalle altre», in B.J. Selznick, *Global Television: Co-Producing Culture*, Temple University Press, Philadelphia, USA, 2008, p. 2.

<sup>422</sup> Tuttavia, «con l'avvento del commercio internazionale dei format televisivi, l'industria televisiva mostra segni di allineamento con altre industrie di servizi [...] per esempio quelle associate al *fast food*, ma offrendo un altro tipo di servizio. Nel nostro caso, il programma televisivo adattabile è diventato una merce del commercio internazionale e ha raggiunto una sorta di distribuzione universale mai sognata prima», in A. Morancon, J. Malbon, *Understanding the Global TV Format*, by Intellect Books, Bristol UK, 2006, p. 143.

caratteristiche di un vero e proprio «business, soprattutto a partire dalla rivoluzione digitale che ha trasformato il panorama globale dell'audiovisivo»<sup>423</sup> negli ultimi anni.

L'obiettivo di questo capitolo è analizzare l'influenza che i media tradizionali hanno avuto nelle diverse fasi storiche, comprendere i cambiamenti che questi hanno apportato all'interno della società albanese, e identificare i format italiani presenti nel palinsesto delle tre emittenti prese in considerazione per questo studio (la tv nazionale e due canali privati). Un format sviluppato, prodotto e trasmesso che viene fruito soltanto a livello nazionale ha una "potenzialità limitata" di influenza sui processi culturali globali, ma questo lavoro di ricerca ha lo scopo di indagare e approfondire l'impatto diretto e gli effetti indiretti dei programmi televisivi qui esaminati.

Lo studio dei format nel mondo odierno, costituisce la «spina dorsale dei palinsesti in tutto il mondo<sup>424</sup>»; ecco perché si tratta di un elemento indispensabile anche all'interno di questo lavoro di ricerca: i format contribuiscono alla «circolazione internazionale di una nuova cultura da una parte, e dall'altra minacciano il dominio di ogni nazione in qualità di regolatore della struttura organizzativa della medesima società<sup>425</sup>» a causa della loro funzione di «prodotti principali dell'industria televisiva<sup>426</sup>». Lo scopo principale dell'industria culturale è quello di «rivolgersi a un pubblico il più ampio possibile, come ogni sistema che si caratterizza per una produzione di massa destinato al consumo»<sup>427</sup>.

L'influenza che i diversi programmi esercitano con il loro contenuto, in qualità di fonte di formazione primaria e secondaria, determina la possibilità di un forte impatto o di una modificazione nella costruzione dell'identità dell'ideologia della conoscenza. Il flusso comunicativo mediale che passa attraverso i media tradizionali, diffondendosi dal centro alle periferie, porta con sé nuovi valori culturali, stili di vita e visioni del mondo che non coincidono con quelli veicolati dall'ambiente che circonda l'individuo nella vita quotidiana.

Queste nuove caratteristiche, che il format televisivo possiede, fanno sì che il prodotto televisivo, o testo mediale, diventi un bene di consumo che può essere venduto anche a livello locale.

---

<sup>423</sup> P. Sigismondi, *La glocalizzazione digitale dell'audiovisivo. Nuovi paradigmi del panorama mondiale*, FrancoAngeli, Milano, 2014.

<sup>424</sup> T. Oren, S. Shahaf, *Global Television Formats: Understanding Television Across Borders*, Taylor & Francis Group, 2011, p. 18.

<sup>425</sup> B.J. Selznick, *op. cit.*, p. 2.

<sup>426</sup> M. Sorice, *op. cit.*, p. 19.

<sup>427</sup> G. Losito, *La ricerca sociale sui media... op. cit.*, p. 122.

Un testo culturale è un sistema organizzato o una rete di elementi che si vedono interconnessi e interdipendenti. A livello micro, un testo mediatico potrebbe essere considerato un corpo di elementi comunicativi con confini riconoscibili tra sé e il mondo. Quindi, per scopi di comprensione, un testo potrebbe essere un giornale, un programma radiofonico, un film o un programma televisivo. A livello macro, un testo potrebbe essere un insieme più ampio composto da una serie di microelementi – un gruppo di film, una serie di programmi televisivi, una serie di servizi giornalistici, e così via<sup>428</sup>.

I produttori vendono l'esecuzione di un'idea per un programma (come, per esempio, *Chi vuol essere milionario*, *Pop Idol* o il *Grande fratello*), che passa dalla produzione e messa in scena in un determinato Paese che lo trasmette per la prima volta, a una successiva produzione per il pubblico di un'altra nazione. Così la merce diventa il formato, non il programma vero e proprio<sup>429</sup>.

Questo processo è iniziato prima degli anni '80 e ha avuto un forte slancio in avanti grazie al processo di privatizzazione dell'industria televisiva negli anni a seguire, agevolando l'internalizzazione dei format televisivi. La nuova realtà di produzione audiovisiva di matrice principalmente europea (Endemol e Fremantlemedia), ha iniziato, quindi, a fare concorrenza e a minare la supremazia economica dei prodotti hollywoodiani costruiti sulla sceneggiatura e non sui format. Riprendendo la definizione di Sigismondi, che fa chiarezza su questo aspetto,

la logica hollywoodiana può essere definita come un sistema che unisce risorse simboliche e materiali (tra le altre) per generare una serie di strutture narrative, di pratiche di distribuzione e di sviluppo di prodotti *scripted* (ossia su sceneggiature e copioni). La traiettoria europea, tra le altre, compete invece con Hollywood nel panorama televisivo con l'introduzione di diversi formati narrativi, come i *non-scripted programs*, tra cui i *reality show*<sup>430</sup>.

Il successo di questi programmi è basato sulla loro natura imprevedibile e su una struttura narrativa riconoscibile utilizzata puntata dopo puntata, fino a diventare familiare. I personaggi che partecipano a questi programmi spesso sono persone comuni, ignote al grande pubblico, ma vengono rese celebri dai media che, attraverso specifici format come *Grande Fratello*, *Italia's Got Talent* e molti altri *talent show*, offrono loro un palcoscenico esclusivo.

L'emergere di questo nuovo tipo di programma *non-scripted* viene "chiamato metaforicamente da Sorice scatola, in riferimento al contenitore che al suo interno

---

<sup>428</sup> A. Moran, *New Flows in Global Tv*, Intellect Bristol, UK/Chicago, USA, 2009, p. 44.

<sup>429</sup> B.J. Selznick, *op. cit.*, p. 3.

<sup>430</sup> P. Sigismondi, *op. cit.*, p. 19.

include qualcosa, ossia un determinato contenuto, che garantisce, proprio come avviene con il cibo in scatola, la sua circolazione e il suo passaggio da un contesto culturale all'altro, ed è ciò che ha permesso alla televisione di arrivare a una dimensione planetaria, trasformandosi in un oggetto di mercato<sup>431</sup>

con un «valore economico<sup>432</sup>». Questo tipo di «produzione televisiva transnazionale è stata creata sia come bene economico che come bene culturale<sup>433</sup>». Una diversa lettura del fenomeno che riguarda il mercato globale audiovisivo è quella di Sorice: il «format rappresenta la risposta del mercato televisivo all'industrializzazione della televisione da una parte e alla globalizzazione dei mercati dall'altra<sup>434</sup>». Inoltre,

in quanto prodotto culturale e quindi industriale, il format risponde alle esigenze economiche dell'attuale sistema televisivo che punta alla riduzione dei costi, alla serializzazione dei prodotti e alla moltiplicazione delle entrate. In quanto «oggetto culturale», il format globale e plurale per definizione attraversa varie fasi di produzione e ri-produzione, scrittura e ri-scrittura, che coinvolgono una pluralità di oggetti diversi<sup>435</sup>.

Il termine «format è molto utilizzato e può avere diversi significati<sup>436</sup>»: può nascondere un'ambivalenza semantica al suo interno, per questo si cercherà, in questa sede, di dare qualche definizione per capire al meglio il suo significato, tenendo conto della sua importanza nell'ambito commerciale internazionale.

La parola “formato” deriva dal latino (*Liber*) *formatus*, che significa “libro formato in un certo modo” in termini di dimensioni, forma e volume. L'utilizzo della parola “formato” nasce nell'industria della stampa e dell'editoria [...] Tuttavia, l'industria televisiva ha reso l'uso di questo termine più vicino a un'idea di stile, un modo di disposizione, presentazione del contenuto e a una modalità di procedere che include diverse tappe di costruzione del programma televisivo<sup>437</sup>.

---

<sup>431</sup> M. Sorice, *op. cit.*, 2009, pp. 3-4.

<sup>432</sup> A.M. Fiacco, *Fare televisione. I format*, Laterza, Bologna, 2018, p. 24.

<sup>433</sup> B. J. Selznick, *op. cit.*, p. 2.

<sup>434</sup> M. Sorice, *op. cit.*, p. 17.

<sup>435</sup> *Ivi*, p. 44.

<sup>436</sup> «Si può anche notare l'uso del termine in relazione all'attività di franchising. Il franchising è un'operazione commerciale che orchestra la distribuzione di beni e servizi tra grandi produttori e piccoli agenti di distribuzione. La merce che circola in questo tipo di accordo è un bene immateriale, una sorta di pacchetto di assistenza in un particolare settore del commercio; quindi, il commercio si riferisce a questo come franchising in “formato aziendale”», in A. Morancon, J. Malbon, *op. cit.*, p. 21.

<sup>437</sup> *Op. cit.* in *Ivi*, *op. cit.*, p. 19.



La circolazione del prodotto in vari Paesi viene chiamato format televisivo, quindi, per «definizione non è mai un progetto sulla carta, bensì sempre e soltanto un prodotto audiovisivo compiuto<sup>438</sup>» già andato in onda da qualche parte. Una volta che il prodotto finale è stato progettato, prodotto e trasmesso, i produttori entrano in possesso di un format televisivo che possono vendere<sup>439</sup> basandosi sul successo ottenuto in precedenza: più il riscontro è stato alto, più il prezzo del prodotto sarà maggiore e viceversa.

Un altro modo di definire il format è quello proposto da Sorice. Per l'autore questo termine rappresenta uno degli strumenti più utilizzati nella televisione contemporanea, e lo descrive come

idea originale di un programma con una struttura testuale relativamente aperta pronta all'adattamento per la rete e la realtà locale. In pratica il format è la struttura di base del programma, comprensiva anche di informazioni circa l'allestimento scenico, le caratteristiche dell'eventuale conduttore, i tempi interni, lo svolgimento drammatico<sup>440</sup>.

In maniera molto simile, il format si può anche rappresentare «come una vera e propria «cornice», un *framework* appunto, che contiene al suo interno gli elementi costitutivi di un programma, che vengono replicati come copia di un modello da una puntata all'altra, in modo originale e autonomo<sup>441</sup>». Per essere più esaustivi sull'argomento, inoltre, occorre specificare che i

programmi televisivi si vendono in due modi: come prodotto finito (*finished*) o, appunto, come format. Nel primo caso al *broadcaster* vengono venduti i diritti per trasmettere prodotti già definiti, come per esempio film, telefilm, serie tv, cartoni animati, documentari; in questo contesto, quindi, il *broadcaster* si limita a un intervento sul doppiaggio e la messa in onda. Nel secondo caso, invece, non viene venduto un programma già fatto e finito ma, piuttosto, la sua idea di base e le istruzioni attraverso le quali assemblarlo sotto la verifica del detentore dei diritti<sup>442</sup>.

---

<sup>438</sup> A.M. Fiacco, *op. cit.*, p. 24.

<sup>439</sup> La vendita dei format avviene in luoghi e posti differenti che vanno «dai padiglioni dei centri congressi ai singoli stand di particolari aziende, dove la vendita è incarnata dai numerosi addetti ai lavori, come dirigenti, produttori, finanziatori, venditori». Per maggiori approfondimenti vedi A. Moran, *New Flows in Global Tv...* *op. cit.*, p. 42.

<sup>440</sup> M. Sorice, *op. cit.*, p. 5.

<sup>441</sup> *Ivi*, p. 7.

<sup>442</sup> A.M. Fiacco, *op. cit.*, p. 25.

Questa costruzione avviene secondo regole ben precise e delineate, raccolte e descritte in quella che viene definita bibbia<sup>443</sup> di produzione: la sua funzione principale equivale a quella del manuale di istruzioni di un qualsiasi altro prodotto, con la differenza che in questo caso l'allegato funziona da supporto fondamentale per il format audiovisivo. Essa comprende diverse caratteristiche quali «la definizione della formula: concept e struttura del programma; gli elementi di richiamo: novità e motivi di interesse presenti nel programma; notizie produttive; piani di produzione del programma; scaletta e copioni di alcune puntate<sup>444</sup>».

I format hanno una natura dicotomica: in alcuni casi sono molto rigidi o blindati, per cui le indicazioni del produttore devono essere eseguite puntualmente (questo vale nei *game show* e nei *quiz*, ad esempio); in altri sono più flessibili o aperti. Il format blindato è facilmente riconoscibile perché viene prodotto in modo identico in vari Paesi del mondo: *Chi vuole essere milionario?*, per fare un esempio, ha lo stesso studio, le stesse luci, la stessa struttura grafica e altri aspetti identici «saldati tra di loro in modo unico in un sistema di elementi<sup>445</sup>» in cui le uniche modifiche consentite non sono mai strutturali, ma relative al clima generale del programma. Diversamente, nel caso dei format aperti sono permessi alcuni cambiamenti che comunque non devono stravolgere l'identità e le dinamiche che costituiscono il format stesso. A questa categoria appartengono generi come l'intrattenimento e il varietà, e i realizzatori locali hanno la possibilità di apportare piccole modifiche o integrazioni per adattare il prodotto finale ai gusti del pubblico locale, allo scopo di raggiungere più alti indici di gradimento. Questo passaggio può essere «visto come una specie di ricettario che indica ingredienti e procedure ma lascia anche spazio all'estro e alla sensibilità del cuoco<sup>446</sup>». Secondo Moran, tra i principali studiosi di format televisivi, metaforicamente parlando, questo contesto

trova degli elementi in comune con la teoria dell'evoluzione di Darwin. L'autore paragona l'origine dei format a quella delle specie perciò, seguendo questo principio, si può sostenere che ogni programma possieda degli elementi essenziali del suo Dna che non possono essere cambiati, ma anche altri che si modificano per adattarsi al meglio ai vari casi specifici. Come citato in precedenza, anche per Moran l'adattamento da una parte ha una funzione di consumo e profitto,

---

<sup>443</sup> È uno strumento molto articolato, che deve essere compilato da tutte le figure principali che hanno contribuito allo sviluppo dello stesso format (regista, scenografo, grafico...), in A.M. Fiacco, *op. cit.*, p. 189.

<sup>444</sup> M. Sorice, *op. cit.*, p. 40.

<sup>445</sup> A. Morancon, J. Malbon, *op. cit.*, p. 65.

<sup>446</sup> M. Sorice, *op. cit.*, p. 41.

dall'altra porta a nuove idee creative che veicolano e inglobano nuovi flussi culturali che condizionano gli stili di vita, la moda, i cibi e le bevande<sup>447</sup>.

In una fase iniziale, i vari produttori, attraverso il *gatekeeping*<sup>448</sup>, incanalano i flussi culturali globali per il pubblico prescelto. Per fare in modo che sembrino localizzati, devono essere replicabili ed esportabili facilmente: in questo modo il pubblico di riferimento potrà riconoscerli e percepirla come aspetti familiari e quotidiani. Perché ciò si realizzi, vengono utilizzati elementi di ancoraggio appartenenti alla cultura di riferimento, con il preciso scopo di diminuire il divario esistente tra il prodotto adottato in fase iniziale e quello finale, che risulterà, di conseguenza, più familiare.

Lo sforzo consapevole dei produttori riguarda le modifiche da apportare al contenuto del loro programma, allo scopo di renderlo culturalmente autentico «eliminando i marcatori della cultura straniera»<sup>449</sup>, in modo tale che il prodotto sembri realmente nazionale. Per farlo, è necessario ricorrere a storie, miti, racconti e simboli del patrimonio della nazione di riferimento, ma è altrettanto importante includere elementi di richiamo comuni alle varie identità culturali, al fine di evitare sentimenti di esclusione e diversità e rendendo i prodotti televisivi vere e proprie merci caratterizzate da una notevole «flessibilità culturale»<sup>450</sup>. I format televisivi, in questo modo, diventano pezzi di un grande puzzle, nel quale alcune parti vengono facilmente “smontate e sostituite” e altre possono essere adattate o cambiate: l'obiettivo rimane quello di assecondare le richieste dei mercati internazionali al fine di creare un prodotto che possa essere percepito come creato su misura per uno specifico pubblico.

Se da una parte i format vengono criticati e accusati di uccidere la creatività, dall'altra va considerato che, paradossalmente, crearne uno nuovo richiede un grande sforzo in termini di impegno, risorse, e nuove idee che devono sostenere l'intero arco narrativo per poi essere replicate in nazioni diverse da quella di origine. La creazione del nuovo format è solo una parte del complesso lavoro che bisogna svolgere quando si scrive un programma che ha l'ambizione di essere adattabile al modello culturale di altri Paesi in tutto il mondo.

Sono molti i casi di programmi che hanno avuto successo in un determinato Paese per poi fallire in altri, rivelandosi veri e propri *flop*. Per limitare l'incidenza di tale rischio, i

---

<sup>447</sup> Per altri approfondimenti si veda A. Moran, *TV Formats Worldwide Localizing Global Programs*, Intellect Bristol, UK/Chicago, B. USA, 2009.

<sup>448</sup> Cfr. M. Wolf, *op. cit.*; D. McQuail's, *op. cit.*

<sup>449</sup> A. Moran, *TV Formats Worldwide Localizing... op. cit.*, p. 64.

<sup>450</sup> *Ivi*, p. 71.

produttori e gli acquirenti dei vari Paesi devono svolgere preventivamente uno studio mirato e attento: una volta raggiunto un accordo economico, inizia il lavoro di adattamento che deve portare il prodotto mediale a incontrare il gusto del pubblico, con il preciso scopo di ottenere successo in termini di ascolti e introiti pubblicitari.

L'adattamento o il rimodellamento del format possono essere caratterizzati da modifiche più o meno significative, ma spesso succede che i «format nuovi che si adattano non prendono spunto solo da quello originale, ma anche da altri format adattati in altri contesti<sup>451</sup>», al fine di migliorarli incanalandosi nella scia di successo ottenuta. Secondo Fiacco,

La ragione per cui i format esterni vanno adattati è di due ordini principali: uno specificamente televisivo o «interno» (diversa durata temporale, diverso slot di palinsesti); l'altro extratelevisivo o «esterno» (elementi culturali e di costume, vincoli normativi). Rientrano in quest'ultimo gruppo anche ragioni strettamente soggettive: la volontà di personalizzare il format e lasciare così la propria «firma» sul proprio operato<sup>452</sup>.

Le modifiche dettate da ragioni interne sono superiori in termini di importanza. In breve, il lavoro di adattamento consiste in una serie di interventi più o meno evidenti che gli autori locali scelgono di fare sulla versione originale. Questo processo è costituito da diverse fasi che vanno dalla

comprensione e lo studio nei minimi dettagli del prodotto finale, all'adattamento vero e proprio, attraverso il quale si cerca di rimanere più fedeli possibile al format originale; in ultima battuta abbiamo la rifinitura finale, in cui si cerca di eliminare tutto ciò che è superfluo<sup>453</sup>,

ottenendo un «semilavorato che mantiene un forte carattere di stampo<sup>454</sup>». Inoltre, questi interventi possono essere di due tipi: strutturali o drammaturgici.

I primi attengono alla struttura del programma e alla sua forma finale. Gli interventi di questo tipo solitamente riguardano l'introduzione dello studio o degli ospiti, la dilatazione della durata (come, per esempio, nel programma *La Talpa*) anche quando il format originale non lo prevede. In questa situazione è necessario prestare attenzione, perché gli interventi possono alterare gravemente i fragili equilibri emotivi dei telespettatori mettendo a rischio la riuscita finale del

---

<sup>451</sup> T. Oren, S. Shahaf, *op. cit.*, p. 42.

<sup>452</sup> A.M. Fiacco, *op. cit.*, p. 203.

<sup>453</sup> *Ivi*, pp. 210-219.

<sup>454</sup> I. Pezzini, *L'autunno della tv: i generi*, in F. De Domenico, M. Gavrilina, A. Preta (a cura di), *Quella deficiente della TV. Mainstream television e multichannel*, FrancoAngeli, Milano, 2012, p. 53.

programma. Nel secondo caso abbiamo un coinvolgimento più diretto dei contenuti del programma, per questo il lavoro di adattamento risulta essere molto più delicato. La funzione di questo processo è quella di adattare il programma alla cultura televisiva di un determinato Paese, alla sensibilità e ai gusti del pubblico<sup>455</sup>.

Inoltre, ogni modifica viene effettuata in base a scelte ben precise, ad esempio il momento storico e il differenziamento dalla concorrenza. Questi cambiamenti si notano maggiormente nei programmi di intrattenimento: è in questi format che il produttore locale interviene in maniera sostanziale per incontrare la sensibilità del proprio pubblico. Oltre ai programmi di intrattenimento, tuttavia, vanno presi in considerazione anche altri generi e sottogeneri dei palinsesti televisivi: perché questa analisi teorica sia completa, dunque, occorre distinguerli e definirli, in modo tale da evidenziare similitudini e differenze che intercorrono tra format italiani e albanesi. Nella definizione classica

il genere è una categoria stilistica mediante la quale si individuano e si classificano, in base a criteri contenutistici e formali, le varie tipologie di programmi televisivi. Il genere può innanzitutto essere identificato con il contenuto del programma: l'informazione, la fiction etc. vengono distinte e definite in rapporto ai temi trattati e alla forma che tali temi assumono [...]. Il genere deve essere pensato piuttosto come l'insieme delle marcature dei testi che ne realizzano la comunicabilità, ovvero come l'insieme delle strategie grazie alle quali l'emittente rende visibili gli scopi di una trasmissione e suggerisce i modi più adeguati di leggerla<sup>456</sup>.

Da un punto di vista storico, all'origine della televisione troviamo una suddivisione dei generi in tre gruppi o categorie: informazione, cultura e spettacolo. Attualmente, in letteratura, la suddivisione si è stratificata in generi e sottogeneri, ovvero gruppi di programmi che hanno somiglianze tra di loro per struttura e argomenti. Le industrie che producono programmi televisivi utilizzano queste categorie per definire «marchi e identità specifiche da una parte, e una guida per orientare il pubblico dall'altra, per questo viene definita come una pratica multiforme<sup>457</sup>». Lo studio dei generi, dunque, è importante perché identifica le categorie culturali e, attraverso il loro contenuto, il conseguente impatto sul pubblico e sulla società. È necessario sottolineare che questa analisi dei generi non pretende di essere esaustiva, considerata la vastità del tema (la storia di ogni genere è diversa per ogni

---

<sup>455</sup> M. Sorice, *op. cit.*, p. 26.

<sup>456</sup> A. Grasso, *Televisione*, Garzanti, Milano, 2002, p. 290.

<sup>457</sup> J. Mittell, *Genre and Television. From Cop Shows to Cartoons in American Culture*, by Taylor & Francis Books, New York, 2004, pp. XI-XII.

Paese), ma di fare una distinzione e dare una definizione generale delle categorie più importanti.

Volendo mappare i generi in base alle diverse aree di contenuto, il riferimento al lavoro svolto da Fiacco risulta molto esaustivo, e fornisce al contempo un quadro descrittivo generale molto soddisfacente. Le aree prese in considerazione sono:

gioco (*game show, quiz, action, adventure, panel game, light quiz*); *show* (varietà classico, *one man show*, musicale, comico, *people show*); informazione (*infotainment, talk show, shockumentary, coaching service-tainment, factual*); emozioni (*reality, psycho game drama, emotainment, candid, docufiction, fictionality*). Inoltre, vengono elencati sottogeneri ibridi che appartengono a più di un'area di contenuto, come per esempio: *dating* (gioco, *show*); satirico (*show, informazione*); *talent show* (*show, gioco, informazione, emozione*)<sup>458</sup>.

Di seguito, si cercherà di dare una definizione generale riguardo ai generi televisivi e ad alcuni sottogeneri. Il primo genere da considerare è quello che, per eccellenza, caratterizza la televisione: l'informazione. Il significato di questa parola ha un ruolo importantissimo nel mondo della comunicazione; tuttavia, in questa sede ci limiteremo a fornirne una breve descrizione utile a capire i sottogeneri che include, per poi analizzare i palinsesti del campionamento fatto in Albania. L'informazione è un

macro-genere televisivo comprendente tutti i programmi a finalità informativa, quali i telegiornali, le rubriche di approfondimento, gli speciali, i rotocalchi, i documentari, le inchieste, i dibattiti, i talk show. L'informazione ha rappresentato per lungo tempo il tratto distintivo e qualificante della televisione<sup>459</sup>.

Quello che si evince dalla definizione di Grasso è che l'informazione ha un ruolo centrale in qualunque palinsesto televisivo; inoltre è importante sottolineare che, nella loro costruzione testuale, in genere i telegiornali e i programmi di informazione cercano di basarsi sui concetti di verità e di rappresentazione della realtà. Tuttavia, la narrazione della notizia viene costruita con

effetti estetici e di spettacolarizzazione. Questi ultimi vengono ottenuti ad esempio attraverso operazioni costanti di narrativizzazione, e si traducono nel tentativo di intrecciare fra di loro livelli di discorso di ordine differente:

---

<sup>458</sup> A.M. Fiacco, *op. cit.*, p. 10.

<sup>459</sup> A. Grasso, *op. cit.*, p. 344.

pragmatico (attinente al concatenarsi delle azioni e dei fatti presentati), cognitivo (attinente alla circolazione del sapere), e passionale (attinente ai processi di trasformazioni effettive)<sup>460</sup>.

Tutti questi elementi portano ogni telegiornale a costruire uno stile specifico che lo diversifica dagli altri.

L'intrattenimento è un genere che ha come scopo principale quello di catturare l'interesse del pubblico e divertirlo suscitando piacere e gioia. In questo contesto, l'unica regola sembra essere la mancanza di regole, visto il ruolo centrale della fluidità e l'indeterminatezza dei confini. All'interno di questa categoria sono riconoscibili diverse forme di spettacolo, come ad esempio la commedia, i film, l'arte, la danza, lo sport, i giochi, la musica etc., e il pubblico possiede molteplici possibilità di scelta per assecondare il proprio gusto o uno specifico stato d'animo.

L'*infotainment* indica quella tipologia di programmi in cui generalmente predomina la divulgazione di informazioni e notizie di vario tipo. Il termine deriva dalla «fusione delle parole inglesi information (informazione) e entertainment (intrattenimento) [...]». In Italia, dove il genere ha avuto larga diffusione, uno dei maestri riconosciuti dell'*infotainment* è Giuliano Ferrara<sup>461</sup>». Spesso il dibattito condotto all'interno dei programmi di questa categoria è molto acceso, a causa della radicalizzazione dei pensieri degli ospiti, o per gli animati confronti tra i presenti in studio e coloro che sono collegati dall'esterno: capita di frequente di assistere a scontri in difesa del proprio pensiero, soprattutto quando gli argomenti oggetto della puntata riguardano temi di attualità della politica, dell'economia o dell'immigrazione.

Il *talk show* è «uno dei formati televisivi più popolari e duraturi, con una storia antica quanto quella del mezzo televisivo stesso<sup>462</sup>». Presentandosi come

capostipite dei cosiddetti «programmi di parola», il talk show si basa su un dibattito in studio tra vari interlocutori o gruppi di interlocutori. Protagonisti e argomenti possono essere i più vari, così come la struttura e i meccanismi formattizzanti (che tuttavia in questa tipologia di programmi sono vari)<sup>463</sup>.

---

<sup>460</sup> I. Pezzini, *op. cit.*, p. 56.

<sup>461</sup> A. Grasso, *op. cit.*, p. 344.

<sup>462</sup> Per approfondire la storia dei talk show si veda B.M. Timberg, *Television talk. A History of the talk show*, University of Texas Press, USA, 2004.

<sup>463</sup> A. M. Fiacco, *op. cit.*, p. 20.

Ciò che emerge principalmente è «una sensazione di intimità o di stretto rapporto tra l'ospite e i membri in studio e, indirettamente, con gli spettatori a casa<sup>464</sup>»; diviene così «un appuntamento fisso, un rito appunto, in cui il sacerdote, il conduttore, rapidamente assurge a protagonista del quotidiano dei suoi spettatori, amico, confidente, persona di fiducia dalla quale ricevere consigli e ottenere informazioni<sup>465</sup>».

I temi trattati sono di varia natura, ma il nucleo centrale del programma si basa sulle interviste, sul dialogo e sul dibattito che si viene a creare in studio con e tra gli ospiti; non mancano, inoltre, musica, giochi e momenti di comicità. Gli ospiti hanno spesso opinioni opposte tra loro, ma tale contrasto è utile allo scopo del programma nonché all'aumento di interesse da parte del pubblico. Tuttavia, ciò che costruisce il «motore narrativo del formato [...] è l'interazione dialogica tra diversi soggetti che ricoprono un ruolo più o meno istituzionalizzato, e che si scambiano parole all'interno di uno spazio ritualizzato di discussione<sup>466</sup>».

Questa formula televisiva, che nasce negli Stati Uniti negli anni Cinquanta, segue una scaletta predefinita, e trova il suo sviluppo in Italia nel periodo della neotelevisione, in particolare nel 1976-1977 su Rai 1 con *Bontà loro* di Maurizio Costanzo. Questo primo *talk show*, grazie alla varietà dei temi trattati e a una formula mai sperimentata prima, inaugura una vera e propria rivoluzione televisiva<sup>467</sup>. In questa tipologia di programmi, la figura del conduttore è fondamentale:

il conduttore interpella continuamente il pubblico, di cui si professa amico, cercando con vari espedienti di superare l'unidirezionalità insita nella trasmissione televisiva: la presenza di un pubblico in studio, ambasciatore del più vasto pubblico a casa, le telefonate, gli sms e poi le e-mail con cui si interloquisce con gli spettatori, il televoto (soprattutto dopo l'avvento dei telefonini), perfino il contributo in denaro (sempre tramite i cellulari) a nobili cause<sup>468</sup>.

Per la prima volta, inoltre, ai personaggi noti vengono affiancate persone comuni che raccontano le proprie esperienze e le proprie storie, agevolando un rapporto di reciprocità che rende veritiero il motto «la trasmissione siete voi»<sup>469</sup>.

---

<sup>464</sup> *Op. cit.* in A. Tolson, *Television Talk Shows: Discourse, Performance, Spectacle*, Lawrence Erlbaum Associates, Inc., London, 2000, p. 33.

<sup>465</sup> C. Ruggiero, *La macchina della parola. Struttura, interazione, narrazione nel talk show*, Collana diretta da M. Livosi e M. Morcellini, FrancoAngeli, Milano, 2014, p. 8.

<sup>466</sup> *Ivi*, p. 13.

<sup>467</sup> F. Monteleone, *op. cit.*, p. 402.

<sup>468</sup> E. Menduni, *Televisioni. Dallo spettacolo televisivo alle piattaforme multimediali*, Il Mulino (versione digitale), Bologna, 2009, p. 94.

<sup>469</sup> E. Menduni, *Televisioni. Dallo spettacolo televisivo ... op. cit.*, p. 95.



Il *Game show* è caratterizzato dalla presenza di uno o più concorrenti, in base alle specifiche caratteristiche del programma, e prevede un dilemma da sciogliere, una prova da svolgere, un quiz da risolvere ecc., con la possibilità, in caso di vittoria, di vincere un premio. I *game show* possono essere di varie tipologie, come ad esempio *panel game*, *quiz*, *light quiz*, *adventure fame* e *action*, ma hanno tutti in comune la presenza di prove da superare o interrogativi ai quali rispondere.

Il successo di questi giochi si basa sulla competizione e sulle emozioni che da essa scaturiscono, il tutto mescolato a diversi altri fattori come l'abilità, la conoscenza e la fortuna. Il telespettatore che guarda la tv può immedesimarsi o "sostituirsi" al concorrente che osserva sul piccolo schermo, per tentare la "fortuna in modo simbolico" e mettersi alla prova individualmente o con altri giocatori. In questa dinamica, chi segue il programma da casa può partecipare alle sfide proposte senza necessariamente dover rientrare nella categoria dei perdenti o dei vincitori; ciò che attira il concorrente virtuale, infatti, è la possibilità di mettersi in gioco senza correre un reale rischio di perdere: mentre per il concorrente reale l'ambizione si concretizza nella vincita di un premio, che può essere anche in denaro, per quello virtuale si realizza nel poter dimostrare la propria competenza, e tutto ciò si traduce in un sentimento di rinnovata autostima, con conseguenti forti emozioni personali.

La parola *fiction*, di origine inglese, significa letteralmente «"finzione" o "invenzione", ed è un termine che indica un magrogenere che abbraccia tutti i testi basati sull'invenzione narrativa, sulla costruzione di un universo verosimile costituito da ambienti, personaggi e azioni dinamizzati in un racconto»<sup>470</sup>, e comprende,

al di fuori dell'ambito mediale, anche altri prodotti culturali, come le opere letterarie. Nell'ambiente televisivo, "la fiction può essere articolata in una varietà di sottogeneri che si differenziano per il formato, l'origine e le caratteristiche storiche [...]. Nella prassi televisiva sono stati così distinti il telefilm articolato in serie, serial, sitcom e soap opera, il teleromanzo, lo sceneggiato, l'originale, il film per la tv ecc."<sup>471</sup>.

La sua forza narrativa, specialmente quando si tratta di serie tv (narrazione continua), risiede nell'alta probabilità di fidelizzare gli spettatori per tutta la sua durata, ovvero di riuscire a raggiungere lo scopo principale di tutte le produzioni televisive: creare un pubblico permanente che seguirà con costanza questo prodotto per un lungo periodo. Tale compito viene facilitato dalle tecniche di produzione:

---

<sup>470</sup> A. Grasso, *op. cit.*, p. 262.

<sup>471</sup> *Ivi*, p. 262.

ogni puntata è concatenata all'altra, anzi si evita che sia troppo definitivamente conclusa e si lascia qualcosa di sospeso (cliffhanger, letteralmente «appeso a una scogliera»), connesso a un repentino colpo di scena. Ancora una volta, nulla di nuovo sotto il sole: sono gli espedienti narrativi del feuilleton, il romanzo d'appendice ottocentesco<sup>472</sup>.

Il *reality show* è uno dei generi più difficili da circoscrivere in una definizione, e ciò è dovuto in buona parte alla complessità che caratterizza il termine stesso. Di fatto, con *reality* non deve intendersi la realtà così come viene proposta ai concorrenti dello *show* televisivo, ma la «realtà delle reazioni emotive dei partecipanti, dato che ha il suo principale motivo d'interesse nei sentimenti umani, proposti in maniera formatizzata e spettacolare<sup>473</sup>».

Mentre la *real tv* non ha una narrazione costruita a priori, il *reality show* possiede una struttura narrativa precostituita fin nei minimi dettagli, destinata a fare emergere le personalità e i caratteri dei personaggi, così come le loro relazioni. La storia narrata all'interno del programma si basa sui sentimenti dell'amore, dell'amicizia e dell'ambito familiare, ma viene rimodellata in base alle esigenze dei produttori, finendo così per modificare o condizionare la realtà stessa.

Nel genere della *real tv* rientrano trasmissioni come *Paperissima* e *8 millimetri*: in questo contesto, la realtà nella sua peculiare imprevedibilità viene riproposta sotto forma di video amatoriali, spesso di bassa qualità e realizzati con lo *smartphone* o videocamere non professionali in circostanze accidentali. Nel caso del *reality*, invece, le riprese avvengono in diretta o sono preregistrate, come succede, ad esempio, con il *Grande fratello* o *L'Isola dei famosi*.

Da questo breve *excursus* si evince che ogni genere ha una sua importanza e un diverso impatto sul panorama televisivo, già a partire dal momento della costruzione e della progettazione (che includono il genere, il giorno, l'orario di messa in onda e la durata del programma), e che, ovviamente, tutti i programmi vengono concepiti per ottenere un successo sempre maggiore, anche se questo aspetto dipende e viene definito dall'incontro con i telespettatori. Ogni rete ambisce a raggiungere la massima visibilità dei propri prodotti per poter vendere gli spazi pubblicitari ad un prezzo sempre maggiore, ma per raggiungere questo scopo è necessario uno studio molto attento di vari elementi, come il costo di produzione e la linea editoriale dell'emittente. Solo dopo questo fondamentale passaggio si

---

<sup>472</sup> E. Menduni, *Televisioni. Dallo spettacolo televisivo... op. cit.*

<sup>473</sup> A. M. Fiacco, *op. cit.*, p. 13.

potranno stabilire il giorno e la fascia oraria della messa in onda, cioè il posto che un determinato programma occuperà all'interno del palinsesto giornaliero e settimanale che viene elaborato dalla rete in base ai propri bisogni ed obiettivi. Nel linguaggio televisivo, si può definire palinsesto «il quadro d'insieme delle trasmissioni programmate da una rete per un dato periodo (giorno, settimana, mese, trimestre), con titoli dei programmi, caratteristiche tecniche, durata, orari di messa in onda»<sup>474</sup>. Il suo scopo principale, oltre a rendere noto al pubblico cosa andrà in onda su una specifica rete, è quello di individuare le condizioni migliori affinché il prodotto televisivo possa raggiungere il migliore riscontro possibile da parte del pubblico, ovvero un indice di ascolto sempre maggiore.

Dopo questa breve presentazione dei generi televisivi, il prossimo paragrafo tratterà della storia della televisione albanese e dei programmi che la compongono, suddivisi in diversi periodi, con l'intento di scoprire e analizzare gli elementi di matrice italiana presenti al loro interno, sia in termini di flussi culturali (canzoni, film, racconti, pubblicità) che di analisi dei palinsesti televisivi.

#### **4.5 L'impatto del comunismo sui programmi televisivi**

Per tutto il periodo comunista la televisione con i suoi programmi ha svolto un ruolo primario nella costruzione degli interessi del Partito, basati sulla propaganda e il mantenimento del potere, offrendo la fasulla sensazione di occuparsi degli interessi del pubblico e creando così un finto intrattenimento attraverso programmi costruiti con messaggi subliminali per rafforzare l'ideologia comunista.

I telespettatori, non avendo voce in capitolo nelle decisioni pubbliche o private visto l'asservimento alle severe regole imposte dal regime, riconoscevano nella televisione la loro unica via di fuga contro la continua oppressione che subivano quotidianamente; la televisione italiana, inoltre, oltre a rappresentare un mezzo di divertimento, era l'unico strumento che permetteva di vedere cosa stesse accadendo fuori dall'Albania. Oltre alla chiusura dei confini nazionali, altri elementi che dimostravano la chiusura totale del Paese furono: l'assenza della libertà di parola, di diritti civili e di religione, e l'abolizione della proprietà privata.

---

<sup>474</sup> A. Grasso, *op. cit.*, p. 503.

Da questa logica di controllo ferrea non sono esclusi nemmeno i mezzi di comunicazione tradizionali, come abbiamo visto abbondantemente nel primo capitolo. Il controllo dei telegiornali dipendeva interamente dagli organi del Partito, che li avevano trasformati in veri e propri canali ufficiali di divulgazione dell'ideologia Marxista-Leninista e di indottrinamento delle masse. Ogni forma di pluralismo del pensiero era vietata e condannata con pene molto severe: chi veniva sorpreso a sentire radio straniera veniva punito immediatamente.

All'inizio degli anni Settanta e a seguire, «gli Albanesi in possesso di un apparecchio televisivo cercano insistentemente di sintonizzarsi sulla RAI, preferendola alla neonata TVSH, sia per le informazioni da essa fornite che per i programmi d'intrattenimento»<sup>475</sup>; ciò era dovuto alle poche ore di trasmissione serali, perciò, quando l'emittente albanese chiudeva il pubblico si sintonizzava sui canali italiani. I programmi italiani non divertivano soltanto gli spettatori albanesi, ma furono anche fonte di ispirazione per i conduttori dei telegiornali, che riprendono come «modello il Tg1 della Rai, considerando i giornalisti italiani maestri ed esempi da seguire. Così, il Tg1 delle 20.00, condotto da Massimo Valentini e in seguito da Emilio Fede, appare agli speaker albanesi come una sorta di scuola di giornalismo»<sup>476</sup>.

Nella prima fase della nascita della televisione e della costruzione delle prime antenne per la trasmissione del segnale, il Partito non era impensierito e non percepiva come una minaccia il segnale che proveniva dall'estero, soprattutto dalla vicina Italia.

La Rai fa il suo ingresso radiofonico agli inizi degli anni Sessanta, introducendo la canzone italiana nel Paese delle Aquile. La radiostazione italiana trasmette notiziari, programmi musicali e partite di calcio nella lingua straniera più amata dagli albanesi. In seguito, la Rai si presenta sotto forma di canale televisivo, diffondendo in maniera sempre più "pericolosa" il sogno italiano<sup>477</sup>.

Con l'avvicinamento nel 1966 alla Cina, il regime consolida ancora di più l'idea di chiusura da tutto ciò che rappresenta l'occidente, con il pericolo di diffusione di immagini e pensieri che risultavano diversi dall'ideologia comunista. Tutto questo si riflette anche sui mezzi di comunicazione, per questo l'analisi dei palinsesti ci permetterà di individuare i programmi più significativi.

---

<sup>475</sup> E. Pagani, *op. cit.*, p. 15.

<sup>476</sup> *Ivi*, p. 39.

<sup>477</sup> *Ivi*, p. 37.

Inoltre, prima di entrare nel vivo del campionamento bisogna fare un ulteriore passaggio, cioè, la divisione dei generi televisivi per categorie. La divisione in macrocategorie come dimostra la (tabella 4.3), è legata alla creazione di vari cluster funzionali a semplificare l'analisi. Questa scelta, inoltre, è legata al fatto che i generi televisivi, dalla nascita della televisione ad oggi, sono aumentati notevolmente, con una divisione molto dettagliata come abbiamo visto in parte in precedenza; questa scelta, dunque, vuole limitare possibili dispersioni da una parte, e dall'altra facilitare la distinzione tra generi, motivo per il quale si è scelto di non utilizzare una costruzione grafica che sarebbe risultata poco significativa o molto frammentata.

<b>Informazione e approfondimenti</b>	<b>Cultura e educazione</b>	<b>Intrattenimento</b>	<b>Fiction</b>	<b>Sport<sup>478</sup></b>
Tg	<i>Talkshow</i> culturali	Programmi di cucina	Serial	Tg sport
Tg di approfondimento	Documentari	<i>Game show</i>	Film tv	Approfondimento sportivo
<i>Talkshow</i> informativi	Corsi di lingua straniera	<i>Showbiz/Gossip</i>	Serie	Calcio
<i>Infotainment</i>	Emissioni di cultura	<i>Talkshow</i>	Miniserie	Basket
Dibattiti e approfondimenti	Altri programmi didattici	Satira	<i>Soap opera</i>	<i>Volleyball</i>
Programmi di servizio pubblico		<i>Reality show</i>	<i>Sitcom</i>	Olimpiadi
Reportage e inchieste		Cartoon		Formula Uno
		Varietà		Moto Gp
		<i>Talent show</i>		Boxe

*Tabella 4.3 –Divisione dei macrogeneri televisivi e cluster di appartenenza*

<sup>478</sup> In questa tabella è stata aggiunta una categoria che non fa parte della categoria format televisivi come abbiamo constatato in letteratura. Lo sport è un evento specifico di tipologia diversa, dove ogni evento seppur della stessa categoria ha una narrazione diversa per ogni evento. Siccome per un lungo periodo la televisione in Albania è stato composto da un solo canale era doveroso rappresentare questa categoria seppur differente dai format televisivi. Gli approfondimenti sportivi in studio si potevano anche mettere nella categoria informazione ma così i dati sarebbero stati troppo bilanciati verso questa categoria e l'evento in sé per sé, per esempio nel palinsesto del '90 nel mese di marzo occupa il 19% e a novembre 21% nel palinsesto giornaliero. Mettere gli eventi sportivi come calcio o basket come informazione, o non raffigurarli proprio, significava sbilanciare i dati verso una categoria o non rappresentare tutto il palinsesto nella sua forma originale.

I primi dati disponibili del palinsesto di *TVSH* risalgono al 1969, tuttavia si è riusciti a recuperare sono quelli del mese di novembre per l'anno preso in considerazione, mentre gli altri dati più vicini risalivano all'anno 1973. Siccome il campionamento è stato svolto ogni 10 anni si è preferito inserire solo quelli della settimana in questione. L'orario delle trasmissioni in questa fase storica era molto limitato: l'offerta mediale a disposizione del pubblico si basava su pochi contenuti, ovvero programmi per bambini, notizie, documentari e film. Le trasmissioni televisive iniziavano alle 18.00 con la presentazione dei programmi del giorno e finivano intorno alle 22.00 con un film.

Come emerge nel grafico 4.1, si può notare che la distribuzione per generi non è omogenea: al primo posto troviamo il genere fiction con il 36%, costituito principalmente da film e varietà.

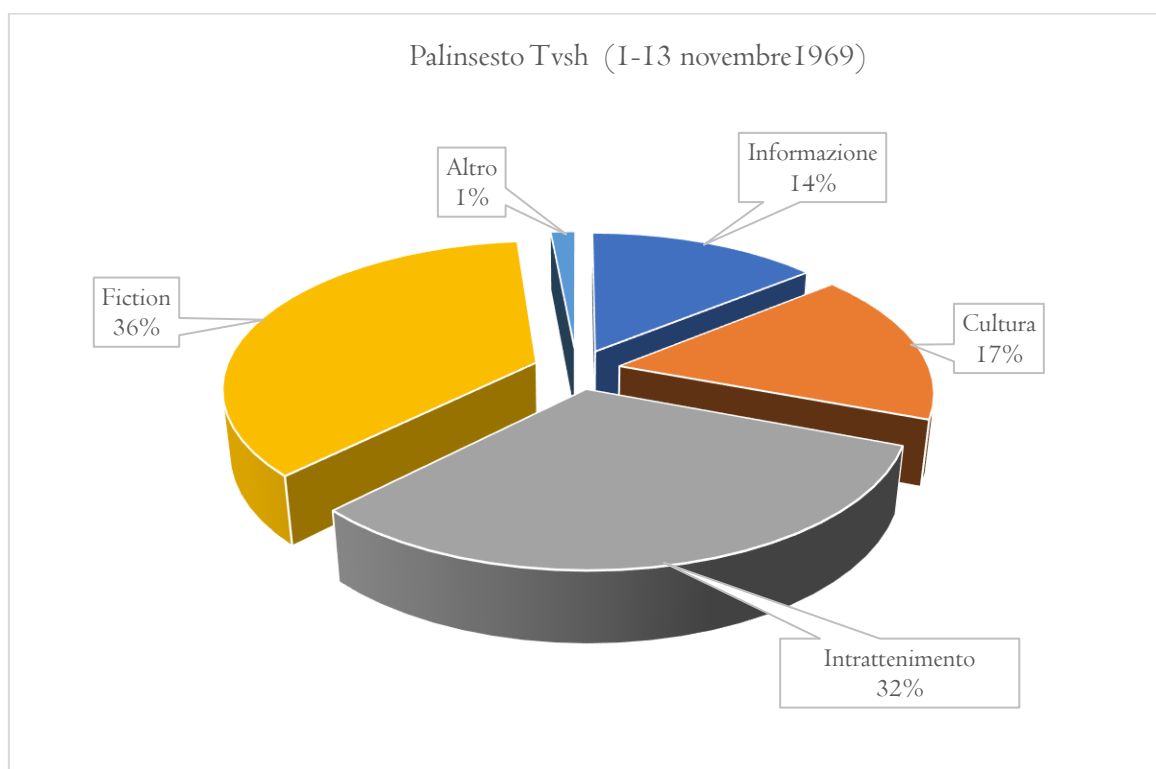


Grafico 4.1 – elaborazione propria dei dati. Fonte: archivio della Radiotelevisione albanese <sup>479</sup>

Al secondo, con una leggera diminuzione percentuale, troviamo il genere dell'intrattenimento con il 34%, composto da trasmissioni per bambini che trattavano in larga parte racconti per il partito e in parte favole, canzoni, balli provenienti da diverse regioni albanesi e da svariati Paesi del mondo, rigorosamente selezionati tra quelli del blocco

<sup>479</sup> Gli unici giorni disponibili sull'archivio per il 1969 indicati nel grafico 3.1 erano: 1, 2, 6, 7, 8, 9 e 13 novembre.

Sovietico. Distaccati di parecchi punti troviamo la cultura, con il 17%, che comprende documentari di produzione interna che parlano dei contadini e delle produzioni agricole come grano e mais, del ruolo dei partigiani comunisti durante la Seconda Guerra Mondiale, delle bonifiche delle terre e altri traguardi di vitale importanza raggiunti dal regime; i documentari di matrice straniera si riferivano alla scienza e alle sue ultime scoperte.

Alla fine, troviamo l'informazione con il 14%. Quest'ultima è costituita in particolare modo da notizie brevi che mettono in rilievo l'importanza del partito e dei suoi membri, i quali con il loro impegno e il loro lavoro in favore della patria raggiungevano giorno dopo giorno obiettivi sempre più grandi in diversi ambiti, come l'industria, l'agricoltura e l'allevamento. Il notiziario iniziava alle 19.00 e durava circa 20 minuti, comprese le previsioni del tempo. Come abbiamo visto in precedenza, le notizie sull'occidente erano quasi inesistenti o si citavano solo i casi che raccontavano disgrazie o altri contenuti che includevano al loro interno crisi, o altri elementi o temi negativi e denigratori.

Nei primi anni 70' la televisione rappresentava un bene di lusso accessibile solo alle élite politiche, un privilegio per pochi. L'influenza dei canali stranieri sulla popolazione era molto limitata, perciò i dirigenti che avevano la possibilità di vedere questi programmi, essendo considerati molto fedeli al partito, non costituivano un pericolo imminente per il potere politico. Con il passare degli anni e la diffusione in larga scala dell'«occhio luminoso»<sup>480</sup>, il regime ha iniziato una guerra ideologica contro ogni forma di manifestazione culturale straniera. Questo, all'improvviso, ha reso la televisione un oggetto di pericolo costante: i giovani iniziano ad imitare la moda straniera, nuovi desideri vengono creati attraverso la pubblicità, si formano nuovi gusti culturali in netto contrasto con l'ideologia comunista, da sempre antidemocratica e antioccidentale.

Per contrastare tale avvenimento, l'acquisto di un apparecchio televisivo può avvenire esclusivamente previa autorizzazione da parte di una commissione speciale, costituita ad hoc per garantire un controllo totale. Si iniziò così a limitare il segnale che veniva all'altra sponda adriatica: nel '73 vennero installate antenne per ostacolare il segnale e impedire, di conseguenza, la visione dei canali Rai; è possibile vedere «solo spezzoni del notiziario»<sup>481</sup> ben selezionati, ovvero quelli relativi a guerre, catastrofi, mafia e crisi economiche, tutto questo per dare la sensazione che il mondo sia avvolto dalle disgrazie e

---

<sup>480</sup> Termine utilizzato in F. Monteleone, *op. cit.*

<sup>481</sup> Si era formato un gruppo di «tecnici specializzati incaricati di tagliare immagini considerate pericolose, come ad esempio quelle del papa o del presidente degli Stati Uniti. Nel Natale del 1975 si verificò un incidente tecnico e non viene tagliata la parte dell'apertura del Tg1, che iniziava con l'immagine del papa Paolo VI che saluta i fedeli, mostrandosi così per la prima volta al popolo albanese», in E. Pagani, *op. cit.*, p. 39.

che l'unico posto dove si vive bene e in pace rimane l'Albania. Le persone, non avendo modo di vedere quello che succedeva fuori dai confini nazionali, credevano di avere uno standard di vita alto, e che il mondo fuori stesse andando verso il precipizio e la rovina, in linea con quanto promosso dal regime comunista.

La rottura definitiva dei rapporti con la Cina nel 1978 portò l'Albania verso una profonda crisi economica: l'interruzione degli aiuti provenienti dall'estero fece sprofondare la popolazione nella disperazione. Per tenere sotto controllo la situazione, la repressione colpì senza pietà anche i più alti membri del Partito, accusati di essere traditori della patria e sabotatori del progresso.

Sul fronte mediatico, invece, i mezzi di comunicazione avevano superato a pieni voti la prova di veicolo di trasmissione del pensiero comunista, e si erano confermati sempre più come piattaforma privilegiata per l'indottrinamento delle masse secondo l'ideologia marxista-leninista.

I contenuti, in questa fase, vengono costruiti ad hoc per dare un forte appoggio morale alle masse, i programmi messi in onda trasmettono ripetuti richiami per una mobilitazione in termini lavorativi e di sacrificio, perché la patria, come sottolineato dal regime, richiede il contributo di tutti. La costruzione della comunicazione massiva rientrava nel fenomeno che Fuga descrive con tre caratteristiche, «monologo - narcisismo istituzionale – autismo collettivo»<sup>482</sup>, e nessuna notizia sfuggiva a questo schema molto rigido.

Nel 1980, osservando il palinsesto delle due settimane del campionamento, ovvero, marzo e novembre, si notano grandi novità sia nella forma che nel contenuto. La prima differenza riguarda il cambiamento della struttura del palinsesto televisivo, infatti, *TVSH* inizia a trasmettere anche di domenica. Le trasmissioni cominciano alle 10.00 e finiscono intorno alle 14.30, per poi riprendere alle 17.59, orario di apertura della fascia serale. Un altro elemento di rilievo riguarda l'allungamento del programma serale che finisce alle 22.30, cioè con una maggiorazione di 30 minuti rispetto al palinsesto del '69.

Come vediamo nel (grafico 4.2), cambia anche la ripartizione per generi, con una distribuzione quasi omogenea tra informazione, intrattenimento e cultura.

Un ulteriore elemento da evidenziare è la comparsa di programmi più specifici per diversi target: nel 1969, all'interno del palinsesto, si individuavano solo programmi per bambini, mentre nel 1980 abbiamo programmi per bambini, per giovani e adolescenti con

---

<sup>482</sup> A. Fuga, *Monolog. Mediat... op. cit.*, p. 129.



un minutaggio consistente all'interno del genere dell'intrattenimento (28%) come si nota di seguito, nello specifico

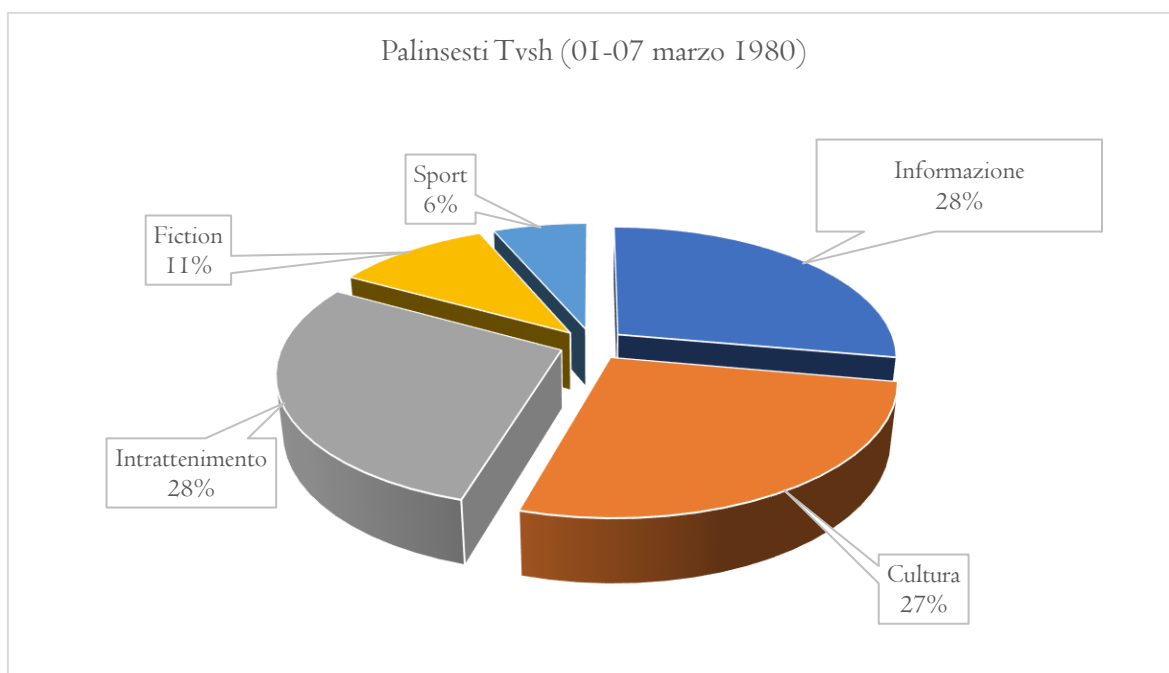
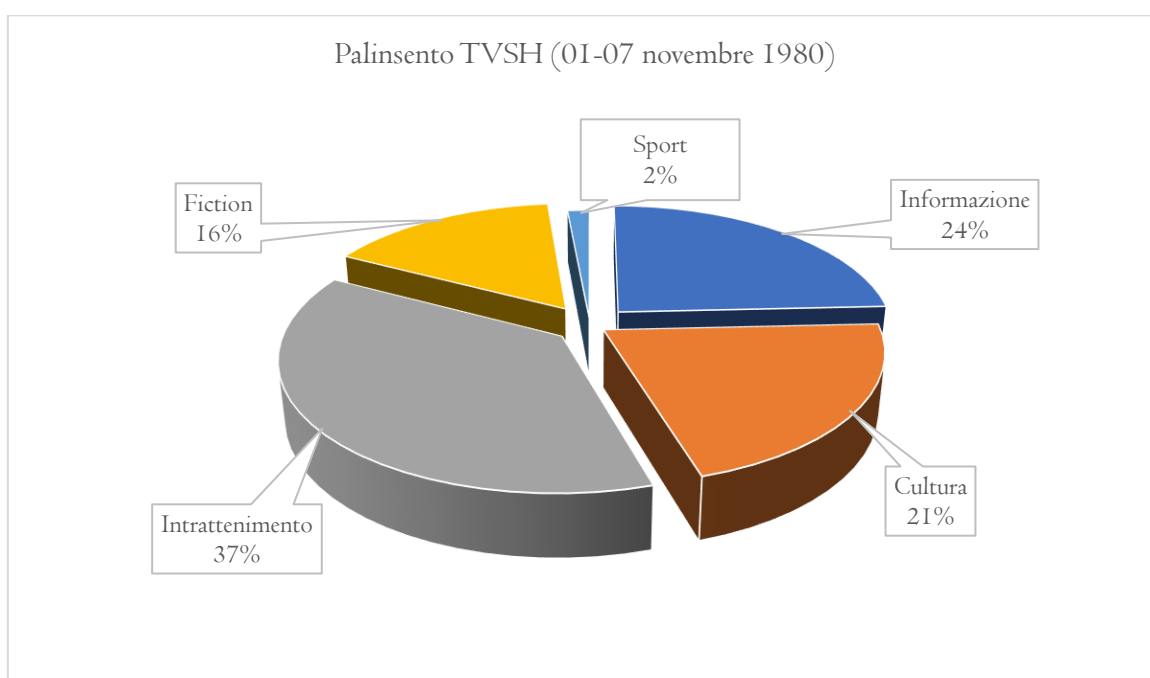


Grafico 4.2 – elaborazione propria dei dati. Fonte: archivio della Radiotelevisione albanese

il 32.06 % del totale, mentre la maggior dello spazio, il 49.74%, viene occupato da concerti e balli tradizionali di diverse regioni dell'Albania e del Kosovo, mentre ciò che resta è occupato da opera e commedie. Per quanto riguarda il campo dell'informazione, il minutaggio complessivo raddoppia dal 1969 a marzo del 1980. Sul fronte dei contenuti permane una struttura molto rigida di costruzione delle notizie; non si riscontrano sostanziali cambiamenti ad esclusione del numero di *Emisioni i lajmeve* (Telegiornali) che passa da uno nel 1969 a tre al giorno nel 1980. Le notizie sono ripetitive, ruotano attorno a un unico focus centrale, ovvero mettere in risalto la voce del regime politico e le sue "opere divine". Al terzo posto, con una minima differenza percentuale, troviamo il genere della cultura, all'interno del quale si ritrovano programmi che parlano delle iniziative eroiche portate a termine dai membri del partito durante la guerra nazi-fascista; alla base rimane salda la divulgazione della cultura comunista, mentre il resto del palinsesto è composto da documentari di vario genere, come ad esempio quelli a tema archeologico, e quelli a tema industriale che descrivono la costruzione di diverse fabbriche e raccontano in dettaglio la loro specifica produzione. A seguire troviamo la fiction, con particolare rilievo per i film che rimangono la trasmissione di punta; si sottolinea, inoltre, la presenza della prima serie

televisiva all'interno del campionamento dal titolo *Zhan Kristof*, con otto serie che vengono trasmesse dal 3 al 30 marzo. Infine, troviamo lo sport con la partita di calcio tra *17 Nentori e Partizani*, il derby di Tirana che viene trasmesso in diretta e che rappresenta un evento non soltanto per i tifosi della capitale, ma anche per quelli molto distanti che possono comunque assistere al loro evento sportivo preferito.

Nella settimana di novembre (figura 4.3), possiamo notare che in testa c'è l'intrattenimento: una fetta considerevole del minutaggio va ai programmi per bambini, giovani e adolescenti con il 33,13%, il resto è composto da canzoni, balli e musica di vario genere.



*Grafico 4.3 – elaborazione propria dei dati. Fonte: archivio della Radiotelevisione albanese*

Di seguito troviamo l'informazione con il 24%, la cultura con il 21%, la fiction con il 16% e infine lo sport con il 2%. Le tematiche principali di queste categorie rimangono molto simili a quanto abbiamo detto in precedenza.

Tuttavia, facendo un confronto tra le due settimane del 1980 (grafico 4.4), si nota un cambiamento del minutaggio tra generi. Nel mese di marzo abbiamo più informazione, cultura e sport che vengono trasmessi che nel mese di novembre, al contrario nel mese di novembre l'intrattenimento e la fiction possiedono un minutaggio maggiore se paragonato al mese di marzo. Le ore di trasmissione erano poche in questa fase storica, per questo motivo

tutti i generi avevano un unico scopo principale, trasmettere contenuti della propaganda comunista.

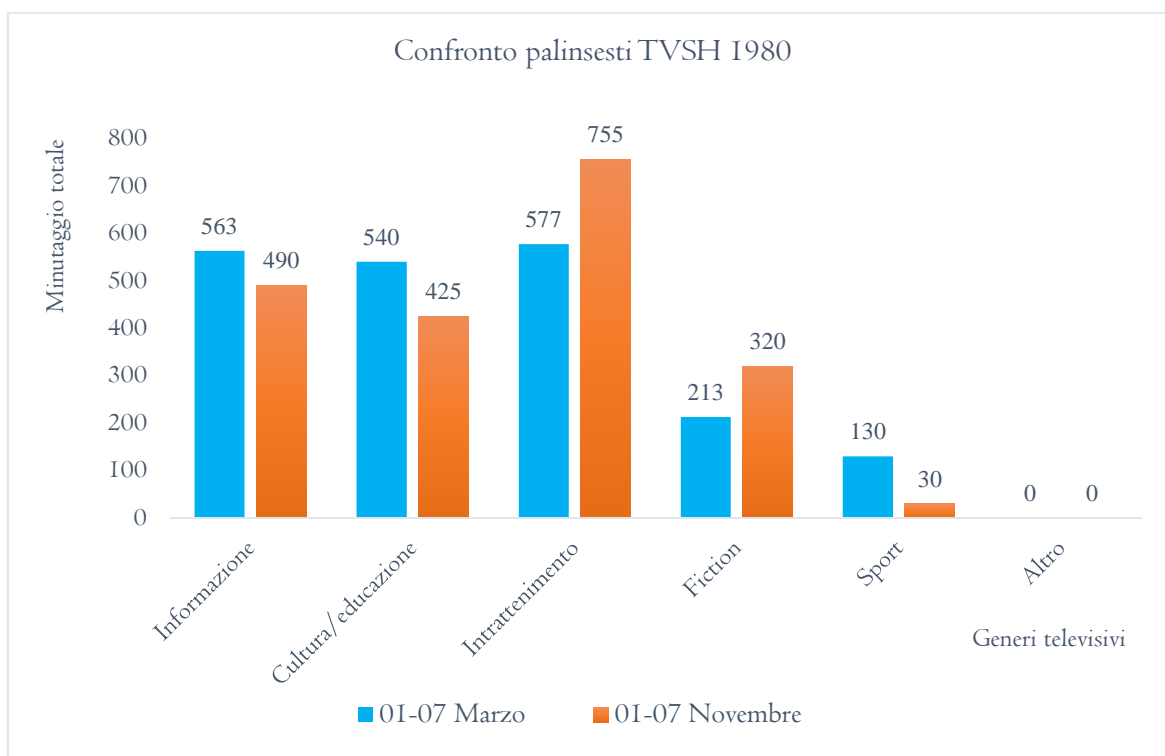


Grafico 4.4 – elaborazione propria dei dati. Fonte: archivio della Radiotelevisione albanese

Nonostante tutto, dopo gli anni '80, consultando lo schedario dell'archivio di *TVSH* con la dicitura Italia, nell'epoca del comunismo il canale nazionale ha trasmesso alcuni contenuti di produzione italiana come riportato di seguito (grafico 4.5). Questi contenuti di evidente matrice culturale italiana (concerti, opera, documentari, partite di calcio, film e serie televisive) erano considerati innocui, per questo motivo la loro trasmissione non veniva considerata pericolosa.

A partire dal '74, come si nota nel grafico, il genere della cultura è quello che ha avuto una costanza maggiore negli anni, se paragonato agli altri generi, seppur con un numero basso di contenuti costituito da documentari e trasmissioni di varia natura (arte, pittura, visita a diverse città italiane per descriverle), ma soprattutto troviamo un ampio racconto delle tradizioni e la vita degli Arberesh che vivono in Italia. Dopo la morte di Hoxha nel 1985, il suo successore Ramiz Aliaj, nominato segretario generale del Partito, riallaccia i rapporti con l'Italia. Il genere *fiction* beneficia di questo cambiamento, infatti *TVSH* inizia la sua scalata verso la fiction italiana, processo che ebbe inizio qualche anno prima nel 1981

con 7 film durate l'intero anno, per poi prendere il sopravvento a partire dal 1984 con film e tv serial. Ovviamente si tratta di un numero basso di contenuti (26 nel 1985), ma se paragonato alle poche ore di trasmissione e al rifiuto totale del periodo precedente, il risultato è da considerarsi ragguardevole e di grande gradimento per il pubblico.

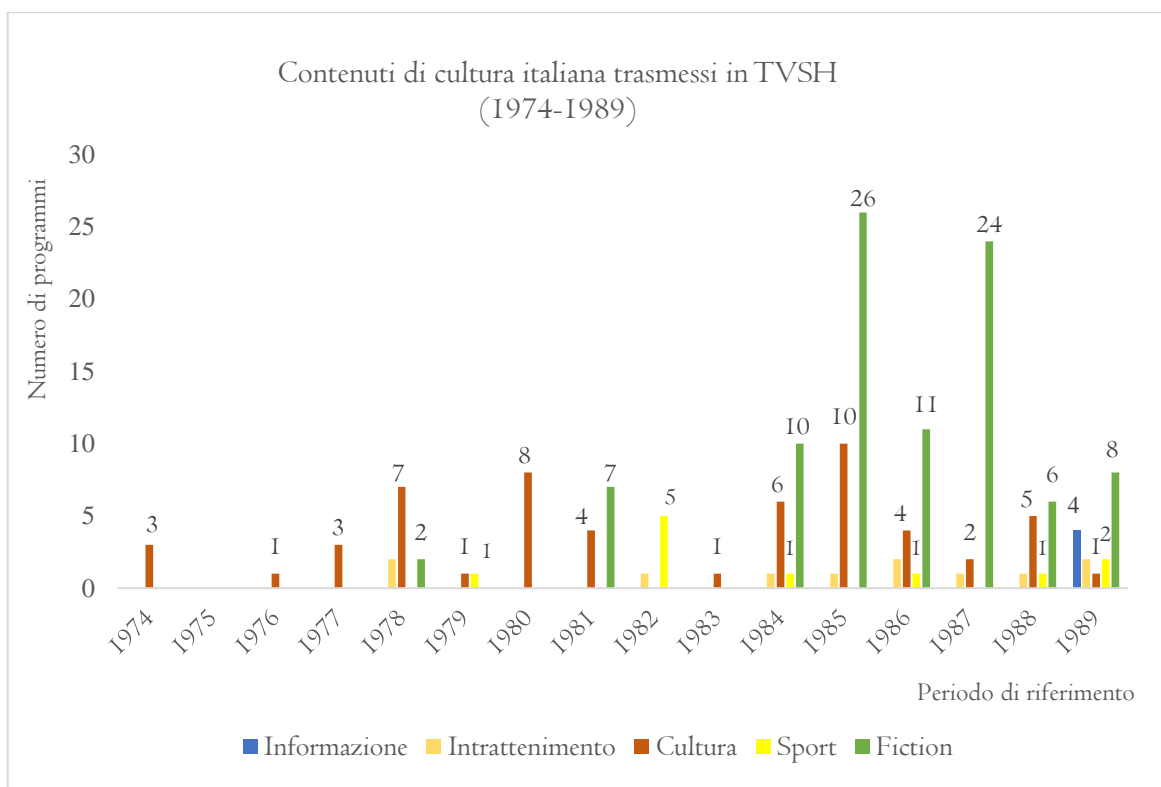


Grafico 4.5 – elaborazione propria dei dati. Fonte: archivio della Radiotelevisione albanese

In merito alla serie più amata dagli albanesi negli anni '90, *La piovra*, che rimane in cima delle preferenze del pubblico, ho cercato in tutti i modi di recuperare il giorno della prima trasmissione all'interno dell'archivio, ma purtroppo i dati non erano reperibili; l'unico dato scritto accessibile affermava che *TVSH* ha trasmesso tutte le 6 stagioni, ovvero, tutte quelle che sono state prodotte. Oltre a questa serie amatissima, un'altra molto conosciuta in Albania è *Giulia Forever*.

I protagonisti della tv italiana diventeranno subito i nuovi idoli del pubblico albanese, soprattutto il commissario Cattani, interpretato da Michele Placido, rimasto nella memoria collettiva come un personaggio che combatte ingiustizia e il male.

Altri film che hanno fatto innamorare il pubblico albanese della cinematografia italiana sono quelli di Celentano, come *Innamorato pazzo* e *Il Bisbetico Domato*, anche se

l'attore era già molto conosciuto e amato per le sue canzoni. Il genere dell'intrattenimento è composto in larga parte da concerti e opere liriche di fama mondiale, come quelle di Verdi, Puccini, Mascagni e Rossini, inoltre alcuni programmi trasmessi si riferivano alle canzoni per i bambini.

L'informazione inizia a crescere solo a partire dal 1984 per aumentare negli anni a seguire, come vedremo nel prossimo paragrafo. Tuttavia, durante questo periodo, per rafforzare ancora di più l'ideologia del partito e combattere il capitalismo occidentale, tenendo conto del timore dei flussi culturali che passavano attraverso la televisione italiana, il loro forte impatto esercitava sul pubblico albanese un forte desiderio di nuovi stili di vita e di beni di consumi, difatti, la pubblicità era vietata e rimaneva il nemico numero uno, certamente da evitare viste le misere condizioni economiche del Paese. Il governo in risposta a tutto questo riprende una "contro offensiva mediale" contro gli italiani, riproducendo attraverso diversi film il periodo dell'occupazione fascista, e tutto quello che rappresentava l'Italia di quelli anni. Le produzioni cinematografiche sono state girate tra il '65-'80, dove parteciparono i migliori attori albanesi di quegli anni, con la funzione fondamentale di colpire la memoria collettiva attraverso i loro idoli, per produrre un effetto sempre negativo per gli italiani e forzare l'indispensabilità del regime.

Tutti i film, facendo un breve riassunto, ma con modalità e storie diverse - tranne quello basato sul romanzo di Kadare - miravano a mettere in rilievo l'importanza del Partito Comunista durante il periodo di occupazione fascista come l'unica forza nella lotta, sconfitta, e liberazione del Paese dall'occupazione nazi-fascista. Se da una parte la scelta della ricostruzione della vita quotidiana albanese durante l'occupazione aveva un impatto positivo nella psicologia sociale del pubblico, dall'altra, visto l'isolamento totale, permetteva alle persone di imparare qualche parola della lingua italiana o rivedere attraverso i film lo stile di vita e le abitudini degli italiani, dalle case, agli abiti, al cibo e ai modi di comportamento.

Durante la permanenza a Tirana mi sono messo in contatto con Arkivi Qëndror Shtetëror i Filmit (Archivio Centrale Statale del Film) di Tirana, per recuperare alcuni film prodotti e trasmessi durante il periodo comunista dove all'interno emergevano elementi inconfondibili di cultura italiana, come conversazioni e dialoghi in italiano, immagini e stili di vita come abbigliamenti e arredamenti delle case. Analizzando uno ad uno alcuni di questi film consigliati dal grande regista albanese Altin Balla nell'intervista che gli ho fatto che vedremo più dettagliatamente del prossimo capitolo, riporto di seguito solo quelli che

includono più elementi di cultura italiana al loro interno, e non soltanto «ciao», la parola più amata e utilizzata dagli albanesi di oggi. I film sono stati messi in ordine cronologico e alcuni titoli sono stati tradotti in italiano, altri visto che non esiste una parola esatta per la traduzione per non perdere la forma si è preferito lasciarli nella lingua originale.

*Debatik* film del 1961, all'interno troviamo i seguenti nomi, parole e frasi: «buongiorno amico», «buongiorno ragazzi», «che hai portato oggi da vendere?», «tartarughe», «dio bono», «mai soldati sono andati tutti in chiesa», «Pasquale sta in cucina», «amico», «mascalzone», «come no, vai vai», «signor questore», «signor direttore», «Sergio», «avanti», «signorsì» due volte, «Franco» due volte, «tenente Mario», «Bruno». Inoltre, troviamo simboli, foto e scritte sui muri; come il simbolo del «Fascio Littorio», «la bandiera italiana», un disegno su una porta del «Duce» con sotto la sigla «DVX» e un altro sul muro di una casa, una scritta al muro «il Duce ha sempre ragione», un post del «Duce con la scritta sotto Vinceremo», una scatola con la scritta «Ambrosoli».

*Njësit guerrilje (Le unità di guerriglia)* 1969 troviamo le frasi: «signor Belotti», «signor tenente», «sottotenente», «avanti», «lupo di Toscana». In questo film sono più presenti i diversi post che i dialoghi nella lingua italiana, all'interno individuiamo la «foto del Duce con la scritta D.V.X», e diversi poster; «Il fascismo vincerà», «Taci! Il nemico t'ascolta», «Vinceremo» quattro volte, il nome di un bar «Bar Roma», «foto del Duce sul muro», «post del Duce con il saluto romano», «post del Re Vittorio Emanuele III», cartelli con la scritta «tempo», «quadro» e «barbiere».

*Në fillim të verës (All'inizio dell'estate)* del 1975, le prime immagini del film iniziano con la «bandiera italiana» in prima vista in un campo militare e dopo troviamo i seguenti nomi, frasi o dialoghi: «Bertini», «Duce» cinque volte, «evviva», un ragazzo che canta in italiano «mamma sono tanto felice perché ritorno da te, la mia canzone mi dice, che è il giorno più bello per me», «caporale», «spaghetti», «italiani sono buoni per mangiare maccheroni», «oh benissimo», «tenente» nove volte, «signorsì» tre volte, «Michele», «Savoia», «attenti», «viva il Duce», «buonasera tenente», «questura», «mascalzone», «mamma mia», «caporal Pellegrini». Inoltre, troviamo il nome di tre navi «Fiume», «Gabbiano» e «Santa Maria», sul muro di un ufficio una foto di «Vittorio Emanuele III», a fianco la foto del «Duce» due volte durante il film, prodotti italiani di bevande alcoliche come Campari, Cinzano rosso e Martini rosso, una negozio con la scritta «Chimico dello stomaco», foto del «Duce con elmetto e la scritta D.V.X» quattro volte, cartello pubblicitario

di un film «Amami Alfredo», il cartello di propaganda fascista «Crede, Obbedire, Combattere» e «Italia di oggi e di domani sarà fascista».

Uno dei film che racconta la storia dei soldati italiani morti nella terra delle Aquile è il film *Gjeneralitë i ushtrisë së vdekur* del 1975, e il suo omonimo in italiano con il titolo *Il generale dell'armata morta* del 1983 prodotto in Italia e diretto da Luciano Tovoli, interpretato da Marcello Mastroianni. Il film si basa sul romanzo del più grande scrittore albanese Ismail Kadare scritto nel 1963. Questo capolavoro dello scrittore albanese è stato tradotto in circa 36 lingue diverse nel mondo. La trama del film è basata su un generale dell'esercito che viene incaricato insieme a un prete di raggiungere le terre dell'Albania per recuperare i corpi dei soldati italiani morti durante la Seconda guerra mondiale. Nella versione albanese, il film inizia con un disco del Duce che dice: «Quali sono le tre parole che formano il nostro motto, Vincere, Obbedire, Combattere. In queste tre parole fu, è, e sarà il segreto di ogni vittoria», di seguito con nome di una nave «sono fiero di voi» e una marcia di presentazione dell'esercito fascista. Il generale cerca di raccogliere la storia delle ultime istanze di vita, come sono morti, per poi riportarle insieme al corpo recuperato alle loro famiglie nella speranza di alleggerire quanto meno il dolore che provavano per i loro cari morti per causa della guerra.

Il film *Lulëkuqe mbi mure (Papaveri sul muro)* del 1976, ambientato in un orfanotrofio durante il periodo dell'occupazione fascista: il nucleo centrale del film sono l'educazione fascista dei bambini e la resistenza che questi bambini mettono in atto per evitare tutti gli insegnamenti del fascismo. Al suo interno troviamo i seguenti dialoghi, nomi e murales; «ma cosa fai disgraziato», «tu laggiù, ancora una volta», «il popolo italiano», «ancora una volta, mio dio», «stai o non stai attento?», «il popolo italiano, il popolo albanese», «siediti», «un altro», «grazie Luigi», «signor questore quattro volte», «signorsì» quattro volte, «ciao Sandro ciao», «tre, quattro, fischio il sasso, il nome squilla, il ragazzo di Portoria» con i bambini che cercano di imparare la canzone da un'insegnante italiana, «da capo», «fuori, fuori, mascalzoni, fuori di qui, fuori farabutti», «alt, alt che sorpresa», «buongiorno signore», i nomi «Stella e Leone». Per quanto riguarda i cartelli scritti sui muri troviamo quello che la scritta «scuola», la scritta sul muro «il Duce ha sempre l'Albania», all'interno dell'orfanotrofio si vedono quattro volte le foto di Mussolini.

*Njëriu me top (L'uomo con il cannone)* del 1977, troviamo le seguenti parole e frasi: «Augusto», la parola «italiano» dieci volte, «Palermo» due volte, «il cannone, mamma mia il cannone», «quattro», «costruttore», «distanza sei chilometri», «un momento», «bravo»,

quarantacinque gradi», «Leonardo da Vinci pittore», «cavallo», «imperatore», «gli albanesi» due volte, «Albania» due volte, «mamma mia», «perché» e «Duce».

*Guna përmbi tela* 1977, troviamo i nomi «Elioti», «Orsini» due volte, «Leone», «Marchetti», «Gotti», «spada», «spalla», «italiano», «non bere troppo», «Re di Savoia», la foto di «Vittorio Emanuele III» 5 volte, in una scena i soldati italiani obbligano gli operai albanesi a compilare nella lingua italiana «solo in italiano» il permesso di ingresso per entrare all'interno di una fortezza dove dovevano fare lavori di manutenzione, fuori dalla fortezza si vede «il Tricolore Italiano», una mappa con la scritta «Valona», e alla fine il nome di una nave italiana «San Marco».

*Nga mesi i errësirës (Alla metà del buio)* del 1978 si trovano le frasi: «presto, fate presto, prima che ci scappa», «portatelo via», il giornale albanese con il titolo in italiano «Gazzetta Tempo», «con ogni sottoufficiale in testa, avanti, per fermare i dimostranti», «bravo», «attenti», «arrivederci», «buongiorno signorina Gabriella», «buongiorno Luigi», «ciao bella», «ciao Luigi», si vede un libro di lingua italiana e poi il dialogo «tu imparerai l'italiano. Sì signore. Io imparerò l'italiano. Bravo ragazzo, bravissimo». Foto del «Duce sul tavolo» tre volte, «Vittorio Emanuele III», un cartello pubblicitario con la scritta «Ruffino», e altri cartelli con la scritta «Viva il Duce, viva il Re», «Credere, Obbedire, Combattere», «Noi vinceremo», una statua della «Lupa romana» e una del «Fascio Littorio».

Il film *Gjeneral gramafoni (Generale grammofono)* del 1978, racconta brevemente che, durante l'occupazione fascista, un commerciante italiano nel suo negozio vendeva solo libri e cartoline ma non riusciva a vendere i vinili, visto che, le canzoni italiane non venivano preferite dal popolo albanese. A questo punto ebbe un'idea brillante prendendo i più bravi musicisti albanesi per produrre 50 mila vinili con canzoni tipiche albanesi, quelle più famose. Da una parte si incidono le canzoni autoctone e dall'altra quelle italiane che ovviamente venivano sempre disprezzati da tutti. Un altro elemento è il modo di vestirsi dei protagonisti del film, da una parte gli italiani vengono rappresentati come ricchissimi, vestiti alla moda con giacca, gilet e cravatta, e dall'altra parte gente povera con vestiti tradizionali albanesi.

Nel film scopriamo diverse frasi e parole in lingua italiana come: «Avanti, avanti», «ciao, Michele Venducci» due volte, «ciao Alberto», «Ehi come va?» «Buongiorno signori. Salute, salute a tutti», «buongiorno signor Landi», «signor Valletta», «pronti giovanotti», «permesso madama», «grazie signore», «bravo bravo», «grammofono di marca la *Voce del Padrone*», «padrone», «bravissimo», «pronto signore». Poi un dialogo «benvenuta signorina. Prego. Che desiderate voi? Voglio un libro signore. Con piacere. Bene fanciulla-



Oh, signor Alberto, benvenuto», «Da Nunzio», «Duce», «ciao», «molto», «pronto», «ancora una volta ragazzo», «gran signore», «al fascismo», «buona fortuna», «come va?», «signor Bruno, servi il padrone». Inoltre, sui muri ci sono scritte come «sanità» all'entrata di un centro medico», «scuola industriale italiana» e la scritta «A.I.P.A.<sup>483</sup>» sull'edificio.

I film analizzati avevano il preciso scopo di rafforzare l'ideologia comunista a discapito di quella fascista, ma tale meccanismo risulta comunque paradossale: mentre la narrazione cinematografica con la costruzione dei suoi messaggi e dei suoi simboli critica aspramente uno specifico assetto politico e culturale, quello fascista appunto, contemporaneamente contribuisce all'apprendimento della lingua italiana e a creare una prossimità con lo stile di vita italiano, aprendo, di fatto, un canale culturale.

Con la chiusura totale dell'Albania, macchina perfetta di controllo che il regime aveva messo in funzione, l'unica alternativa per scappare rimaneva la televisione. Il solo canale nazionale, come abbiamo visto, trasmetteva soltanto documentari, concerti, film e partite di calcio come mezzo di intrattenimento e divertimento per il pubblico; le sue produzioni non erano paragonabili a quelle della Rai, sia per l'esperienza degli operatori albanesi, sia per la libertà di produrre contenuti che dovevano essere costruiti per non nuocere al potere del regime. Abbiamo un rovesciamento della prospettiva degli anni '40: siamo passati dal rifiuto e il disprezzo della cultura italiana, all'unica alternativa per affacciarsi al mondo esterno.

Questo processo è stato accelerato anche per colpa della televisione nazionale che trasmetteva con un orario molto limitato e la scelta dei programmi che offriva era molto ristretta e controllata al massimo. I mezzi di comunicazione non venivano considerati come media che portavano guadagni, ma solo come mezzi centralizzati fortemente per l'indottrinamento dell'ideologia leninista. Tale avvenimento porta a una

deformazione del sistema mediatico durante tutto il periodo comunista con alcune conseguenze come: una forte propaganda e distorsione della realtà, mancanza del pensiero critico o contrario a quello ufficiale, una trascuratezza totale dei bisogni del pubblico, un'omogeneizzazione del pensiero in tutti i mezzi di comunicazione tradizionali, una povertà di idee e di tematiche circoscritte, il pubblico degrada così in una massa anonima senza un profilo delineato<sup>484</sup>.

---

<sup>483</sup> Agenzia Italiana Petroli Albania voluta da Ciano, fu presente nel territorio albanese dal 1934 al 1943. Lo scopo principale era quello di scoprire e poi estrarre il petrolio nella zona di Berat e vicino Valona per poi portarlo con le navi in Italia.

<sup>484</sup> *Op. cit.* in J. Godole, *op. cit.* p. 61.

Tutto questo ha portato il pubblico albanese a scegliere i canali italiani della Rai nella prima fase, e più tardi anche quelli Mediaset dagli anni '90. La scelta era dovuta *in primis* alla vicinanza geografica, ma anche per la comprensione della lingua visto che i contenuti di cultura italiana seppur limitati in certi anni non sono mai mancati all'interno dei mezzi di comunicazione tradizionali dando anche un forte supporto morale.

Le tv italiane principalmente, *Zëri i Amerikës (La Voce dell'America)* (VOA) secondo Jakubowicz, erano gli unici canali che rompevano la spirale del silenzio o della propaganda ufficiale, creando la comunità della fiducia e della resistenza, dando la speranza a tutte le persone di non stare più soli<sup>485</sup>.

---

<sup>485</sup> *Op. cit.* in J. Godole, *op. cit.* p. 6.

#### **4.6 I format televisivi nel periodo del Post-comunismo, la nascita della pluralità televisiva e l'inizio del contagio dei format**

Gli anni che precedono la fine del comunismo diventano sempre più lunghi e duri da attraversare, a causa, soprattutto, della forte crisi economica che aveva colpito il Paese negli ultimi anni. Le notizie della caduta del muro di Berlino e dell'ex blocco sovietico che venivano trasmesse da radio clandestine e tv straniere accendono lo spirito degli studenti di Tirana, che cominciano a credere in un vero cambiamento per il futuro: il sistema precedente, ormai con i giorni contati, comincia a scricchiolare. I primi segnali dell'inizio della fine arrivano con la legalizzazione dei nuovi partiti politici nel 1990, con l'apertura dei confini per far entrare gli stranieri nel Paese da parte dei dirigenti politici, e infine con le elezioni libere del 31 marzo 1991 che vengono dal partito comunista contro i partiti appena formati. Le proteste degli studenti da una parte e le pessime condizioni economiche-sociali dall'altra fanno sì che il nuovo governo duri appena un anno, con conseguenti elezioni parlamentari del 22 marzo 1993 che portano al potere il Partito Democratico di Berisha con il 62.3% di preferenze.

Questo cambiamento ha avuto ripercussioni politiche, economiche e culturali anche sul sistema dei media, in modo particolare sulla televisione, portando al passaggio da un modello di "tv dello Stato per lo Stato" durante il comunismo, a una televisione basata su una "censura vigorosa al servizio del partito", in particolare dei partiti che avevano la maggioranza durante la fase di transizione. Infine, nell'ultima fase, si assiste all'esplosione delle emittenti private e al loro consolidamento. Come abbiamo visto in precedenza, la televisione albanese, fin dalla sua nascita, ha avuto una forte «dipendenza dalla televisione italiana; negli anni, è sempre esistito uno stretto rapporto che ha portato a un'influenza di tutto il sistema mediale albanese»<sup>486</sup>, tuttavia ciò rappresenta soltanto una minima parte dei rapporti esistenti tra i due Paesi, come abbiamo sottolineato nel secondo capitolo.

Con l'inizio della lunga fase di transizione politica, ebbe inizio anche un lungo periodo di transizione per tutta la società, un processo, questo, che ha inglobato anche i mezzi di comunicazione di massa. Infatti, da questo momento

il ruolo della carta stampata, della radio e della televisione cambiano radicalmente e ora questi mezzi d'informazione si trovano alle prese con la stessa transizione

---

<sup>486</sup> P. Carelli, *Italianization Accomplished. Forms and structures of Albanian Television Dependency on Italian Media and Culture*, *Journal of European Television History & Culture*, volume 03 issue 05/2014, pp. 79-87.

democratica che investe l'intero Paese. Il popolo è profondamente disorientato, scrittori e artisti vogliono rivestire il ruolo di giornalisti per introdurre nuove idee che possono riformare l'assetto politico e la società. In silenzio per troppi anni, cercano in questo modo di far sentire e diffondere la propria voce<sup>487</sup>.

Nella fase di transizione democratica, i mezzi di comunicazione si ritrovano ad essere investiti da un'onda di modernizzazione e pluralismo, un processo che coinvolge dapprima i giornali e la radio, e alla fine anche la televisione, dando voce a una delle libertà fondamentali dell'uomo, il diritto di parola e di espressione dei propri pensieri.

La pubblicazione del giornale *Rilindja Demokratike* il 5 gennaio 1991, come organo del Partito Democratico, segnò il giorno della nascita del pluralismo della stampa in Albania; prima di essi non esistevano i giornali dell'opposizione. Questo giornale spiana la strada ad altri giornali politici come voce del proprio partito, come la *Republika* del Partito Repubblicano e *Alternativa SD* Partito Social Democratico, *Kombi* del Partito Unione Nazionale, *Balli Kombëtar* del Partito di Fronte Nazionale, *Atdheu* del Partito Movimento e Integrazione<sup>488</sup>.

Nonostante la presenza di molteplici testate, i giornali continuano ad essere strumenti di amplificazione della voce “dei loro padroni”, i loro finanziatori, mantenendo un forte legame con le dinamiche del passato. L'unica differenza evidente era che, in passato, il potere era concentrato nel regime di Hoxha, mentre negli anni '90 il meccanismo di persuasione era passato nelle mani dei nuovi partiti politici. Un semplice passaggio di testimone, dunque, senza ulteriori o sostanziali novità. I giornali, inoltre, diventano artefici di un nuovo fenomeno: se prima manifestavano la voce di un unico soggetto, adesso le loro pagine diventano luogo di offese e scontri tra partiti, uno spazio in cui ognuno esprime i propri pensieri, secondo il proprio punto di vista, senza la minima preoccupazione per il primo e fondamentale dovere dei giornali, ovvero raccontare la verità e riportare le notizie più importanti per i lettori.

Gli scontri più accesi sono stati quelli tra *Zëri i Popullit* (*La Voce del Popolo*), giornale storico del regime, e *Rilindja Demokratike* (*Rinascita della Democrazia*), sostenitore del partito di Berisha. Quanto accaduto, dimostra che la pluralità e il libero mercato non significano necessariamente indipendenza dalla politica, ma soltanto una soluzione alternativa per proteggere e divulgare le idee del partito di appartenenza. In questo

---

<sup>487</sup> E. Pagani, *op. cit.*, p. 55.

<sup>488</sup> A. Doksani, D. Hysa, K. Bozo, *op. cit.*, p. 7.

senso la stampa custodisce gelosamente il suo ruolo di mezzo di collegamento tra le forze politiche e le masse, esattamente come avveniva in passato.

Inoltre, dopo il periodo della nascita dei giornali dei partiti, iniziava quello dei giornali indipendenti. Così nel 1991 il giornale *Koha jonë (Il nostro tempo)*, si trasforma da ex organo del regime a un giornale indipendente dominando il mercato albanese di quegli anni. Il suo impatto è stato fondamentale anche per gli altri giornali, il lavoro si basava sulla costruzione e la divulgazione dell'informazione, e non sulla diffusione delle opinioni del partito come facevano gli altri giornali. Un altro elemento rilevante da ricordare è che nel '94 iniziò a pubblicare al suo interno delle pagine in più dedicate all'arte, alla cultura e allo sport.

Il periodo della stampa indipendente crea le condizioni affinché altri giornali entrino nel mercato libero; uno di questi è *Gazeta Shqiptare (Il giornale albanese)*, un nome vecchio del mercato albanese visto che le sue prime pubblicazioni risalivano agli anni '20-'30. La sua ripubblicazione ebbe inizio nell'aprile del '93 in doppia lingua, albanese e italiano per qualche tempo e dopo la sua versione uscì solo in albanese. Nel giro di pochi anni si è passati così dall'esistenza di soli giornali di partiti, a quella della convivenza con quelli indipendenti, allargando il dibattito sulle questioni pubbliche e costruendo così, un profilo di informazione meno influenzato dal potere politico.

Questa considerazione mostra le difficoltà che il nuovo regime democratico e il suo sistema mediatico hanno incontrato nella lotta per superare l'eredità del comunismo e, in alcuni casi combattere fortemente, le «forme miste di vecchie e nuove strutture autoritarie»<sup>489</sup> come quello di Berisha, che pretendeva di utilizzare tutti i mezzi di comunicazione con lo stesso scopo che aveva fatto il regime in precedenza. Con la presa del potere da Berisha nel 1992, anche la radio e la televisione sono passati sotto il suo controllo, con l'immediata collocazione delle sue persone di fiducia all'interno del gruppo dirigenziale. Questo implica, secondo Fuga, che «lo Stato e l'opposizione hanno diviso i segni della comunicazione, l'immagine e i suoni (radio) erano a disposizione del Governo, invece le parole (riferito ai giornali) al servizio dell'opposizione»<sup>490</sup>.

Questo “vento di pluralismo partitico” che aveva avvolto i giornali veniva anticipato in qualche modo dalla televisione, con i suoi nuovi programmi che trasmetteva, fu un vero e proprio precursore di ciò che sarebbe venuto in seguito. Per la prima volta all'interno del

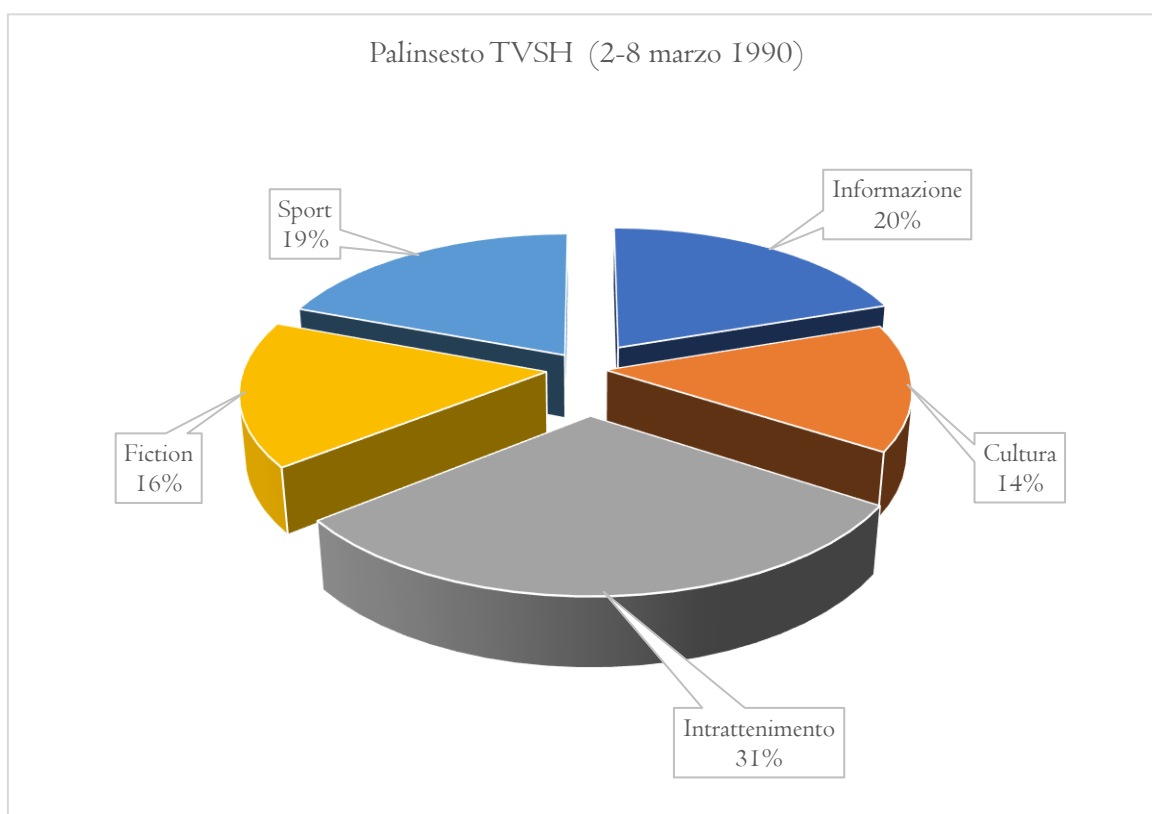
---

<sup>489</sup> P. Carelli, *Media Transition in Eastern Europe after 1989—Albania and Poland in Comparison*, Journalism and Mass Communication, Vol. 4, No. 12, December 2014, pp. 739-746.

<sup>490</sup> A. Fuga, *Monolog. Mediat... op. cit.*, p. 434.

palinsesto troviamo programmi di lingua straniera, come vedremo di seguito. Come si evince nel (grafico 4.7), tra i primi due generi la differenza è dell'11%, al primo posto troviamo l'intrattenimento con il 31% del totale, formato in larga parte da cartoni e programmi vari per i bambini e adolescenti, concerti e balletti da varie regioni del Paese con il 28%, e al terzo posto come minutaggio troviamo il programma musicale *Koha në pentagramin tim (Il tempo nel mio pentagramma)* con il 25%, che viene trasmesso alle 20.30 per tre volte alla settimana di campionamento e una volta ritrasmesso nel giorno festivo a pranzo.

Al secondo posto c'è l'informazione con il 20%: al suo interno l'85% sono telegiornali, le previsioni del tempo e la presentazione del programma settimanale della televisione e della radio, il resto trasmissioni in studio. Di seguito troviamo lo sport con il 19%, la fiction con il 16% e la cultura all'ultimo posto per minutaggio con il 14%.



*Grafico 4.6 – elaborazione propria dei dati. Fonte: archivio della Radiotelevisione albanese*

In merito alla cultura, nonostante sia al primo posto al suo interno come minutaggio, troviamo principalmente documentari di vari generi con il 43%, di agricoltura e coltivazione, animali, scienza e vari Paesi del mondo. In seconda posizione di questa categoria a partire dagli anni '90 troviamo la grande novità, che rappresenta una rottura con il passato verso

una futura modernizzazione, un segnale di apertura palese verso l'occidente, cioè, le lezioni di lingue straniere in tv, in particolare inglese e francese.

Durante il periodo della dittatura, l'unica lingua straniera che si studiava nelle scuole era quella russa, negli ultimi giorni della sua gloria il governo ha concesso la possibilità di imparare altre lingue come quelle occidentali. Le lezioni si svolgono ogni giorno per 30 minuti dalle 17.30 alle 18.00, sei giorni su sette, con 4 lezioni lingua inglese e 2 in francese, occupando il 22% del minutaggio totale.

Riguardo il mese di novembre, come indicato nel (grafico 4.7), scopriamo in ordine i generi secondo il minutaggio settimanale: intrattenimento con il 25%, sport con il 21%, *fiction* con il 19%, cultura con il 16%, e infine altro con l'1%. Analizzando il palinsesto di novembre, le uniche novità che si scoprono sono quelle che riguardano la *fiction*, gli altri generi sono composti dagli stessi programmi (o molto simili) a quelli del mese di marzo, come notizie, concerti, musica, cartoni e vari trasmissioni per i bambini, documentari di vario genere, calcio con partite dal campionato albanese e internazionali, e partite di *volleyball* albanesi.

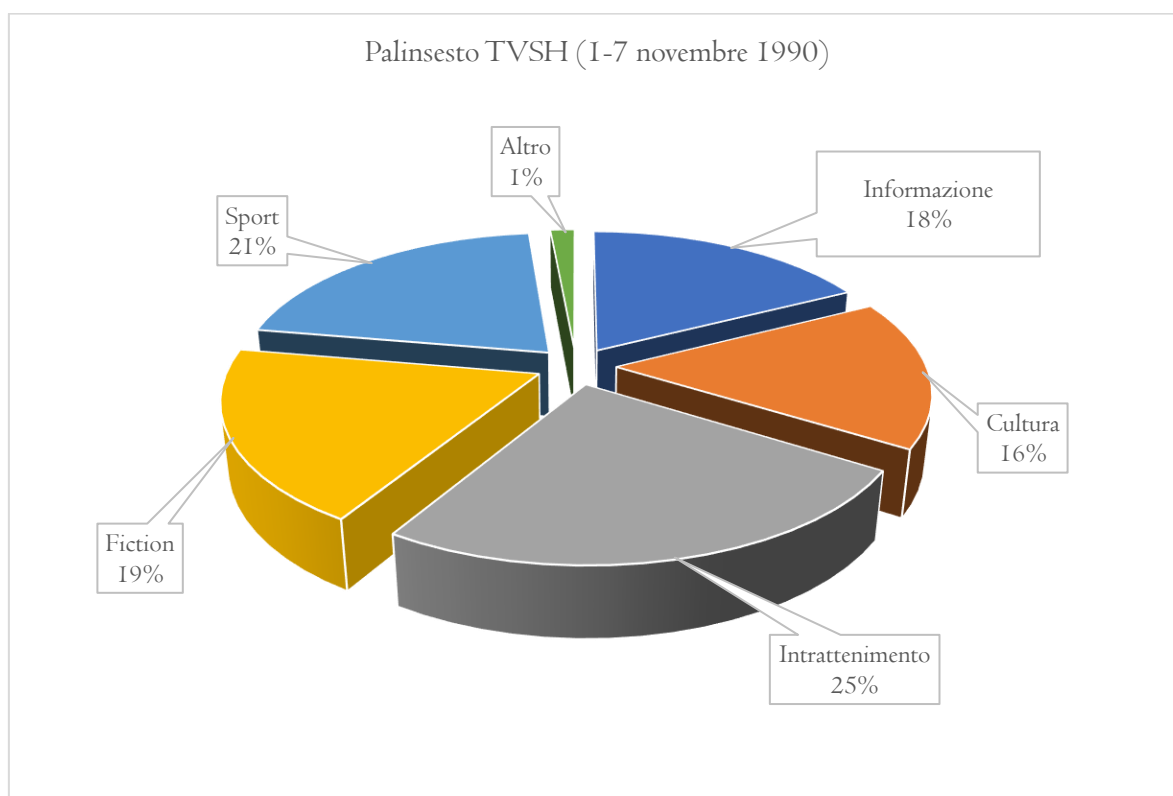


Grafico 4.7 – elaborazione propria dei dati. Fonte: archivio della Radiotelevisione albanese

L'elemento importantissimo da segnalare per questo lavoro di ricerca, è che per la prima volta all'interno del campionamento individuammo film di produzione italiana, come *Oktapodi (La Piovra)* con due puntate in questa settimana, la prima il 4 novembre con 90 minuti e la seconda il 6 novembre con 97 minuti con inizio alle 21.00, e poi il film *Të lindur me kemishë (Nati con la camicia)* del 3 novembre alle 20.55, con gli attori di fama mondiale Bud Spencer e Terence Hill, altri due idoli del pubblico albanese.

Inoltre, come appena detto, è solo l'inizio di un lungo percorso: in seguito verranno trasmessi tutti gli altri film, che venivano accolti con grande entusiasmo dal pubblico albanese. I film in lingua italiana trasmessi in questa settimana sono il 58.4% del totale del genere fiction, più della metà. Purtroppo, la lingua dei film non è mai specificata, questo non permette di fare un'analisi o un confronto più approfondito dei dati; risalire a queste produzioni italiane è molto facile vista la loro fama mondiale. All'interno del palinsesto di TVSH negli anni a seguire, i film spesso, anche se non erano produzioni italiane, venivano comunque trasmessi doppiati in lingua italiana e poi trasmessi con i sottotitoli in albanese; la mancanza di dati rimane sempre un limite per un approfondimento maggiore.

In ultima battuta, si farà un confronto tra le due settimane del 1990 (grafico 4.8), per osservare la costruzione dei palinsesti corrispettivi e la divisione dei generi per ogni mese.

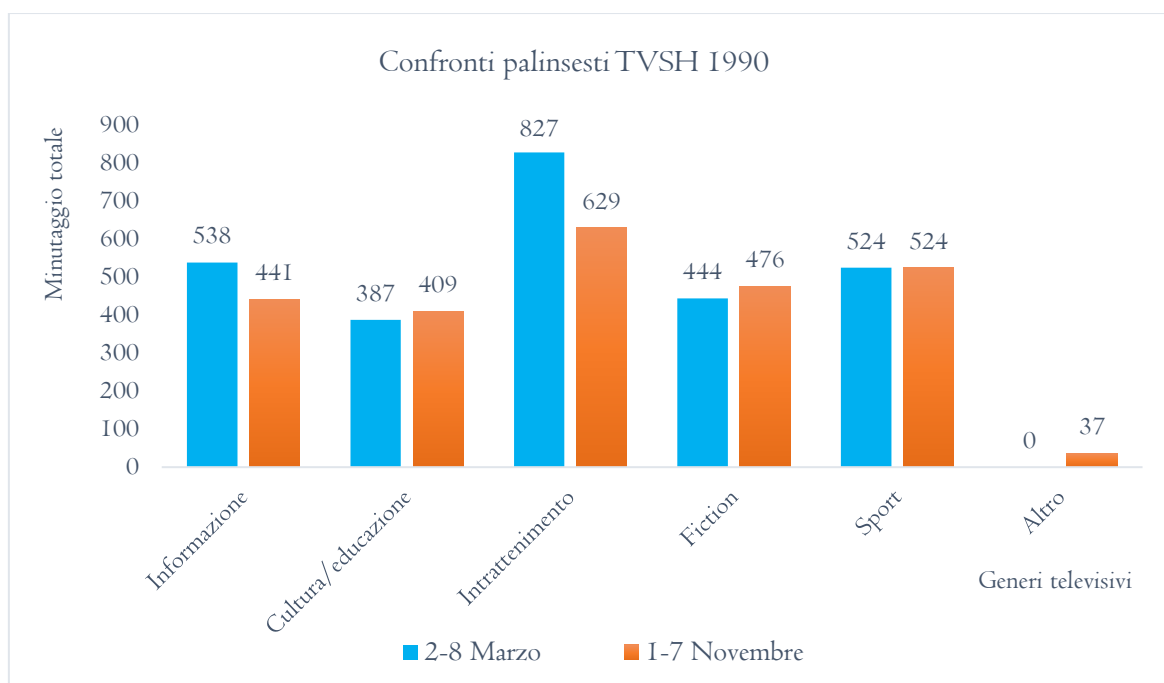


Grafico 4.8 – elaborazione propria dei dati. Fonte: archivio della Radiotelevisione albanese



La differenza più grande tra le due settimane prese in considerazione riguarda l'intrattenimento e a seguire l'informazione: nella settimana di marzo hanno avuto un minutaggio maggior rispetto a novembre, invece, negli altri generi vediamo una differenza minima nella settimana di novembre.

Vista la complessità delle dinamiche che la costituiscono, la televisione, se paragonata ai giornali, ha avuto un cambiamento più lento verso il pluralismo, dovuto alle logiche del controllo di un unico partito; tra altro, rappresentava l'unica fonte di informazione della popolazione. Tutto questo cambiò dal 1995,

l'immobilità del sistema è stata minata da un'esplosione di canali televisivi privati, spesso realizzati da piccoli editori, trasmessi su base locale. La maggior parte delle radio private e dei canali televisivi trasmettono in aree ristrette, talvolta piccoli quartieri, in un progressivo processo di regionalizzazione dei media. La tendenza verso il decentramento dei media ha prodotto un sistema radiotelevisivo che si basa, appunto, sulla circolazione e il radicamento di emittenti televisive locali con copertura limitata a scapito di quella delle emittenti nazionali<sup>491</sup>.

La prima emittente privata Shijak TV iniziò le sue prime trasmissioni il «25 dicembre 1995 con il primo formato VHS, con filmati di una scuola elementare che festeggiavano il Natale. La seconda emittente Telenorba Shqiptare (Telenorba Albanese), la quale faceva parte del canale Telenorba Italia con sede a Bari, iniziò a trasmettere verso la metà del 1996<sup>492</sup>». «In Italia il suo status veniva considerato regionale, invece in Albania venne legittimato come nazionale; un'emittente importata non soltanto per la tecnica ma anche per l'identità<sup>493</sup>».

Dal suo lancio nel 1998 al 2010 fino a quando ha cessato le trasmissioni ed è stata ribattezzata ABC News, Telenorba Shqiptare ha ritrasmesso diversi programmi italiani con sottotitoli in lingua albanese, come le soap opera (comprese alcune importate dall'America Latina e doppiate in italiano) o spettacoli notturni per adulti come *Colpo Grosso (Big Shot)*<sup>494</sup>.

Alla fine del 1995 viene fondato il canale che tradotto letteralmente è Gjeli Vision (Tacchino Vision), nel 1996 il processo si amplifica in tutte le altre città e in tutto il paese, a Tirana nasce Alba TV, a Gjirokastra (Argirocastro) Antena Jug, a Shkodër (Scutari) Rozafa come il nome del castello della città, a Durrës (Durazzo) Teuta Tv, Tv Klan nel 1997, Koha TV nel 1998 e Vision Plus nel 1999.

---

<sup>491</sup> P. Carelli, *Media Transition in Eastern... op. cit.*, pp. 739-746.

<sup>492</sup> A. Doksani, D. Hysa, K. Bozo, *op. cit.*, p. 14.

<sup>493</sup> A. Fuga, *Monolog. Mediat... op.cit.*, p. 444.

<sup>494</sup> P. Carelli, *Italianization Accomplished. Forms and... op. cit.*, pp. 79-87.

Con l'entrata in vigore della legge nr. 8401, del 30.09. 1998 "Per la Radio e la Televisione Pubblica e privata nella Repubblica dell'Albania" si legalizza la prima trasmissione privata nel Paese. Questo processo nel paesaggio dell'audiovisivo introduce due novità: la trasformazione della televisione statale in televisione pubblica e la liberalizzazione del mercato per le emittenti private. Nel corso del periodo 1995-2000, in Albania sono state fondati 31 canali privati, spesso con personale inadeguato o semi professionale, gli ambienti lavorativi assomigliavano lontanamente a uno studio televisivo, tutto era improvvisato, in tante occasioni erano costruite in appartamenti e ville private di alcuni piani<sup>495</sup>.

La «mancanza di una cornice legislativa<sup>496</sup>» ha permesso alle emittenti commerciali di trasmettere ancora prima di ricevere la licenza senza rincorrere in nessun tipo di sanzione, storia che finisce negli anni 2000 con la nascita del Këshilli Kombëtar i Radios dhe Televizionit KKRT (Consiglio Nazionale della Radio e Televisione).

Dopo la nascita di questi canali regionali, l'unico canale che trasmetteva in ambito nazionale rimaneva TVSH, con i suoi programmi generalisti. Tutti gli altri canali che erano «più di 30, trasmettevano solo 7 ore di programmi in lingua albanese al giorno; invece, l'altra parte era un collegamento diretto con i canali stranieri che iniziava nelle ore serali fino alla mattina dopo<sup>497</sup>», orientando il pubblico verso modelli di cultura occidentale, dando così il via a un lungo periodo di "pirateria televisiva", specialmente verso i canali italiani della Rai e di Mediaset.

La nascita delle emittenti private da una parte, che ha permesso l'aumento dell'offerta televisiva, le antenne satellitari che iniziano a spuntare come i funghi dai balconi dei più ricchi, i collegamenti alle piattaforme private via cavo a basso costo, fanno sì che il numero dei canali a disposizione del pubblico aumenti a dismisura, i canali italiani e quelli di altri paesi si potevano vedere 24 ore su 24. I programmi preferiti erano film, serie tv e lo sport, per non pendere nessuno di questi programmi del cuore, i giornali albanesi al loro interno pubblicavano regolarmente i palinsesti dei canali Rai e Mediaset, oltre ad essi, anche un canale tedesco e uno francese come dimostra l'immagine 4.3.

---

<sup>495</sup> A. Doksani, D. Hysa, K. Bozo, *op. cit.*, pp. 14-15.

<sup>496</sup> I. Tare, *Shpërthimi i Kanaleve Televizive Private në Shqipërinë Pas Komuniste*, Polis, Revistë Shkencore e Fakultetit të Shkencave Sociale, Nr. 8 – 2009, pp. 20-35.

<sup>497</sup> A. Doksani, D. Hysa, K. Bozo, *op. cit.*, p. 16.

**Koha Jonë IS** Odron 1. Shkurt 1996

**Intervistë me fiteusen e javës së 15 Afërdita Leka**

# Pasioni im të jem Miss jeta

**Do doja të zotëroja pasurinë e mençurisë njerëzore**



Afërdita, si dhe të gjithë pasiditë e saj, është një personazh i ri në skenën e pasiditëve të shtetit për shkak të kësaj fitese. Në intervistë me gazetarin, ajo tregon se pasiditja e saj është një sukses i madh për të, por që ajo nuk është e kënaqur me fitesën e saj. Ajo thotë se pasiditja e saj është një sukses i madh për të, por që ajo nuk është e kënaqur me fitesën e saj. Ajo thotë se pasiditja e saj është një sukses i madh për të, por që ajo nuk është e kënaqur me fitesën e saj.

**Do doja të zotëroja pasurinë e mençurisë njerëzore**

Afërdita thotë se ajo është një personazh i ri në skenën e pasiditëve të shtetit për shkak të kësaj fitese. Në intervistë me gazetarin, ajo tregon se pasiditja e saj është një sukses i madh për të, por që ajo nuk është e kënaqur me fitesën e saj. Ajo thotë se pasiditja e saj është një sukses i madh për të, por që ajo nuk është e kënaqur me fitesën e saj.

**Koha Jonë IS** Kulturë 8. Mars 30 Prill 1996

## Shënime në kalendar

**30 prill 1996**

Marta e 30 prillit është dita e shënimeve në kalendarin kulturor. Në ditën e sotme, ne shprehim nderimin ndaj të gjithë artistëve dhe krijuesve të kulturës shqiptare.

**Programi i TVSH për ditën e Martë datë 30.04.1996**

Raidue	Raidue	Raidue	Canale 5	Italia 1	Reteqatërr
8:00 Euronews	8:00 Të gjitha	8:00 Të gjitha	8:00 Të gjitha	8:00 Të gjitha	8:00 Të gjitha
8:45 Mendo D'Amico	8:45 Të gjitha	8:45 Të gjitha	8:45 Të gjitha	8:45 Të gjitha	8:45 Të gjitha
9:00 Mendo D'Amico	9:00 Të gjitha	9:00 Të gjitha	9:00 Të gjitha	9:00 Të gjitha	9:00 Të gjitha
9:30 Mendo D'Amico	9:30 Të gjitha	9:30 Të gjitha	9:30 Të gjitha	9:30 Të gjitha	9:30 Të gjitha
10:00 Mendo D'Amico	10:00 Të gjitha	10:00 Të gjitha	10:00 Të gjitha	10:00 Të gjitha	10:00 Të gjitha
10:30 Mendo D'Amico	10:30 Të gjitha	10:30 Të gjitha	10:30 Të gjitha	10:30 Të gjitha	10:30 Të gjitha
11:00 Mendo D'Amico	11:00 Të gjitha	11:00 Të gjitha	11:00 Të gjitha	11:00 Të gjitha	11:00 Të gjitha
11:30 Mendo D'Amico	11:30 Të gjitha	11:30 Të gjitha	11:30 Të gjitha	11:30 Të gjitha	11:30 Të gjitha
12:00 Mendo D'Amico	12:00 Të gjitha	12:00 Të gjitha	12:00 Të gjitha	12:00 Të gjitha	12:00 Të gjitha
12:30 Mendo D'Amico	12:30 Të gjitha	12:30 Të gjitha	12:30 Të gjitha	12:30 Të gjitha	12:30 Të gjitha
13:00 Mendo D'Amico	13:00 Të gjitha	13:00 Të gjitha	13:00 Të gjitha	13:00 Të gjitha	13:00 Të gjitha
13:30 Mendo D'Amico	13:30 Të gjitha	13:30 Të gjitha	13:30 Të gjitha	13:30 Të gjitha	13:30 Të gjitha
14:00 Mendo D'Amico	14:00 Të gjitha	14:00 Të gjitha	14:00 Të gjitha	14:00 Të gjitha	14:00 Të gjitha
14:30 Mendo D'Amico	14:30 Të gjitha	14:30 Të gjitha	14:30 Të gjitha	14:30 Të gjitha	14:30 Të gjitha
15:00 Mendo D'Amico	15:00 Të gjitha	15:00 Të gjitha	15:00 Të gjitha	15:00 Të gjitha	15:00 Të gjitha
15:30 Mendo D'Amico	15:30 Të gjitha	15:30 Të gjitha	15:30 Të gjitha	15:30 Të gjitha	15:30 Të gjitha
16:00 Mendo D'Amico	16:00 Të gjitha	16:00 Të gjitha	16:00 Të gjitha	16:00 Të gjitha	16:00 Të gjitha
16:30 Mendo D'Amico	16:30 Të gjitha	16:30 Të gjitha	16:30 Të gjitha	16:30 Të gjitha	16:30 Të gjitha
17:00 Mendo D'Amico	17:00 Të gjitha	17:00 Të gjitha	17:00 Të gjitha	17:00 Të gjitha	17:00 Të gjitha
17:30 Mendo D'Amico	17:30 Të gjitha	17:30 Të gjitha	17:30 Të gjitha	17:30 Të gjitha	17:30 Të gjitha
18:00 Mendo D'Amico	18:00 Të gjitha	18:00 Të gjitha	18:00 Të gjitha	18:00 Të gjitha	18:00 Të gjitha
18:30 Mendo D'Amico	18:30 Të gjitha	18:30 Të gjitha	18:30 Të gjitha	18:30 Të gjitha	18:30 Të gjitha
19:00 Mendo D'Amico	19:00 Të gjitha	19:00 Të gjitha	19:00 Të gjitha	19:00 Të gjitha	19:00 Të gjitha
19:30 Mendo D'Amico	19:30 Të gjitha	19:30 Të gjitha	19:30 Të gjitha	19:30 Të gjitha	19:30 Të gjitha
20:00 Mendo D'Amico	20:00 Të gjitha	20:00 Të gjitha	20:00 Të gjitha	20:00 Të gjitha	20:00 Të gjitha
20:30 Mendo D'Amico	20:30 Të gjitha	20:30 Të gjitha	20:30 Të gjitha	20:30 Të gjitha	20:30 Të gjitha
21:00 Mendo D'Amico	21:00 Të gjitha	21:00 Të gjitha	21:00 Të gjitha	21:00 Të gjitha	21:00 Të gjitha
21:30 Mendo D'Amico	21:30 Të gjitha	21:30 Të gjitha	21:30 Të gjitha	21:30 Të gjitha	21:30 Të gjitha
22:00 Mendo D'Amico	22:00 Të gjitha	22:00 Të gjitha	22:00 Të gjitha	22:00 Të gjitha	22:00 Të gjitha
22:30 Mendo D'Amico	22:30 Të gjitha	22:30 Të gjitha	22:30 Të gjitha	22:30 Të gjitha	22:30 Të gjitha
23:00 Mendo D'Amico	23:00 Të gjitha	23:00 Të gjitha	23:00 Të gjitha	23:00 Të gjitha	23:00 Të gjitha
23:30 Mendo D'Amico	23:30 Të gjitha	23:30 Të gjitha	23:30 Të gjitha	23:30 Të gjitha	23:30 Të gjitha
24:00 Mendo D'Amico	24:00 Të gjitha	24:00 Të gjitha	24:00 Të gjitha	24:00 Të gjitha	24:00 Të gjitha
24:30 Mendo D'Amico	24:30 Të gjitha	24:30 Të gjitha	24:30 Të gjitha	24:30 Të gjitha	24:30 Të gjitha

Immagine 4.3 - Fonte Biblioteca nazionale: Gazeta Koha Jonë (Il nostro tempo), 20 aprile a sinistra e 21 aprile a destra, 1996

Secondo Carelli, il fenomeno che abbiamo appena visto, in sintesi si divide in tre passi cruciali:

L'italianizzazione sottile, ovvero un silenzioso processo di adattamento dei format italiani e dei loro linguaggi, visibile nell'emergere di diversi programmi creati sulla falsariga di prodotti di successo conosciuti della televisione italiana nei primi anni '90 come *Mënmëngjes i mbar* (*Buona mattina*) che andava in onda su Teuta TV, che riproduceva la narrativa di *Uno mattina* e il programma sportivo *Proces sportiv* modellato sul noto programma televisivo italiano degli anni '80 (*Il processo del lunedì*). Un secondo passo dell'italianizzazione è l'italianizzazione condivisa, una fase costituita da esperienze di cooperazione e flussi di scambio tra i due Paesi. Dalla nascita della democrazia dei media ad oggi, le emittenti albanesi hanno spesso inserito nei propri palinsesti produzioni e programmi italiani; questo processo è avvenuto con diverse modalità, tra cui la ritrasmissione dei programmi italiani sui canali albanesi e le co-produzioni in onda in entrambi i paesi<sup>498</sup>.

L'ultima tappa secondo l'autore è «quella di "dipendenza quasi coloniale", costruita dalla nascita di Agon Channel che rappresenta il compimento più completo

<sup>498</sup> «Il primo tentativo di collaborazione tra i sistemi televisivi italiani e albanesi dopo la fine del regime comunista offre un buon esempio di tale "italianizzazione condivisa". Nel 1990 la RAI il programma *Linea Verde* ha prodotto servizi da Tirana che sono stati trasmessi dalla televisione albanese in lingua italiana ed erano molto popolari tra il pubblico albanese», in P. Carelli, *Italianization Accomplished. Forms and... op. cit.*, pp. 79-87.

dell'italianizzazione nel territorio albanese<sup>499</sup>». Il canale è stato fondato e finanziato nel 2013 dall'imprenditore italiano Francesco Becchetti, portando negli studi di Tirana, dove aveva la sede di produzione e di trasmissione verso l'Italia, tantissime icone della televisione italiana.

Seppur condivisibile, il percorso esposto da Carelli basandosi sulla costruzione storica della televisione, trascura alcuni elementi indispensabili, come ad esempio, quelli che riguardano l'influenza che la televisione italiana ha esercitato dalla metà degli anni '60, vista la poca esperienza dei conduttori della televisione albanese. Bisogna però precisare che nella sua tesi, - l'autore analizza soltanto la televisione, il mio discorso si allarga per non trascurare alcuni elementi di vitale importanza includendo anche la radio durante l'occupazione fascista, il cinema e i giornali, per dimostrare che questo processo ha radici più profonde e che l'influenza è stata maggiore seppur, con un grado di penetrazione diverso in base al periodo storico – l'autore non tiene conto del periodo della “pirateria televisiva”, con una forte conseguenza positiva in termini linguistici, ovvero, i bambini guardano *l'Uomo tigre*, *l'Uomo ragno* e *Goku* per fare alcuni nomi, insieme ai film, ai telefilm e alle telenovele, per gli adolescenti e gli adulti, ha predisposto queste generazioni a una maggiore comprensione dell'italiano, che ha permesso negli ultimi anni agli italiani che investono, o vanno in vacanza nel Paese delle Aquile, di trovarsi a “casa propria” se ci riferiamo all'ambito comunicativo.

Tutti questi elementi portano, per quanto abbiamo dimostrato, a un “italianizzazione parziale”, che inizia durante il periodo fascista, per poi limitarsi durante il regime comunista, ampliandosi notevolmente con la nascita del pluralismo mediatico arrivando a una “quasi italianizzazione totale” della televisione albanese – mi riferisco ai canali privati soprattutto nella fase della loro formazione, - e negli anni a seguire, per poi seguire con l'ultima fase, che è quella di “dipendenza quasi coloniale” con il canale di Becchetti. Parallelamente alla nascita di Agon Channel, nei palinsesti di Tv Klan e Top Channel abbiamo un aumento di format di matrice italiana, comprati e riprodotti secondo le normative del Copyright e del diritto d'autore, che aumentano il numero complessivo se sommati a quelli già esistenti, in breve, quelli imitati o riprodotti in modo illegale in precedenza; ovviamente nessuno ne parla, visto che l'argomento è scottante.

---

<sup>499</sup> Con il termine “dipendenza quasi mediale”, si intende il processo nella fase della nascita delle democrazie nei Paesi ex comunisti, dove oltre al bisogno di contenuti mediale dai paesi occidentali, questi Paesi avevano bisogno anche di risorse umane con più esperienza per aumentare la qualità dei loro prodotti mediali, Op. cit. in *Ibidem*.

Dopo questa puntualizzazione teorica, arrivando negli anni duemila, vediamo che il palinsesto dell'unico canale nazionale è cambiato, ormai le ore di trasmissioni televisive durano 24 ore su 24 e non sono più limitate. Da adesso in poi, con lo scopo di mantenere lo stesso metro di giudizio per ogni periodo di campionamento, il tempo preso in considerazione per l'analisi dei programmi è dalle 07.00 fino alle 24.00 per fare una misurazione precisa di ogni genere. Inoltre, i programmi che erano iniziati prima o dopo, sono stati presi in esame solo per l'arco di tempo del campionamento, e non per tutta la loro durata, sia prima che dopo. Come vediamo nel (grafico 4.9), al primo posto troviamo l'informazione con il 32% del totale, il primo cambiamento significativo è il numero dei telegiornali, che è passato da 3 al giorno nel '90, a 6 o 7 con un minutaggio totale complessivo del 32.6%.

Ogni mattina dalle 07.00 alle 10.00 dal lunedì al venerdì, con una pausa di soli 5 minuti al suo interno per un notiziario breve, troviamo il programma del genere *infotainment* come *Mirëmëngjes (Buongiorno)* con un totale del 30.3% del totale, dove trovano spazio oltre all'informazione anche il divertimento, la cultura e le questioni sociali, il resto è formato da altri programmi in studio. Il programma *Buongiorno* tratta i temi più importanti della giornata, politici, economici di cronaca e di vita sociale, con ospiti in studio per discussioni e approfondimenti.

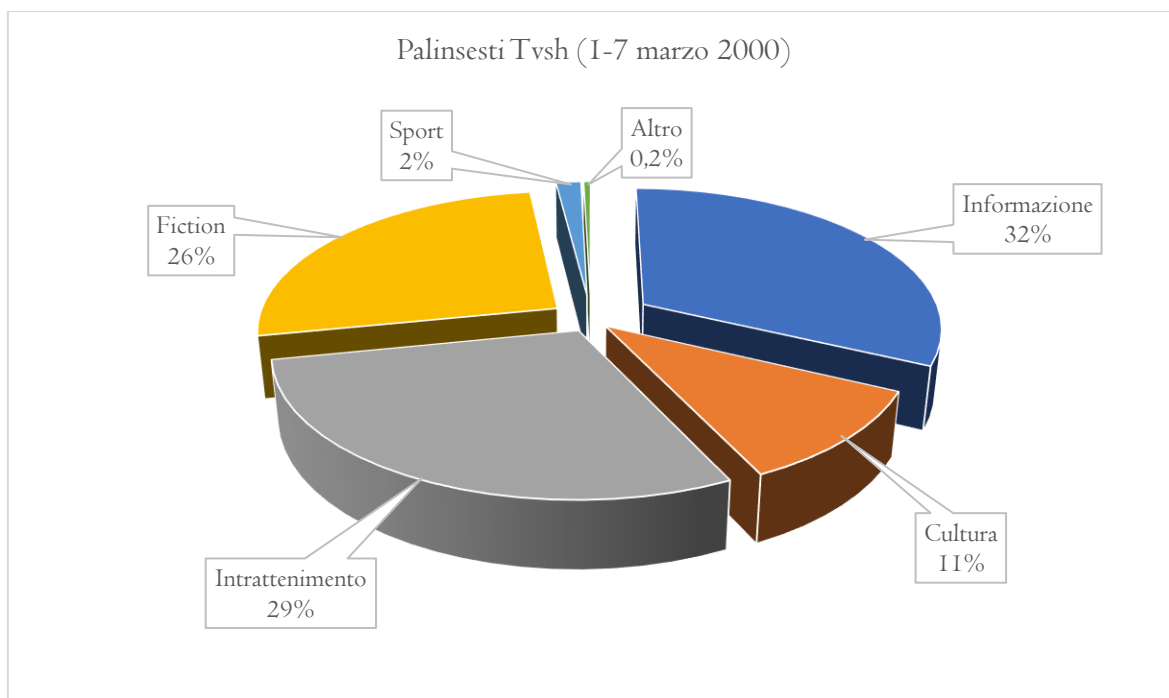
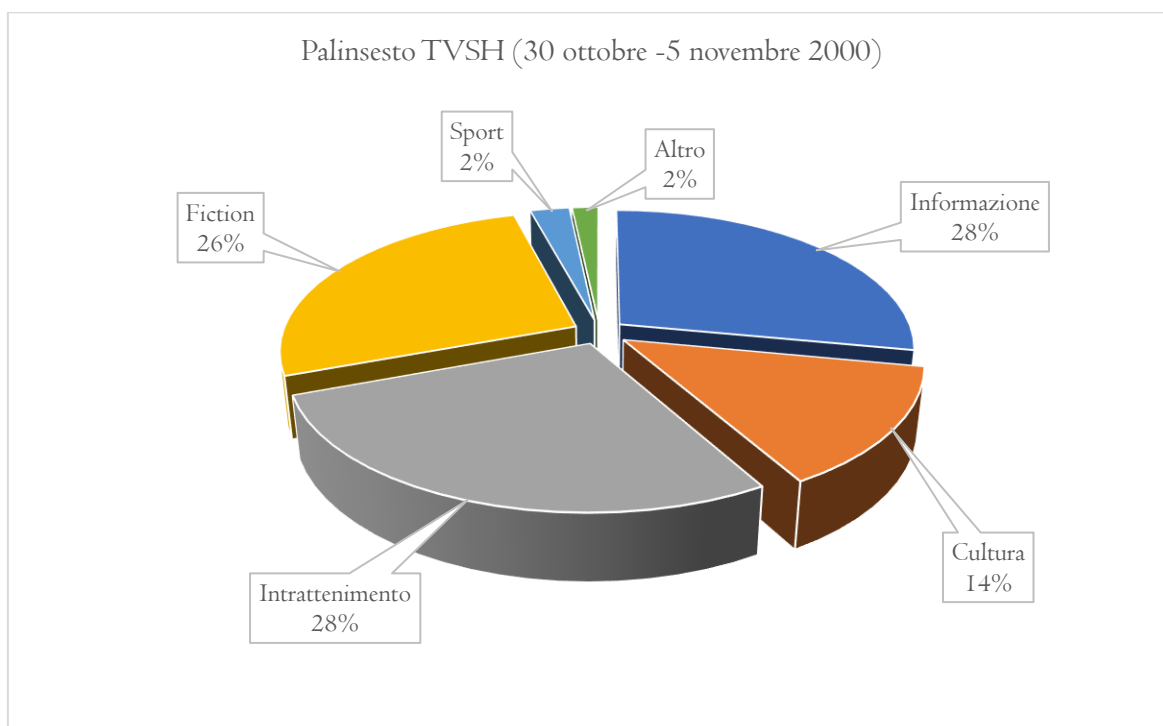


Grafico 4.9 – elaborazione propria dei dati. Fonte: archivio della Radiotelevisione albanese

Al secondo posto troviamo con il 29% l'intrattenimento, formato dalla trasmissione di *Sanremo* con il 24.7% della terza, quarta e quinta serata, per un totale di 170 minuti ogni sera. Uno dei programmi più amati che veniva guardato con grande interesse dai tempi della dittatura comunista. Le canzoni più famose venivano trasmesse sia nei diversi programmi televisivi, sia nei programmi radiofonici. All'interno del genere inoltre troviamo programmi per bambini sia la mattina che nel pomeriggio con un minutaggio del 12.8%, il resto del genere comprende musica e concerti. Di seguito, abbiamo in ordine la fiction con il 26%, la cultura con l'11%, lo sport con l'1% e altro con lo 0.5 %.

All'interno del palinsesto troviamo per la prima volta la pubblicità, un mezzo indispensabile per l'economia dei media, che rende disponibile una gamma di nuovi prodotti e accessibile per la prima volta al grande pubblico. Questi sviluppi hanno portato al miglioramento del tenore di vita, a nuove forme di svago, alla scoperta di nuovi prodotti e alle nuove forme culturali che essi trasportano, cambiando così sia la condizione sociale che quella culturale.

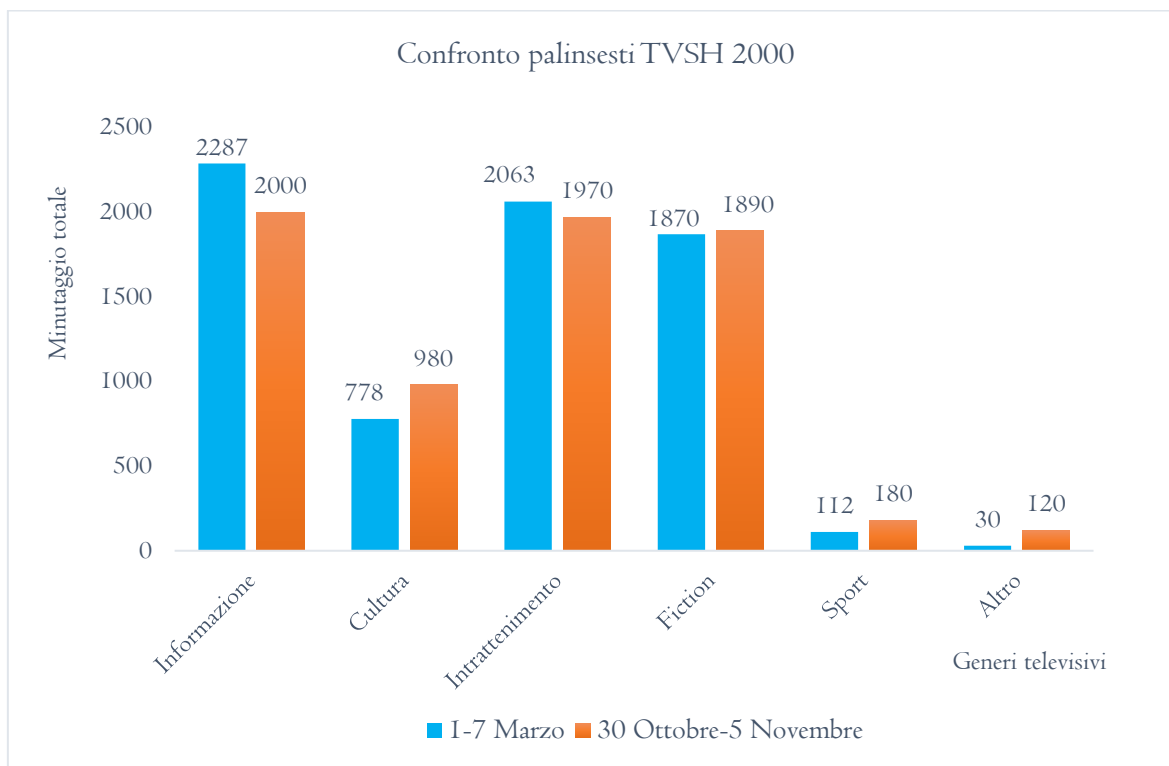
Nel mese di novembre (grafico 4.10), purtroppo i dati non erano disponibili per tutto il mese, perciò, il campionamento è stato fatto dal 30 ottobre al 5 novembre; visto che gli altri giorni disponibili per novembre salivano a fine del mese, si è preferito fare questa scelta. Nel (grafico 4.10) abbiamo informazione e intrattenimento con il 28%, di seguito la *fiction* con il 26%, la cultura con il 14%, e alla fine lo sport e altro con il 2%.



*Grafico 4.10 – elaborazione propria dei dati. Fonte: archivio della Radiotelevisione albanese*

I programmi della settimana sono molto simili a quelli di marzo, quelli che trasmettono informazione durante la mattinata, concerti e cartoon per bambini, documentari di vario tipo, serial e film; riassumendo si tratta di un palinsesto generalista, costruito per tutte le età e tutti i gusti. L'unica differenza importantissima da sottolineare è la trasmissione della lingua italiana 5 giorni su 7 per 30 minuti ogni giorno, occupando il 15.3% all'interno del genere cultura.

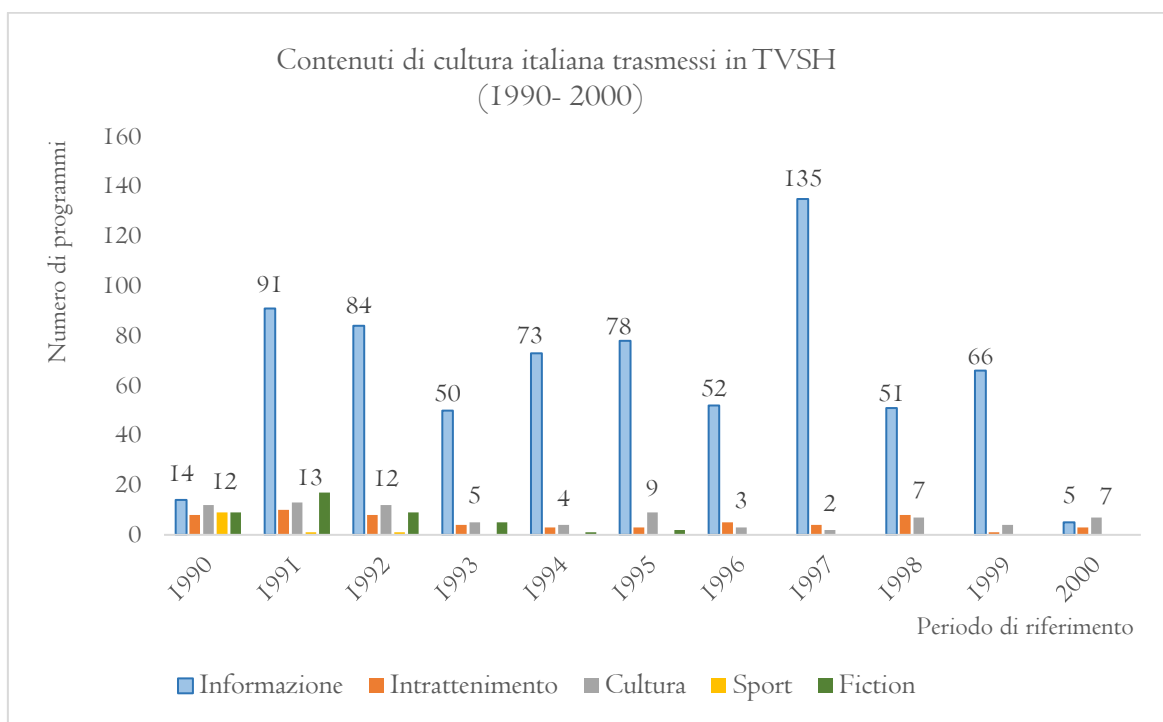
Come vediamo nel (grafico 4.11), a marzo abbiamo un minutaggio maggiore per l'informazione e l'intrattenimento, invece a novembre, per quello che riguarda gli altri generi come cultura, sport e altro.



*Grafico 4.11 – elaborazione propria dei dati. Fonte: archivio della Radiotelevisione albanese*

Nel periodo compreso tra il 1990 e il 2000, TVSH, diversamente dagli altri canali che trasmettevano illegalmente, propone contenuti di cultura italiana sotto forma di informazione: nei Tg albanesi gran parte degli argomenti trattati riguarda la politica, la

religione, l'economia, la giustizia e la cultura italiane. Gli altri contenuti riportati nel grafico 4.12, invece, sono in lingua italiana<sup>500</sup>.



*Grafico 4.12 – elaborazione propria dei dati. Fonte: archivio della Radiotelevisione albanese*

Dopo l'analisi dei programmi televisivi dell'unico canale nazionale, notiamo che dal 14 novembre 2000 TVSH non è più l'unico canale che trasmette a livello nazionale, dal momento che «KKRT (Consiglio Nazionale della Radio e Televisione), l'autorità di regolamentazione per i media elettronici, che oggi si chiama AMA<sup>501</sup>», deliberava alla nuova emittente Tv Klan, il permesso per trasmettere anche in ambito nazionale.

Alle prime armi, il canale trasmetteva in Super VHS, cambiando l'anno dopo in Beta, con una programmazione di soli film senza sottotitoli. Tv Klan si presenta nel mercato audiovisivo con una programmazione di 24 ore, 7 ore e mezza di

<sup>500</sup> Secondo Suela Barci responsabile dell'archivio, i contenuti diversi dall'informazione erano molti di più rispetto a quelli riportati sui documenti disponibili. Purtroppo, a partire dagli anni della transizione alcuni dati si sono persi e non sono più reperibili.

<sup>501</sup> «L'ente nasce nel 2000, dopo 5 anni dalla nascita della prima emittente commerciale. Il compito principale di KKRT era quello di supervisionare la permanenza della radiotelevisione pubblica e privata secondo la legge n. 8410 del 1998, ovvero, garantire una concorrenza leale tra i media elettronici e proporre nuove legislazioni o strategie per l'ulteriore sviluppo di questi media. Nel marzo 2013 il Parlamento ha approvato una nuova legge sui media audiovisivi. Con la nuova legge l'autorità di regolamentazione KKRT diventa *Autoriteti i Mediave Audiovizive AMA* (Autorità su Media audiovisivi)», in I. Londo, *Limited Assistance for Limited Impact: International Media Assistance in Albania*, Albanian Media Institute Instituti Shqiptar i Medias, Analitika Center for Social Research, Sarajevo/Tirana, 2013, p. 30.



trasmissioni in albanese e il resto in lingue straniere. Riferendosi a questo periodo, il canale copriva il 40.91% del territorio e trasmetteva soltanto 2 edizioni di telegiornali al giorno, alle 19.30 e alle 23.00<sup>502</sup>.

Il 30 luglio 2001 viene fondato da Dritan Hoxha un altro canale nazionale che nel giro di pochi anni diventerà tra i primi due più seguiti dal pubblico. Le prime trasmissioni risalgono al 20 dicembre 2001, con l'obiettivo di essere "la televisione per tutti gli albanesi", grazie a un modello che include informazione, intrattenimento e programmi di educativi.

L'idea del fondatore per una televisione diversa e di qualità nasce durante la sua permanenza in Italia, con un progetto specifico, che era quello di prendere in prestito o imitare i modelli dei programmi italiani. Infatti, già dal 19 dicembre 2002, va in onda il *talk show* satirico *Fiks fare*, che è stato influenzato dall'equivalente italiano *Striscia la notizia*<sup>503</sup>.

Le energie impiegate per rendere Tv Klan il miglior canale disponibile portano subito al raggiungimento di ottimi risultati: dopo soli 2 anni, grazie al ricorso alle migliori tecnologie a disposizione e a un gruppo di giornalisti all'avanguardia, diviene la televisione più «seguita con il 50% di share<sup>504</sup>». Nel maggio del 2009 diventa il primo canale albanese a trasmettere con la tecnologia HD, con il programma *Top Fest 6*.

La grande rivoluzione digitale arriva nel territorio albanese nel 2004 con Digitalb, che porta con sé tante perplessità da parte delle emittenti, ma anche delle autorità che sorvegliano i media, per la mancanza di un quadro legislativo adeguato e chiaro. Tutto questo permane fino al 2007, quando viene finalmente approvata la norma regolativa che riconosce le trasmissioni digitali come ufficiali e a norma di legge. Dopo tale legittimazione, nel 2008 altri operatori entrano nella «piattaforma digitale, Salt +, Tring e Supersport [...]»<sup>505</sup>.

In tema di impostazioni metodologiche, come verrà approfondito nel paragrafo 4.6, la scelta delle emittenti private non è casuale; i due canali privati oggi sono *leader* della televisione albanese, e si contendono, in base ai loro programmi di punta, il primato del più seguito, come vedremo e analizzeremo nel prossimo paragrafo. Purtroppo, alle richieste di dati autorizzate dall'università, Tv Klan e Top Channel non hanno mai risposto. Tuttavia, per far fronte a questo gravoso problema, è stato possibile ricorrere all'AMA, ente albanese che si occupa del monitoraggio dei media; come indicato in precedenza, AMA monitora e

---

<sup>502</sup> A. Doksani, D. Hysa, K. Bozo, *op. cit.*, p.16.

<sup>503</sup> E. Luku, *op. cit.*, p. 131.

<sup>504</sup> E. Pagani, *op. cit.*, p. 59.

<sup>505</sup> A. Doksani, D. Hysa, K. Bozo, *op. cit.*, pp. 17-18.

registra tutte le trasmissioni di tutti i canali per controllare l'effettivo rispetto delle norme di legge. Tale ente ha messo a disposizione i dati del 2015 e del 2020 di Tv Klan e Top Channel, tuttavia, la limitata capacità del loro database in confronto al numero molto elevato dei dati da memorizzare ha permesso di accedere soltanto agli ultimi sei anni di trasmissioni. A fronte di una prima richiesta di 800 euro per l'accesso ai dati, i dirigenti AMA, una volta compresa la mia istanza di ricercatore universitario, li hanno concessi gratuitamente. Questa premessa si è resa necessaria, dunque, per specificare che il confronto avrà inizio dal 2015 e non dal 2005, come si era pensato di fare in fase di progettazione. Per quanto riguarda il 2005, inoltre, verranno riportati soltanto i programmi di cultura italiana individuati all'interno delle settimane prese in esame. In questo modo la metodologia rimane ogni 10 di campionamento per TVSH, e ogni 5 anni da quanto entrano in gioco anche i canali privati.

All'interno dei programmi trasmessi da TVSH troviamo nei giorni 3, 4 e 5 marzo il *Festival di Sanremo* con 170 minuti ogni sera in diretta, ritrasmesso il giorno successivo con durata dimezzata (circa 90 minuti).

Dopo questa breve presentazione dei dati del 2005, vediamo adesso i dati del 2009<sup>506</sup> di TVSH.

Come vediamo nel (grafico 4.13), al primo posto si colloca l'informazione con il 46%, ovvero quasi la metà del minutaggio totale; più nel dettaglio, l'informazione comprende 7 notiziari al giorno che variano, in termini di durata, da un minimo di 20 a un massimo di 45 minuti al giorno; un ottavo notiziario, «*Zëri i Amerikës (VOA), (La voce dell'America)*<sup>507</sup>», viene trasmesso dal lunedì al venerdì alle 18.30, riportando notizie e sviluppi dagli USA, con una durata che va da 20 a 30 minuti al giorno per un totale del 46.8% all'interno del suo genere. Inoltre, 4 giorni a settimana troviamo il notiziario di lingua inglese che inizia alle 18.30 con il 2.5% del minutaggio totale; il resto è composto dai programmi mattutini nei giorni feriali, che si occupano di rassegna stampa e della presentazione delle notizie più importanti della giornata, soprattutto di carattere politico e sociale, con ospiti in studio che le approfondiscono. Al secondo posto troviamo l'intrattenimento con il 20%; di questo il 63.38% è costituito dal programma *Zig-Zag* che va in onda 5 giorni su 7, dalle 13.20 alle 16.00. Il programma è molto eterogeneo, e i temi trattati variano di giorno in giorno: da argomenti di natura sociale, si passa al racconto della notorietà raggiunta da vari

---

<sup>506</sup> I dati relativi al 2010 non erano disponibili, né all'interno dell'archivio cartaceo, né in quello digitale.

<sup>507</sup> «La VOA è l'organizzazione internazionale più grande degli USA, presente in 45 Paesi del mondo [...]. Nasce nel 1942 con lo scopo di rendere accessibile la verità attraverso il racconto indipendente dei fatti più importanti della vita politica, economica e sociale di un determinato Paese». Per ulteriori informazioni si consulti online l'URL <https://bit.ly/3qJAwKX> (ultimo accesso dicembre 2021).

cantanti albanesi nel mondo; dalla promozione editoriale con forte carattere culturale si passa allo sport e a temi più giovanili, senza escludere spazi dedicati alla musica live, il tutto commentato da ospiti in studio. A seguire la cultura con il 16%, la *fiction* con il 13% e lo sport con il 5%.

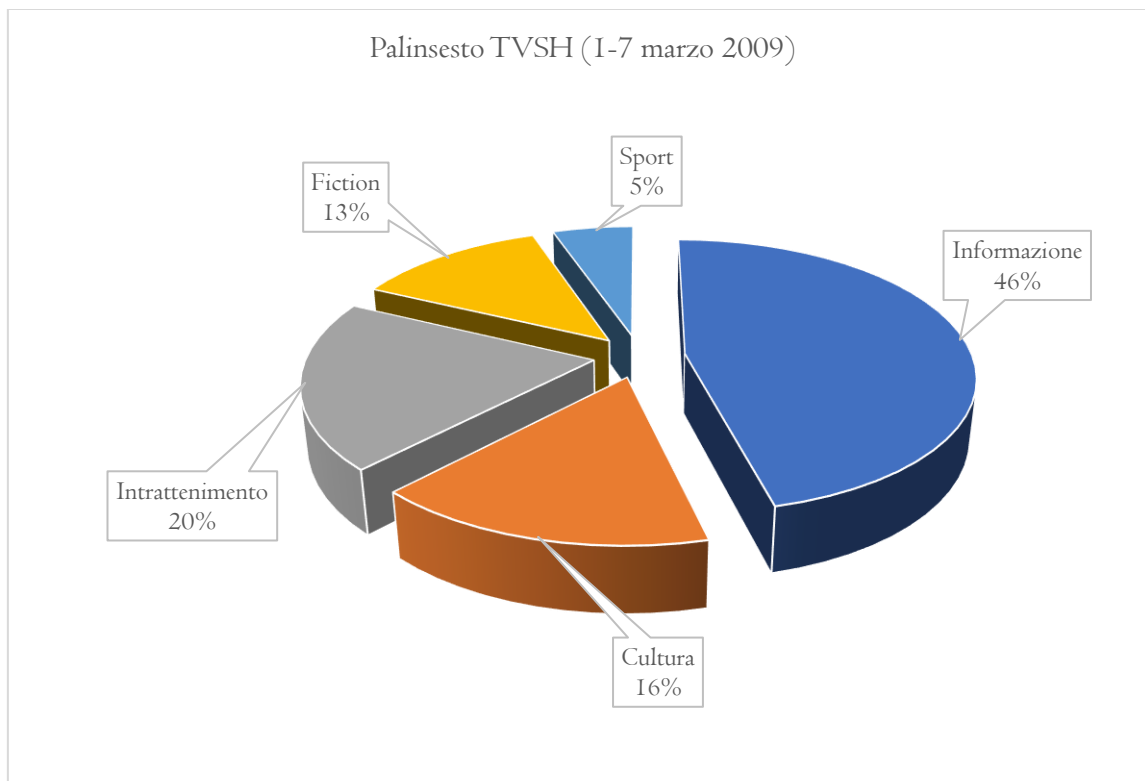


Grafico 4.13 – elaborazione propria dei dati. Fonte: archivio della Radiotelevisione albanese

Nel mese di novembre, nel palinsesto che viene rappresentato nel (grafico 4.14), troviamo in ordine di minutaggio, l'informazione con il 39%, l'intrattenimento con il 26%, la *fiction* con il 18%, la cultura con il 9%, lo sport con il 7% e altro con l'1%. Riguardo il genere informazione, i programmi sono gli stessi della settimana di marzo, con i programmi della mattina di rassegna stampa e informazione sulla vita politica e sociale, e 8 notiziari al giorno, compreso 1 in inglese. Nel genere intrattenimento, troviamo dalle 13.20 alle 16.00 la trasmissione *LOG* che, con 5 giorni a settimana dal lunedì al venerdì, ne occupa il 43%; nella parte restante, invece, troviamo musica e concerti. Per il genere *fiction* la novità è la telenovela *Dashuri latine (Amore Latino)*, che va in onda 6 giorni su 7 dalle 19.05 alle 20, occupando il 60.38%<sup>508</sup> del totale della categoria.

<sup>508</sup> Nel calcolo dei giorni di trasmissione e del minutaggio si è tenuto conto anche delle ritrasmissioni del giorno (le nuove puntate della sera prima venivano ritrasmesse a pranzo il giorno dopo, una seconda volta).

In merito ai programmi che includono contenuti italiani, il 4 novembre a partire dalle 16.35 e per 55 minuti, troviamo un programma che racconta tutti i goal del campionato italiano, facendo riferimento alla settimana appena conclusa di Serie A, campionato che si attesta da anni come il più seguito e amato in assoluto da tutti i tifosi albanesi.

Facendo un giro nei locali o nelle caffetterie<sup>509</sup>, si possono osservare molti maxischermi che durante il giorno trasmettono notizie di politica, mentre la sera, quando sono in programma le partite di Serie A, *Champions League*, coppa *Uefa* e altri campionati

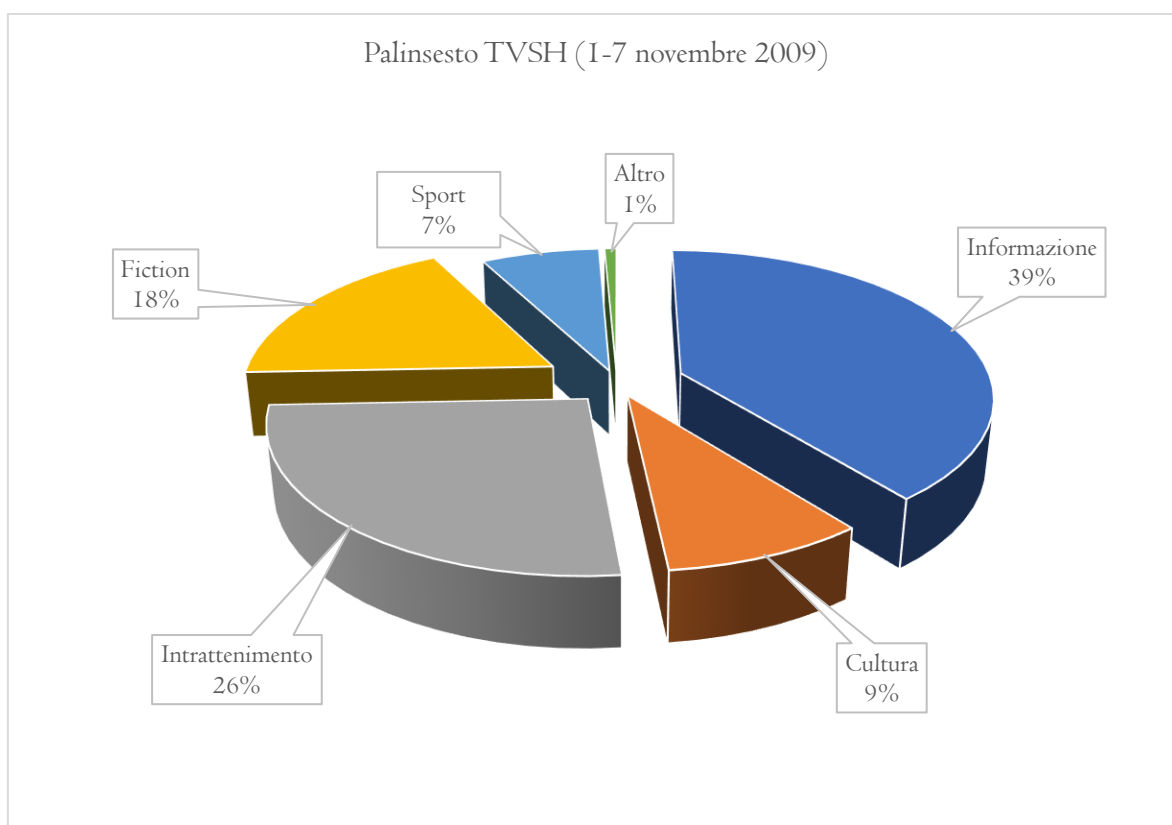


Grafico 4.14 – elaborazione propria dei dati. Fonte: archivio della Radiotelevisione albanese

come quello inglese, tutte le partite vengono trasmesse in diretta. Il 5 novembre, infatti, è stata trasmessa la partita Villareal – Lazio valida per la coppa *Uefa*, con inizio alle 20.40 per un totale di 140 minuti tra pre-gara, partita e post gara, occupando il 38.68% del minutaggio totale della categoria sport per la settimana considerata.

<sup>509</sup> Il caffè è culto in Albania, sia a casa quando arrivano ospiti che fuori nei bar. Quando gli amici si incontrano fuori di casa, ci si siede sempre al bar per consumare un caffè o altro, il tempo del caffè albanese è molto più lungo di quello italiano, può durare ore. Per questo motivo tutti i bar sono attrezzati con diverse tv, in modo tale da permettere a ognuno di scegliere la posizione ideale per seguire la diretta della partita della squadra del cuore. Per questo motivo, inoltre, i bar sono sempre pieni: chi non può permettersi un abbonamento alle piattaforme private, può comunque guardare le partite con gli amici.

In merito al confronto tra le due settimane, come riportato nel (grafico 4.15), in quella di marzo prevalgono l'informazione e la cultura, mentre a novembre, risultano essere predominanti l'intrattenimento, la *fiction* e lo sport.

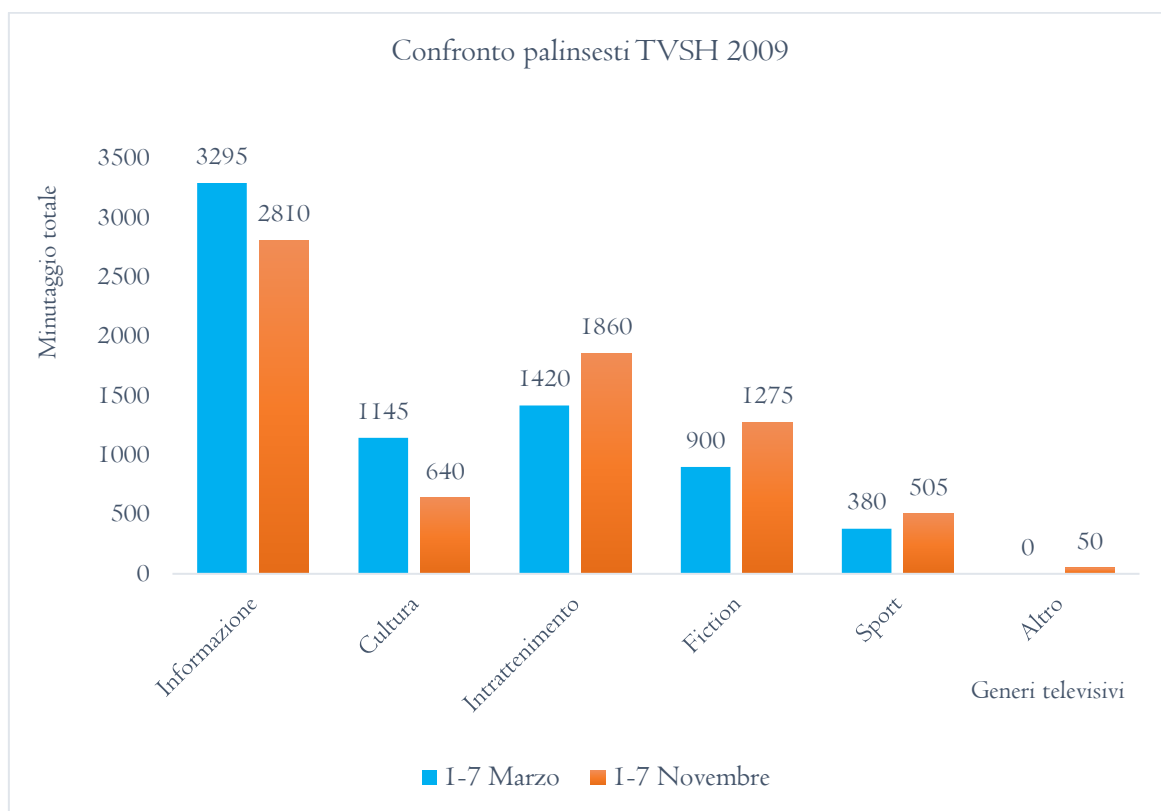


Grafico 4.15 – elaborazione propria dei dati. Fonte: archivio della Radiotelevisione albanese

Dopo la prima fase della nascita dei canali privati e del loro consolidamento, si procede verso la fine della pirateria televisiva. Le nuove piattaforme private, avendo a disposizione *budget* più elevati, riescono a comprare i diritti dei film, delle serie tv e delle partite ottenendone così l'esclusiva. Con il consolidamento delle regole in ambito televisivo, e più tardi con la nascita dell'ente che sorveglia tutte le trasmissioni (AMA), si progredisce verso l'eliminazione graduale dei collegamenti con i canali stranieri, specialmente quelli italiani.

Quanto accaduto, dà vita a un nuovo processo all'interno della televisione albanese: si passa dal collegamento diretto con i canali stranieri alla riproduzione dei *format* televisivi di questi Paesi, ovviamente scegliendo quelli di maggior successo. La forza economica dei canali privati, in continua crescita, spiana la strada al fenomeno che tratteremo nel prossimo paragrafo, ovvero, il ricorso a *format* italiani che vengono adattati, copiati o imitati dalla televisione albanese. Bisogna precisare che non tutti i *format* trasmessi sono stati copiati: in

alcuni casi è stata regolarmente acquistata la licenza, tuttavia, questo argomento è poco trattato e sono poche le informazioni accessibili a riguardo. Lo scopo di questo lavoro è, *in primis*, di individuarli nei palinsesti del 2015 e del 2020, e in seguito analizzarli per riscontrare similitudini e differenze esistenti tra la versione italiana e quella albanese.

Per concludere, è possibile osservare come i cambiamenti dovuti alla caduta del comunismo e alla successiva democratizzazione del Paese si siano riflessi, in prima battuta, sui giornali per poi influire, qualche anno più tardi, anche sulla televisione. I mezzi di comunicazione, attraversando diverse tappe evolutive che comprendono «la democratizzazione, la privatizzazione, la commercializzazione e alla fine l'internalizzazione<sup>510</sup>», sono passati da un sistema chiuso di partito-media, a quello di forte censura dei partiti nei confronti dei media, per poi evolvere nella pluralità mediale, fino a raggiungere una fase di modernizzazione attraverso modelli occidentali di grande successo internazionale.

#### **4.7 Mappatura e analisi del “contagio”: un focus tra Italia e Albania**

Nell'arco degli ultimi anni, i programmi più importanti dei canali privati in termini di seguito e preferenze per il pubblico, sono riproduzioni o hanno inserito elementi al loro interno presi da diversi modelli stranieri, italiani, inglesi, americani o francesi, secondo il processo che viene chiamato da Jakubowic di «trasformazione per imitazione o sviluppo imitativo<sup>511</sup>», ricordiamo che questo processo ha avuto le sue radici dagli albori di TVSH.

La crescita economica delle emittenti private ha permesso un investimento maggiore nella riproduzione di questi nuovi programmi, creando da una parte studi sempre più scenografici e dagli standard molto alti, e dall'altra, il bisogno di persone qualificate nella costruzione degli studi e dei programmi televisivi. Un'altra ulteriore spinta per questo processo è legata alla nascita di Agon<sup>512</sup> Channel nel 2013, il primo canale straniero costruito in Albania. Il canale nasce prima nella versione albanese e dopo un anno nella versione

---

<sup>510</sup> Op. cit. in P. Carelli, *Media Transition in Eastern... op. cit.*, p. 739-746.

<sup>511</sup> Termine utilizzato per descrivere lo stesso fenomeno presente anche negli altri ex Paesi comunisti dell'Europa dell'Est in K. Jakubowic, *Post-communist media development in perspective*, 2005, p. 11. Disponibile online presso l'URL; <https://bit.ly/3FTsXWw> (ultimo accesso settembre 2021).

<sup>512</sup> La parola *Agon* in albanese significa *Alba*, il nome include al suo interno un significato profondo, ovvero l'inizio di un nuovo giorno per il sistema mediatico e il giornalismo albanese. In questo caso, è stato utilizzato metaforicamente per intendere che con questo canale inizia una nuova era per la televisione albanese.

italiana. I programmi erano molto simili tra le versioni, dalle poche informazioni che sono riuscito a raccogliere; spesso i giornalisti albanesi più bravi che parlavano un ottimo italiano, partecipavano anche nella versione italiana, spesso, nella maggior parte dei casi i programmi albanesi ospitano i personaggi italiani che hanno fatto la storia del piccolo schermo, come nella «trasmissione *Kontrata (Il Contratto)* di Sonila Meço dove l'ospite d'eccezione è Sabrina Ferilli che concede un'intervista sulla sua vita personale nella narrazione della sua *reality life*<sup>513</sup>». La versione italiana viene inaugurata il 26 novembre 2014 con una serata di gala presentata dalla famosissima conduttrice

Simona Ventura e Massimo Ghini, con la partecipazione della star mondiale Nicole Kidman. Le strategie per farlo diventare il migliore canale albanese non si fermano qui: in seguito molti personaggi televisivi popolari in Italia si trasferiscono negli studi a Tirana per creare contenuti in lingua italiana, tra questi Sabrina Ferilli, Pupo, Lory Del Santo, Maddalena Corvaglia, Veronica Maya<sup>514</sup>,

L'evento viene trasmesso anche nel canale in versione albanese in lingua italiana con la traduzione simultanea.

La potenza economica del fondatore Francesco Becchetti mette in crisi il mercato interno, si costruiscono studi mai visti prima sugli standard italiani, le offerte economiche per tutti gli impiegati sono da capogiro, quello che un giornalista albanese guadagna tutto l'anno lavorando per un emittente qualsiasi, con quella dell'imprenditore romano lo guadagna in pochi mesi. Le offerte abbondanti del canale attirano i giornalisti migliori che hanno fatto la storia della televisione albanese, portando così alla realizzazione di programmi di qualità di stampo italiano. I programmi prodotti, secondo Becchetti erano di tipo semi-generalista, i format prodotti a Tirana venivano poi trasmessi sul canale 33 in Italia su LCN (*multiplex* del digitale terrestre).

Nonostante i tanti soldi investiti nell'ingaggio dei divi del piccolo schermo, il pubblico italiano ha ignorato fin dal primo giorno il canale nuovo di zecca “made in Albania”, e poco a poco arrivano anche le prime clamorose defezioni, con tanto di polemiche. Il primo era stato Antonio Caprarica, giornalista di lungo corso e corrispondente

---

<sup>513</sup> Purtroppo, il sito ufficiale del canale è stato chiuso, online si reperiscono poche informazioni da fonti attendibili, i video di YouTube sono stati considerati come tali visto che sono spezzoni di questi programmi. Disponibile online presso l'URL <https://bit.ly/3AkaPnp> (ultimo accesso agosto 2021).

<sup>514</sup> Il Post, *La storia di Agon Channel non è finita*, 13 gennaio 2021. Disponibile online presso l'URL <https://bit.ly/32h9fGb> (ultimo accesso agosto 2021). Cfr E. Aureli, *Agon Channel. La strana storia della tv albanese alla conquista dell'Italia*, UpGo, 19 marzo 2021. Disponibile online presso l'URL <https://bit.ly/3GRYqti> (ultimo accesso agosto 2021).

storico della Rai da Londra. Caprarica era il direttore del telegiornale di Agon, fino a quando, a sole due settimane dall'inizio dell'avventura, si era dimesso in polemica con le condizioni di lavoro, affermando che:

Mi hanno promesso sul contratto una struttura rispondente agli standard internazionali e mi sono ritrovato a montare i servizi nei container, con una redazione di 9 persone che doveva realizzare tutti i tg, due ore di programma del mattino e un'ora di approfondimento serale. Più che la tv del futuro è la tv delle repliche. Becchetti aveva risposto con sufficienza, accusando Caprarica di pretendere benefit da pascià e affidando le news a Giancarlo Padovan, che fino ad allora gestiva lo sport<sup>515</sup>.

La procura albanese emette il giugno 2015 un ordine di cattura per l'imprenditore Francesco Becchetti, proprietario di Agon Channel, la prima tv delocalizzata made in Albania che va in onda in Italia sul canale 33 del digitale terrestre. Le autorità albanesi lo accusano di "falso in documentazione" e "riciclaggio di denaro". La stessa accusa vale anche per il suo collaboratore italiano Mauro de Renzis e Erjona Troplini, la quale viene subito arrestata. Inoltre, su ordine di una corte di Tirana, è stato sottoposto il sequestro del pacchetto azionario di Becchetti, in cinque società registrate in Albania dove l'imprenditore albanese deteneva il 60 per cento, tra cui anche Agon Set, proprietaria di Agon Channel in Albania. Sotto sequestro sono finiti tutti i conti correnti intestati a lui e alle sue società. Secondo le autorità albanesi, nel periodo 2007-2013, Becchetti ha messo in piedi "un gigante schema di riciclaggio" che gli avrebbe fruttato, secondo la procura albanese, "alcuni milioni di euro". Becchetti avrebbe inoltre evaso il fisco per una somma di oltre 5 milioni di euro, tutti soldi che gli inquirenti sostengono siano stati investiti nelle sue altre società in Albania o finiti nei suoi conti bancari<sup>516</sup>.

Molti personaggi televisivi e figure politiche quali Berisha, che lo chiama atto criminale, sostengono che tutte queste accuse furono «un tentativo del governo albanese di impedire l'informazione libera e imparziale<sup>517</sup>», visto che il nuovo canale rifiutava di salire sul carro degli altri media che il potere politico dirigeva secondo le sue necessità e preferenze per raggiungere i propri scopi. L'emittente smette dunque di trasmettere l'11 ottobre 2015, mettendo fine a questa breve esperienza.

Dopo anni di sentenze e accuse reciproche tra il governo e Becchetti, il 24 aprile 2019 è stato emesso il verdetto finale con cui l'ICSID<sup>518</sup> ha condannato la repubblica albanese a

---

<sup>515</sup> D. Naso, *Il fatto quotidiano*, 3 novembre 2015. Disponibile online presso l'URL <https://bit.ly/3FKKGiv> (ultimo accesso novembre 2021).

<sup>516</sup> Huffpost - fonte Ansa, *Agon Channel, mandato d'arresto per Francesco Becchetti. Accusa di riciclaggio*, 12 giugno 2015. Disponibile online presso l'URL <https://bit.ly/32gNGFJ> (ultimo accesso novembre 2021).

<sup>517</sup> L'emittente di Becchetti ha trasmesso uno speciale su un dossier riservato dell'OSCE che mette in cattiva luce la figura del Primo Ministro Rama e gli uomini del suo partito in Albania.

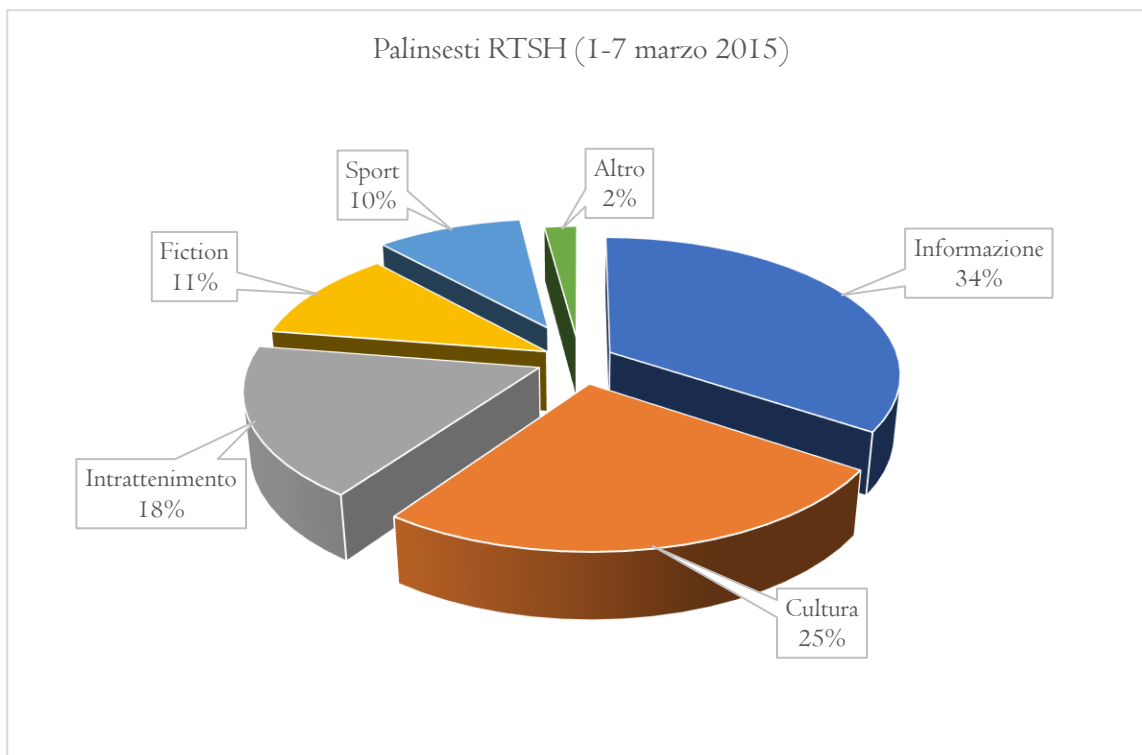
<sup>518</sup> È l'acronimo del "Centro internazionale per la risoluzione delle controversie in materia di investimenti" tra diversi Paesi.



risarcire l'imprenditore romano con 120 milioni di euro: le accuse del governo non erano state in grado di provare l'evasione di cui lo accusavano.

Comunque, da questa storia emergono alcuni elementi interessanti da sottolineare: la delocalizzazione dell'investimento è stato un tentativo di costruire un canale fuori dal territorio italiano per abbattere i costi, se paragonati con quelli della produzione in l'Italia, dovuto *in primis* alla lungimiranza di Becchetti; dall'altra parte questo fenomeno ha messo in luce ancora di più la poca esperienza delle figure della televisione albanese: erano circa 500 le figure albanesi che lavoravano per Agon Channel, con la possibilità, per i migliori, di andare direttamente negli studi della Rai e di Mediaset per imparare gli standard della televisione italiana; piano piano questo porta a un aumento della concorrenza interna tra le emittenti, che, tentando di imitare la nuova nata, accrescono i finanziamenti per le loro produzioni allo scopo di occupare una fetta sempre maggiore della torta del pubblico albanese. Purtroppo, questo capitolo è stato troppo breve per comprendere veramente l'impatto apportato alla televisione albanese e al suo pubblico; ovviamente ha portato diversi benefici in termini di esperienza, qualità e pubblicità per il Paese. Visti i pochi dati a disposizione e reperibili, ho intervistato alcuni testimoni della televisione albanese, come vedremo del prossimo capitolo, e ho analizzato la percezione di chi ha lavorato, seppure per un breve periodo, nell'emittente delocalizzata, il tutto per offrire un punto di vista privilegiato.

Adesso entriamo nel cuore di questo lavoro di ricerca, ovvero l'analisi dei palinsesti dei 3 canali principali presi in considerazione, per gli anni 2015 e 2020. Al primo posto nel (grafico 4.16) emerge l'informazione con il 34%, formata da otto notiziari al giorno, compreso *La voce dell'America* per un totale del 52.34%, al secondo posto dentro il genere abbiamo la trasmissione mattutina *Mirsevjen (Benvenuti)* con 110 minuti per 5 giorni a settimana con il 22.4%. Il programma parla di temi sociali di attualità con diversi ospiti in studio; nella terza posizione troviamo la trasmissione *Kolor* con il 16.49%, il resto da altri programmi.

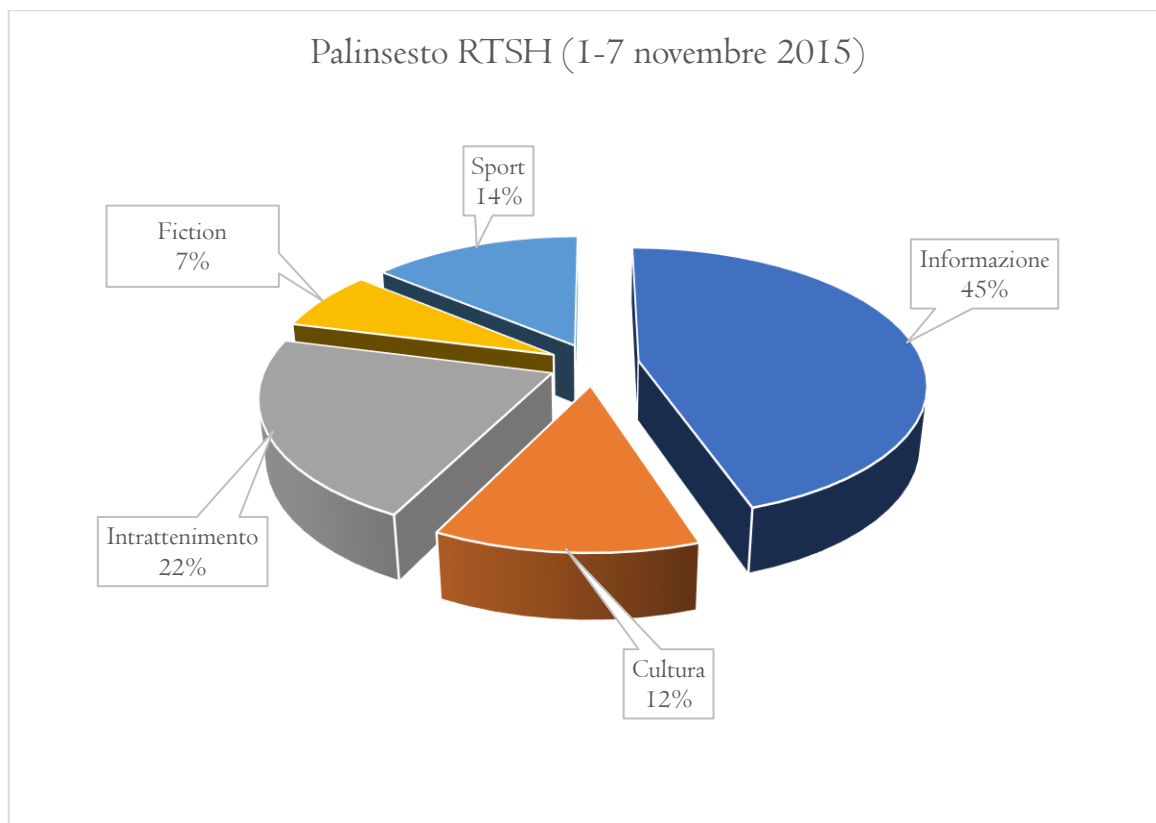


*Grafico 4.16 – elaborazione propria dei dati. Fonte: archivio della Radiotelevisione albanese*

Al secondo posto troviamo il genere cultura con il 25% del totale, la trasmissione con più spazio è *Parallel* che viene trasmessa 5 giorni dalle 16.30 alle 18.00, o dalle 18.30 alle 20.00: il programma tratta temi inerenti all'editoria, l'arte e la musica; il resto del genere è composto da documentari e concerti di vario tipo. Di seguito per minutaggio abbiamo gli altri generi: l'intrattenimento con il 18%, la fiction con l'11%, lo sport con il 10% e altro con il 2%.

Nel mese di novembre (grafico 4.17) abbiamo un aumento dell'informazione se paragonato con la settimana di marzo con l'11% del totale, al secondo posto troviamo l'intrattenimento con il 22% del totale, al terzo posto abbiamo lo sport con il 14% che grazie alle diverse partite di calcio trasmesse guadagna il 4% dalla settimana di marzo; al terzo posto abbiamo la cultura con il 12%, che se paragonato con il campionamento precedente perde il 13%. Lo stesso discorso vale anche per la fiction con meno 4%.

Nella prima settimana di marzo la distribuzione dei generi non era così netta tra le prime due, nel primo caso (grafico 4.16) la differenza era dell'11%, nel secondo (grafico 4.17) la differenza tra le prime due è del 23%, più del doppio.



*Grafico 4.17 – elaborazione propria dei dati. Fonte: archivio della Radiotelevisione albanese*

Guardando il palinsesto di Tv Klan (grafico 4.18), a marzo troviamo una distribuzione molto ravvicinata tra le prime e i generi. Al primo posto abbiamo il genere fiction con il 35%, formato nella maggior parte dalle sitcom *Bilari*, *Diamante e dashuri* (*Diamanti e amore*), *Shtëpiake të dëshperuara* (*Desperate Housewives*), e il serial televisivo come *Hannah Montana*.

Al secondo posto abbiamo l'intrattenimento con il 33% del totale, formato in larga parte dall'*Aldo Morning show* con il 37.39%, con 5 trasmissioni alla settimana per un minutaggio di 175 minuti ogni giorno, dalle 06.59 alle 10.10, con una sola pausa di 15 minuti: il conduttore diverte gli ospiti in studio con battute e humor, e la trasmissione in larga parte è formata da canzoni e musica. All'interno della categoria intrattenimento, dal 2008 ogni domenica con 6 ore di trasmissione, abbiamo la maratona domenicale di Ardit Gjebrea *E diela shqiptare* (*La domenica albanese*) con un minutaggio del 13.88% del totale, con inizio alle 13.30 fino alle 19.30 - con un solo notiziario di 30 minuti al suo interno. La maratona è composta da diverse tipologie di programmi tra loro, *Telebingo*, programmi di cucina (*cooking show*), diversi giochi, dalle 17.15 alle 18.10 abbiamo la trasmissione *Shifemi në gjyq* (*Ci vediamo al tribunale*), simile a *Forum*. «La costruzione del programma

domenicale di Gjbrea, nasce durante la sua esperienza in Italia nei primi anni '90, quando approda nel Paese come immigrato, ed è ispirato dai format di *Domenica In* e *Buona Domenica*<sup>519</sup>».

A seguire, abbiamo il programma *Takimi i pasdites (L'Incontro del pomeriggio)* dalle 18.15 alle 19.50 5 giorni con il 12.82%: il programma è basato sulla cronaca rosa, in studio ci sono ospiti che raccontano le loro storie personali e che commentano il gossip. Molto più distaccati dai primi tre, abbiamo la cultura e altro con il 3%, e alla fine lo sport con il 2%.

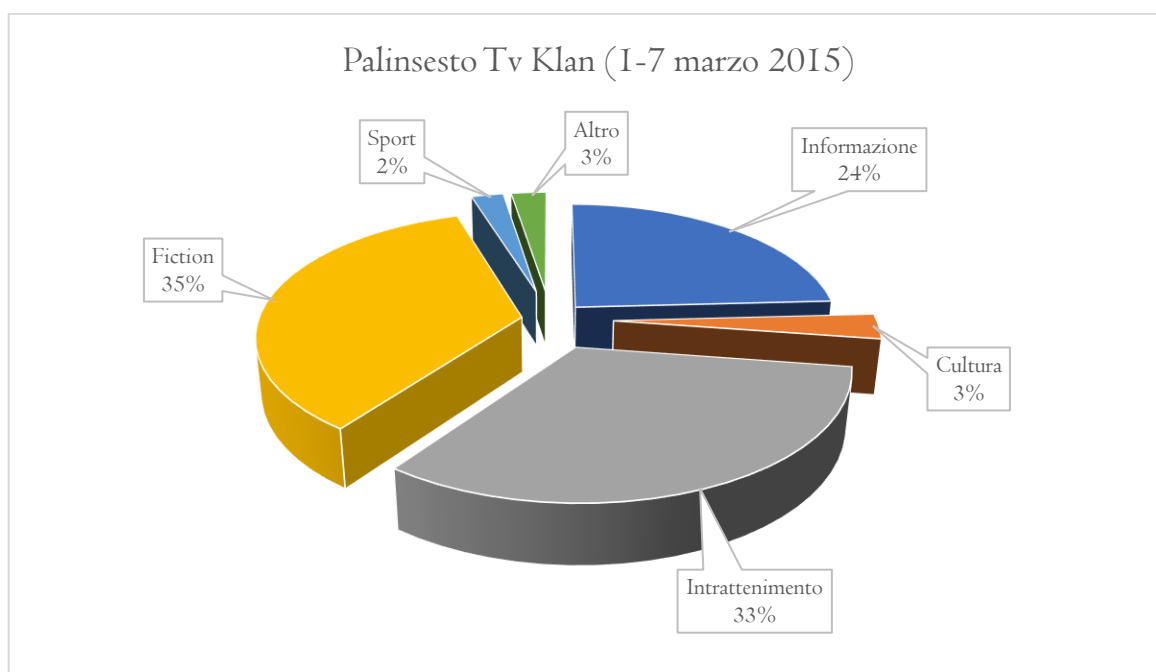


Grafico 4.18 - elaborazione propria dei dati. Fonte: AMA (Autoritèti i Mediave Audiovisive)

L'informazione occupa il quarto posto, formato da 5 notiziari quotidiani con il 51.59%, mentre il resto è occupato dal programma storico dell'emittente dal 1997, ovvero, il *talk show* informativo *Opinion (L'Opinione)* di Blendi Fevziu in prima serata alle 21.00 o in seconda serata dopo le 22.00, all'ora di pranzo del giorno dopo viene ritrasmessa la puntata della serata precedente, occupando un totale del 32.12% del minutaggio totale del genere. Il programma di Fevziu, grazie alla sua lunga esperienza televisiva e a ciò che rappresenta in qualità di giornalista esperto e competente, rimane uno dei più seguiti dal pubblico. Il punto di forza risiede nei temi legati alla vita politica, poi quelli sociali e culturali. In studio sono presenti diversi ospiti che vengono intervistati in qualità di esperti

<sup>519</sup> E. Luku, *op. cit.*, p. 140.

di campi specifici; analizzano i fatti presi in esame e li commentano, spesso con forti dibattiti e toni molto accesi. Lo studio è stato concepito e costruito dallo scenografo italiano Gaetano Castelli che, tra gli altri, ha costruito anche lo studio del programma *X Factor Albania* che viene trasmesso il 2 marzo dalle 17.00 alle 18.50 per 110 minuti su Tv Klan.

Nella costruzione dello studio vengono ripresi diversi elementi che risalgono al programma di “Porta a porta”, dalle luci blu all’interno dello studio, alla disposizione degli ospiti in due file, una di fronte all’altra in poltrone bianche, dal maxischermo dietro al conduttore, che lo utilizza per presentare dati e statistiche di vario tipo, al bastone che utilizza per mettere in rilievo i dati proiettati sullo schermo, fino alla scritta con il nome del programma a grandi lettere dietro il conduttore. Inoltre, seguendo lo stesso stile di Vespa, «il conduttore rimane sempre in piedi per sub comunicare un messaggio di supremazia agli ospiti: le redini del gioco le tiene lui, ed è lui che sta sopra di tutti portando a una comunicazione top-down<sup>520</sup>».

Nella settimana di novembre relativa al canale Tv Klan, la prima che cosa che si nota è la mancanza totale di cultura e sport, che non trovano alcuno spazio all’interno del palinsesto (grafico 4.19). Lo spazio di questi generi è stato occupato dagli altri tre rimanenti.

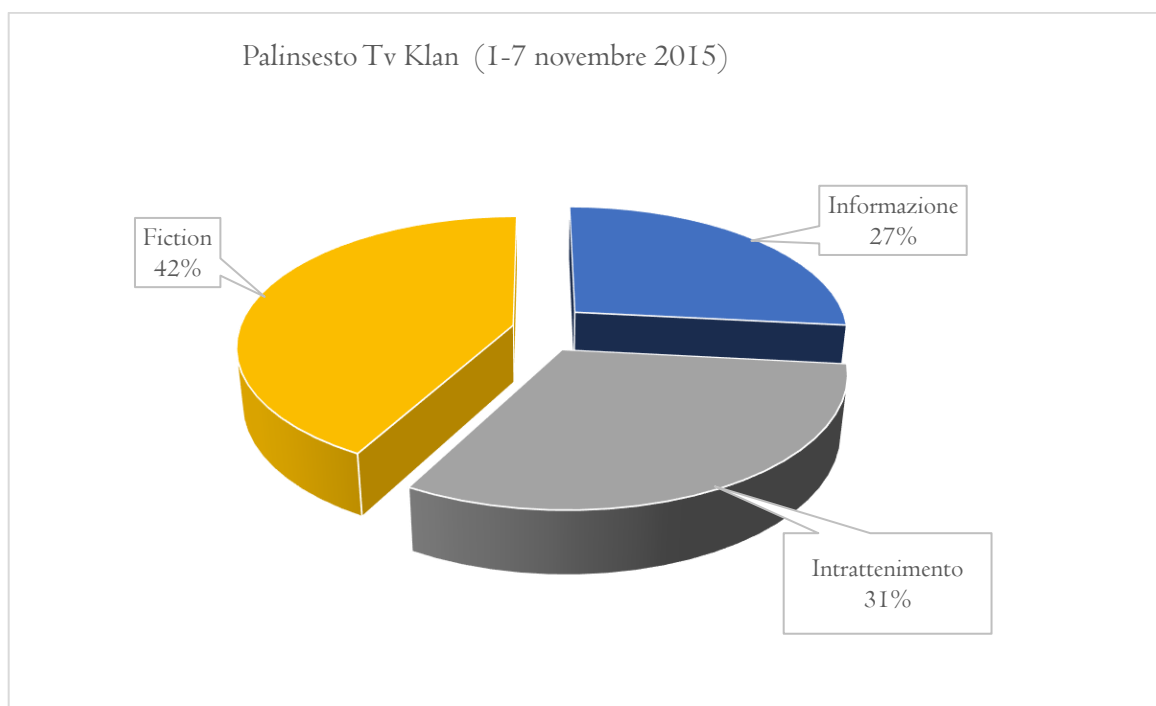


Grafico 4.19 - elaborazione propria dei dati. Fonte: AMA (Autoritèti i Mediave Audiovisive)

<sup>520</sup> E. Luku, *op. cit.*, p. 167.

Al primo posto abbiamo la *fiction* con il 42%: lo spazio maggiore lo occupano le telenovelle turche, la prima in termini di minutaggio è *Ertugrul* con il 17.72%; a seguire, in termini di generi, abbiamo l'intrattenimento con il 31%, formato dagli stessi programmi di marzo con una novità, l'introduzione dei cartoni per i bambini che occupano il 10.56% del minutaggio totale. Al terzo posto, più distaccato, troviamo l'informazione con il 19%.

I programmi televisivi sono molto simili per questo ci limitiamo a riportare solo le novità che si individuano nel palinsesto, come ad esempio, all'interno della maratona domenicale, oltre al *Shifemi në gjyq* (*Ci vediamo al tribunale*) emerge un'altra proposta della televisione italiana, ossia, *Ka një mesazh për ty* (*C'è un messaggio per te*), con notevoli similitudini narrative che riportano a *C'è posta per te* di Maria de Filippi. Quest'ultimo programma sarà analizzato ampiamente nel prossimo paragrafo, per capire le somiglianze e le differenze tra la versione italiana e quella albanese, anticipando che, anche nel palinsesto di Top Channel del 2020 è prevista la messa in onda di una versione di *C'è posta per te*. In ultima battuta, riguardo la *fiction*, il giorno 7 novembre troviamo alle 23.40 la miniserie italiana *Il capo dei capi* dei registi Enzo Monteleone e Alexis Sweet.

Nel palinsesto di Top Channel (grafico 4.20), si nota che la fetta più grande del minutaggio generale va all'intrattenimento con il 42%, con *Top Show* di Alban Dudushi, che viene trasmesso in prima o in seconda serata con il 17.74% del minutaggio totale. Nell'intervista l'autore dice che

dal 2003 non si potevano trasmettere più film di pirateria presi dagli altri Paesi, le produzioni interne erano pochissime per coprire il minutaggio giornaliero, a partire da questo contesto, ovvero, riempire il palinsesto giornaliero, nasce l'idea di creare da parte del proprietario un talk show simile al *Maurizio Costanzo Show*. In quel periodo i programmi di maggior successo erano i dibattiti televisivi, come le trattava Fevziu nella sua emissione *Opinion*, ai quali partecipavano le stesse persone e si parlava degli stessi temi, perché guardando il canale nazionale eravamo preimpostati nel senso che certi temi andavano bene per la televisione e altri no. Guardando sempre *Maurizio Costanzo Show* ho capito che ogni tema fa per la televisione, basta che si abbia l'intelligenza di costruirlo adeguatamente e di scegliere i personaggi giusti: così il 31 dicembre 2013 nasceva il mio *talk show*. Lo studio era strutturato come quello di Maurizio, la forma ricordava quella di un teatro e dove di fronte agli ospiti era collocato il pubblico. È stata una rivoluzione all'interno della televisione perché abbiamo dato voce a personaggi che non erano famosi, nella prima puntata ho invitato un barbiere che raccontava la storia della sua vita<sup>521</sup>.

---

<sup>521</sup> Tratto dall'intervista con Alban Dudushi del 30 giugno 2021 a Tirana.

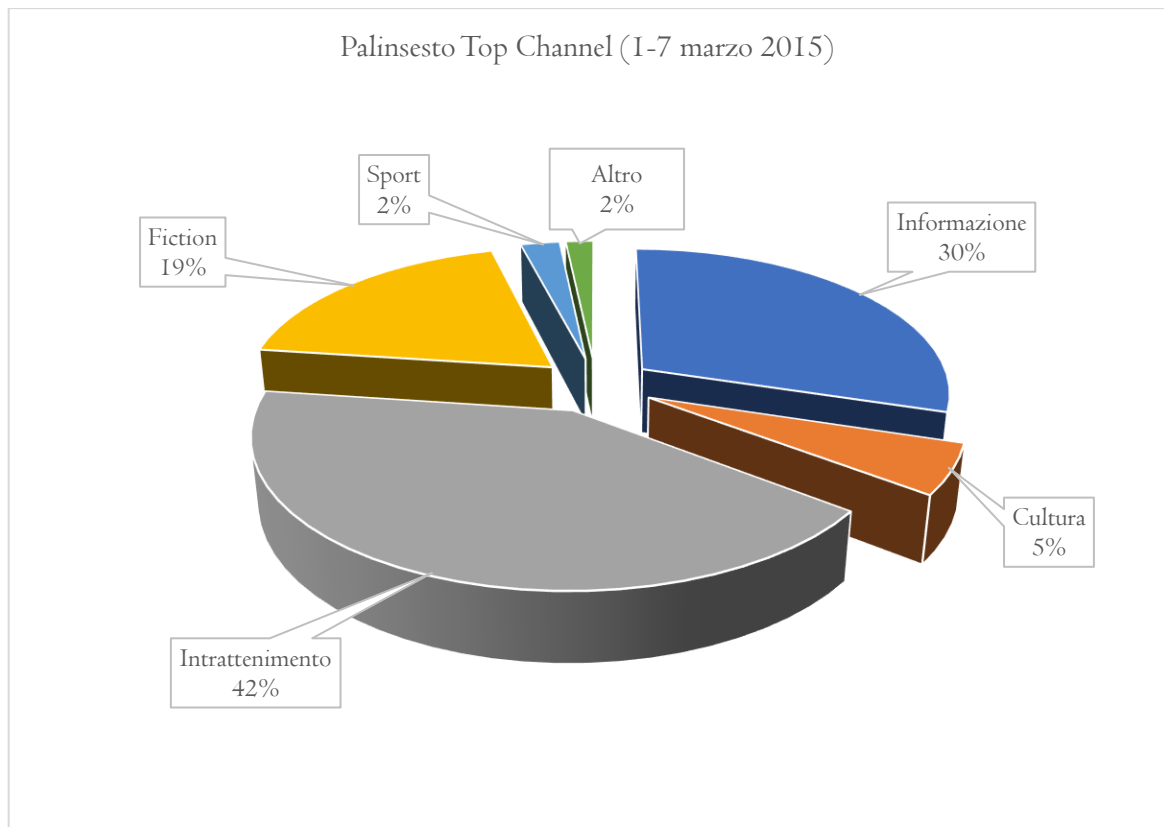


Grafico 4.20 - elaborazione propria dei dati. Fonte: AMA (Autoriteti i Mediave Audiovisive)

A seguire, in ordine, troviamo *Big Brother* con il 17.58%, *Pasditja në Top Channel* (*Il pomeriggio di Top Channel*) 5 giorni a settimana con inizio alle 17.00, che occupa il 13.72% del totale trattando cronaca rosa e gossip, e infine *Fiks Fare* (*Fatto su misura*) dalle 20.00 alle 20.55 con il 6.53%, che viene considerato il primo programma che viene riprodotto in Albania dai canali italiani, dove tutte le «referenze erano state prese da *Striscia la notizia*<sup>522</sup>». Gli elementi in comune con la versione italiana sono: due conduttori, le cartelline con il loro nomi, due veline che ballano e non parlano mai, il linguaggio satirico-comico dei conduttori e la struttura narrativa del programma, con l'introduzione in studio attraverso la satira e comicità, il servizio del corrispondente e alla fine una battuta finale sull'accaduto.

L'informazione che occupa la seconda posizione con il 30%, è formata dal 42.43% di notiziari che vanno da un minimo di 4 a 6 ogni giorno, e di seguito abbiamo *Wake up*, un programma mattutino dove si legge la stampa, con diversi temi del giorno, dalla politica ai

<sup>522</sup> Nell'intervista il noto ex-conduttore di Top Channel Alban Dudushi, afferma che «Artan Hoxha il proprietario di questo canale, era molto legato all'Italia visto che aveva vissuto là per un periodo della sua vita, amava l'Italia e la sua televisione, per questo motivo ha iniziato a imitare i programmi italiani cominciando da *Fiks Fare*». Tratto dall'intervista del 30 giugno 2021 registrata a Tirana.

temi sociali. Al terzo posto c'è la *fiction* con il 19%, dove troviamo la storica telenovela di produzione italiana *100 Vetrine*, che viene trasmessa 5 giorni a settimana, alle 16.30 e ritrasmessa il giorno successivo verso le 11.30, occupando un minutaggio del 26.39%. Durante questa settimana viene messo in onda anche *Le tre rose di Eva* alle 21.00 con il 14.5% del minutaggio totale di questo genere.

Nel mese di novembre (grafico 4.21) notiamo qualche piccolo cambiamento: al primo posto c'è sempre l'intrattenimento con il 43%, l'informazione con il 24% (che perde 6 punti dalla settimana di marzo), la *fiction* con il 23% (che guadagna il 4%), la cultura che aumenta

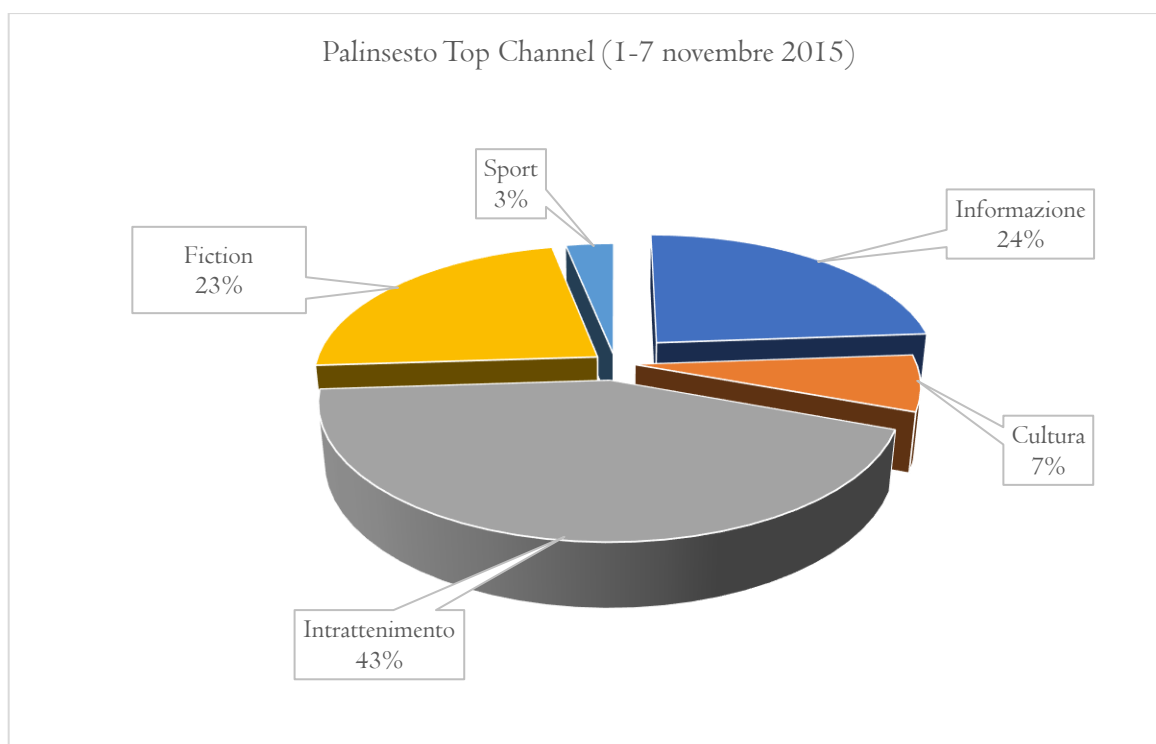


Grafico 4.21- elaborazione propria dei dati. Fonte: AMA (Autoritèi i Mediave Audiovisive)

di 2 punti percentuali, e infine lo sport con il 3%. Da sottolineare il minutaggio dei prodotti italiani: *100 Vetrine* occupa il 19.38%, mentre l'altra serie italiana, *Le tre rose di Eva*, viene trasmessa il 4 novembre alle 21.05 con il 5.85% del minutaggio totale. Nella trasmissione di *Top Show* del 4 novembre con inizio alle 22.40 per 90 minuti, l'ospite Manlio Graziani e il conduttore Dudushi parlano in italiano, ovviamente con un giornalista che traduce in diretta tutto il discorso in albanese. Lo scopo di questa serata di cultura era la presentazione e la promozione del libro *Guerra santa e santa alleanza. Religioni e disordini internazionali nel XXI secolo*. Il *talkshow* è stato ritrasmesso il giorno dopo alle 13.30.



Per riassumere la programmazione delle settimane prese in considerazione con la conseguente divisione dei generi, si veda la rappresentazione del (grafico 4.22). Si nota subito che il palinsesto di TVSH, unico canale nazionale tra i tre considerati, è costruito sul piano generale; ovviamente dedica più tempo all'informazione, ma non trascura tutti gli altri generi; da sottolineare, inoltre, che i programmi della categoria di cultura e a scopo pedagogico sono quasi uguali all'intrattenimento: paragonando questo dato con la tv pubblica, si può notare che all'interno del palinsesto di TVSH troviamo programmi per tutte le età, come per esempio per bambini e adolescenti, assenti negli altri due.

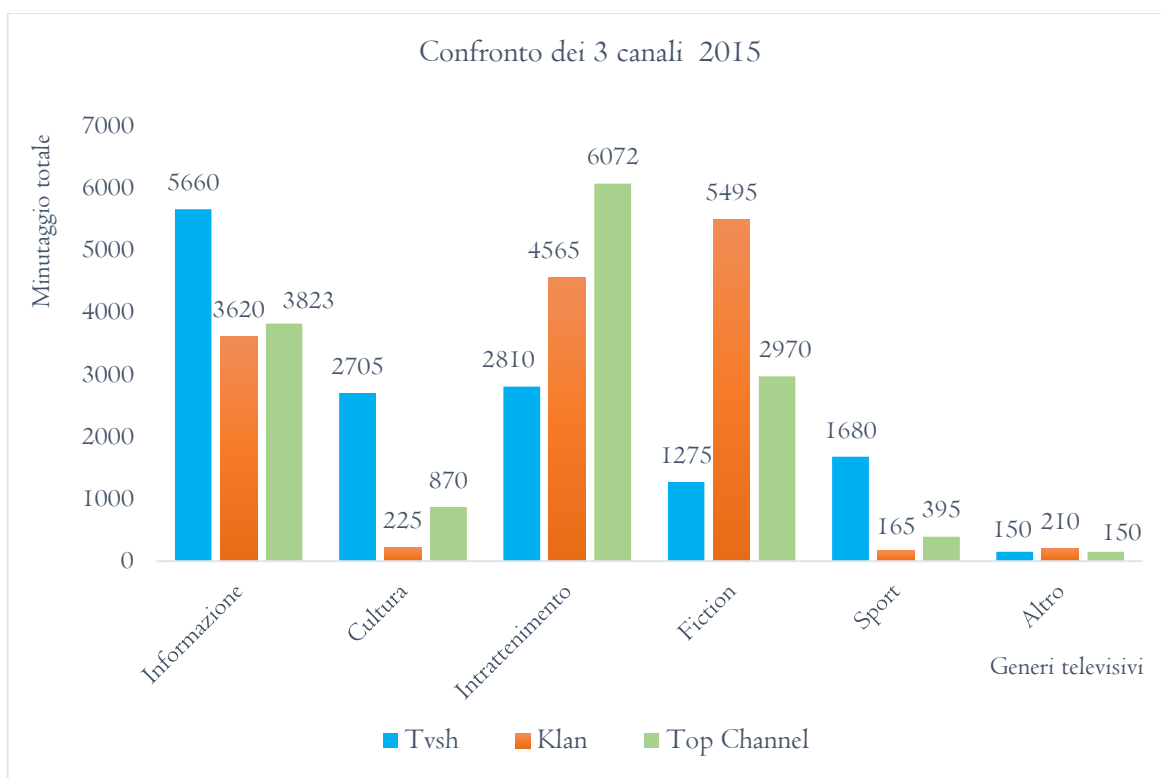


Grafico 4.22 - elaborazione propria dei dati. Fonte: AMA (Autoriteti i Mediave Audiovisive) e archivio della Televisione Albanese

Riguardo Tv Klan, i generi più trasmessi sono *fiction*, intrattenimento e informazione, mentre viene dato poco spazio alle altre categorie. Il pubblico dell'emittente può variare dai 30 anni in su, con un focus sul femminile, considerate le tante telenovele e i programmi di intrattenimento (gossip) in studio. Anche l'offerta di Top Channel si muove su tre direzioni con gradi diversi rispetto a Tv Klan: al primo posto si posiziona l'intrattenimento, poi l'informazione, la *fiction* e infine troviamo un po' di cultura e sport. Queste due emittenti si dividono e si contendono lo stesso target di pubblico, ovvero un pubblico medio con più di 30 anni e il pubblico femminile.

Nella settimana di marzo di 2020 nel palinsesto di TVSH (grafico 4.23), al primo posto troviamo il genere dell'informazione che occupa il 32% del totale, con 6 notiziari al giorno che coprono il 40.53% del minutaggio, trasmissioni dirette delle sessioni del Parlamento del giorno 2 e 5 marzo con il 29.03%, e altri programmi di approfondimento come, per esempio, *Përballë (Difronte)* di Lutfi Dervishi che intervista in studio personaggi di spicco su temi legati alla politica, economia o problemi sociali.

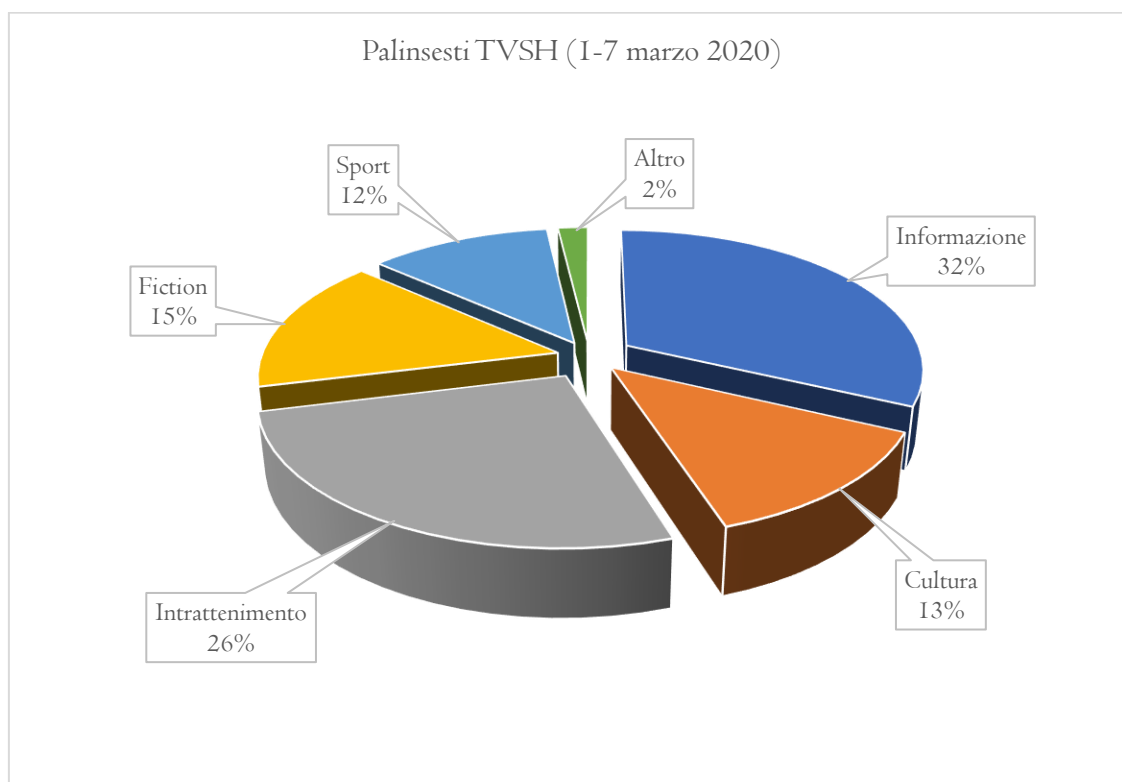


Grafico 4.23 – elaborazione propria dei dati. Fonte: archivio della Radiotelevisione albanese

Al secondo posto si colloca l'intrattenimento con il 26%: lo spazio maggiore lo occupa il programma mattutino di *Mirëmëngjes (Buongiorno)* con il 48.44%, con ospiti in studio che raccontano la loro vita, telefonate e conversazioni live con i telespettatori e musica in studio; poi abbiamo la trasmissione *Emisioni pasditja ime (Il mio pomeriggio)* con il 22.75%, che tratta la vita dei personaggi comuni e lo *showbiz*; il 15.04% riguarda trasmissioni per bambini e cartoon che vengono trasmessi solo nel *weekend*, il resto è formato da concerti e musica. Di seguito abbiamo la *fiction* con il 15%, la cultura con il 13%, composta da trasmissioni in studio in cui vengono ricordate alcune figure come poeti, scrittori o cantanti che hanno fatto la storia albanese con i loro contributi. Alla fine, abbiamo lo sport con il 12%, con *Moto Gp* e programmi sportivi in studio. Nel palinsesto del 1 marzo

alle 09.35 troviamo con 61 minuti la trasmissione del programma italiano più famoso per i bambini, lo *Zecchino d'oro*.

Nel mese di novembre (grafico 4.24), il palinsesto è costruito in modo simile per quanto riguarda l'informazione con il 32%, formato da 4 o 5 notiziari al giorno con il 37.59%, il programma *Kohë moderne (Tempi moderni)* con 5 trasmissioni alla settimana con il 19.85%, che approfondisce diversi argomenti inerenti la vita sociale, con diversi ospiti in studio allo scopo di divertire il pubblico, e altri programmi di approfondimento politico o su altre tematiche quotidiane. A seguire, abbiamo l'intrattenimento con il 22%, alla pari con la *fiction*, la cultura, che perde il 3% se paragonata con la settimana di marzo, poi lo sport con il 12%: all'interno di questo genere emergono prodotti italiani come la partita di *Europa League* del 5 novembre alle 20.50 *Milan 0 – 3 Lille*, che tra prepartita, incontro, e postpartita, occupa il 20.88% del minutaggio totale,

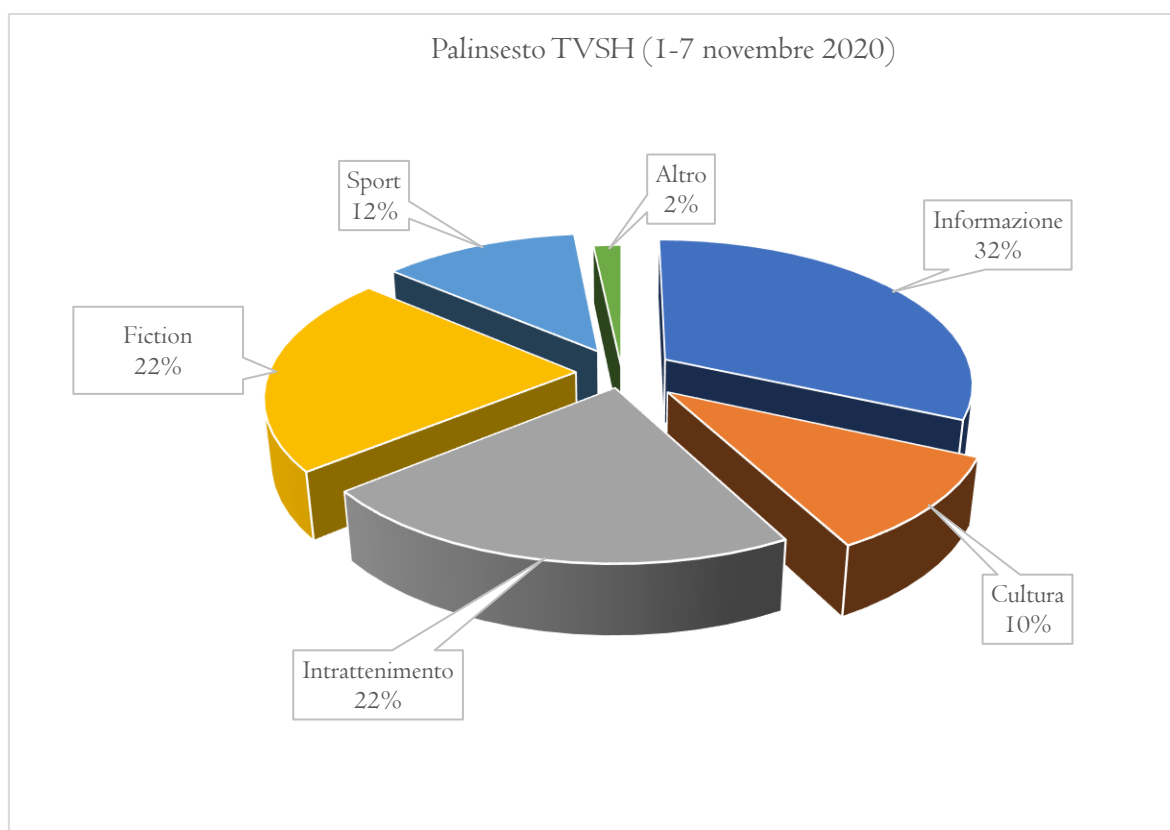


Grafico 4.24 – elaborazione propria dei dati. Fonte: archivio della Radiotelevisione albanese

e alla fine troviamo gli *Highlight Italian* con approfondimenti e tutti i gol della settimana di *Seria A* appena trascorsa, con il 6.96%.

Per quanto riguarda Tv Klan, nella settimana di marzo (grafico 4.25), al primo posto abbiamo il genere dell'intrattenimento con il 45% del minutaggio totale e formato da: *Aldo Morning Show* con il 33.33%, *Rudina* - che il è nome della conduttrice del programma - dalle 17.00 alle 18.20 con il 15.23%, con diversi ospiti in studio che raccontano la loro vita e tanto gossip, *Aromë dreke (Profumo di pranzo)*, 5 giorni a settimana con l'orario 11.00 - 12.00, molto simile a *La prova del cuoco* di Antonella Clerici, nel quale si preparano diversi piatti tradizioni albanesi, con l'11.49%.

Inoltre, troviamo *Stop*, programma satirico-investigativo con il 10.47%, con tanti elementi ripresi da *Striscia la notizia*, quali: due conduttori maschi, due veline, una bionda e una mora, che ballano all'inizio del programma e non parlano mai, come nella versione italiana, sul tavolo troviamo le targhette con i nomi dei conduttori (nome di battesimo puntato e cognome per intero), lo sfondo blu dietro i conduttori sul quale in grande si legge il nome del programma come nella versione di Antonio Ricci. Quindi, anche la struttura narrativa del programma ha ripreso tanti elementi dalla versione italiana, come la forma del linguaggio satirico-comico e l'introduzione dei conduttori con battute e commenti prima e dopo ogni servizio. *Stop* viene trasmesso subito dopo il notiziario delle 19.30, ovvero, alle 20.00 per 55 minuti. Da sottolineare che la versione italiana

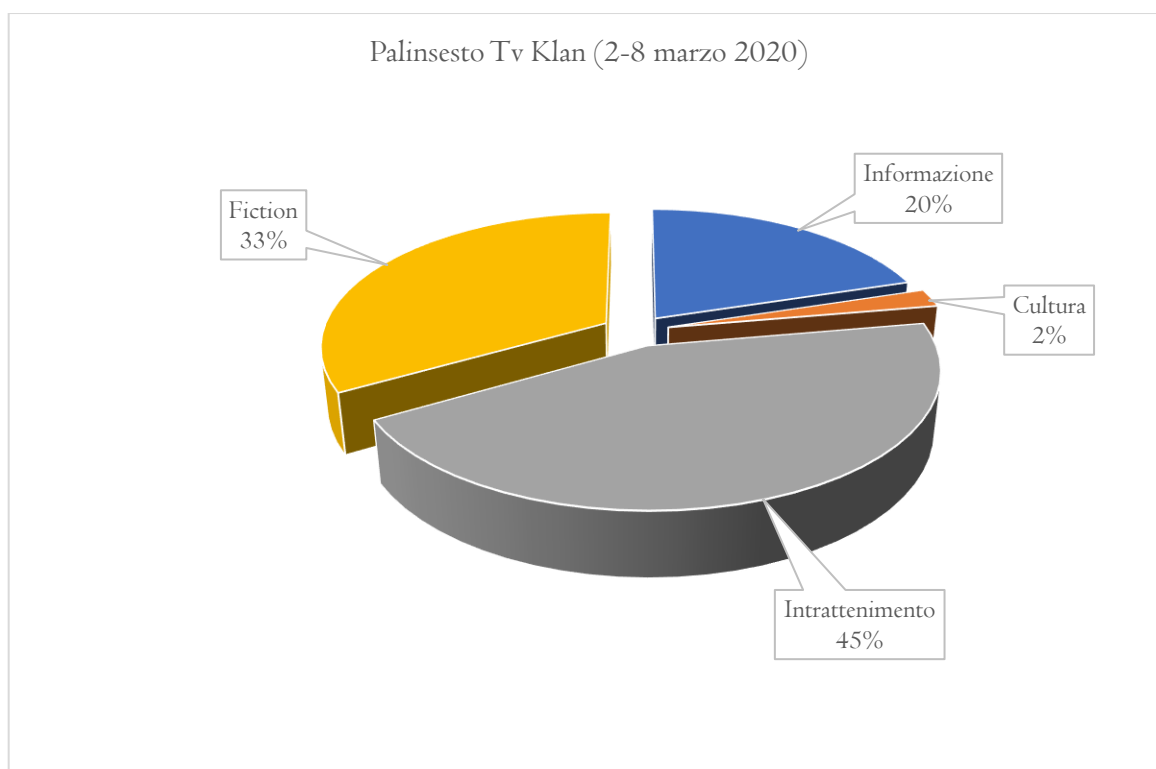


Grafico 4.25 - elaborazione propria dei dati. Fonte: AMA (Autoritèti i Mediave Audiovisive)

trasmette molti servizi con tematiche diverse nella stessa puntata, mentre nella versione albanese quando i servizi sono pochi, uno o due, i conduttori si fermano a commentare molto più a lungo sull'accaduto, con il ricorso al senso dell'umorismo e alla satira per riempire il minutaggio fino alla fine del programma.

Infine, scopriamo il format domenicale di Ardit Gjebrea, in onda dalle 13.30 alle 19.30 con il 10.47% del minutaggio totale, - ad esclusione di 30 minuti occupati dal notiziario tra le 15.25 e le 15.55 - formato da una serie di trasmissioni diverse al suo interno come *Power Kids*, *Telebingo show*, *Shifemi në gjyq (Ci vediamo al tribunale)* e *Ka një mesazh për ty (C'è un messaggio per te)* con tanti elementi presi da *C'è posta per te*; gli ultimi due programmi occupano un minutaggio del 3.49% all'interno del genere.

Al secondo posto abbiamo la *fiction* con telenovele turche e sudamericane che insieme alle serie televisive formano il 33% del palinsesto. L'informazione con il 20% è formata nella maggior parte da notiziari che vanno in onda 4 o 5 volte al giorno con il 69.23%, e il *talk show* politico *Opinione* con il 18.88%. Il genere della cultura occupa solo il 2% dello spazio all'interno del palinsesto: l'unico documentario trasmesso racconta le fasi della produzione di pasta all'interno di uno stabilimento vicino Tirana, con varie interviste agli specialisti del settore, nello specifico l'azienda «Diamond» che produce “il piatto più cucinato in Italia ossia la pasta”; in esso l'enfasi è posta sul *Made in Italy* del prodotto. Durante l'intervista il proprietario dello stabilimento racconta che tutti i macchinari sono stati importati dall'Italia, specificando che anche il processo della lavorazione del grano viene fatto seguendo tutte le procedure raccomandate dai produttori italiani, da dove viene presa anche la farina. Questa è un'altra forma di pubblicità indiretta che ha lo scopo di comunicare qualità e garanzia: tutti i consumatori albanesi, infatti, considerano i prodotti italiani di qualità molto superiore, se paragonata a quella degli altri Paesi.

Nel campionamento del mese di novembre (grafico 4.26) la differenza è minima se si paragona con il campionamento di marzo: al primo posto abbiamo l'intrattenimento con il 41%, con i programmi *Shifemi në gjyq (Ci vediamo al tribunale)* e *Ka një mesazh për ty (C'è un messaggio per te)* che occupano il 4.24% del minutaggio totale, poi la *fiction* con il 34%, l'informazione e la cultura che aumentano di 1 punto percentuale dalla settimana di marzo.

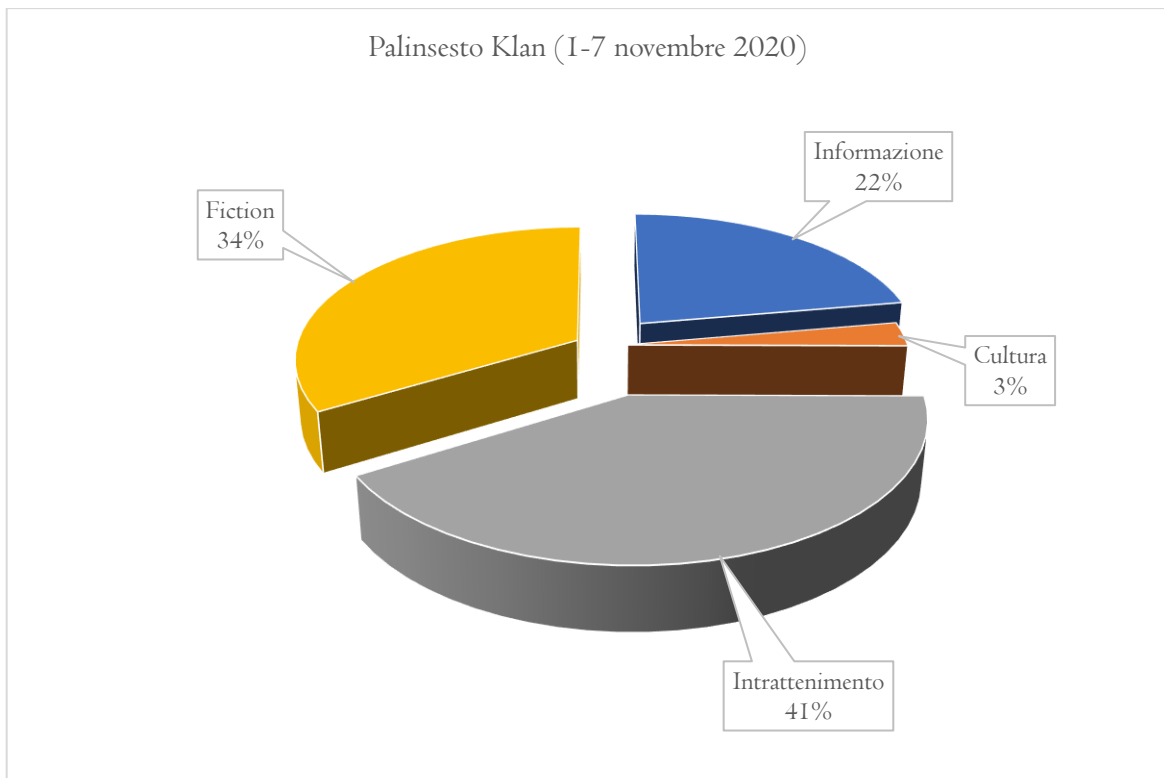
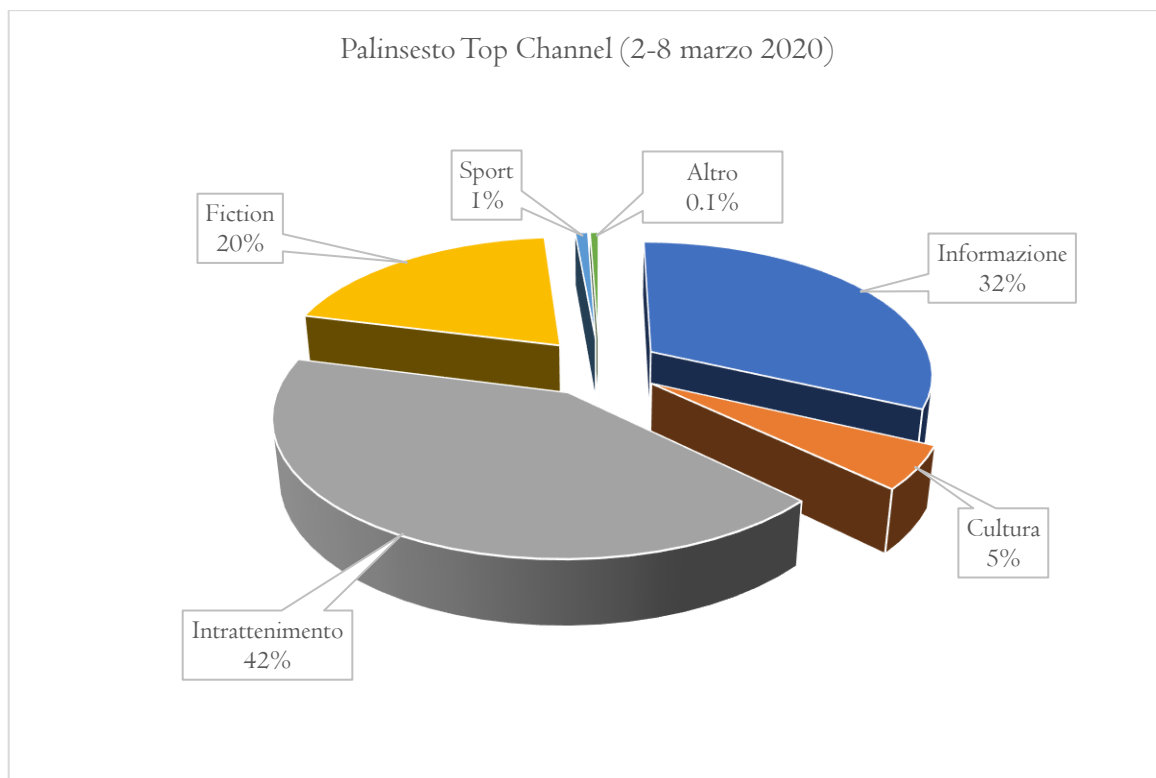


Grafico 4.26 - elaborazione propria dei dati. Fonte: AMA (Autoriteta i Mediave Audiovisive)

L'ultima parte del campionamento è quella che riguarda il canale Top Channel, come vediamo dal (grafico 4.27): la fetta più grande appartiene all'intrattenimento con il 42% del minutaggio totale, formato da *Shqipëria live (Albania live)*, dalle 12.40 alle 15.00, 5 giorni a settimana con il 23.41%, che tratta diversi temi di attualità raccontando così la vita degli albanesi, con ospiti in studio, e il *gossip*, al centro della narrazione. Di seguito abbiamo, *Ftesë në pesë (Invito alle cinque)* con il 13.37% dalle 17.00 alle 18.00: in questo caso gli ospiti in studio sono VIP che parlano delle loro storie d'amore e della loro carriera professionale; infine 5 giorni su 7 abbiamo il *Game Show* con il 11.7% e *Fiks Fare* con l'8.3%, mentre la rimanenza è occupata da altri programmi con un minutaggio molto basso. Riguardo i format televisivi italiani, sabato sera troviamo una *new entry*, ossia, *Dua të të bëjë të lumtur (Voglia farti felice)* simile a *C'è posta per te*, alle 21.00 e poi ritrasmeso il giorno dopo a pranzo alle 12.45 con una durata di 135 minuti.



*Grafico 4.27 - elaborazione propria dei dati. Fonte: AMA (Autoritèti i Mediave Audiovisive)*

Al secondo posto troviamo l'informazione con il 32%, con il programma di *infotainment* mattutino *Wake up*, in onda 5 giorni su 7 con il 39.39%: al suo interno si leggono e si commentano le prime pagine dei giornali, si discutono in studio i temi piÙ importanti dell'attualità; a seguire abbiamo i telegiornali con 4 edizioni al giorno con il 36.32%, e infine il programma *Open* che parla di politica e altri temi di attualità con 2 o piÙ puntate a settimana con il 12.03%, che viene considerato il concorrente numero uno di *Opinion* di Tv Klan.

A seguire troviamo la fiction con il 20%: al suo interno troviamo la serie italiana della Rai *Il paradiso delle signore* con 5 appuntamenti di 60 minuti alle 16.00, che occupano cosÌ il 21.42% del minutaggio, e nella mattina del *weekend* troviamo un altro prodotto italiano, *Le tre rose di Eva*, trasmesso su Canale 5 con il 14.28%: sommati, i due prodotti formano il 35.71% di contenuti di lingua italiana, ovviamente con i sottotitoli in albanese. Nelle ultime posizioni troviamo la cultura con il 5% e lo sport con l'1%.

Nella settimana di novembre (grafico 4.28) l'informazione aumenta in modo considerevole con il 42%, se paragonata al mese di marzo; l'aumento è del 10% ed è dovuto a due fattori: l'attentato dell'Isis di Vienna il 2 novembre e le elezioni politiche negli USA. Durante la settimana, oltre ai telegiornali con il 30.56% e *Wake up* mattutino con il 28.23%,

ci sono diversi appuntamenti per approfondire vari argomenti con ospiti in studio che sono esperti di sicurezza nel primo caso, e giornalisti che discutono degli ultimi sondaggi per capire chi vincerà le elezioni tra il Presidente Trump e il suo sfidante Biden nel secondo caso. Inoltre, ci sono vari politici ospiti in studio, collegamenti con giornalisti negli Stati Uniti e con altri ospiti in diverse zone dell'Albania per discutere delle elezioni.

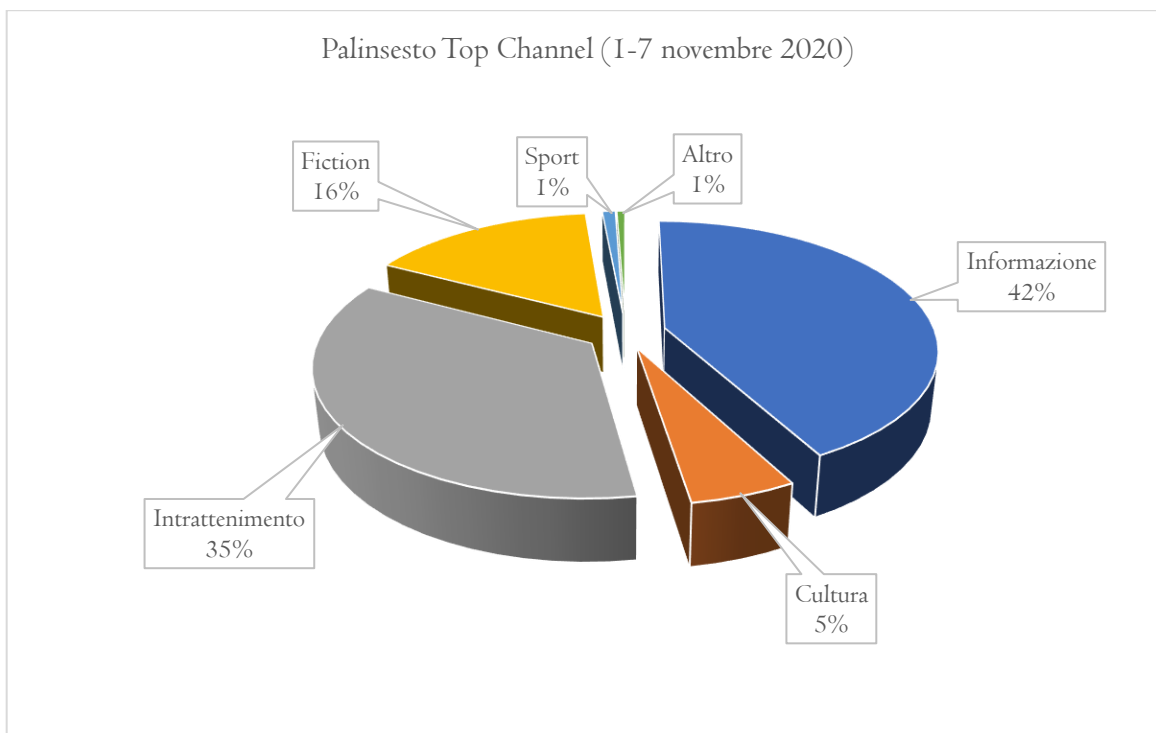


Grafico 4.28 - elaborazione propria dei dati. Fonte: AMA (Autoritèti i Mediave Audiovisive)

Un grande spazio televisivo lo occupa anche la questione della pandemia nel Paese, con medici ed esperti della sanità: tutti questi argomenti vengono trattati anche nel *talk show Open* alle 21.00 con 4 appuntamenti, occupando il 22.25% all'interno del genere. Al secondo posto abbiamo l'intrattenimento con il 35%. La maggior parte dei programmi sono gli stessi che abbiamo visto a marzo ad esclusione di *Përputhen* (*Si combaciano* o, letteralmente, *Sono fatti l'uno per l'altra*) con il 12.92%, 5 per giorni dalle 18.20 alle 19.25: il contenuto narrativo del programma è molto simile a *Uomini e donne*. La novità proposta da Top Channel ha battuto ogni record tra i programmi televisivi in Albania con 500 milioni di click sul sito internet, e le pagine social di *Instagram* e *Facebook* nel suo primo anno, cioè la stagione 2020-2021: considerando che in Albania vivono meno di 3 milioni di persone e altrettante vivono all'estero, il numero dei click è veramente altissimo<sup>523</sup>. In studio sono

<sup>523</sup> «La circolazione dei contenuti. Una parola chiave dei nuovi scenari di consumo televisivo è, quindi, la circolazione. I nuovi setting domestici digitalizzati, che possono contare sia su un'ampia disponibilità di



presenti la conduttrice e un ospite fisso (un personaggio noto) che commentano ciò che è accaduto tra i protagonisti; il numero dei ragazzi è leggermente superiore a quello delle ragazze. La finalità del programma è far conoscere i ragazzi e le ragazze nel corso delle uscite esterne per poi formare delle coppie fisse. Una differenza fondamentale tra le versioni è che nel *talk* albanese i ragazzi e le ragazze possono uscire tutti tra loro, non è prevista la figura del tronista che viene corteggiato ed esce con più spasimanti per poi effettuare una scelta finale. Nella versione albanese non è presente il pubblico: spesso capita che i concorrenti litighino aspramente, e ogni tanto, dopo essere stati esclusi o dopo aver abbandonato volontariamente lo studio, vengono reinseriti nel programma.

Domenica sera alle 21.00 abbiamo il varietà più famoso del Paese ovvero *Portokalli*, studiato per somigliare il più possibile al programma italiano *Zelig*: ciò riguarda la struttura del programma, le luci, le inquadrature e i tempi delle battute degli attori. In questa settimana, di domenica, troviamo di nuovo alle 07.20 *Onore e rispetto* con il 15.48 % del minutaggio totale del genere *fiction*.

Infine, ogni giorno all'ora di pranzo nelle televendite del canale - oltre ai diversi prodotti italiani che vengono pubblicizzati, - troviamo la promozione dei materassi Comodità, all'interno della quale il manager aziendale è italiano e parla italiano (con i sottotitoli) per circa 1 minuto, per spiegare fin nei minimi dettagli i benefici e la qualità del suo prodotto.

Per fare una rappresentazione visiva migliore di quanto detto e analizzato nel (grafico 4.29), vediamo come si posizionano i 3 canali presi in considerazione sulla somma delle 2 settimane prese in esame. Il palinsesto di TVSH è generalista e include al suo interno tutti i generi televisivi, seppur con minutaggio diverso; al suo interno lo spazio maggiore lo occupa l'informazione: essendo una televisione pubblica, TVSH ha l'obbligo di riportare le questioni più importanti dal Paese e dall'estero. Questo numero aumenta a causa delle

---

schermi che su connessioni internet e accesso a servizi streaming o on demand, favoriscono la circolazione dei contenuti rispetto ad un sistema broadcasting basato sullo scheduling. I contenuti, cioè, sono sempre disponibili e accessibili e si modellano rispetto ai diversi bisogni delle audience in molteplici scenari d'uso. Il contenuto, svincolato dal palinsesto, passa da uno schermo all'altro, da un contesto all'altro, da un tempo di consumo ad un altro. Ma circolazione significa anche espansione del contenuto su più schermi: da una parte lo schermo su cui il contenuto viene fruito, dall'altra gli schermi su cui le audience espandono il piacere del consumo attraverso attività multiscreening come la ricerca di informazioni, la lettura dei commenti e l'interazione, le pratiche fandom e la relazione con le celeb, la gamification etc. La circolazione, in questo senso, conferma e rafforza ulteriormente la nuova centralità della televisione come esperienza espansa». La nuova centralità televisiva. Schemi, contenuti, pratiche delle audience connesse, Report dell'Osservatorio Social TV Centro interdipartimentale di Ricerca e Servizi di Sapienza - Università di Roma (Direttore Fabio Grasso). Coordinamento scientifico Alberto Marinelli, Romana Andò, 2015. Disponibile online presso l'URL <https://bit.ly/3IqmaF9> (ultimo accesso gennaio 2022).

sessioni del Parlamento che vengono trasmesse in diretta e le riunioni che fa il governo in situazioni particolari, o altre comunicazioni istituzionali di importanza nazionale. I programmi sono costruiti sull'approfondimento delle tematiche che avviene in modo garbato tra gli ospiti, non basandosi sulle offese o sullo scontro con toni aspri, come succede nei canali privati.

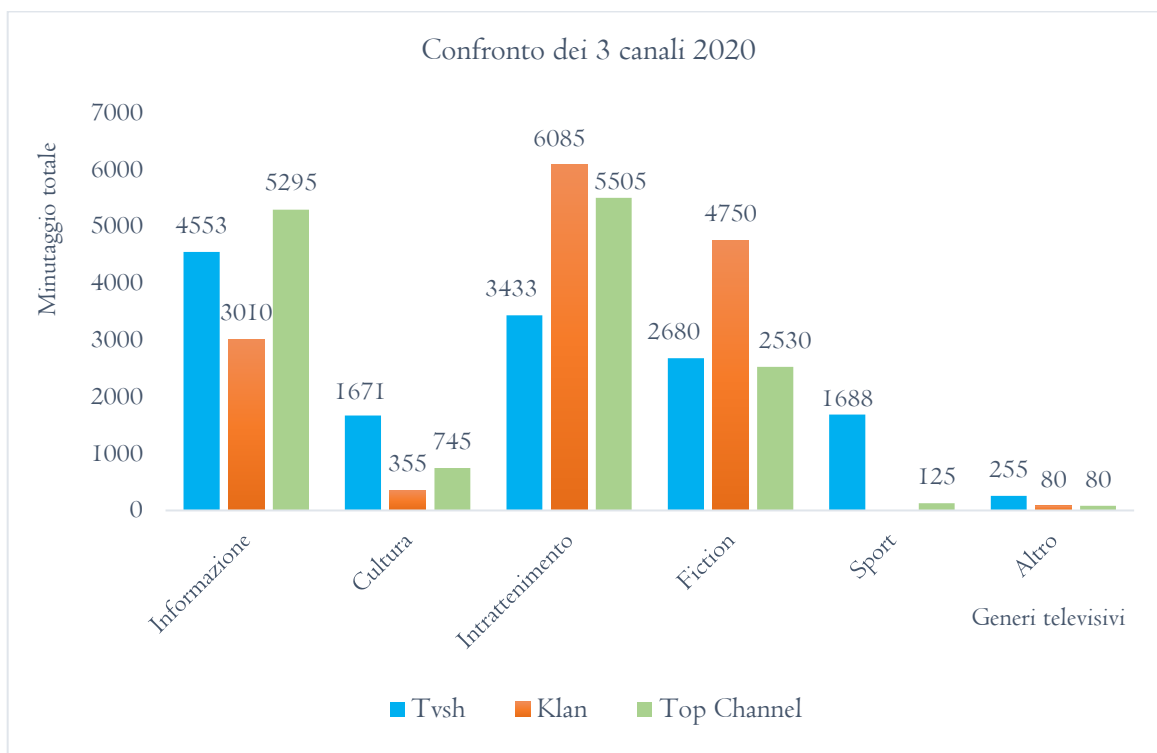


Grafico 4.29 – elaborazione propria dei dati. Fonte: AMA (Autoriteti i Mediave Audiovisive) e l'archivio della Televisione Albanese

Il canale, inoltre, dedica una particolare attenzione all'uso della lingua albanese, sia nei titoli dei vari programmi sia all'interno degli stessi per non deformarla e contagiarla con altre lingue. Il ruolo pedagogico che aveva soprattutto nella sua prima fase e durante gli anni del regime comunista è rimasto presente viste le trasmissioni in studio e i documentari che trattano temi come l'arte, la musica, la pittura e la pubblicazione di libri.

I canali privati hanno nella loro indole un carattere commerciale basato sui click e non sulla qualità del prodotto, ma questo non impedisce di trattare abbondantemente tutte le questioni politiche, spesso secondo la loro visione e il loro punto di vista; basta confrontare gli introiti pubblicitari<sup>524</sup> – un indicatore significativo - quando cambia il governo: i guadagni

<sup>524</sup> Cfr. *Tregu i reklamave në median shqiptare*, Intituti Shqiptar i Medias, Tiranë 2019. Disponibile online presso l'URL <https://bit.ly/34nlguh> (ultimo accesso dicembre 2021).

dei canali cambiano subito. Tutto questo fa capire che Tv Klan si orienta più verso la destra di Berisha, mentre Top Channel verso la sinistra di Rama. In merito alle distribuzioni dei ricavi, le leggi sono poco chiare: la letteratura in merito, in questo senso, non risulta utile e non riesce a spiegare le condizioni di certe scelte che i governi attuano con le emittenti; il tema rimane delicato e non possiamo dare una risposta definitiva alla questione. Si presuppone che esistano interessi comuni tra il potere politico e i proprietari dei media, di conseguenza non conviene a nessuno che tali dinamiche diventino accessibili. In questa situazione appare semplice creare le condizioni per ottenere maggiori profitti, ma tutto questo va a discapito dei cittadini e della democrazia.

Ovviamente la guerra tra le due emittenti private è sempre aperta, l'intrattenimento è alla base della loro produzione di partenza, con programmi a basso costo e lunghe ore dedicate a questioni superficiali; le inchieste vere e proprie sono veramente poche, forse per conoscenza, o forse per i legami partito – media, comunque oggi questa è la panoramica che la tv albanese offre al proprio pubblico, poi ognuno fa le proprie scelte in base ai differenti gusti. Per concludere, la strategia di Tv Klan si focalizza principalmente sulla *fiction*, Top Channel punta sull'informazione con lunghi approfondimenti in studio o *talk show*. Inoltre, Tv Klan si è concentrato maggiormente sulle telenovelle turche, con un costo di produzione molto più basso, se paragonato a quelle trasmesse da Top Channel, di produzione italiana, che sicuramente hanno un prezzo maggiore in termini di produzione-vendita.

Con il passare degli anni e la nascita dei canali privati, progressivamente si formano nuove forme di contaminazione come l'*infotainment*, la *sitcom* e il *docudrama*. A partire dagli anni '90, il palinsesto della televisione ha una base generalista, e si nota una netta separazione tra i diversi programmi; piano piano, i generi si mescolano sempre di più tra loro, ma ciò che è certo è che si passati da un ruolo prevalentemente pedagogico a quello dell'intrattenimento.

Negli ultimi anni si nota un aumento del *trash* nella televisione albanese: questo aspetto è dovuto, in parte, all'influenza del medesimo fenomeno che dilaga nelle tv italiane, inoltre i canali più vulnerabili in questo senso sono quelli privati. Tutto questo va riassunto in una frase: “nel passato si imitava perché erano i più bravi, oggi si copia per fare più click”. Che differenza esiste tra il passato e oggi? Nel passato, a causa del regime e delle dinamiche che imponeva, si imitava soltanto a scopo di crescita personale e nella struttura narrativa della costruzione del programma, oggi, oltre a questi elementi, si tende a riprodurre tutto,

dalla costruzione degli studi, al personale italiano che viene interpellato in prima persona. Si passa, quindi, da un'esperienza a distanza a una congiunta.

L'impatto della televisione italiana è stato molto significativo in tutti questi anni sotto un duplice profilo: da un lato sugli individui che sono stati influenzati a livello personale dai contenuti mediali italiani a livello culturale, dall'altro sul profilo macroeconomico, con la presentazione di uno stile di vita che è stato inoculato nel pubblico albanese creando le condizioni per la nascita di consumatori accaniti<sup>525</sup> di prodotti italiani. I contenuti mediali portano il pubblico a credere fermamente che bisogna per forza "possedere per essere alla moda", per stare al passo con l'occidente e con i nuovi modelli culturali globali. Questo porta a un aumento esponenziale nella richiesta di beni di consumo soprattutto italiani. In tutti i decenni di influenza italiana diretta o indiretta, si è passati da una colonizzazione principalmente politica, a una colonizzazione televisiva, per arrivare, negli ultimi anni, a quella che può essere definita una colonizzazione di consumo, incentivata in modo significativo dai media tradizionali, che con i loro contenuti rappresentano una porzione fondamentale nella costruzione del «sistema dell'industria culturale»<sup>526</sup> di un Paese.

L'aumento delle emittenti private da una parte, e la bassa offerta televisiva di programmi di qualità, o di proprie produzioni del genere *fiction* dall'altra, fa sì che in questi canali vengano prodotte infinite ore di programmi di *showbiz* celati sotto la forma dell'intrattenimento. La bassa forza economica dei canali, fa crescere la presenza di programmi quotidiani che trattano solo di VIP, con ore di *talk* sulle loro carriere, sui loro beni, il loro stile di vita, le loro relazioni ecc. Inoltre, si sostiene che oggi,

man mano che l'attrazione delle gerarchie dei luoghi e degli stati locali diminuisce, la visibilità dei beni lusso nei media diventa un punto di riferimento più potente per le persone. Certamente, gli stili di vita delle classi ricche e medio-alte attira l'attenzione della televisione, fornendo materiale per infiniti programmi che ruotano intorno al miglioramento e all'arredamento di una casa elegante, all'acquisto di una seconda casa, alla pianificazione delle vacanze, alle auto, alla moda, agli eventi di celebrità ecc.<sup>527</sup>.

Analizzando il palinsesto dei tre canali principali, si nota che quelli commerciali vivono in larga parte di intrattenimento e di informazione, ignorando la categoria della

---

<sup>525</sup> Cfr. F. Beigbeder, *Lire 26.900*, trad. it. di A. Ferrero, Feltrinelli, Milano, 2016.

<sup>526</sup> Termine utilizzato per spiegare la formazione di tale sistema molto complesso e composto da tantissimi elementi. Per approfondimenti si veda L. Scialla, P. M. Torrioni, *Sociologia dei processi culturali. Cultura, individui, società*, il Mulino, Bologna, quarta edizione 2020, p. 237.

<sup>527</sup> M. Featherstone, *Consumer Culture and Postmodernism*, SAGE Publications Ltd, London, 2007, p. XX.

cultura e gli «obiettivi sociali in quanto questi si scontrano con il profitto economico<sup>528</sup>»: tutto questo si traduce nella produzione di contenuti di bassa qualità. Da questa analisi emerge che alla televisione mancano alcuni elementi fondamentali che secondo Gavrilà sono indispensabili per identificare e catalogare un canale in base ai suoi contenuti nella categoria qualità o non qualità come:

cultura-educazione, universalità, fidelizzazione-famigliarità, professionalità dei conduttori, attualità, poca pubblicità, aderenza alla realtà, intrattenimento ai fini culturali, tutela dei minori, apoliticità, diversificazione-sperimentazione, aderenza alla realtà, eliminazione della ripetitività, centralità del telespettatore, eliminazione delle pubblicità devianti, etica, interazione, interattività, coerenza, astensione da logiche di mercato e rappresentazione delle varie forme artistiche<sup>529</sup>.

I nuovi intermediari culturali, quindi, aiutano nella trasmissione sia dei beni culturali che di quelli intellettuali, trasformandosi in un'entità legittimata da un pubblico molto più ampio. È quindi possibile puntare alla formazione di pubblici e consumatori di beni culturali postmoderni, all'interno di un processo di crescita a lungo termine che vede aumentare il potere dei produttori di simboli e l'importanza della sfera culturale. Questi cambiamenti hanno necessariamente portato a una certa declassificazione e decentramento del dominio dei difensori delle gerarchie simboliche consolidate in campo artistico, intellettuale e delle istituzioni accademiche.

---

<sup>528</sup> M. Morcellini (a cura di), *La tv dell'abbondanza. Strategie di palinsesti e percorsi del consumo*, a cura di, Sociologia e Ricerca Sociale, rivista quadrimestrale – anno X – 1989 – nuova serie n. 30, ristampa 1992, p. 52.

<sup>529</sup> M. Gavrilà, *La tv nell'Italia che cambia... op. cit.*, p. 138.

#### 4.8 I principali risultati dell'analisi dei format televisivi

L'analisi dei palinsesti televisivi permette di effettuare alcune osservazioni molto utili a questa ricerca, in primo luogo riguardo ai programmi e alla loro struttura, in seconda battuta in merito all'individuazione dei contenuti di matrice italiana presenti nella televisione albanese. Da questa premessa nasce una domanda spontanea: perché in Albania si adattano i format italiani?

La risposta è duplice. Da un lato vanno considerate le motivazioni esterne: le varie fasi storiche che il Paese ha attraversato, insieme alle sostanziali mutazioni politico-economiche, hanno influenzato in modo significativo non soltanto l'evoluzione della società, ma anche la storia e la trasformazione della televisione. Sul fronte delle motivazioni interne, invece, è necessario considerare la specifica strategia che ogni canale ha intrapreso al fine di aumentare il proprio *share*. Entrambi questi fronti, inoltre, si sono influenzati reciprocamente creando un nuovo assetto culturale: i media rappresentano un elemento imprescindibile all'interno di ogni società, e il caso albanese è, tra i tanti, l'ennesimo esempio che lo conferma. Per riprendere il pensiero di Fiacco,

questo significa, molto semplicemente, che i format sul mercato vengono scelti sulla base dello specifico culturale nel nostro paese – l'autore si riferisce al mercato italiano, ma questo esempio si può utilizzare come paradigma anche per il modello albanese – o perlomeno di quello che si pensa sia lo specifico culturale [...]. Ma significa anche un'altra cosa: che questo primo gruppo di motivazioni determina la selezione a monte dei format da acquistare, piuttosto che la fase successiva di adattamento. Ovvero, format che sembrano essere troppo distanti culturalmente, o problematici per la tematica trattata, o eccessivamente pericolosi per le polemiche che potrebbero provocare, semplicemente non vengono presi in considerazione<sup>530</sup>.

Nel caso specifico dell'Albania, un fattore rilevante nella scelta dei format italiani riguarda, in primo luogo, la vicinanza geografica: le relazioni politiche ed economiche tra i due Paesi, amplificate dall'avvento della democrazia in Albania e l'emigrazione di massa verso l'Italia, si riverberano, amplificate, nei media, raggiungendo un pubblico sempre crescente.

I programmi di matrice e cultura italiana e quelli albanesi che contengono elementi latenti o indiretti che rimandano alla televisione italiana verranno classificati, in base alle loro specifiche caratteristiche, in tre gruppi. Per poter comprendere come la formazione

---

<sup>530</sup> A. M. Fiacco, *op. cit.*, p. 206.

dell'identità albanese sia stata condizionata dalla cultura italiana, si prenderanno in considerazione i seguenti elementi:

- i contenuti italiani “puri”. In questa categoria rientrano i prodotti televisivi trasmessi prima dalla televisione italiana e poi da quella albanese, e quelli andati in onda in contemporanea (mantenendo, quindi, la loro forma originaria) come *Sanremo*, *Lo zecchino d'oro*, i film, le serie tv e le partite di calcio. In questa sezione rientrano anche tutti i programmi trasmessi illegalmente (fenomeno della pirateria) durante la prima fase di sviluppo delle emittenti private;

- i contenuti albanesi “puri”. I programmi che rientrano in questa categoria presentano al loro interno diversi elementi di matrice culturale italiana, riscontrabili, ad esempio, nei notiziari a carattere politico o religioso, o nei *talk show* informativi, in particolar modo in quelli che si sono occupati della pandemia di Covid-19. Questa difficile situazione sanitaria, infatti, ha ulteriormente acceso i riflettori sull'Italia, considerata un modello da seguire in tema di scelte assistenziali, ospedaliere, e politiche.

Fanno parte di questa sezione anche altre tipologie di programmi, come i settimanali sportivi e i documentari storici (in special modo quelli che parlano degli Arbëresh, ovvero la minoranza albanese che vive nelle regioni del sud Italia), nonché la pubblicità di vari prodotti italiani che viene trasmessa dai canali privati;

- format nati in Italia e, successivamente, imitati, copiati o adattati in modo parziale o totale per il pubblico albanese.

Prima di approfondire l'analisi di quest'ultima categoria, è fondamentale fornire un'ulteriore definizione degli elementi che costituiscono il formato televisivo, ovvero

la parte fissa e quella variabile. Il primo gruppo comprende tutti gli elementi del cosiddetto *format package* (cioè lo schema base), alcuni elementi scenografici (soprattutto quelli legati a momenti vivi del percorso e non a semplici finalità estetiche), grafici e audio (come i tappeti musicali), altri supporti informatici, ma soprattutto titolo e logo distintivo. Il secondo gruppo è formato dai concorrenti, gli ospiti, i performer ecc., ovvero quella componente umana che non può essere trasportata da un Paese all'altro; in questo caso il copione di ogni puntata viene realizzato con specifici contenuti che appartengono, culturalmente parlando, al Paese che adatta, imita o copia il format. Spesso i canali che vogliono riprodurli cercano di cambiare qualche elemento per evitare di incorrere in sanzioni che riguardano i diritti esclusivi di un determinato format<sup>531</sup>.

---

<sup>531</sup> A. M. Fiacco, *Fare televisione...op. cit.*, pp. 147-148.

Per evidenziare i casi di format albanesi costruiti come copie dell'omonimo italiano, si userà come metro di misura un grado di

formattabilità medio-alto, se gli elementi della parte fissa hanno una certa consistenza. Non siamo in presenza di un format vero e proprio, o meglio, siamo in presenza di un programma con grado di formattabilità basso o nullo, quando gli elementi in comune sono la parte variabile, che risulta come principale e dominante<sup>532</sup>.

Per analizzare le analogie e i contrasti presenti nella costruzione dei format albanesi, questa ricerca prenderà in esame due programmi di Tv Klan e Top Channel; l'intento è non soltanto di mettere a confronto la versione albanese con quella italiana, ma anche le diverse strategie messe in atto dai rispettivi canali. La prima parte dell'analisi riguarderà il programma *Shifemi në gjyq*, versione albanese di *Forum*, la seconda il confronto di due diverse versioni di *C'è posta per te: Dua të të bëjë të lumtur* di Top Channel e *Ka një mesazh për ty* di Tv Klan. Per facilitare la comparazione, si prenderanno in considerazione tre diverse aree di interesse: il collocamento nel palinsesto, gli elementi narrativi e gli elementi estetici.

*Forum* esordisce nel 1985 diventando, ben presto, uno dei programmi di maggior successo delle reti Mediaset. Nel programma, di genere giudiziario, viene istruito un vero e proprio processo con figuranti che ricostruiscono specifici casi; una parte delle ricostruzioni trae origine da vere sentenze emesse dallo Stato italiano, altre derivano dalle richieste specifiche di telespettatori che vogliono risolvere una controversia personale. Il *talk show* *Shifemi në gjyq*, equivalente albanese ideato da Ardit Gjebrea, viene trasmesso per la prima volta nel 2012.

- Collocazione nel palinsesto. I primi due elementi che distinguono la versione albanese da quella italiana sono l'orario e la frequenza di messa in onda: se in Italia *Forum* viene trasmesso da lunedì al venerdì con un orario che è variato nel tempo dalle 11 alle 13, in Albania *Shifemi në gjyq* viene trasmesso un solo giorno alla settimana, la domenica, alle 17.10.

- Elementi narrativi. All'interno del programma albanese, a differenza dell'equivalente italiano, viene trattata un'unica questione. In entrambe le versioni, dopo la sigla iniziale, il conduttore saluta il pubblico introducendo subito il tema della puntata e presentando gli ospiti. Nella versione albanese il conduttore rimane in piedi per tutta la

---

<sup>532</sup> A. M. Fiacco, *Fare televisione. I format*, Laterza, Bologna, 2018, pp. 148-149.



durata della puntata, mentre nella versione italiana la conduttrice rimane in piedi durante la presentazione iniziale, per poi sedersi alla sua postazione (una scrivania posta accanto al banco del giudice).

In *Forum*, appena il giudice ha raggiunto il banco, una ragazza con ruolo di assistente<sup>533</sup> presenta il caso che verrà dibattuto; al termine di questa introduzione viene data la parola ai figuranti che, a turno, potranno esporre le proprie ragioni. In *Shifemi në gjyq* questa figura non è prevista, perciò è il conduttore a presentare l'oggetto della discussione.

Le controversie che vengono discusse all'interno di *Shifemi në gjyq* provengono dalle richieste inviate dal pubblico: si tratta di

cittadini che consegnano dei verbali al programma per denunciare quelle che, secondo loro, sono irregolarità che hanno subito; una volta presi in consegna, questi documenti vengono verificati dal giurista Eni Çobani: se a suo giudizio sono presenti abusi o errori giuridici, allora i casi verranno discussi sul piccolo schermo<sup>534</sup>.

In entrambi i programmi gli argomenti trattati sono i più variegati (dai problemi familiari ai disaccordi in materia condominiale), ma mentre nel programma italiano le decisioni discusse sono una ricostruzione di sentenze vere emesse dallo Stato Italiano, scelte appositamente per creare un forte impatto emozionale sul pubblico, nel caso albanese il giudice valuta se tra le parti è possibile trovare un accordo, svolgendo, in tal caso, la funzione di mediatore.

Il ruolo del pubblico è particolarmente importante nella versione albanese: oltre a quello presente in studio, che può esprimere la propria opinione, anche quello a casa è chiamato a intervenire attraverso il televoto, come avveniva nella versione italiana durante il periodo 2008-2011. In *Forum*, oltre al pubblico, sono chiamati a commentare e a partecipare alla discussione anche gli "ospiti in studio"<sup>535</sup>, assenti nel programma albanese.

In *Shifemi në gjyq*, in chiusura di puntata le parti coinvolte nel giudizio possono decidere di sottoscrivere un documento che attesta o nega il raggiungimento di un accordo, mentre nella versione italiana è il giudice a esprimere il verdetto finale, chiudendo con la frase di rito «L'udienza è tolta».

---

<sup>533</sup> Sebbene, come indicato, il programma *Forum* ha la prerogativa di voler somigliare a un vero tribunale, va sottolineato che la figura dell'assistente che presenta il caso non è prevista dall'ordinamento giuridico italiano.

<sup>534</sup> E. Luku, *op. cit.*, p. 210.

<sup>535</sup> S. Bucolo, *La vergine puritana*, puntata del 16 gennaio 2020, ospite Diego Fusaro. Disponibile online presso l'URL <https://bit.ly/3ihqzQd> (ultimo accesso dicembre 2021).

- Elementi estetici. Lo studio di *Shifemi në gjyq* è costruito, come nella versione italiana, con una platea divisa in due: nella corsia che separa le poltrone del pubblico si posiziona il conduttore per presentare gli argomenti della puntata.



Immagine 4.4 – Immagini degli studi di *Forum* e *Shifemi në gjyq* tratte da Google<sup>536</sup> e video di YouTube<sup>537</sup>.

Mentre in *Forum* la scenografia prevede un pavimento in parquet, in *Shifemi në gjyq* le scale e il pavimento sono bianchi. Nella versione italiana, dietro la postazione del giudice sono posizionate la bandiera nazionale e quella dell'UE, assenti nella versione albanese; sono invece simili i banchi dei testimoni, entrambi caratterizzati da sbarre in legno. Nella versione italiana lo studio è costruito per somigliare a un vero e proprio tribunale, di conseguenza, al suo interno, il pubblico è chiamato a rispettare precise regole: quando arriva il giudice tutti si alzano in piedi e durante il dibattimento non è possibile commentare o intervenire. Nella versione albanese, invece, il giudice è già seduto. In entrambi i programmi sono presenti dei maxischermi che proiettano quanto avviene all'interno dello studio: nella versione italiana sono due e si trovano dietro il giudice, nella versione albanese soltanto uno.

<sup>536</sup> Per la versione italiana, la foto dello studio, tratta da Google, è disponibile online presso l'URL <https://bit.ly/39NiE8J> (ultimo accesso dicembre 2021).

<sup>537</sup> Le immagini dello studio di *Forum* sono tratte dal video disponibile online presso l'URL <https://bit.ly/32IPVI2> quelle dello studio di *Shifemi në gjyq* sono tratte dal video disponibile online presso l'URL <https://bit.ly/3kKADTA> (ultimo accesso dicembre 2021).

Nel programma *Shifemi në gjyq*, la bilancia (simbolo che rappresenta che davanti alla legge siamo tutti uguali) e il martelletto (che il giudice batte sul tavolo quando si ritira per decidere il verdetto finale) sono richiamati nella sigla introduttiva, mentre in *Forum*, sul banco del giudice, sono presenti sia il martelletto che un campanello per richiamare all'ordine e al silenzio in caso di necessità.

Dal confronto fin qui esposto si evince che nella versione albanese sono facilmente individuabili molteplici elementi fissi di carattere estetico (come la costruzione dello studio) o tematico (tipologie di controversie trattate) ripresi direttamente dalla versione italiana, ma al contempo sono presenti alcune differenze, finalizzate, tra le altre cose, alla tutela dall'accusa di plagio. Tra queste, la più rilevante, è il cambiamento narrativo del giudizio finale: nel format *Shifemi në gjyq* il giudice fa da mediatore tra le persone coinvolte, cercando di trovare un accordo tra le parti che non sempre ha un esito positivo, mentre nel caso di *Forum* il giudice formula una vera e propria decisione, applicando il provvedimento dei lodi arbitrali<sup>538</sup>. In conclusione, dunque, si può desumere che il format italiano sia stato solo parzialmente copiato da quello albanese.

Il secondo programma che verrà analizzato è il *people show C'è posta per te*, condotto da Maria De Filippi (che ne è ideatrice insieme ad Alberto Silvestri) e trasmesso a partire dal 12 gennaio 2000.

Il programma vede come protagoniste persone comuni, che vogliono ricongiungersi con parenti lontani, amori perduti o amicizie di gioventù, ma anche risolvere situazioni rimaste in sospeso. Lo staff, tramite un gentile Postino, individua il destinatario e lo invita in trasmissione: solo qui saprà chi lo ha invitato e perché. Una volta raggiunto lo studio, il destinatario potrà accettare di ascoltare il mittente aprendo la grande busta che si trova al centro dello studio, oppure rifiutare l'incontro, andando via e chiudendo la busta<sup>539</sup>.

- Collocazione nel palinsesto. *C'è posta per te*, fin dalla prima messa in onda, è sempre stato collocato in *prime time* su Canale 5. *Ka një mesazh për ty*, prima versione albanese, invece, è stato trasmesso da Tv Klan ogni domenica, dalle 14 alle 15, con una durata nettamente inferiore rispetto all'equivalente italiano (che è di 210 minuti).

- Elementi narrativi. Nel programma albanese, a differenza di quello italiano, il messaggero non è vestito da postino e raggiunge il destinatario in taxi (non con la

---

<sup>538</sup> I lodi arbitrali altro non sono che decisioni collegiali assunte all'esito di un procedimento arbitrale quale procedimento alternativo al processo giudiziale.

<sup>539</sup> Descrizione del programma tratta da Mediasetplay. Disponibile online presso l'URL <https://bit.ly/3ogGLFm> (ultimo accesso dicembre 2021).

caratteristica bicicletta presente in *C'è posta per te*). La consegna del messaggio ha caratteristiche simili in entrambi i programmi: il destinatario viene invitato in studio, ma si scoprirà se ha accettato l'invito solo quando il conduttore lo chiederà al messaggero durante la puntata.

Per il conduttore di *Ka një mesazh për ty* è prevista una poltrona posizionata al centro dello studio, a uguale distanza dagli ospiti, mentre in *C'è posta per te* Maria De Filippi rimane sempre in piedi, “movimentando” la narrazione camminando avanti e indietro per lo studio.



*Immagine 4.5 – Immagini degli studi di C'è posta per te e Ka një mesazh për ty tratte da YouTube<sup>540</sup>*

- Elementi estetici. La busta che si trova al centro dello studio e che separa mittente e destinatario è presente in entrambe le versioni, ma mentre nel programma italiano è mobile e dotata di un grande schermo (la busta si apre e si chiude e l'intero elemento scenografico scorre a lato quando il destinatario decide di incontrare il mittente), in quello albanese è un elemento fisso con uno schermo di dimensioni ridotte. Anche le dimensioni dello studio differiscono notevolmente: quello di *C'è posta per te* è più piccolo, e questo contribuisce a creare una dimensione emotiva più raccolta, di vicinanza alla storia che viene raccontata; quello di *Ka një mesazh për ty* è molto più spazioso e la distanza tra il pubblico e gli ospiti è maggiore. Un altro elemento che differisce riguarda l'atmosfera creata in studio

<sup>540</sup> Le immagini di *C'è posta per te* sono tratte dal video disponibile online presso l'URL <https://bit.ly/2Zx082m>, quelle di *Ka një mesazh për ty* dal video disponibile online presso l'URL <https://bit.ly/2ZII9Y7> (ultimo accesso dicembre 2021).

attraverso le luci: quelle della versione albanese sono di color fucsia, probabilmente per richiamare il simbolo del cuore che compare in apertura del programma; quelle della versione italiana sono di colore blu, con l'intento di conferire maggiore rilievo alla drammaticità delle storie raccontate e al loro carattere di veridicità.

La seconda versione albanese del programma è quella trasmessa da Top Channel con il titolo *Dua të të bëjë të lumtur*. In questo format i temi trattati sono molto simili a quelli dei due precedenti: «i protagonisti si trovano faccia a faccia separati da uno schermo e cercano di risolvere un conflitto o di esprimere i sentimenti e la gratitudine che hanno per le persone del cuore<sup>541</sup>».

- Collocazione nel palinsesto. *Dua të të bëjë të lumtur* viene trasmesso ogni sabato alle 21 e ha una durata di 120 minuti.

- Elementi narrativi. A partire dal titolo, *Dua të të bëjë të lumtur* (che letteralmente significa (*Voglio farti felice*), a differenza di *Ka një mesazh për ty* (“C’è un messaggio per te”) imposta una narrazione fortemente legata all’elemento sentimentale, avvicinandosi notevolmente a quella di *C’è posta per te*. Questo aspetto viene sottolineato fin dalla sigla iniziale: da una busta che si apre si diffondono nell’aria i semi di un tarassaco, a simboleggiare i numerosi messaggi che viaggiano fino a raggiungere i propri destinatari.

L’introduzione comincia con la conduttrice (in questo caso una donna, come nella versione italiana) che da dietro le quinte si muove verso l’interno dello studio. Una volta arrivata al centro, racconta brevemente la storia che serve a presentare l’ospite e a spiegare il motivo che lo ha portato a contattare la redazione del programma.

Dopo il resoconto della vicenda, la conduttrice lancia il filmato della consegna del messaggio. Come nella versione italiana, il postino indossa una divisa riconoscibile, con una borsa a tracolla contenente la busta da consegnare e un cappello su cui è visibile il titolo del programma. Al rientro in studio, la trasmissione prosegue esattamente come in *C’è posta per te*: la presentatrice chiede al postino se il destinatario ha accettato o meno l’invito, e in caso positivo quest’ultimo fa il suo ingresso accompagnato da una musica di sottofondo.

L’ospite appena arrivato si siede alla sua postazione di fronte a una grande busta posizionata al centro dello studio (altro elemento comune); mittente e destinatario del messaggio possono vedersi tramite lo schermo accessibile una volta aperta la busta; se i

---

<sup>541</sup> Descrizione del programma tratta da Top Channel tv, disponibile online presso l’URL <https://bit.ly/3m7u6BQ> (ultimo accesso dicembre 2021).

due protagonisti decidono di incontrarsi, la busta viene tolta, altrimenti rimane nella posizione iniziale.



*Immagine 4.6 – Immagini degli studi di C'è posta per te e Dua të të bëjë të lumtur tratte da YouTube<sup>542</sup>*

- Elementi estetici. La scenografia, le dimensioni dello studio e la collocazione dei vari elementi sono pressoché identiche. Nel caso del programma albanese l'illuminazione può variare nel corso della puntata, ma il colore predominante rimane sempre il blu.

Nel format appena analizzato, quasi tutti gli elementi sono ripresi dall'originale italiano: sia quelli esterni, cioè quelli scenografici, che quelli interni, riferiti alla forma narrativa. Ciò permette di affermare che *Dua të të bëjë të lumtur* è identico a *C'è posta per te*. Nel primo adattamento, quello realizzato da Tv Klan, è riscontrabile qualche cambiamento a livello scenografico, anche se la narrazione rimane la stessa della versione italiana. Questa scelta operata, molto probabilmente, per evitare problemi legali, non evita a *Ka një mesazh për ty* di essere considerata un'imitazione del format italiano. Nella televisione albanese è frequente il ricorso a format stranieri (non solo italiani): è il caso del programma che nasce «nell'ottobre del 2003 condotto da Arjan Çani su Tv Klan, *Zonë e lirë*,

---

<sup>542</sup> Le immagini di *C'è posta per te* sono tratte dal video disponibile online presso l'URL <https://bit.ly/3unMoST>, quelle di *Dua të të bëjë të lumtur* dal video disponibile online presso l'URL <https://bit.ly/3ofE5aL> (ultimo accesso dicembre 2021).

che aveva come referente il francese *Tout le monde en parle*, condotto da Thierry Ardisson e trasmesso sul canale France2<sup>543</sup>». Nel

2006 viene trasmesso su Vision Plus *ByPass Show* di Agim Bajko, che cercava di imitare *The Daily Show with John Stewart*, o ancora *Top Story* di Sokol Balla trasmesso su Top Channel, influenzato dal *talk show* britannico *Hardtalk* della BBC. Inoltre, dal 2009 si sono diffusi altri programmi di matrice americana come *Faktori Plus* di Mero Baze trasmesso su Vision Plus, copia del format americano *The O'Reilly Factor* e, sempre sullo stesso canale, *7pa5*, influenzato da *This morning* della CBS<sup>544</sup>.

Tuttavia, va sottolineato, la presenza di format diversi da quelli italiani risulta molto meno significativa se confrontata con l'alto numero di quelli ripresi da Rai e Mediaset: la distanza da realtà come quelle di Stati Uniti, Inghilterra o altri Paesi europei non è solo geografica, ma anche culturale. Inoltre, la scelta dei canali più seguiti della tv albanese, che, come indicato dagli istituti di ricerca, sono Tv Klan e Top Channel, è di utilizzare in modo quasi esclusivo i format italiani, lasciando quindi poca possibilità di successo agli altri. Secondo Fuga,

la lingua straniera più parlata in Albania è quella italiana, e ciò è dovuto alla forte influenza televisiva divenuta sempre più importante negli anni, nonché ai rapporti culturali e storici tra i due popoli; a seguire troviamo l'inglese, il francese e il tedesco. Il primato italiano, inoltre, è legato alla diffusione dei film che venivano proiettati durante il periodo di transizione, ma anche ai canali raggiunti illegalmente durante il periodo comunista. Questa esposizione ha avuto un duplice effetto sulla vita degli albanesi: da un lato ha giocato un ruolo positivo offrendo un modello da imitare e al quale ambire, ma dall'altro ha condotto al disprezzo del lavoro, creando un sentimento nichilista nei confronti della realtà economica e culturale albanese<sup>545</sup>.

Il radicale mutamento affrontato dall'Albania ha portato alla frattura del monopolio in campo televisivo, e una conseguente riflessione su altri aspetti della società, contribuendo a una radicale trasformazione del concetto di stile di vita e alla creazione di nuove identità culturali di matrice occidentale. La nascita delle emittenti private, di conseguenza, ha condotto a quello che Eco chiama esito imprevisto:

un accrescimento quantitativo della informazione, per disordinato e oppressivo che appaia, può produrre risultati imprevisti, secondo la legge per cui nella

---

<sup>543</sup> E. Luku, *op. cit.*, pp. 179-180.

<sup>544</sup> *Ivi*, pp. 137-138.

<sup>545</sup> A. Fuga, *Media, politika, shoqëria... op. cit.*, 27-28.

circolazione delle idee non vi è neutralizzazione riformistica: bensì ogni accrescimento culturale – qualsiasi sia il progetto ideologico che lo determina – produce esiti che, in dialettica con circostanze date, vanno molto al di là delle previsioni degli strateghi o degli studiosi della comunicazione<sup>546</sup>.

L'esposizione a determinati contenuti mediali non plasma soltanto i gusti degli individui, ma anche il modo in cui questi si relazionano alla società. «I mass media si rivolgono a un pubblico eterogeneo<sup>547</sup>» inglobando diversi valori che, attraverso i personaggi e i miti<sup>548</sup> che crea, sono alla base della produzione culturale per le masse, e ne influenzano esperienze e modelli comportamentali.

Il cambiamento nel processo di formazione simbolica del soggetto che il medium veicola, senza dubbio induce alla modifica dell'universo stesso che circonda l'individuo, creando così una forma di interscambio reciproco nel quale gli sviluppi di uno diventano i mutamenti dell'altro e viceversa. Tale processo porta alla formazione di uno stile particolare di cultura, «che si esprime attraverso la lingua, le credenze, i costumi, l'arte anche, ma non solo. Questo stile, questo «spirito» proprio di ogni cultura, influisce sul comportamento degli individui<sup>549</sup>», portando, nel caso specifico dell'Albania, a una forte pervasività della cultura italiana veicolata dai media tradizionali.

---

<sup>546</sup> Eco U., *Apocalittici e integrati...op. cit.*, p. XIV.

<sup>547</sup> *Ivi*, p. 35.

<sup>548</sup> Il termine è stato preso dall'opera semiologica degli anni '50 di Barthes: l'autore, «attraverso diversi racconti, critica il linguaggio della cosiddetta cultura di massa», in R. Barthes, *Miti d'oggi*, trad. it. di L. Lonzi, Einaudi, Torino, 2005.

<sup>549</sup> Cfr. D. Cuche, *op. cit.*, p. 26.



#### 4.9 Un breve identikit dei pubblici della televisione albanese

Dopo l'analisi della programmazione televisiva dei principali canali albanesi si è ritenuto opportuno integrare tale studio con un paragrafo dedicato ai pubblici albanesi.

Gli aspetti legati al consumo mediale e alla formazione dei gusti e dell'identità dei pubblici appare come un tassello imprescindibile del campo di indagine preso in considerazione: i processi di trasformazione politica, economica, sociale e culturale veicolati dalla televisione restituiscono una fotografia complessa e ancora in divenire della società albanese, fondamentale nel contesto di questo lavoro di ricerca.

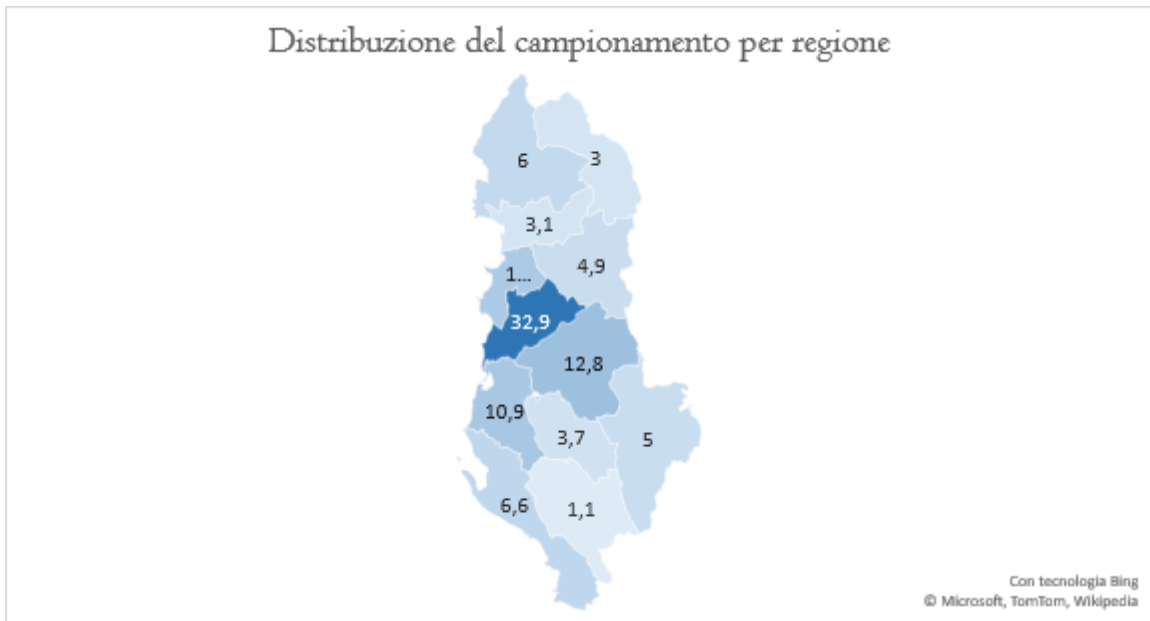
I dati utilizzati, va sottolineato, sono parziali e non sempre esaustivi, ma rimangono comunque un elemento di interesse che contribuisce alla definizione dei gusti relativi ai canali preferiti, ai programmi e alle loro tematiche.

L'indagine alla quale si fa riferimento è stata realizzata in Albania in collaborazione con GPF - *Inspiring Research* durante il mese di febbraio 2019<sup>550</sup>. Il campionamento è stato svolto in tutte le regioni dell'Albania in modo omogeneo, ovvero, proporzionato in base al numero della popolazione di appartenenza come si vede nel (grafico 4.30). Sebbene possa sembrare fuori luogo il fatto che il 32,9% del campionamento sia stato svolto nella città di Tirana, «il totale della popolazione albanese secondo i dati dell'INSTAT nel 2019 è stato di 2.854.199 e quasi un terzo vive nella Capitale, ovvero 900.656»<sup>551</sup>, le altre città in ordine di grandezza sono: Elbasan con il 12,8%, Durazzo con il 10,9% e poi tutte le regioni più piccole, come si vede nella mappa rappresentativa dell'Albania.

---

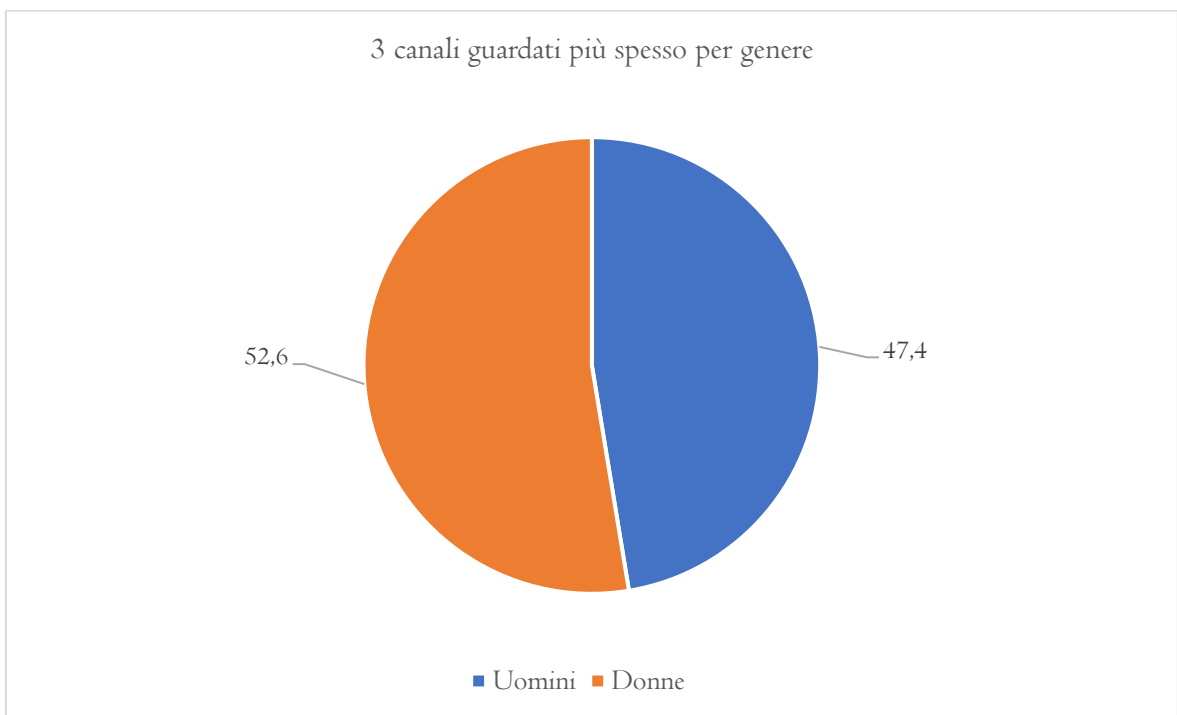
<sup>550</sup> È uno studio esplorativo di proprietà del gruppo di lavoro diretto dal professor Baldassarri nell'ambito dell'indagine *I mass media in Albania*. Metodologia di rilevazione ibrida: CATI (*Computer-Assisted Telephone Interviewing*), CAMI (*Computer Assisted Mobile Interviewing*), CAWI (*Computer Assisted Web Interviewing*), interviste valide e complete 1212; contatti totali 3626. Universo campionario stimato: popolazione maggiorenne Albania 2.161.812. Nel numero dei maggiorenni sono compresi anche gli emigrati. Tali dati sono disponibili online presso l'URL <https://bit.ly/3H3Y15K> (ultimo accesso gennaio 2022).

<sup>551</sup> I dati sono stati presi dal sito ufficiale dell'INSTAT, disponibile online presso l'URL <https://bit.ly/3KxVc0b> (ultimo accesso dicembre 2021).



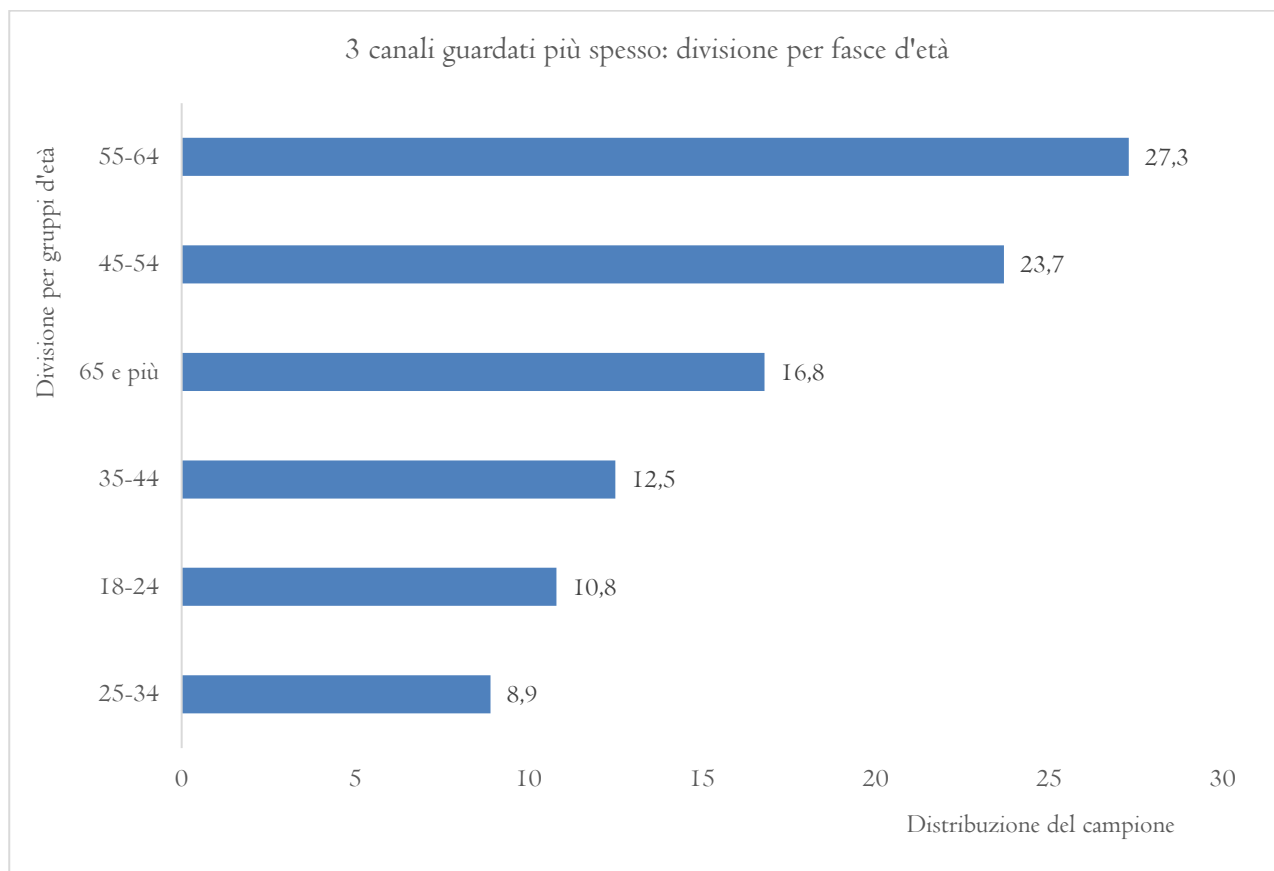
*Grafico 4.30- elaborazione propria dei dati. Fonte: GPF – Inspiring Research; rapporto 2019 in Albania, assegnazione canali*

Per quanto riguarda la divisione di genere, come si evince nel (grafico 4.31), il nostro campionamento è composto da 53% donne e 47% uomini.



*Grafico 4.31 - elaborazione propria dei dati. Fonte: GPF – Inspiring Research; rapporto 2019 in Albania, assegnazione canali*

Dal (grafico 4.32), emerge che dei 1212 intervistati, il 27,3% appartiene alla fascia “55-64 anni” e il 23,7% alla fascia “45-54anni”; le “minoranze” risultate nel nostro campionamento sono le fasce “25-34 anni” (8,9%) e “18-24 anni” (10,8%).



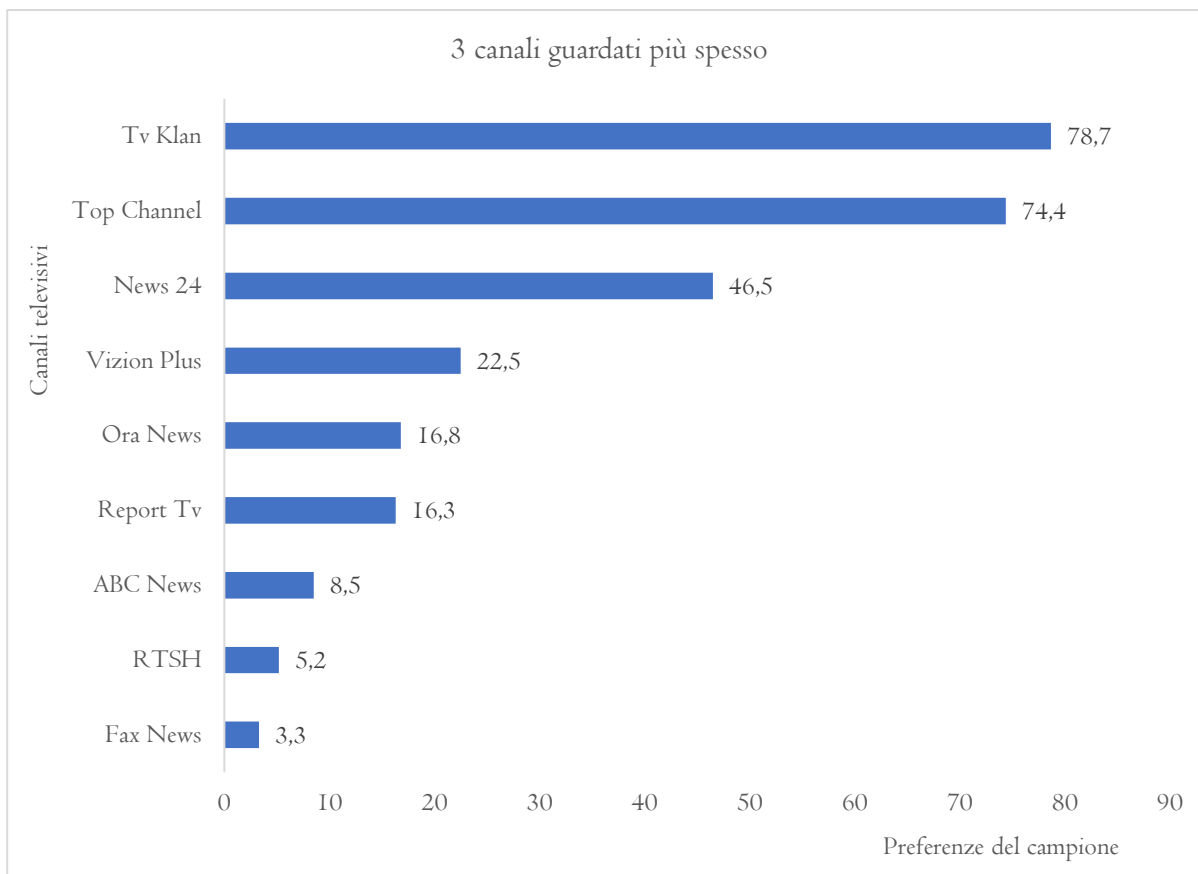
*Grafico 4.32 - elaborazione propria dei dati. Fonte: GPF – Inspiring Research; rapporto 2019 in Albania, assegnazione canali*

#### **4.9.1 I principali risultati**

Di seguito si riportano alcune delle domande specifiche, pertinenti a questa ricerca, poste agli intervistati con i seguenti risultati:

##### *Canali televisivi guardati più spesso*

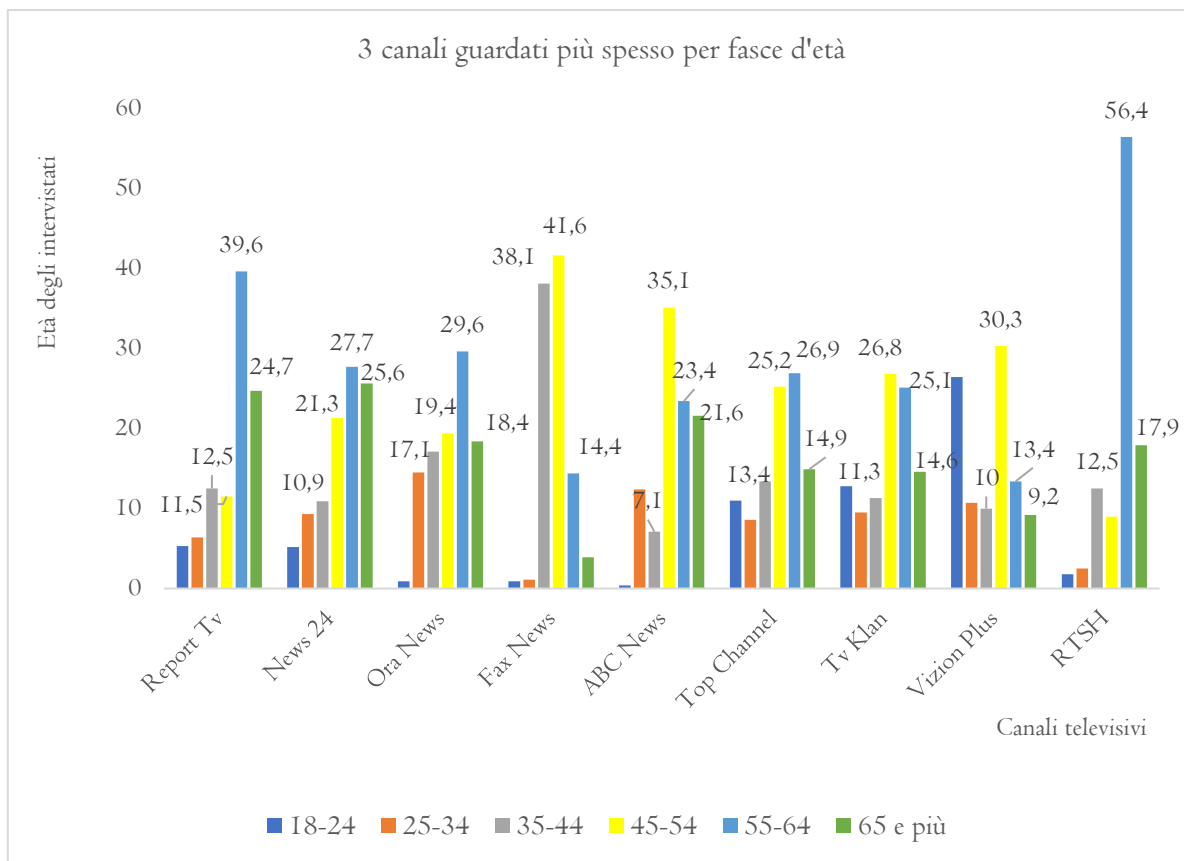
Come rappresentato nel (grafico 4.33), (ricordo che ogni intervistato poteva fornire al massimo 3 risposte) al primo posto abbiamo Tv Klan con il 78,6% di preferenze; subito dopo, con qualche preferenza in meno, troviamo Top Channel con il 74,4%, mentre al gradino più basso del podio si situa News 24 con il 46,5%. Di seguito tutti gli altri canali.



*Grafico 4.33 - elaborazione propria dei dati. Fonte: GPF – Inspiring Research; rapporto 2019 in Albania, assegnazione canali*

Guardando il (grafico 4.33) si evince che Top Channel e Tv Klan sono i due canali più seguiti. Per quanto riguarda la divisione per fasce d'età, sono quasi omogenei.

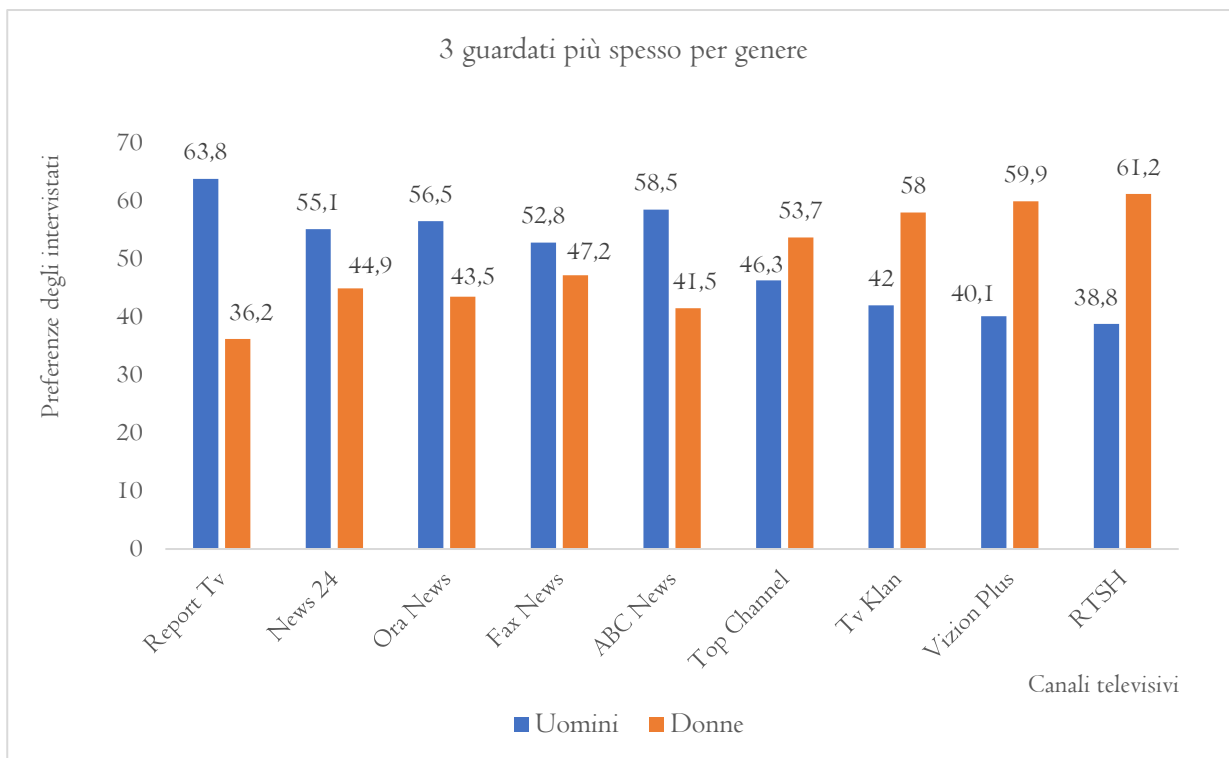
Nel caso della fascia "45-54 anni" (grafico 4.34), Tv Klan ha una preferenza leggermente maggiore con il 26,8%, rispetto a Top Channel con il 25,2%; la differenza è minima anche nel caso opposto, dove la fascia "55-64 anni" preferisce Top Channel con il 26,9%, mentre Tv Klan raggiunge il 25,1%. Osservando la differenza tra questi due canali, anche la differenza tra le altre fasce d'età è minima a favore di una e viceversa. La fascia "45-54 anni" guarda più spesso Fax News, ACB News e Vizion Plus, poi seguono gli altri canali; invece, la fascia "65+ anni" preferisce in modo assoluto RTSH con il 56,4%, e ciò è dovuto al fatto che questi telespettatori sono cresciuti con questo canale fin da quando erano piccoli o adolescenti e guardarlo, per loro, fa parte di un'esperienza quotidiana, in virtù anche della differenza con le altre fasce d'età del medesimo canale. Il secondo canale più



*Grafico 4.34 - elaborazione propria dei dati. Fonte: GPF – Inspiring Research; rapporto 2019 in Albania, assegnazione canali*

seguito da questo gruppo è Report Tv con il 39,6%, seguono Ora News con il 29,6%, News 24 con il 27,7% e poi tutti gli altri canali. La distribuzione delle altre fasce d’età è quasi omogenea senza grandi differenze in termini numerici, esclusa la fascia “35-44 anni”, dove si nota al primo posto Ora News con il 38,1% e poi tutti gli altri con piccole differenze tra loro.

Nel (grafico 4.35) osserviamo in ordine di differenza le preferenze del genere femminile sui canali seguiti più spesso, se paragonato con l’altro genere: RTSH è al primo posto con +24%, seguono Vizion Plus con +19,8%, Tv Klan con il 16% e Top Channel con il 7,4%. In precedenza, abbiamo avuto modo di analizzare soltanto il palinsesto di tre emittenti, quella pubblica e due private, e abbiamo notato che il palinsesto di Tv Klan e Top Channel era composto per la maggior parte del suo minutaggio totale da intrattenimento (*gossip e talk show*) e *fiction* (soprattutto telenovelle): ciò spiega il perché della preferenza da parte del pubblico femminile. Riguardo RTSH, essendo il preferito in assoluto dal genere femminile nonostante sia penultimo sulla scala delle preferenze totali, si può ipotizzare, considerata la costruzione del suo palinsesto, che viene preferito per i suoi programmi culturali (grafico 4.29) e per quelli destinati ai bambini, senza dimenticare che RTSH,



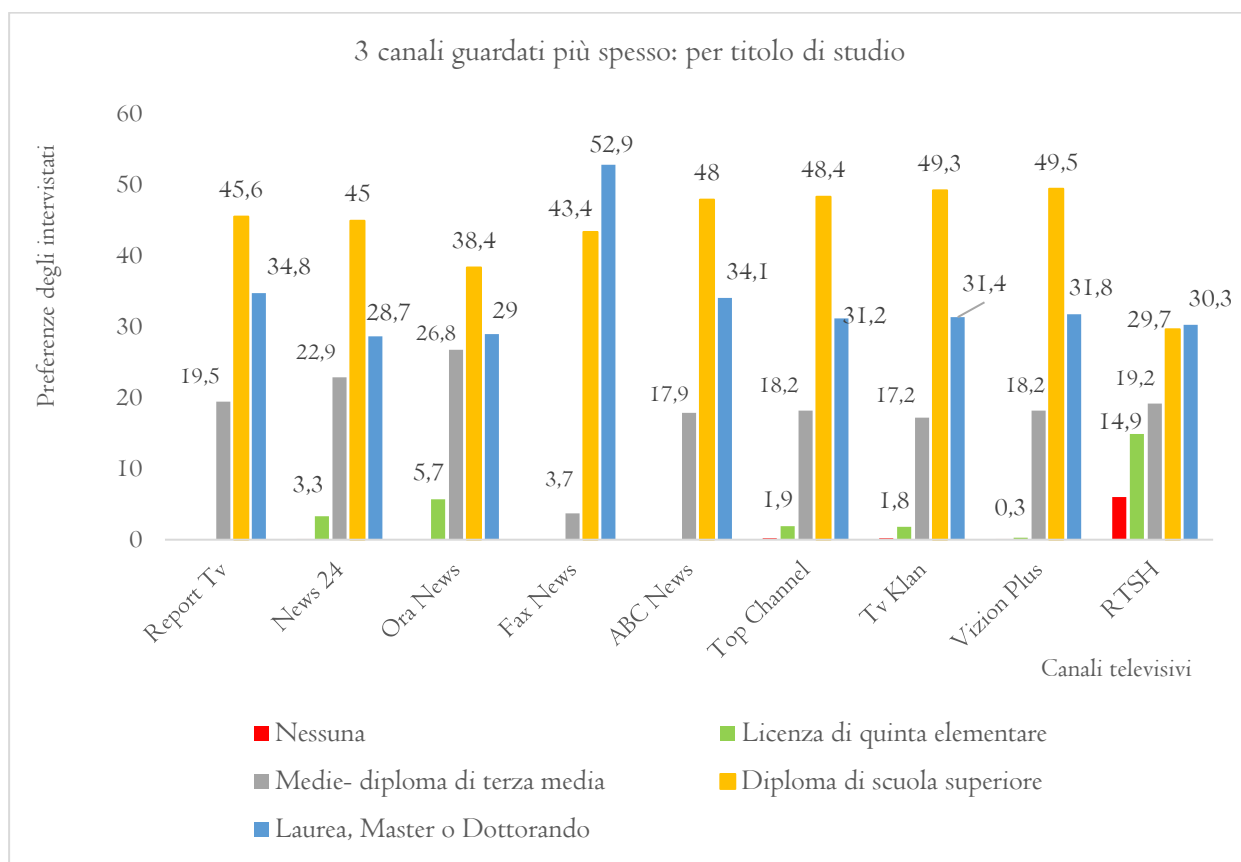
*Grafico 4.35 - elaborazione propria dei dati. Fonte: GPF – Inspiring Research; rapporto 2019 in Albania, assegnazione canali*

diversamente dai tre canali presi in considerazione per il campionamento, trasmetteva all'interno del suo palinsesto un maggiore minutaggio di film e telefilm per bambini. Inoltre, nella tradizione albanese le nonne spesso crescono i bambini se i genitori lavorano, e questo dato può essere collegato anche al (grafico 4.35), dove si evince che RTSH è il canale più seguito dagli over 60. Potrebbe essere questa una plausibile risposta al perché gli over 60 guardano questo canale o anche per abitudine visto che sono cresciuti con esso.

Riguardo il genere maschile, vengono scelti i canali che si occupano principalmente di notizie come Report Tv con il 63,8% delle preferenze, ACB News con il 58,5%, Ora News con il 56,5%, News 24 con il 55,1% e infine Fax News con il 52,8%; quest'ultimo presenta la differenza minore se il suo indice viene paragonato con quello del genere femminile.

Per quanto riguarda il *Titolo di Studio* (grafico 4.36) si evince che gli intervistati hanno un livello di istruzione medio-alto. Il canale più seguito da chi possiede un alto titolo di studio è Fax News, che comprende il 52,9% delle preferenze, mentre nel resto dei canali questa distribuzione rimane quasi omogenea, dal 30,3%, nel caso di RTSH, al 34,8% di Report Tv. Nella fascia "diploma di terza media" del campionamento la differenza tra un canale e l'altro è quasi omogenea: la differenza delle scelte va dalla più alta di Ora News con il 26,8%, a RTSH con il 19,7% e dopo tutti

gli altri canali. Riguardo la fascia “quinta elementare”, al primo posto spicca RTSH con il 6%, seguono Ora News con il 5%, e poi gli altri canali.

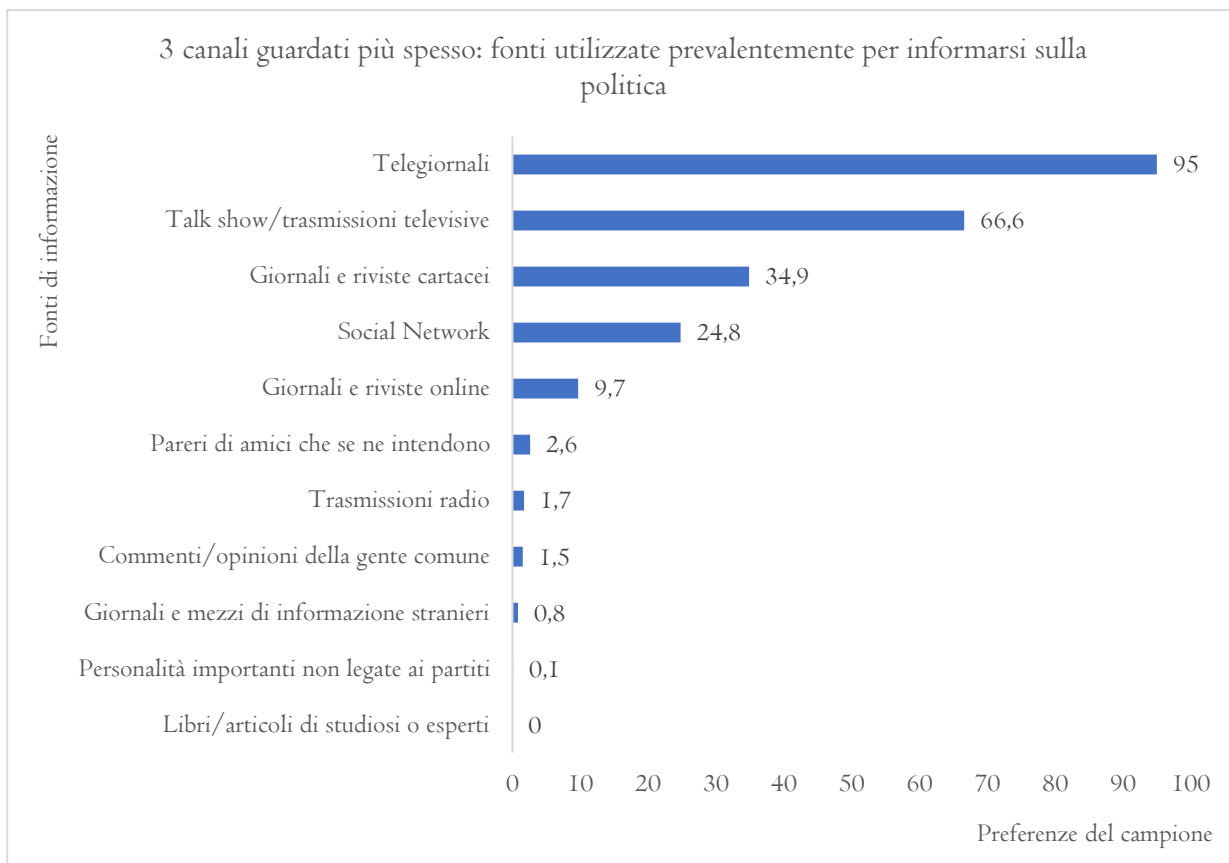


*Grafico 4.36 - elaborazione propria dei dati. Fonte: GPF – Inspiring Research; rapporto 2019 in Albania, assegnazione canali*

Dopo la presentazione della metodologia, delle domande sociodemografiche e l’assegnazione delle preferenze dei canali televisivi secondo le scelte del pubblico, vediamo ora su quale media esso s’informa, e quale canale sceglie per guardare alcuni generi televisivi.

#### *Fonti utilizzate prevalentemente per informarsi sulla politica*

Prima di entrare nei commenti del (grafico 4.37) ricordiamo brevemente che una parte importante dei palinsesti dei canali presi in considerazione era composta dal genere dell’informazione; all’interno di questo genere, un minutaggio consistente è occupato senza dubbio dalla politica o da altri temi correlati ad essa.



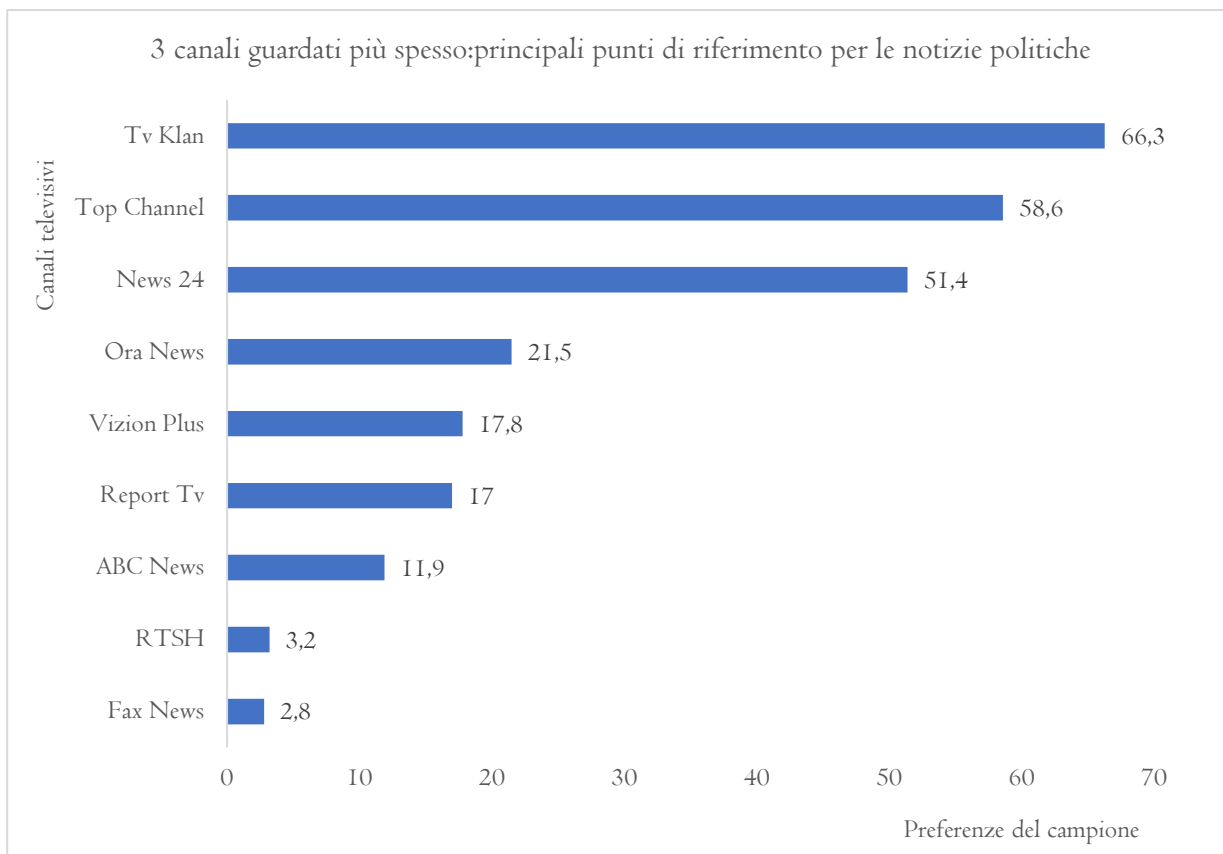
*Grafico 4.37 - elaborazione propria dei dati. Fonte: GPF– Inspiring Research; rapporto 2019 in Albania, assegnazione canali*

Nel grafico notiamo che la maggior parte del campionamento - il 95% - s'informa tramite i telegiornali, mentre il 66,6% attraverso vari *talk show* o altri programmi specifici che parlano di politica. Questo dato è molto importante perché ci dimostra l'importanza della televisione come mediatore tra politica e pubblico. Di seguito, con molto distacco, troviamo la carta stampata - 34,6% - e i vari social network con il 24,8%. Infine, troviamo le altre forme di comunicazione per reperire le informazioni riguardanti la politica.

#### *Principali punti di riferimento per le notizie politiche*

Al primo posto nel (grafico 4.38) troviamo Tv Klan con il 66,3% delle preferenze, Top Channel con il 58,6% e News 24 con il 51,4%; di seguito gli altri canali. Il primato in questo caso appartiene a questi tre canali, anche se non sono molto omogenei tra loro, presentando piccole differenze. I canali successivi presentano un notevole distacco con la loro percentuale di preferenze degli intervistati.





*Grafico 4.38 - elaborazione propria dei dati. Fonte: GPF – Inspiring Research; rapporto 2019 in Albania, assegnazione canali*

L'ultimo (grafico 4.39) è composto dalle seguenti domande che sono state poste separatamente, ma in questo caso si è preferito costruire un unico grafico al fine di fare un confronto migliore tra i vari generi dei programmi. Le tematiche indagate erano quattro con le seguenti domande:

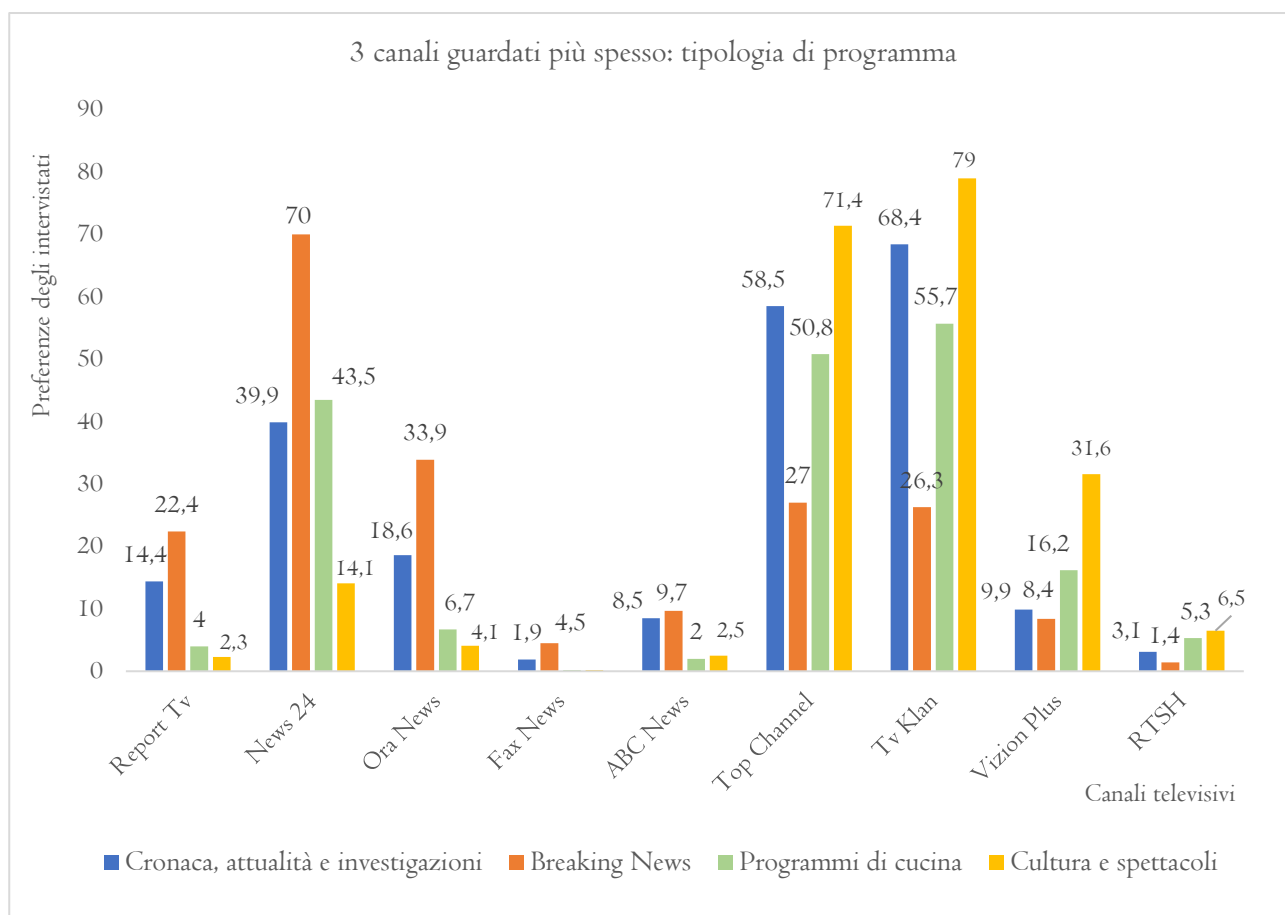
*Quali sono i suoi principali punti di riferimento per la cronaca, l'attualità e l'investigazione?*

*Quali sono i suoi principali punti di riferimento per le breaking news?*

*Quali sono i suoi principali punti di riferimento per i programmi di cucina?*

*Quali sono i suoi principali punti di riferimento per la cultura e gli spettacoli?*

In risposta alla prima domanda, notiamo come il pubblico del campionamento scelga come punti di riferimento Tv Klan (68,4%) e Top Channel (58,5%). I loro programmi investigativi *Stop e Fiks Fare* – simili a *Striscia la notizia* – sono tra i più seguiti e preferiti dal pubblico. Al gradino più basso troviamo News 24 (39,9%) e Report Tv (14,4%), e di seguito gli altri canali con preferenze minori.



*Grafico 4.39 - elaborazione propria dei dati. Fonte: GPF – Inspiring Research; rapporto 2019 in Albania, assegnazione canali*

Per quanto riguarda le *breaking news*, al primo posto troviamo News 24 con il 70%, più del doppio di preferenze se paragonato con gli altri canali sottolineando che è l'unica tematica che batte i due colossi della televisione albanese. Al secondo posto troviamo Ora News con il 33,9% e subito dopo (con una differenza minima tra loro) abbiamo Top Channel con il 27% e Tv Klan con il 26,3%, a seguire Report Tv con il 14,4% e poi tutti gli altri.

I programmi di cucina preferiti sono: Tv Klan (55,7%), Top Channel (50,8%) e News 24 (43,5%), poi seguono, con una differenza consistente, le altre emittenti.

Riguardo l'ultima domanda (cultura e spettacoli), sul gradino più alto del podio troviamo Tv Klan (79%), subito dopo Top Channel (71,4%) e, molto distante dagli altri, Vizion Plus (31,6%) e poi il resto con preferenze ancora più basse.

Ovviamente l'esposizione di questi dati non vuole essere esaustiva, ma rappresenta una parte integrante del lavoro svolto finora per capire al meglio il profilo del pubblico albanese, considerando l'assenza di dati ufficiali. Quelli a disposizione, inoltre, sono accessibili esclusivamente a pagamento. I generi televisivi che abbiamo rappresentato trovano riscontro con il campionamento dei palinsesti

eseguito in questa ricerca. Ovviamente ogni canale ha un suo modo specifico (o un istituto di fiducia che rileva lo *share*) per capire cosa vuole il proprio pubblico e costruire di conseguenza un palinsesto *ad hoc* per fidelizzarlo. Da questi dati emerge un altro elemento significativo: i due canali più seguiti, oltre ad essere alcuni gradini sopra gli altri per temi e generi trasmessi – escluse le *breaking news* – lottano tra loro senza esclusione di colpi per accaparrarsi le ultime “briciole di pubblico”.

Come abbiamo osservato, se un canale è preferito su un genere, l’altro lo è su un altro o su un programma specifico, ma restano sempre in competizione per raggiungere il primato assoluto. Ognuno di questi canali ha ovviamente i suoi programmi di punta che fanno la differenza con il concorrente su quello specifico genere. Per reperire altri dati e approfondire questi argomenti analizzeremo nel prossimo capitolo le diciotto interviste agli *Opinion Leader* della televisione albanese.

## Capitolo V

### Le interviste in profondità agli *Opinion Leader*: elaborazione dati e presentazione dei risultati attraverso un'analisi qualitativa

#### 5.1 *Corpus* delle interviste in profondità

La scelta dei testimoni privilegiati, come abbiamo visto nella parte metodologica (parte 2, cap. III), è stata fatta in modo tale da rendere quanto più possibile tangibile la realtà quotidiana televisiva albanese al fine di comprendere il fenomeno studiato. Attraverso le tracce e le domande proposte agli *Opinion Leader* si è cercato di scoprire quali fossero le relazioni e le dinamiche, sia interne che esterne, che hanno accompagnato e influenzato la produzione dei canali televisivi in termini di contenuto, nel processo che va dall'idea iniziale fino al prodotto finale. Questa scelta è stata fatta con l'intento principale di ricostruire e scoprire altri aspetti dell'evento studiato in vista della mancanza di ulteriori dati ufficiali, per tracciare l'influenza dei contenuti italiani sulla televisione dal punto di vista professionale e l'impatto che hanno avuto in questi anni sulla memoria collettiva del pubblico albanese.

Le figure scelte sono variegate, così come il loro apporto professionale; tra gli intervistati sono infatti presenti registi, conduttori, attori, scenografi, redattori e caporedattori: una selezione così eterogenea risulta funzionale a indagare l'oggetto di studio nella sua totalità, comprendendo un'ampia varietà di sfumature. Ogni professionista, attraverso il proprio racconto e uno specifico punto di vista, restituisce una prospettiva ampia del panorama televisivo albanese, inoltre la ricomposizione sistematica di tutti questi riscontri permette di approfondire la descrizione di un oggetto di studio per sua stessa natura composito.

Di seguito una breve presentazione dei testimoni privilegiati:

Agron Llakaj – Tra i personaggi più noti della televisione albanese: attore, comico e conduttore con un'esperienza televisiva di 35 anni. Ha lavorato in diversi programmi di grande successo come *Telebingo Shqiptare* (*Telebingo albanese*), *Portokalli* (*Zelig*), e attualmente è l'autore di due trasmissioni in onda su Vizion Plus: il programma comico *Al Pazar* e quello satirico *Fake Off*.

Arjola Shehu – *Showgirl* e conduttrice di diversi programmi televisivi e radiofonici come quello con notizie di gossip in onda sul canale Mat Tv, e un programma di cucina trasmesso su Tv Klan. Attualmente lavora per Ora News nel programma mattutino *Ditë e re* (*Nuovo giorno*). È stata

inoltre la conduttrice del Festival *Kënga Magjike (Canzone Magica)* organizzato da Tv Klan e di un altro importante festival che si svolge in diversi Paesi dei Balcani dal titolo *Klip (Clip)*.

Evi Reçi – Inizia la sua carriera in Italia come giornalista durante il periodo degli studi universitari nella città di Firenze. Le sue prime esperienze giornalistiche si svolgono nei giornali universitari e alla radio, dove lavora come conduttrice per Radio L, occupandosi principalmente di musica. Durante un'intervista a Radio Fiesole viene notata per le sue doti di speaker e le viene offerto uno spazio mattutino con altri conduttori italiani<sup>552</sup>. Mentre prosegue gli studi conseguendo un Master, comincia a lavorare presso *La Repubblica* di Firenze, redazione con la quale mantiene tuttora i contatti. Tornata a Tirana, diviene moderatrice per il canale Vizion Plus nel programma pomeridiano *Vizioni i pasdites (Visione del pomeriggio)*.

Arjon Muço – Conduttore radiofonico e televisivo con diversi anni di esperienza, che comprendono anche l'esperimento italiano di Agon Channel. Ha diretto il programma musicale dedicato ai bambini dai 7 ai 15 anni *Një këngë për ty (Una canzone per te)* trasmesso da Top Channel, *My living, Kënga Magjike (Canzone Magica)*, e attualmente lavora come conduttore del programma *Ditë e re (Nuovo giorno)* su Ora News.

Entela Tasellari – Produttrice di alcuni programmi televisivi del canale privato Report Tv, tra i quali *Kafazi i Artë*, prima imitazione e produzione del *Grande Fratello* della televisione albanese, attualmente si occupa del programma di cucina *Rreze Dielli (Raggi di Sole)*.

Carlo Bollino – Giornalista professionista italiano, ha iniziato la sua carriera lavorando nel *Quotidiano* di Lecce e successivamente per *La Gazzetta del Mezzogiorno*. Ha seguito come inviato di politica estera diversi conflitti (Somalia, Romania, Iraq, Israele, Medio Oriente, Kosovo ed ex Jugoslavia) e nel 1991, con l'apertura dei confini, visita l'Albania camuffato da turista per seguire da vicino la storia del Paese. Negli anni successivi ha riaperto i giornali *Gazzetta Città* e *Gazeta Shqiptare (Il giornale albanese)*, *Shqiptarja.com* e, in seguito, nel 2012, i canali News 24 e Report Tv. È stato premiato dal Presente della Repubblica Bamir Topi con la medaglia della Gratitude per l'importante contributo di crescita professionale ed etica offerto al giornalismo albanese.

Fatos Hakorja – Da 19 anni lavora nel canale Tv Klan: durante il periodo 2000-2008 ha lavorato come inviato e giornalista in studio, tra il 2008 e il 2012 come vicedirettore della sezione *news*, e dal 2013 come caporedattore delle notizie nel medesimo canale.

Dëfrim Methasani – Figura sacra del giornalismo sportivo albanese a partire dai primi anni '80. La sua carriera è iniziata nei giornali *Bashkimi, Zëri i Rinis, Drita* con articoli su basket,

---

<sup>552</sup> Evi Reçi, già nota al pubblico albanese per le sue doti canore e per la sua partecipazione a diversi Festival di musica leggera.

volleyball e calcio. Negli anni '90 si sposta a radio Tirana e nel '93 approda alla televisione pubblica TVSH con il ruolo di giornalista e telecronista in una prima fase e, successivamente, come redattore e caporedattore di diverse trasmissioni sportive, tra le quali *Sporti i një Qyteti (Lo sport della città)*, *Rubrika Sportive (Rubrica sportiva)*, *Mëngjesi Sportiv (Sport mattutino)* e il documentario *Panajot Pano*.

Melsi Qiriçi – Ha lavorato per molti anni in diverse case editrici, curando anche un periodico per bambini, e in seguito come caporedattore nella rivista per ragazzi *Trendy*. Nel 2007 inizia a lavorare per vari format di Top Channel, tra i quali *Big Brother*, *The voice of Albania*, *Master Chef*, *Albanians got talent* (tutti acquistati da Endemol, Shine e Talpa). Dal 2016 è diventata caporedattore del canale RTSH, occupandosi in particolar modo del profilo editoriale.

Altin Basha – È una delle figure di spicco della televisione albanese. Attualmente è direttore del Teatro Sperimentale di Tirana, professore universitario a Tirana dove insegna arti e regia. Dal 2000 ha avuto diverse collaborazioni in televisione come autore e regista di diversi programmi, tra i quali *Portokalli* in onda su Top Channel, il varietà *Kosherja (Alveare)* trasmesso da ABC News e uno *show* notturno in onda su TVSH. Inoltre, ha realizzato diversi progetti indipendenti per film e *telenovelas* per la piattaforma DigitAlb e altri progetti per Top Channel.

Kel Demi – Icona del giornalismo albanese, sia a stampa che radiotelevisivo, con una carriera di quasi 30 anni. Ha lavorato nei notiziari come direttore, in diversi spettacoli e programmi di intrattenimento e di politica. I suoi programmi di maggiore successo sono *83 Ditë (83 Giorni)*, nel quale ha lavorato come corrispondente durante la guerra del Kosovo, trasmesso su Tv Arbëria; *Kutia e Fundit* in onda su Tv Klan, format acquistato da Endemol uguale alla versione italiana *Affari tuoi*, e *ABC-ja e Mëngjesit (ABC mattutino)* trasmesso da ABC News.

Glenti Nallbani – Giornalista sportivo tra i commentatori più conosciuti dal pubblico albanese, ha iniziato la sua carriera nel 2003 lavorando per *Koha jonë (Il nostro tempo)*, dove ha proseguito fino al 2008. È stato commentatore delle partite di calcio di Serie A e di Liga per la piattaforma DigitAlb per 11 anni, e per le partite di Uefa Champions League per la piattaforma privata Tring nel periodo 2018-2020. Dal 2008 collabora come giornalista e commentatore anche con Top Channel, dove conduce il programma *Procesi Sportiv (Il processo sportivo)*.

Elton Papuçiu – Regista di molti programmi di successo del canale Top Channel dal 2001 ad oggi, tra i quali *Komuna e Parisit (Comune di Parigi)*, *Dekalogu Kuq e Zi (Decalogo Rosso Nero)*, *Portokalli (Zelig)*, *E Diell (Sole)*, ma anche di notiziari, trasmissioni politiche, spot pubblicitari, documentari televisivi. È inoltre autore e regista del varietà che va in onda su ABC News dal titolo *Kosherja (Alveare)*.

Denis Minga – Dopo aver terminato gli studi in giornalismo e giurisprudenza all’Università di Tirana, ha lavorato per molti anni come giornalista nel canale News 24. Attualmente è il conduttore del programma *Repolitix* in onda su Report Tv.

Albana Dudushi – Ha iniziato la sua carriera di giornalista presso il giornale *Koha Jonë (Il nostro tempo)* nella metà degli anni ’90 e dal 1997 presso *Radio Koha (Radio Tempo)*. La sua esperienza televisiva inizia a fine anni ’90 con il canale TVA e dopo il 2003 si trasferisce a Top Channel come conduttore del noto *talkshow Top Show*.

Lutfi Dervishi – Professore di Giornalismo investigativo presso l’Università di Tirana, formatore in diversi corsi per aspiranti giornalisti con il progetto *Think like a reader*, e conduttore, da diversi anni, di *Përballë (Di fronte)*, in onda sul canale pubblico RTSH (Radio Televisioni Shqiptar).

Laert Miraku – Durante gli anni degli studi in giornalismo a Tirana ha lavorato come giornalista in diversi media online, nei canali televisivi Ora News e ABC News. Attualmente è dottorando a Tirana in Scienze della Comunicazione e Informazione di Massa.

Odeta Dume – All’età di 20 anni, durante gli studi universitari, entra a far parte del programma *Ku je? (Dove sei?)* che si occupava di persone scomparse, in onda sul canale Telenorba (versione albanese del medesimo canale italiano). Dopo questa esperienza ha lavorato nella trasmissione *Njerëz të humbur (Persone scomparse)* di Vizion Plus e dal 2018 lavora come conduttrice del programma *Pa gjurmë (Senza traccia)*.

## **5.2 Analisi dei dati raccolti e principali risultati**

Dopo la presentazione degli *Opinion Leader*, saranno qui esposti i principali risultati ottenuti dall’analisi delle interviste, classificate in ordine alfabetico, secondo alcuni dei macro-temi più importanti: la nascita dei primi format televisivi, l’adattamento dei format al contesto culturale albanese, i macro-temi trattati dai canali televisivi e le preferenze del pubblico, il rapporto che intercorre tra giornalisti, proprietà e politica, e infine l’impatto delle tv italiane sulla formazione giornalistica e sull’offerta televisiva albanese. Si cercherà, quindi, da un lato di riportare quanto è emerso dalle interviste per scoprire quali sono le idee dominanti, e dall’altro di cogliere le peculiarità di ogni testimone privilegiato in merito all’oggetto studiato come parte complementare e indispensabile di questa ricerca: l’eterogeneità del campionamento, ottenuta attraverso la scelta di profili differenti e l’approccio delle interviste in profondità sono finalizzati a cogliere aspetti latenti e opinioni che non sarebbero emersi altrimenti e che risultano essere parte integrante di questo lavoro.

Le domande poste agli intervistati sono state modulate in base al profilo di specializzazione o al lavoro svolto nel contesto del *medium* televisivo; perciò, il livello di approfondimento cambia a seconda del maggiore o minore coinvolgimento professionale.

### **5.2.1 Dalla riproduzione illegale dei contenuti ai primi format televisivi**

L'allargamento della sfera giornalistica iniziò nella metà degli anni '90 con la nascita delle prime emittenti private e la fine nel monopolio dell'unico canale, TVSH, che perdurava dagli anni '60, portando numerosi cambiamenti al comparto televisivo. Se da un lato, infatti, questa estensione ha creato nuovi posti di lavoro per i pochi semi-professionisti del settore, dall'altro ha comportato la necessità di riempire le ore di trasmissione con contenuti di vario tipo per un pubblico che sperimentava per la prima volta la pluralità mediatica interna, a differenza di quella esterna che già esisteva in passato, seppur con un'accessibilità limitata e non uniforme.

Durante il monopolio, durato fino al '97, l'unica realtà televisiva statale «era diventata molto ristretta per noi» afferma Dudushi,

le nostre necessità venivano colmate dalla televisione italiana. Mi riferisco soprattutto alla città di Tirana e tutte le altre che sono in prossimità della costa Adriatica. Notavo che dopo le 22, quando i programmi della televisione albanese finivano chiudendo le trasmissioni, ci poteva raggiungere il segnale della Rai. Quando il segnale di TVSH non c'era più, in automatico entrava il segnale della Rai perché trasmettevano sulla stessa frequenza. Scherzando con gli amici, avevamo un modo particolare per chiamare i canali della Rai: quando ci si incontrava, non si diceva “Hai visto il canale Rai?”, ma “Hai visto il 10?”, ovviamente facendo riferimento alla ricezione del segnale del canale italiano. Per noi il numero 10 corrispondeva alla Rai. Dopo gli anni '90, si potevano guardare liberamente Canale 5, Rete 4, Italia 1, così come si potevano vedere Rai 1, Rai 2 e Rai 3 (mi riferisco sempre alla città in cui mi trovo, Tirana). Questi canali, accessibili liberamente, riempivano tutto lo spazio vuoto della televisione albanese. I canali che si vedevano avevano un impatto diretto, non essendoci alcuna intermediazione: dal momento che il segnale che ci raggiungeva era diretto, il pubblico albanese guardava i canali italiani più degli italiani stessi. Il nostro consumo dei loro contenuti era altissimo»<sup>553</sup>.

Inoltre, dopo questa fase storica che coincide con quella precedente alla pirateria televisiva, nascono le prime emittenti private: durante la giornata venivano trasmessi pochi contenuti albanesi e il palinsesto veniva riempito con notiziari, canzoni e balli tradizionali, soprattutto nella fase iniziale. Nelle ore serali e fino alla mattina seguente, le emittenti si collegavano direttamente con i canali italiani, accessibili al pubblico perché capiva la lingua, ma anche con canali francesi o tedeschi.

---

<sup>553</sup> Dall'intervista con Alban Dudushi del 30 giugno 2021.



In Albania, la nascita delle televisioni private, che prendono a modello i canali italiani Rai e Mediaset, conferma quanto sostenuto dai *Cultural Studies*: l'interpretazione della realtà e la creazione di valori condivisi passa attraverso complessi processi sociali che sono veicolati, in maniera particolare, dai mezzi di comunicazione e, *in primis*, dalla televisione stessa.

Lo sviluppo dei canali privati, dunque, ha comportato il passaggio dalla fase di non intermediazione o di fruizione diretta a quella proposta da queste emittenti, garantendo un accesso ai contenuti italiani a una platea molto più ampia, in precedenza limitato ai pochi in possesso di antenne satellitari o abbonamenti via cavo accessibili solo in alcune zone del Paese. Per attirare ancor di più il pubblico, la maggior parte dei film veniva trasmessa in lingua italiana perché «era molto semplice registrare i film in VHS mentre venivano trasmessi nei diversi canali: si traducevano in albanese e si ritrasmettevano con i sottotitoli. C'erano anche in lingua inglese, ma erano tutti film registrati senza *copyright*. Tutti i canali albanesi, di conseguenza, li trasmettevano»<sup>554</sup>. Questo cambiamento modificò notevolmente il palinsesto serale: i film o i telefilm che prima si vedevano esclusivamente in lingua italiana, da questo momento diventano disponibili per un pubblico più esteso, comprendendo le zone in cui non era possibile vedere i canali italiani, ma anche una vasta fascia di fruitori che capivano con difficoltà la lingua italiana.

Il periodo di pirateria vera e propria durò fino al 2003 quando venne raggiunto «un accordo “tra *gentlemen*” con l'ambasciata americana, secondo il quale i canali nazionali Tv Klan e Top Channel dovevano rinunciare a trasmettere i film piratati in Albania»<sup>555</sup>. In questa fase, non potendo più trasmettere film e altri contenuti di altri Paesi in modo illegale, la tv albanese iniziò a cambiare il proprio palinsesto: nasce la necessità di creare e trasmettere i propri contenuti al proprio pubblico.

Nell'immaginario collettivo, i programmi italiani erano diventati parte integrante della propria quotidianità e avevano contribuito all'apprendimento dell'italiano. Inoltre, quasi tutti i film di Hollywood o di altre produzioni straniere venivano trasmessi direttamente dai canali italiani: questo significava che quegli stessi prodotti, doppiati in italiano, venivano trasmessi in Albania con la sola aggiunta dei sottotitoli in albanese, contribuendo a creare un legame ancora molto profondo con la cultura e la lingua italiana. Questo processo, oltre a favorire un'emigrazione di massa verso l'Italia, aprì un varco agli investitori italiani, favorì la diffusione di libri in italiano, il turismo di massa e tanti altri fenomeni di collaborazione tra i due Paesi.

In questa fase storica della televisione albanese, un particolare merito va riconosciuto ad Artan Hoxha, ex proprietario del canale Top Channel, per la sua capacità di emulare lo stile italiano nel fare

---

<sup>554</sup> A. Dudushi intervista *cit.*

<sup>555</sup> *Ibidem.*

televisione. Secondo alcuni degli intervistati, da piccolo era cresciuto guardando in televisione i contenuti italiani, e dopo un periodo di emigrazione in Italia, una volta tornato in Albania, aveva deciso di creare un canale basandosi soltanto sul modello italiano. Questo aveva comportato l'abbattimento di alcuni tabù della tv albanese e aveva contribuito a definire nuovi standard, a partire da immagini qualitativamente migliori e contenuti diversi dagli altri canali. Il patto “tra *gentlemen*”, di cui si è detto, e la sua determinazione hanno modificato un'impostazione radicata portando le nuove produzioni a osservare la Rai e Mediaset come modelli da riprodurre in patria:

Non bisogna nascondere il fatto che esistevano alcuni modi per “prendere” questi format. Noi abbiamo sempre avuto un rapporto molto stretto, sentimentale, con l'Italia. Siamo cresciuti con questa forte influenza, perciò non bisogna nascondere che una parte dei loro programmi sono stati implementati nella nostra televisione<sup>556</sup>.

Il primo “format riprodotto”<sup>557</sup> è stato *Fiks Fare* di Top Channel, molto simile, se non del tutto identico, a *Striscia la notizia*. Come testimonia il regista Papuçiu,

al primo impatto si nota che il modo di fare informazione è molto simile nella struttura: è evidente la somiglianza con la versione italiana, ma con il passare degli anni si è trasformato in un *brand* indipendente. Si tratta di uno dei primi programmi nati in Top Channel, che ha avuto e continua ad avere un successo straordinario<sup>558</sup>.

Nel medesimo canale, grazie alla volontà di differenziazione promossa da Hoxha, sono nati altri programmi come il varietà *Portokalli*, un mix di diverse idee riprese dai format italiani di *Zelig* e *Bulldozer*, e *Top Show*, ispirato al *Maurizio Costanzo Show*. Alban Dudushi, ideatore e conduttore di *Top Show*, racconta:

insieme al proprietario guardavano i canali italiani; io all'epoca guardavo molto il *Maurizio Costanzo Show*, una di quelle trasmissioni che non perdevo mai. Quando non riuscivo a vederlo in diretta la sera, guardavo la replica il giorno successivo, alle 9.15 su Canale 5. Proprio partendo da questa premessa, mi ha proposto di fare un format dello stesso genere<sup>559</sup>.

---

<sup>556</sup> Dall'intervista con Elton Papuçiu del 24 giugno 2021.

<sup>557</sup> In Italia questo programma non nasce come un format vero e proprio, cioè con l'intento di essere riprodotto in altri Paesi. Nel capitolo precedente è stato spiegato in modo esaustivo che cos'è un format e quali sono le caratteristiche di base che deve possedere per essere definito come tale, differenziandolo da un qualunque altro programma. In questa sede, però, ci interessa approfondire il concetto di riproduzione in senso stretto delle caratteristiche di un programma in quanto prodotto italiano e non definire la differenza tra format e programmi.

<sup>558</sup> E. Papuçiu intervista *cit.*

<sup>559</sup> A. Dudushi intervista *cit.*

Questo processo di trasformazione ha spianato la strada a riproduzioni di altri programmi televisivi, come *Kafazi i Artë*, sul quale il produttore afferma:

io ho importato - in realtà ho rubato - il *reality show*, perché io a News 24 ho fatto il primo *Grande Fratello*, che non era il *Grande Fratello*, il *Big Brother* comprato da Endemol che costava 500 mila euro. No, io ho fatto *Kafazi i Artë*, che riprendeva il concetto di 8 ragazzi chiusi in una casa davanti alle telecamere, con delle regole che mi consentivano di non rispettare i canoni del format di Endemol, quindi di non fare pirateria, quanto piuttosto di produrre un modello di televisione totalmente albanese [...] avevo invertito alcune regole per metterci al riparo dalla violazione del format<sup>560</sup>.

Oltre ai programmi “indicati dagli intervistati”<sup>561</sup>, tra quelli nati e trasmessi in Albania negli anni a seguire nei principali canali che rientrano tra i – riprendendo il linguaggio utilizzato dagli *Opinion Leader* – copiati/imitati/adattati/modificati totalmente o parzialmente dai modelli italiani, vanno ricordati: *Stop di Tv Klan* e *Boom (Striscia la Notizia)* di Ora News; *Rudina (Verissimo)* e *Jo vetëm moda (Non solo moda)* di Tv Klan; *Shifemi në gjyq (Forum)* di Tv Klan; *Dua të të bëjë të lumtur* di Top Channel e *Ka një mesazh për ty* di Tv Klan (*C'è posta per te*); *Përputhen* di Top Channel e *Love Story* di Tv Klan (*Uomini e donne*); *Master Chef*, *Big Brother*, *The voice of Albania*, *Në Kurthin* e *Piter Pan (Chi ha incastrato Peter Pan)*; *Të pa dukshmit (Invisibili)*, *Kutia e fundit (Affari Tuoi)* trasmessi su vari canali privati.

Altri programmi nominati da alcuni degli intervistati sono: «[...] *E djela shqiptare* di Tv Klan, *E Djell* di Top Channel che hanno preso a modello Raffaella Carrà, Pippo Baudo e Gerry Scotti, ma anche elementi di *Domenica In*»<sup>562</sup>. In questo gruppo rientrano anche i programmi mattutini e quelli pomeridiani che prendono spunto da quelli condotti da Barbara d'Urso.

I programmi mattutini di tutti i canali principali, «partendo da Report Tv, News 24, Ora News, A2 e altri canali nuovi hanno in palinsesto alcuni format di cucina, gossip e intrattenimento chiaramente ispirati a quelli italiani, e riadattati per il pubblico albanese»<sup>563</sup>. Secondo il noto regista Altin Basha, la ripresa dei modelli non riguarda soltanto i format, ma anche la costruzione dei palinsesti televisivi. Anche in questo specifico caso, infatti, tutti i canali prendono esempio dalla programmazione italiana:

---

<sup>560</sup> Dall'intervista con Carlo Bollino del 24 maggio 2021. In generale, escluso Bollino, gli altri intervistati (tranne nei casi in cui erano sicuri che i format fossero stati comprati da Endemol) hanno risposto di non essere informati in merito al *copyright*.

<sup>561</sup> Alcuni di loro hanno scambiato le produzioni di Endemol che i canali italiani trasmettevano per prodotti originali di produzione italiana. Ciò, probabilmente, è dovuto al fatto di averli visti per la prima volta sui canali Rai o Mediaset, e questo ha fatto credere loro che fossero prodotti televisivi italiani. Nella lista dei format sono stati lasciati tutti quelli indicati dagli intervistati senza tenere conto di questa differenza.

<sup>562</sup> Dall'intervista con Altin Basha del 28 maggio 2021.

<sup>563</sup> Dall'intervista con Odeta Dume del 6 luglio 2021.

Se vogliamo fare riferimento alla programmazione verticale o alla creazione del palinsesto, il nostro modello rimane sempre quello italiano. Top Channel, ad esempio, trasmette notiziari, *Fiks Fare (Striscia la notizia)* e poi un *talk show* o un programma d'intrattenimento, quindi è uguale a quello italiano<sup>564</sup>.

Inoltre, anche secondo Dudushi,

costruendo un modello come quello italiano, che ha un *target* specifico, riusciamo a formare anche in Albania più o meno lo stesso *target group* presente in Italia. In poche parole, si analizza lo *share* italiano di un programma per fare una stima approssimativa equivalente per il pubblico albanese. Questa scelta viene fatta perché l'audience tedesca, francese o inglese si comporta diversamente: hanno altri gusti, diversi dai nostri e da quelli italiani. [...] i canali italiani hanno funzionato come modelli di costruzione del palinsesto televisivo albanese. Questo tipo di organizzazione [...] non si riferisce soltanto a Top Channel, dove ho lavorato per 20 anni, ma anche a tutti gli altri canali che seguono lo stesso modello: anche Vizion Plus, dove mi trovo adesso, Tv Klan, o altre emittenti che nascono oggi, si riferiscono a quel modello. Questo perché all'interno del nostro Paese non sono stati fatti studi approfonditi sul pubblico tali da permettere di cambiare questa condizione<sup>565</sup>.

Il processo di imitazione dei format e dei programmi italiani ha radici molto profonde che risalgono al periodo comunista: in questa fase, ad esempio, il Festival albanese della musica leggera prende come punto di riferimento il *Festival di Sanremo* italiano. Vediamo alcune testimonianze in merito:

*Sanremo* è stato seguito, metaforicamente parlando, come uno di quei programmi che aspetti come i primi raggi di sole che illuminano la giornata; è così che il pubblico albanese aspettava *Sanremo*, Festival nel quale, negli ultimi [...] anni, hanno partecipato due albanesi e hanno vinto<sup>566</sup>.

Un'altra testimonianza significativa è quella di Dudushi:

l'undicesimo Festival della canzone albanese può essere considerato una copia fedele (del *Festival di Sanremo* *nda*), con riferimenti molto chiari e netti. Le somiglianze si riscontrano nel modo di fare musica [...], nel modo di vestirsi e di acconciare i capelli. Il cantante albanese Francesk Radi era un grande imitatore di Adriano Celentano: se senti le sue canzoni dell'epoca è chiaro il riferimento al cantautore italiano. Tutto questo modernismo, considerato una potenziale minaccia, ha portato alla decisione di interrompere il Festival stesso<sup>567</sup>.

---

<sup>564</sup> A. Basha intervista *cit.*

<sup>565</sup> A. Dudushi intervista *cit.*

<sup>566</sup> Dall'intervista con Dëfrim Methasani del 27 maggio 2021.

<sup>567</sup> A Dudushi intervista *cit.*

La lunga tradizione continua ancora oggi, infatti, secondo Dervishi «se prediamo il Festival della canzone dell'ultimo anno (l'intervistato si riferisce a quello del 2020 *nda*) il modello è quello di *Sanremo*, uno dei prodotti unici della tv pubblica»<sup>568</sup>.

Le idee per la realizzazione dei programmi non provengono soltanto dai canali italiani, ma anche da quelli di altri Paesi come ad esempio «*Refleksion*, rubato in Olanda»<sup>569</sup>, «*Përballë*, che nasce da un mix di diversi programmi appartenenti principalmente al mondo anglosassone, come per esempio *Hard Talk*, o a un mix di diversi personaggi, tra i quali il giornalista Charlie Rose negli USA»<sup>570</sup>.

Dopo la presentazione dei vari format stranieri, ciò che si evince è che gli intervistati, nella maggior parte dei casi, hanno indicato come modelli programmi esclusivamente italiani o prodotti da Endemol. Questi ultimi, in particolare, nella memoria collettiva vengono ricordati come italiani (anche se spesso non lo sono) e tale fraintendimento è dovuto al fatto che il pubblico albanese li ha visti per la prima volta esclusivamente nella loro versione italiana. Solo un esiguo numero di intervistati, invece, ha nominato programmi provenienti da altri Paesi. Questa osservazione fa nascere spontaneamente alcune domande: perché vengono scelti proprio i programmi italiani? Come vengono adattati per il pubblico albanese? Quali sono gli elementi che hanno in comune? Per tentare di rispondere a questi quesiti attraverso le risposte degli intervistati, di seguito saranno elencati alcuni dei motivi principali che hanno condotto alla scelta dei format italiani come modello di base per la costruzione di programmi televisivi nelle emittenti private.

Tutto il percorso che ha accompagnato la nascita delle emittenti private è legato all'offerta televisiva italiana, alla quale il pubblico albanese aveva accesso, in modo legale o illegale. Questo ha comportato una forte fidelizzazione nei confronti dei contenuti proposti dalla televisione italiana, dettando, di fatto, delle "regole" dalle quali le nuove emittenti non hanno voluto discostarsi. Il primo canale a muoversi in questa direzione, come sottolineato in precedenza, è stato Top Channel, ma con la nascita e lo sviluppo di nuove emittenti il fenomeno si è esteso a una pluralità di canali televisivi.

Per i nuovi canali, dunque, è stato più semplice seguire questo schema: riproporre gli stessi programmi (gli stessi contenitori), mantenendo una certa stabilità a livello strutturale, cambiando solo i contenuti (non più elementi italiani, ma albanesi). Un altro dato che emerge riguarda l'aspetto economico: riprendere format già affermati in Italia e già amati dal pubblico albanese «significava

---

<sup>568</sup> «Tutti i format nominati prima e dopo sono stati riprodotti e trasmessi dai canali privati, l'unico format preso dalla televisione pubblica italiana, come cita l'intervistato è *Sanremo*. Come abbiamo visto nel capitolo precedente il Festival lo abbiamo individuato quando abbiamo fatto il campionamento di tutti i programmi televisivi». Dall'intervista con Lutfi Dervishi del 1 luglio 2021.

<sup>569</sup> Dall'intervista con Laert Miraku del 5 luglio 2021.

<sup>570</sup> L. Dervishi, intervista *cit.*

fare un investimento sicuro»<sup>571</sup>. Scegliere questa strada rappresentava la garanzia di un'alta audience e una minimizzazione del rischio in termini economici; inoltre, tali programmi venivano considerati qualitativamente superiori se paragonati a quelli prodotti in Albania negli stessi anni. L'investimento su nuovi programmi originali albanesi poteva risultare rischioso e potenzialmente fallimentare per due ordini di ragioni: in *primis* per la limitata forza economica di canali appena nati e ancora in fase di sviluppo, in secondo luogo per la mancanza di autorità all'interno del panorama televisivo, caratteristica, quest'ultima, raggiungibile solo sul lungo periodo e non certo in fase di costruzione della propria identità. Ancora oggi la televisione albanese non possiede le risorse finanziarie per grandi produzioni come *fiction* o serie tv, per questo motivo produrre programmi in studio risulta molto più facile e meno dispendioso. Inoltre, va sottolineato il peso dell'assenza di alcune figure professionali chiave, spesso “prese in prestito” direttamente dall'Italia, come si dirà meglio in seguito.

C'è stata una forte influenza perché in Albania sono venuti Maurizio Costanzo, Bruno Vespa, Pippo Baudo, personaggi di un certo spessore che hanno condizionato in modo particolare le persone che hanno lavorato con loro, ad esempio Ardit Gjebrea, o persone della sua stessa generazione cresciute ispirandosi alla Rai [...] Tale influenza è indispensabile perché continua ad agire su alcune generazioni in Albania<sup>572</sup>.

Secondo Evi Reçi, nota conduttrice,

abbiamo un grande affetto verso la cultura italiana. Si sa che là il modo di fare televisione è di un altro livello; perciò, ci domandiamo perché non lo possiamo fare anche noi. Ardit è filoitaliano, lo ammette pubblicamente, quello che succede in Italia cerca di riprodurlo anche in Albania<sup>573</sup>.

Le somiglianze tra i due popoli, come evidenziato fino ad ora, sono tante e tutto questo è confermato anche da diversi studi e *report* nei quali «emerge che nella zona mediterranea la tv inglese non ha molto successo con i suoi format e i suoi programmi»<sup>574</sup>: per chi fa televisione, studiare il pubblico e le sue caratteristiche in modo da proporgli un prodotto su misura, in linea con i suoi gusti, è un fattore imprescindibile, capace di decretare successi e fallimenti. In Albania, per esempio,

sono stati proposti altri format stranieri, ma non hanno mai avuto il successo di quelli italiani, anche a causa del loro basso *standard* qualitativo: Qualcuno ha cercato di proporre programmi americani come quelli di Jimmy Fallon, ma siamo molto lontani, non ci avviciniamo proprio<sup>575</sup>.

---

<sup>571</sup> Dall'intervista con Arjola Shehu del 18 maggio 2021.

<sup>572</sup> L. Dervishi, intervista *cit.*

<sup>573</sup> Dall'intervista con Evi Reçi del 18 maggio 2021.

<sup>574</sup> Dall'intervista con Kel Demi del 1 giugno 2021.

<sup>575</sup> E. Reçi, intervista *cit.*

E questo non vale solo per i Paesi geograficamente più distanti: «un programma francese non avrà mai il successo di uno italiano [...] la maggior parte del pubblico albanese si riconosce di più con la cultura italiana che con quella francese»<sup>576</sup>. Secondo Arjon Muço, inoltre, «quasi tutti i format guardano verso l'occidente, e il Paese occidentale più vicino raggiungibile senza satellite è l'Italia»<sup>577</sup>.

### 5.2.2 L'adattamento dei format al contesto culturale albanese

Dopo aver osservato e analizzato il passaggio dal periodo della pirateria a quello dell'imitazione dei programmi italiani da parte di diverse emittenti televisive albanesi, vedremo ora nello specifico come vengono adattati questi format per il pubblico.

Analizzando le risposte degli intervistati, si evince che in molti concordano sul fatto che viene mantenuta soltanto la struttura organizzativa e narrativa dei programmi, ovvero la forma esterna e la scaletta degli argomenti trattati, ma che tali contenitori vengono riempiti con contenuti e materiali tipici albanesi. «Diciamo che si prende il 90% dell'originale, l'unica cosa che cambia sono le storie all'interno che si riferiscono all'Albania»<sup>578</sup>, senza dimenticare, come sottolinea Dudushi, che il «modello che regna in assoluto è quello dei format italiani»<sup>579</sup>. Secondo l'opinione di Melsi Qiriçi, caporedattore di RTSH, i programmi, in una fase iniziale, mantengono una forte somiglianza con l'originale, per poi rimodellarsi nel tempo secondo i gusti del pubblico albanese, creando così una «sorta di mutazione»<sup>580</sup>. È il caso, ad esempio, di *Fiks Fare*: il programma, alla sua prima messa in onda, risultava quasi identico a *Striscia la notizia*, sia nella struttura narrativa che nello stile dello studio; oggi, sebbene la costruzione del programma, a partire dal linguaggio utilizzato fino alle inchieste proposte, rimane fedele alla versione di Antonio Ricci, lo studio televisivo mostra molte differenze. Un altro significativo elemento che emerge è che anche i format di Endemol, viste le somiglianze tra le preferenze del pubblico albanese e quello italiano, seguono lo stesso procedimento di adattamento avvenuto in Italia, come nel caso di *Kutia e Fundit*, versione di *Affari Tuoi* di Tv Klan.

Un altro esempio rilevante in termini di imitazione riguarda il varietà *Portokalli*, una novità assoluta per un pubblico, quello albanese, al quale la televisione non aveva ancora offerto nessun programma di *cabaret*: prima della sua creazione, infatti, le uniche proposte riconducibili a questo genere erano quelle trasmesse da TVSH per i festeggiamenti di fine anno. L'idea dei produttori, che

---

<sup>576</sup> L. Miraku, intervista cit.

<sup>577</sup> Dall'intervista con Arjon Muço del 19 maggio 2021.

<sup>578</sup> E. Reçi, intervista cit.

<sup>579</sup> A. Dudushi intervista cit.

<sup>580</sup> Dall'intervista con Melsi Qiriçi del 27 maggio 2021.

si erano basati sui format italiani, era quella di offrire ogni settimana al pubblico un po' di divertimento, colmando una lacuna nella programmazione e garantendosi così un grande successo in termini di *share*, come effettivamente avvenuto fin dalla prima messa in onda. Come già accennato in precedenza, l'ispirazione per la costruzione di questo *cabaret* è riconducibile ai programmi italiani *Zelig* e *Bulldozer*, dai quali sono stati ripresi alcuni elementi, in particolare

il modo in cui il conduttore si rapporta con gli attori e con gli spettatori, sia in studio che davanti alla tv. Un'attenzione particolare era dedicata all'apertura del *cabaret*, la fase che noi chiamiamo "editoriale", nella quale il conduttore utilizzava un linguaggio satirico per raccontare alcuni degli eventi politici e di attualità più importanti. Per fare questo, abbiamo studiato attentamente tutto il linguaggio utilizzato, a partire dalle parole scelte per fare battute divertenti, in programmi di *cabaret* italiani come *Bucce di banana* o *Crème caramel* di Pippo Franco, osservando attentamente il suo modo di fare comicità sulla politica<sup>581</sup>.

Oltre agli elementi di interazione e di scaletta del programma, anche i comici diventano modelli ai quali ispirarsi: questo aspetto riguarda soprattutto i cabarettisti albanesi più giovani e con poca esperienza, che trovano così nei programmi italiani il materiale sul quale costruire i propri pezzi.

Anche la disposizione e l'esposizione del pubblico, come sottolineano alcuni tra gli intervistati, vengono studiati sui programmi italiani e riproposti in quelli albanesi: se in un primo momento non era stato definito un criterio specifico, se non quello di lasciare in prima fila le persone di bella presenza, adesso anche questa caratteristica ha assunto contorni più definiti, soprattutto quando il *target* di riferimento è quello dei più giovani. Sul fronte dell'estetica, anche i conduttori televisivi ammettono di scegliere lo stesso stile di quelli italiani dichiarando di preferire, inoltre, gli abiti *made in Italy*, universalmente riconosciuti in tutto il mondo come i più eleganti e confortevoli in termini di vestibilità.

Le scelte fatte dai produttori albanesi, secondo i testimoni intervistati, incidono dunque sulla qualità di questi prodotti, e cercano di inserirsi sulla scia di successo ottenuto nel contesto della tv italiana. Alcuni polemizzano o criticano la scelta di ispirarsi costantemente ai format italiani, sottolineando alcune criticità mai risolte, tra le quali la scarsa, se non del tutto assente, professionalità ed etica del giornalismo albanese: «i media del Paese non si ispirano alla professionalità italiana, perché in Italia comunque, nel bene e nel male, c'è uno *standard* professionale»<sup>582</sup>.

Come in molti altri fenomeni di crescita e decadimento esponenziali, anche in tema di format sono emerse alcune critiche relative, in modo particolare, allo scarso apporto culturale di alcuni programmi. Se da un lato alcuni format italiani hanno portato divertimento, novità e ascolti elevati,

---

<sup>581</sup> A. Basha, intervista *cit.*

<sup>582</sup> C. Bollino, intervista *cit.*



come nel caso di *Përputhen (Uomini e donne)* di Top Channel, *talkshow* che nei suoi primi due anni di messa in onda, come sostenuto dagli intervistati, ha ottenuto il più alto *share* nella storia dei programmi televisivi albanesi, dall'altro si è generato un certo allarmismo per il basso valore culturale che simili *show* veicolano. Tanti tra gli intervistati considerano *Përputhen* come un prodotto televisivo non adattato al pubblico albanese: «è brutto e porta degrado», «disgusta anche a una rapida occhiata», «ha battuto ogni record in termini di audience, ma come qualità è zero, anzi meno uno, non arriva neanche allo zero», dichiarano gli intervistati.

L'esportazione di format di questo tipo sta avendo effetti negativi sul pubblico televisivo, gli stessi che a ben vedere, si riscontrano anche in Italia: all'interno di questi programmi la dialettica è superficiale e del tutto priva di contenuto culturale, ma questo non ha impedito la nascita di nuovi *Opinion Leader* molto seguiti dalle generazioni più giovani anche fuori dal piccolo schermo. Il potere che tali personaggi esercitano soprattutto sui *social network* si traduce in un ritorno economico per i programmi che li ospitano, e questo crea di fatto un circolo vizioso dal quale l'elemento culturale è del tutto bandito. Su questo tema risulta meno apocalittico il punto di vista del caporedattore di RTSH che afferma:

[...] il problema della nostra tv è che produce quello che il mercato vuole, e questo non lo fa soltanto il nostro Paese ma tutti i Paesi del mondo [...] questo perché il pubblico si identifica con i concorrenti, li segue sempre senza mai perdere interesse. Personalmente non sono contro questi programmi, ma vado sempre dalla parte della qualità televisiva, perché bisogna educare il pubblico e offrire contenuti di un certo tipo per mantenerlo sui binari della qualità. Oggi ogni produttore vuole generare profitti dal *marketing* e dagli *sponsor* all'interno del suo programma, soprattutto quando è il più seguito, come nel caso di *Përputhen*, però è sempre una scelta che si fa in qualità di produttore: inseguire i *click*, come nel caso di quel programma, o andare verso programmi che trattano di qualità. Esiste sempre un compromesso che ti porta a decidere cosa produrre, e in questo, secondo me, risiede la differenza tra tv pubblica e privata<sup>583</sup>.

Negli anni passati, l'offerta di prodotti italiani come film, telefilm e serie tv era molto più ampia e presente nel piccolo schermo albanese, ma con il passare degli anni questo andamento è cambiato, soprattutto a causa dell'alto costo di questi prodotti, sostituiti in gran parte da *telenovela* turche di bassa qualità che hanno condotto a quella che Bollino definisce «un'involuzione culturale»<sup>584</sup>.

Riassumendo, per la maggior parte degli intervistati l'influenza dei prodotti italiani che venivano trasmessi nei canali televisivi albanesi è diminuita con il passare degli anni, tuttavia, la

---

<sup>583</sup> M. Qiriçi, intervista *cit.*

<sup>584</sup> C. Bollino intervista *cit.*

televisione italiana in generale rimane sempre al primo posto come punto di riferimento e modello al quale ispirarsi, nonostante oggi sia riscontrabile un'incidenza non trascurabile di prodotti provenienti da altri Paesi, come Stati Uniti, Inghilterra e Francia. Gli intervistati, inoltre, concordano sul fatto che i diversi programmi italiani riprodotti dalla maggior parte delle emittenti private albanesi rimangono in assoluto quelli più seguiti e preferiti dal pubblico.

Dopo questa breve analisi dei format italiani presenti nella televisione albanese, le interviste verranno studiate per passare in rassegna l'offerta televisiva analizzandone i macro-temi e gli argomenti preferiti dal pubblico.

### 5.2.3 I macro-temi e le preferenze del pubblico: di cosa parla la televisione albanese

Sul piano dei contenuti, tutti gli esperti interrogati concordano sul collocare al centro dell'interesse del pubblico l'informazione. In particolare, in molti sottolineano una struttura ricorrente, con un minutaggio molto ampio dedicato ai principali fatti politici. Il regista Elton Papuçiu offre su questo argomento una testimonianza emblematica:

[...] come popolo abbiamo una caratteristica particolare: consumiamo tanta politica. [...] il 99.9% dei canali televisivi ha trovato pane per i propri denti: vista l'alta richiesta di argomenti politici, anche i loro contenuti sono costruiti sulla politica, proprio per soddisfare i gusti del pubblico. Nelle nostre emittenti trovi *news* a non finire. Girando da un canale all'altro vedi gli stessi argomenti, dibattiti e cronaca nera, tutti i giorni, o incidenti di diverse entità. Personalmente questa cosa non mi piace. Non so se sia legata soltanto al bisogno di consumare sempre notizie, che abbiamo come popolo, o se esista un modello che tutti i canali seguono [...]<sup>585</sup>.

Altri programmi trasmessi con maggiore frequenza riguardano il *gossip*, la moda, lo sport, la cucina, e i viaggi, ai quali si aggiungono le *telenovelas*. La maggior parte di questi *tv talk* è costruita in studio per contenere i costi, attraverso una formula classica, ovvero molti ospiti che si confrontano per tutta la durata della trasmissione. «Un programma costruito in studio, o un *talk show* che parla di politica, è molto meno costoso se paragonato alla produzione di uno spettacolo o di altre produzioni televisive come film o *telenovelas*»<sup>586</sup>.

Alcuni intervistati criticano fermamente l'offerta televisiva dei canali sottolineando la mancanza di programmi di cultura e specificatamente dedicati ai bambini, fenomeno del quale si è

---

<sup>585</sup> E. Papuçiu intervista *cit.*

<sup>586</sup> K. Demi, intervista *cit.*

già detto nell'analisi dei palinsesti di Tv Klan, Top Channel e TVSH affrontata nel capitolo precedente. L'unico canale che include nella propria offerta questi due generi è RTSH, tuttavia, questa osservazione perde di incisività se si considera che, in base ai sondaggi del 2019, RTSH è tra gli ultimi in termini di preferenze del pubblico.

Non avendo a disposizione tutti i dati necessari a ricostruire per intero i palinsesti dei canali principali, la testimonianza degli intervistati risulta ancora una volta fondamentale. Dalle loro parole, per esempio, emerge un'offerta dal carattere molto commerciale. Questo è dovuto, *in primis*, alla costante ricerca di *click*: i contenuti *web* legati ai programmi generano rendite pubblicitarie *online*, di conseguenza vengono prodotti e trasmessi solo quei programmi capaci di generare un certo traffico in rete. Ciò non vale nel caso di RTSH: in quanto tv pubblica, è soggetta ad obblighi di legge che comprendono un certo tipo di contenuti e un'offerta variegata adatta a diversi gruppi di età.

La costante ricerca di *click* ha mutato profondamente non solo la logica produttiva, ma anche il modo di dialogare nella televisione albanese, soprattutto nel contesto dei dibattiti. Non è inconsueto assistere a scontri dai toni molto accesi che spesso sfociano in veri e propri litigi, in alcuni casi costruiti a tavolino per attirare l'attenzione del pubblico: secondo alcuni dei testimoni, infatti, oggi ad attrarre il pubblico sono gli alterchi e le banalità, e non i contenuti reali dei programmi. Infatti, Arjola Shehu riporta:

Vedo spesso personaggi che non hanno nessun valore da trasmettere al pubblico, ma vengono scelti per i clic. Per me questo è un grande abuso, in modo specifico per le nuove generazioni o gli adolescenti: attraverso il piccolo schermo o i social media questi personaggi hanno un'influenza diretta e molto significativa su di loro<sup>587</sup>.

Nel panorama televisivo albanese, tuttavia, non sono del tutto assenti trasmissioni di qualità, come si evince dalle interviste raccolte. Tra queste, gli *Opinion Leader* hanno ricordato: *Open* di Top Channel, *Opinion* di Tv Klan, *Tempora* di Ora News e *Repolitix* di Report Tv tra i programmi politici; *Fiks Fare* di Top Channel, *Stop* di Tv Klan e *Boom* di Ora News tra i programmi investigativi. Potrebbe stupire trovare tra i programmi di maggiore successo quelli dedicati alla politica, ma in un contesto come quello albanese la politica e lo sport sono effettivamente tra gli argomenti più seguiti dal pubblico maschile, mentre quello femminile predilige l'intrattenimento e la cucina. Gli intervistati concordano nel ritenere anormale un così alto consumo e una così alta richiesta di trasmissioni politiche, pur riconoscendo che è proprio questo l'argomento più dibattuto dai cittadini albanesi, anche a televisore spento, ma il fatto più preoccupante, per alcuni di loro, è che il *prime time* sia

---

<sup>587</sup> A. Shehu, intervista *cit.*

interamente composto da programmi politici, monopolizzando l'offerta di una fascia oraria fondamentale nel palinsesto di qualsiasi televisione.

Secondo Denis Minga, la differenza tra i programmi politici italiani e albanesi risiede proprio nell'orario di messa in onda:

noi li abbiamo tra le 21 e le 23, in Italia oltre le 23. Questo dato racconta tantissimo, anche l'interesse che ha la società nel seguire questi argomenti, ma anche l'impatto che ha sul pubblico, perché in *prime time* c'è una concentrazione maggiore di pubblico. Ripeto, questa è una grande differenza tra i nostri programmi politici e quelli italiani. Questo è un altro indicatore che la società albanese consuma e cerca tantissima politica<sup>588</sup>.

Non mancano, tuttavia, punti di incontro: in *Repolitix*, programma politico condotto da Minga, soprattutto durante il periodo delle elezioni, vengono invitati in studio o chiamati in collegamento per commentare i risultati dei sondaggi molti «ospiti italiani»<sup>589</sup>.

Un altro problema riguardante queste trasmissioni è legato agli argomenti trattati. Dedicare quotidianamente così tanto spazio alla politica significa riproporre più volte gli stessi contenuti, creando un'offerta ripetitiva che può allontanare il pubblico, ma inserire all'interno dei programmi argomenti diversi non è affatto semplice, come riportato da Entela Tasellari di Report Tv:

Qualche giorno fa ho parlato con una mia collega, dicendole che tra pochi giorni verrà celebrata la giornata mondiale dei parchi e della natura. Le ho chiesto di trovarmi uno spazio all'interno del palinsesto da costruire per parlare di parchi e natura, non solo a titolo informativo, ma anche culturale. Lei mi ha risposto che all'interno del palinsesto giornaliero c'erano solo 30 minuti liberi, ma che si erano organizzati con circa 7 ospiti in studio per un dibattito acceso riguardante tematiche diverse e tuttavia preferibili al tema che avevo proposto, perché il mio non avrebbe potuto attirare molta *audience*. Per il mio modo di fare televisione, ci vorrebbero più programmi per bambini, ma anche di cultura, o che comunque trattano tematiche diverse con toni più pacati, liberi da litigi<sup>590</sup>.

Si vuole qui sottolineare che tanti tra gli intervistati hanno criticato con fermezza questo modo di fare televisione ma, come già evidenziato, nel contesto albanese le dinamiche commerciali vincono sulle opinioni e sui gusti degli individui.

Tra i programmi più apprezzati dalla maggior parte degli intervistati e dal pubblico si ritrovano quelli investigativi, considerati un veicolo prezioso e indispensabile per dar voce al malcontento, affrontando problemi reali come disservizi della pubblica amministrazione, casi di corruzione,

---

<sup>588</sup> Dall'intervista con Denis Minga del 29 giugno 2021.

<sup>589</sup> I conduttori intervistati raccontano di aver invitato ospiti italiani per parlare di diverse tematiche specifiche, come ad esempio la politica o il sociale; in alcune occasioni sono stati invitate figure istituzionali come l'Ambasciatore italiano a Tirana o altri rappresentanti politici; altre volte sono stati chiamati in studio attori, cantanti o persone comuni che vivono in Albania per raccontare la loro storia.

<sup>590</sup> Dall'intervista con Entela Tasellari del 20 maggio 2021.

scandali di varia natura che coinvolgono scuole, università, farmacie, ospedali, ecc., spesso documentati attraverso registrazioni audio/video nascoste come avviene nei programmi italiani *Le Iene*, *Striscia la notizia* o *Report*.

Un altro argomento interessante che affiora dall'analisi riguarda il cambiamento dell'offerta televisiva dei canali principali dove, negli ultimi anni, si è fatta più rilevante la presenza di *telenovelas* turche. A causa delle scarse risorse economiche, in passato i canali privati hanno sempre trasmesso prodotti di questo genere, ma le *telenovelas* provenivano principalmente da Venezuela, Brasile e altri Paesi sudamericani, mentre oggi a guidare tale fenomeno è la Turchia. Secondo alcuni tra gli intervistati questo cambio di rotta ha provocato un peggioramento in termini culturali o addirittura una sorta di invasione di matrice orientale; per altri si tratta soltanto di una scelta di natura economica che coinvolge tutto il mercato occidentale, Italia compresa.

Per i più scettici, questo nuovo orientamento televisivo trova origine nella politica: osservando gli stretti rapporti che legano il Primo Ministro albanese Edi Rama e il Presidente della Turchia Erdoğan, e la forte presenza turca nel territorio albanese (scuole, università, ospedali ed esercizi commerciali), il dominio del mercato televisivo potrebbe rappresentare l'ultimo baluardo per trasformare l'Albania in uno stato autoritario sul modello turco, allontanando ulteriormente una possibilità di reale integrazione nell'Unione Europea e più in generale nel mondo occidentale. Su quest'ultima osservazione le opinioni degli intervistati divergono, ma tutti concordano sulla bassa qualità dei prodotti televisivi turchi. Una possibile lettura alternativa di questo mutamento potrebbe essere legata alla minore presenza di *telenovelas*, film e telefilm italiani, trasmessi con grande frequenza fino al 2005: ciò è dovuto al costo molto alto di questi prodotti, ma anche all'impossibilità, come racconta Melsi Qirici, caporedattore di RTSH, di convertire i vecchi film o telefilm nei nuovi formati digitali.

Non tutti i canali privati scelgono di trasmettere *telenovela*: tanti riempiono il palinsesto giornaliero con lunghi *talk show* in cui si dibatte di politica, cronaca nera o *gossip*, disinteressandosi del problema della qualità, e non si tratta di un aspetto di secondaria importanza considerando l'elevato numero di canali disponibili.

Sull'eccessivo numero di canali presenti nella tv albanese, gli esperti sembrano concordare: troppi canali creano un'offerta troppo omogenea, al punto che cambiando canale si percepisce una differenza minima. Agron Llakaj, attore, comico e autore televisivo, afferma:

Tutti questi canali generalmente trasmettono solo *news*, si occupano di informazione, ma se cambi canale vedrai che quasi tutti trasmettono le stesse cose. Tutti aprono nuovi canali con un preciso scopo, che non è offrire l'informazione prima o meglio degli altri. Ogni canale crea *slogan* per dire: "noi siamo i primi a dare la notizia", "la notizia passa prima da

noi” e così via. L’Albania, secondo il mio punto di vista, non può permettersi il lusso di avere un numero così alto di emittenti televisive, considerata anche la sua ridotta popolazione. Mi sembra eccessivo, e credo abbia oltrepassato tutti i confini dell’abusivismo televisivo<sup>591</sup>.

Odetta Dume, giornalista e conduttrice tv, ha aggiunto: «è una cosa assurda a dir la verità, ho sentito che a breve prenderanno vita altri due canali»<sup>592</sup>. Per Arjon Muço, moderatore per Ora News, si tratta invece di

[...] un fenomeno più che normale. In Italia esistono tantissimi canali, se calcoliamo anche quelli regionali. [...] se ci fossero più finanziamenti a disposizione, penso che il numero potrebbe crescere ancora in futuro [...] quindi, non lo vedo come un problema ma come un’opportunità visto che tanti di questi canali si occupano di vendita per le aziende che lo stesso proprietario possiede<sup>593</sup>.

Quanto emerso in questo paragrafo, evidenzia un particolare criterio messo in atto in termini di offerta televisiva con il preciso scopo di creare un determinato tipo di pubblico, aspetto, questo, al centro della teoria dell’*Agenda Setting*. Nel caso albanese, l’offerta si dimostra funzionale al consumo di specifici contenuti, ovvero politica, *talk show*, *gossip*, intrattenimento, *fiction*, informazione, ma si riscontra una carenza di programmi culturali o di matrice pedagogica. Come sostenuto dalla Teoria della coltivazione di Gerbner, l’esposizione del pubblico a una specifica categoria di contenuti si traduce, anche, in una peculiare modalità di interpretazione del reale: i fruitori si riconoscono in ciò che percepiscono come familiare, e in questo senso il mezzo di comunicazione televisivo si trova al centro del processo interpretativo. Nel caso dell’Albania, inoltre, è da sottolineare come nel contesto comunicativo della televisione sia preponderante la presenza di contenuti italiani di varia natura, che hanno contribuito alla formazione culturale dei pubblici albanesi e alla conseguente costruzione di una peculiare chiave interpretativa della società.

In questo contesto, inoltre, si è passati da uno *storytelling* di massa, tipico del periodo comunista, a uno *storytelling* targettizzato<sup>594</sup> finalizzato alla costruzione di pubblici diversificati: un’offerta televisiva più ampia e l’accessibilità a diverse piattaforme multimediali consentono al pubblico una maggiore libertà di scelta rispetto al passato, di conseguenza, riprendendo Gerbner, si può affermare che si passa da un’audience coltivata passivamente a un’audience più attiva nei limiti di ciò che l’offerta televisiva propone.

---

<sup>591</sup> Dall’intervista con Agron Llakaj del 17 maggio 2021.

<sup>592</sup> O. Dume, intervista *cit.*

<sup>593</sup> A. Muço, intervista *cit.*

<sup>594</sup> Cfr. S. Bentivegna, *op. cit.*

## 5.2.4 I rapporti di influenza tra politica, proprietà editoriale e giornalisti

Secondo alcuni tra gli esperti, il numero di canali costituisce un mezzo per mantenere stretti rapporti con la politica, in un mutuo processo di influenze. Su questo tema Laert Miraku, studioso di comunicazione, ha affermato:

chiunque apra un canale televisivo oggi non lo fa per il popolo [...]. Le emittenti vengono aperte soltanto per interessi personali; questo per la proprietà significa proteggere le proprie aziende e i propri investimenti. Se il Governo dovesse intaccarli, il fatto di possedere vari canali diventa un mezzo per proteggersi. Un altro motivo per aprire uno o più canali è questo: se un imprenditore molto potente vuole entrare in un determinato mercato con le proprie aziende, aprire un canale, seppur piccolo, significa al contempo dimostrare la propria ricchezza e creare uno spazio diretto per pubblicizzarsi. [...] anche dietro emittenti piccole come, ad esempio, quelle aperte recentemente – A2 CNN, MCN o Euro News – si “celano” imprenditori di un certo spessore e di grande ricchezza. [...] nel caso di attacchi da parte del governo o del sistema giudiziario possedere dei canali significa avere un modo per difendersi<sup>595</sup>.

Queste considerazioni vengono condivise anche da tanti altri intervistati. Per il caporedattore di Tv Klan, ad esempio,

i canali funzionano come un'azienda commerciale: se funzionano, allora vengono creati sempre nuovi canali [...]. Da qualche analisi pubblicata di recente risulta che solo pochi canali sono autosufficienti e sono sorti dubbi su alcuni canali tv o giornali che vengono utilizzati per soddisfare interessi specifici dell'imprenditore proprietario [...]. Spesso vengono utilizzati come armi per proteggere le loro aziende [...], ma anche per prendere fondi pubblici dallo Stato. Si tratta di una situazione che si verifica spesso nei canali albanesi<sup>596</sup>.

Dalle interviste emerge che i rapporti di interesse che esistono tra proprietari dei media e figure politiche condizionano a priori il lavoro dei giornalisti rendendolo «poco professionale<sup>597</sup> ed etico<sup>598</sup>, confermando ancora una volta la locuzione latina *ubi maior minor cessat*. Pur non volendo generalizzare, gli intervistati sottolineano un'ampia diffusione di questo fenomeno, con implicazioni tutt'altro che trascurabili: «Esistono anche rapporti tra il potere politico e gli imprenditori dei media,

---

<sup>595</sup> L. Miraku, intervista *cit.*

<sup>596</sup> Dall'intervista con Fatos Hakorja del 26 maggio 2021.

<sup>597</sup> Cfr. C. Ireton, J. Posetti, *Gazetaria, 'Lajmet e Rreme & Dezinformimi: manual për Trajnimin dhe Formimin e Gazetarëve*, botuar nga UNESCO, Instituti Shqiptar i Medias, Shqipëri, 2020.

<sup>598</sup> C. J. Bertrand, *Deontologia e mediave*, përktheu në shqip M. Marku, botues Instituti Shqiptar i Medias, Tiranë, 2007.

che si manifestano, ad esempio, attraverso concessioni e gare d'appalto assegnate a un determinato soggetto anziché a un altro»<sup>599</sup>.

Questo complesso sistema di relazioni, come è facile dedurre, ha conseguenze dirette sull'operato dei giornalisti, in particolare di coloro che si occupano di informazione, economia o investigazione: le pressioni esterne, di natura politica, o quelle interne, provenienti dalla proprietà o dalla direzione, conducono a un controllo preventivo sui prodotti editoriali. Non sono esclusi da forme di controllo nemmeno i giornalisti che si occupano di altre tematiche meno delicate, come cultura, temi sociali, sport o *gossip*, ma in questo caso si verificano di frequente forme di autocensura, volte a prevenire eventuali scontri con la proprietà. Gli intervistati non hanno testimoniato riguardo problemi diretti di pressione o di impedimento nello svolgere il loro lavoro, ma in tanti hanno raccontato di episodi che hanno coinvolto i loro colleghi. In realtà, afferma Dervishi, «i giornalisti conoscono i rapporti esistenti tra proprietari e politici, [...] perciò non è necessario che il proprietario avverta il giornalista su cosa scrivere e cosa no, o “da che parte stare”. Indubbiamente c'è una forte influenza<sup>600</sup>».

L'unico che ha raccontato apertamente di aver subito pressioni è stato il giornalista italiano Carlo Bollino, dichiarato persona non gradita dal regime di Berisha:

mi ha portato [...] a una serie di scontri fino all'espulsione. Sono stato ritenuto persona non gradita dall'Albania nel '96, fu lo stesso Berisha a dichiararmi tale. Non concepiva un giornalismo libero da qualunque forma di condizionamento [...] I giornalisti dell'epoca erano giornalisti-partito, tutta gente appartenente al partito, dei veri “mammoth” dal punto di vista dell'informazione<sup>601</sup>.

Tanti giornalisti albanesi, per non rischiare il posto di lavoro, rinunciano ad avere “voce in capitolo” o ad “alzare la voce”, negando così la missione ultima del proprio mestiere.

Alcuni ritengono che tutta questa situazione dipenda principalmente da una mancanza di tutela da parte del sindacato, come sostenuto da Fatos Hakorja:

Il problema non è legato solo alla formazione professionale dei giornalisti, è molto più profondo. Si tratta di problemi legati alla censura, all'autocensura, che riguardano il modo in cui funzionano tutti i media, non solo la televisione. Inoltre, esistono problemi che toccano direttamente i giornalisti e l'organizzazione dei loro diritti [...]. Lo *status* dei giornalisti è del tutto assente o non viene riconosciuto perché spesso non sono messi sotto contratto. [...] Tutti questi problemi sono reali, li conosciamo bene, ma ci conviviamo e in pochissimi “combattono per la causa”. Anche la formazione professionale gioca un ruolo

---

<sup>599</sup>A. Muço, intervista *cit.*

<sup>600</sup>L. Dervishi, intervista *cit.*

<sup>601</sup>C. Bollino, intervista *cit.*



importante: secondo me è preferibile un giornalista non tanto professionale che dice la verità, a uno professionale che invece nasconde la verità<sup>602</sup>.

Le condizioni lavorative senza tutela e stabilità producono forti problematiche economiche soprattutto per quelli che hanno poca esperienza: in molti casi la retribuzione è talmente esigua da costringerli a svolgere un secondo o un terzo lavoro per poter vivere dignitosamente. In situazioni simili la professionalità passa in secondo piano e i giornalisti, in condizione di totale debolezza, diventano ancora più facilmente manovrabili dall'editore o dalla proprietà. Sul fronte opposto, alcuni giornalisti molto capaci scelgono di diventare militanti di un determinato partito e lo manifestano apertamente senza aver paura di essere giudicati, come testimonia Odeta Dume:

Quando un inviato del partito X o Y sta sempre nella sede per trasmettere le notizie dall'interno, in automatico diventa parte di quel determinato partito [...]. Conosco tanti giornalisti che facendo questo lavoro per un lungo periodo vicino ai partiti politici ne sono diventati membri<sup>603</sup>.

Secondo Arjon Muço, che ha vissuto e lavorato in Italia collaborando con Mediaset,

i giornalisti più bravi, quelli più richiesti, hanno proprio un legame diretto con i proprietari. Vuol dire che i guadagni del proprietario si riflettono anche su tutti i programmi e in automatico una mano lava l'altra: in questo modo si "politicizzano" come si politicizza chi possiede il *medium*. Si viene a creare quello che viene definito "rapporto di clientelismo", ed è inevitabile, ma questo fatto è normale: succede anche in Italia, come nel caso di Mediaset, di proprietà di Berlusconi<sup>604</sup>.

In tutti questi casi, non serve alcuna forma di pressione o influenza esterna: tutto quello che il giornalista scrive o commenta è frutto della sua stessa adesione politica. In Albania tutto questo si traduce in un basso livello di veridicità del giornalismo, pensiero sostenuto fortemente da Bollino: «in Albania la credibilità di cui gode la mia categoria è pari a zero. La maggior parte delle notizie raccontate sono bugie, fatti inventati, oppure mezze verità che nulla hanno a che vedere con la missione del vero giornalismo di raccontare i fatti in modo neutro»<sup>605</sup>.

---

<sup>602</sup> F. Hakorja, intervista *cit.*

<sup>603</sup> O. Dume, intervista *cit.*

<sup>604</sup> A. Muço, intervista *cit.*

<sup>605</sup> C. Bollino intervista *cit.*

### 5.2.5 L'impatto dell'Italia sulla formazione giornalistica e sull'offerta televisiva albanese

Il mercato televisivo albanese, in continuo movimento ed espansione, ha creato le condizioni ideali per l'ingresso di investitori stranieri come Francesco Becchetti, che ha dato vita all'emittente italiana Agon Channel con sede a Tirana. Tutti gli intervistati concordano sul fatto che la novità più grande di questo esperimento televisivo sia stata la proposta retributiva, molto al di sopra della media del mercato albanese: «offriva un salario altissimo», «il salario era molto alto», «ha fatto offerte irresistibili alle figure migliori della tv albanese», «ha oltrepassato il limite del salario degli altri canali televisivi», affermano in molti. Anche l'ambiente di lavoro è stato giudicato molto positivamente: per chi aveva lavorato in Italia, Agon Channel offriva un livello di professionalità equivalente a quello italiano, per gli altri tale esperienza ha rappresentato una crescita qualitativa senza precedenti. I giornalisti e i tecnici albanesi che hanno avuto la possibilità di lavorare in Agon Channel sono stati affiancati da professionisti italiani, dai quali dichiarano di aver imparato molto. Tra i volti noti della televisione italiana che hanno collaborato con il canale televisivo di Becchetti gli intervistati hanno ricordato Simona Ventura, Pippo Baudo, Mara Venier, Pupo, Ezio Greggio e Barbara D'Urso.

Le opinioni dei testimoni privilegiati iniziano a differenziarsi quando si affronta l'argomento dell'offerta televisiva. Per la maggior parte di loro, i programmi trasmessi erano costruiti secondo il modello italiano e si presentavano come una novità in grado di suscitare un notevole interesse. Secondo il noto regista Basha,

era un canale aggressivo, aveva un'altissima qualità di produzione. Ha attirato l'attenzione di tutto il pubblico albanese ed è arrivato in un momento in cui si era creato una sorta di conformismo dei canali principali con il governo. In un contesto in cui gli interessi tra proprietari e politica sono sempre molto stretti, Agon Channel si è presentato come un elemento di ribellione, e ha trovato impreparati gli altri concorrenti [...] Becchetti aveva in mente la creazione di un canale basato su 4 pilastri: varietà, investigazione, informazione imparziale e spettacolo. Questa era la base da cui partire per costruire tutto il palinsesto e per raggiungere un grande successo<sup>606</sup>.

Per Fatos Hakorja, caporedattore di Tv Klan, l'offerta di Agon Channel «è stata un mix: c'erano prodotti tipici albanesi ma anche altri particolari che somigliavano a quelli della tv italiana [...]. Nel campo dell'informazione non vedevo una grande differenza, sia riguardo il *focus* della notizia che nel modo di costruire l'informazione»<sup>607</sup>. Per alcuni, infine, l'offerta dei programmi trasmessi non cambiava per niente da quella degli altri canali albanesi; il fatto di invitare ospiti italiani

---

<sup>606</sup> A. Basha intervista *cit.*

<sup>607</sup> F. Hakorja, intervista *cit.*

in studio non rappresentava affatto una novità per il pubblico: i volti di questo canale, sostengono alcuni testimoni, erano gli stessi della televisione albanese in generale.

In tema di impatto sul pubblico le opinioni divergono: 2/3 dei testimoni sostengono che Agon Channel abbia avuto un'influenza molto positiva sul pubblico, essendo una novità assoluta, mentre per il restante 1/3 quest'ultimo avrebbe mantenuto le proprie abitudini di consumo senza farsi condizionare. Secondo Minga «non c'è stato nessun tipo di influenza. Gli albanesi hanno oramai una sorta di stabilità, o meglio i canali presenti da tanti anni sul mercato hanno creato una sorta di stabilità nei telespettatori»<sup>608</sup>. Lo stesso conduttore di Report Tv si è espresso in maniera critica affermando:

personalmente l'ho guardato semplicemente per curiosità. Non ho mai visto un programma dall'inizio alla fine, mi è sembrato che creassero qualcosa di forzato. Anche perché la maggior parte dei programmi che trasmettevano non erano in diretta. Io sono un sostenitore dei programmi *live*, non mi piacciono quelli registrati, e la maggior parte dei loro lo erano. Non ho mai avuto alcun interesse per i programmi che proponeva<sup>609</sup>.

Tra i testimoni che sostengono la debolezza dell'impatto di Agon Channel, attestata, a loro dire, intorno al 2-3%, è opinione comune che la causa di tale fallimento risieda nella breve vita di questo canale, al quale è mancato il tempo per esprimere tutto il proprio potenziale sul lungo periodo: per spezzare le abitudini del consolidato pubblico albanese, e di conseguenza cogliere i frutti del proprio lavoro, non sono sufficienti poco più di due anni.

Un altro aspetto interessante emerso dalle interviste in tema di condizionamento italiano sulla televisione albanese riguarda gli aspetti più tecnici della costruzione dei programmi. In tanti, infatti, ammettono assidue collaborazioni con personale italiano, chiamato a colmare le tante lacune professionali della televisione albanese. Queste collaborazioni hanno riguardato la costruzione dei format di Endemol, ma anche quella di programmi tipici albanesi desiderosi di raggiungere più alti *standard* di qualità.

Quando lavoravo a Top Channel» racconta Melsi Qirici «ho avuto diverse collaborazioni, perché la costruzione dei grandi format imponeva la partecipazione di qualche esperto italiano: si pensava che loro fossero più bravi e di conseguenza il programma sarebbe stato costruito *ad hoc* [...] i *producer* venivano direttamente dall'Italia, soprattutto per format come *Big Brother* [...], noi tutti i trucchi del mestiere li abbiamo imparati da loro. [...] In generale i produttori italiani hanno un'esperienza enorme [...]. Il nostro lavoro si fermava al “dietro le quinte”<sup>610</sup>.

---

<sup>608</sup> D. Minga, intervista *cit.*

<sup>609</sup> *Ibidem.*

<sup>610</sup> M. Qirici, intervista *cit.*

«Il nostro direttore della fotografia è stato per lungo tempo un italiano» ha dichiarato Altin Basha «[...] a Tv Klan c'è uno scenografo italiano che lavora da tanti anni [...] e questo avviene in molti altri programmi»<sup>611</sup>. Anche Fatos Hakorja ha ricordato le frequenti collaborazioni con professionisti italiani:

Collaboriamo tutte le volte che dobbiamo realizzare un nuovo studio o cambiare il modello scenografico. Castellani ha ricostruito lo studio di *Opinion*, poi ha fatto *Dance with me*, *Chi ha incastrato Peter Pan?*, *E djela shqiptare (La domenica albanese nda)*. [...] Una collaborazione molto frequente<sup>612</sup>.

L'analisi delle interviste ha fatto emergere, inoltre, quanto l'affiancamento a professionisti italiani sia stato indispensabile per la formazione dei giornalisti albanesi: in un certo senso, dunque, riprendendo quanto affermato dalla Teoria degli usi e delle gratificazioni, questo aspetto rappresenta il soddisfacimento di un bisogno professionale per una categoria, quella dei giornalisti e di altre figure della televisione albanese, ancora in fase di formazione.

Due dei nostri testimoni, icone del giornalismo sportivo, hanno raccontato dell'importante ruolo che hanno avuto la televisione e i giornali italiani nella loro crescita giornalistica. Il modello italiano, infatti, è stato per molti anni, l'unico mezzo di apprendimento delle tecniche giornalistiche, una vera e propria scuola, come sottolineato da Dëfrim Methasani:

il caporedattore del giornale albanese era italiano, Carlo Bollino. Ci ha insegnato un nuovo stile di scrittura, molto diverso da quello che avevamo sempre utilizzato, e questo ha portato a un'evoluzione nel modo di scrivere gli articoli. Tanti giornalisti famosi sono usciti dalla sua scuola in quegli anni, ed erano preparati, dei veri professionisti del settore. In quella sede ho imparato la frase che ripeteva sempre il famoso commentatore italiano Sandro Ciotti: “Devi tenere sempre presente, per fare un buon giornalismo, le cinque W: Chi, Quando, Dove, Perché, Cosa”, e da quel momento ho cercato di tenerla sempre presente quando scrivevo gli articoli. Partendo da questa premessa, ho poi cercato di riprodurre lo stesso stile nei miei programmi televisivi, iniziando proprio la telecronaca con un *goal*, o con l'azione più importante della partita, e non più con la descrizione della discesa in campo, con i giocatori che entravano e si salutavano prima dell'inizio vero e proprio della competizione. [...] Un altro elemento preso dal giornalismo italiano, e che prima da noi non esisteva, è la presenza, a bordo campo, di un giornalista che ci racconta durante la partita le mosse degli allenatori, la fase di riscaldamento e tutto quello che succede in panchina. Questo ci ha permesso di descrivere anche le emozioni del pre e del dopo partita<sup>613</sup>.

Il calcio italiano è tra i più seguiti tra i campionati europei, come sottolineato da Methasani:

---

<sup>611</sup> A. Basha intervista *cit.*

<sup>612</sup> F. Hakorja, intervista *cit.*

<sup>613</sup> D. Methasani, intervista *cit.*

Il calcio italiano piace molto al pubblico albanese: se fai un sondaggio in giro tutti ti risponderanno che seguono il calcio italiano, io stesso sono un tifoso del calcio italiano (la mia squadra del cuore è il Milan) e tifo per la nazionale italiana. Questo perché il calcio italiano è un calcio elitario, di un Paese che sta vicino a noi e che noi abbiamo sempre seguito attraverso il piccolo schermo. Discutiamo molto di più del calcio italiano che di quello di altri Paesi. Anzi, di più: in passato ogni lunedì pomeriggio c'era un programma esclusivo specifico che parlava di tutto quello che era successo nella serie A nel *weekend* precedente<sup>614</sup>.

Un'altra testimonianza diretta è quella di Glendi Nallbani che ha raccontato:

Tanti anni fa avevo un abbonamento a Sky, ma non lo usavo per guardare partite, quanto per osservare il modo in cui i giornalisti portavano la partita da te: il modo di costruire i programmi, la struttura narrativa e così via. Analizzavo la costruzione sia del prepartita che del dopopartita, con particolare attenzione alla scaletta degli argomenti. La partita non volevo vederla in lingua italiana, volevo solo vedere come fossero realizzati il prima e il dopo. [...] Per noi giornalisti sportivi i canali Sky, insieme a tutta la tv sportiva italiana, sono stati una vera e propria scuola. Ancora oggi le piattaforme sportive come DigitAlb e Tring presenti nel nostro Paese sono molto simili a quelle della tv italiana, dal punto di vista tecnico, dell'immagine costruita in studio, ma anche del loro contenuto interno e della loro organizzazione<sup>615</sup>.

L'ultima testimonianza che riportiamo è quella del giornalista Laert Miraku, che ci ha raccontato della sua esperienza universitaria a Tirana e dei suoi studi in ambito giornalistico. In alcune occasioni, le lezioni erano tenute in lingua italiana da docenti italiani, e in questi particolari casi

si partiva sempre dalla teoria della comunicazione per poi entrare più nello specifico analizzando casi particolari utili a comprendere al meglio l'influenza dei *media* italiani in Albania, anche paragonando il loro diverso funzionamento. Quando i professori italiani ci spiegavano questi esempi specifici, noi studenti potevamo intervenire portando la nostra esperienza, e questo apriva un interessante dialogo<sup>616</sup>.

In conclusione, le testimonianze confermano che la televisione italiana è stata un'importante fonte di apprendimento, come sottolineato da Altin Basha:

il modello italiano è quello a cui ispirarsi e da cui prendere spunto, e non penso che questo fenomeno abbia portato aspetti negativi. Questo ha permesso alla televisione albanese di offrire al proprio pubblico uno *standard* di contenuti televisivi abbastanza alto in termini di qualità, e credo che ciò abbia un valore molto grande per noi<sup>617</sup>.

---

<sup>614</sup> D. Methasani, intervista *cit.*

<sup>615</sup> Dall'intervista con Glendi Nallbani del 2 giugno 2021.

<sup>616</sup> L. Miraku, intervista *cit.*

<sup>617</sup> A. Basha, intervista *cit.*

«La cultura italiana», ha aggiunto Methasani, «oltrepassa ogni immaginazione perché è onnipresente, nei nostri film, nei nostri programmi, e noi cerchiamo sempre di rifarci al modello italiano. È il modello migliore e piace tanto, è variegato»<sup>618</sup>.

A conclusione di questo percorso di presentazione, di racconto e analisi delle interviste, si riporta una testimonianza di Dudushi che appare emblematica: «l'Albania aveva tanti buchi dove la cultura italiana penetrava»<sup>619</sup>. Attraverso queste feritoie, i contenuti della cultura italiana hanno pervaso la televisione albanese, influenzandone lo sviluppo. In un processo che è ancora in divenire, l'influenza italiana continua ad essere molto pervasiva e radicata, e capace di condizionare a vari livelli la costruzione e la trasmissione dei contenuti televisivi.

### **5.3 Analisi delle co-occorrenze presenti nelle interviste e interpretazione semiotica dei risultati**

Il grafico che segue è il risultato di una ricerca quali-quantitativa effettuata sul *corpus* di interviste precedentemente presentate.

L'eterogeneità dei testimoni e del materiale raccolto ha messo in evidenza la necessità di ricorrere a una metodologia capace di fornire un'interpretazione esaustiva dei dati qualitativi emersi dalle interviste: se da un lato, infatti, il primo approccio è stato quello della ricerca delle co-occorrenze, una volta raccolti i dati si è resa subito evidente la necessità di un ulteriore approfondimento per trasformare tali elementi in informazioni esaurienti e significanti.

L'analisi delle co-occorrenze, ovvero la ricerca dei termini e delle frasi significative ripetute con maggiore frequenza nelle risposte raccolte, ha permesso di evidenziare la presenza di alcuni temi ricorrenti<sup>620</sup>: gli intervistati, pur nella loro eterogeneità, hanno descritto con maggiore frequenza quali fossero i temi più trattati dalla televisione albanese, quali fossero le sue caratteristiche principali (dalla linea editoriale alla carenza di contenuto e qualità), e quanto fosse rilevante l'influenza della televisione italiana (a partire dalla struttura dei format, fino ad arrivare alla struttura del palinsesto, alla formazione dei professionisti e al loro stile). La raccolta di questi dati, di per sé già molto complessi, non è stata tuttavia sufficiente a soddisfare la necessità ultima di questo lavoro: offrire una lettura quanto più possibile dettagliata di una televisione, quella albanese, ancora in trasformazione e

---

<sup>618</sup> D. Methasani, intervista *cit.*

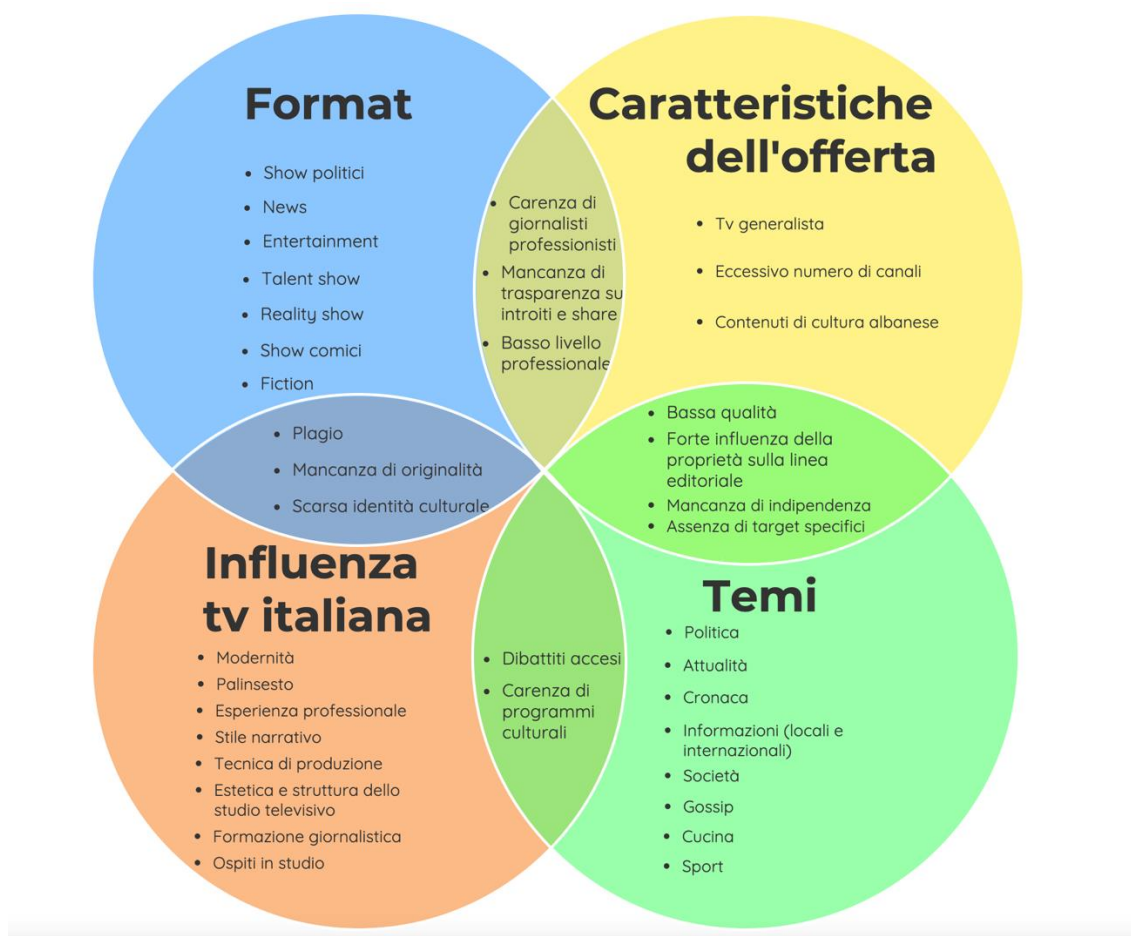
<sup>619</sup> A. Dudushi, intervista *cit.*

<sup>620</sup> Cfr. F. Lucidi, F. Alivernini, A. Pedon, *op. cit.*

legata in maniera viscerale alla cultura e all'offerta televisiva italiana. Per ovviare a questa difficoltà, dunque, si è deciso di elaborare ulteriormente le informazioni raccolte.

I risultati ottenuti dalla ricerca delle co-occorrenze, quindi, sono stati nuovamente elaborati e interpretati in un'ottica qualitativa attraverso un'analisi del contenuto di matrice semiotica: le co-occorrenze sono state riesaminate con il preciso scopo di trovare tematiche e significati, strutture e schemi regolari utili a spiegare e rappresentare quanto detto in precedenza.

Questo secondo livello di analisi ha permesso di configurare un quadro più esaustivo e coerente: attraverso quattro grandi argomenti (risultanti dallo studio delle co-occorrenze) rappresentati in un grafico di Venn, è stato quindi possibile schematizzare i risultati ottenuti, interpretandone il loro significato. Il posizionamento dei vari elementi in una specifica categoria restituisce fedelmente quanto emerso dalle interviste raccolte, ma al contempo mostra (soprattutto nelle intersezioni) alcune forti carenze che gli intervistati, in molti casi, non hanno saputo (o voluto) raccontare apertamente: da qui la necessità di un maggiore approfondimento nello studio dei dati e di un secondo livello di analisi qualitativa, con conseguente interpretazione da parte del ricercatore.



*Immagine 5.1 – Elaborazione delle co-occorrenze presenti nelle interviste agli Opinion Leader*

## Conclusioni

Questo lavoro di ricerca si è posto l'obiettivo di ricostruire, *in primis*, l'offerta televisiva albanese dalla nascita del nuovo *medium* fino ad oggi, per comprendere il conseguente impatto dei format sul pubblico albanese.

Dal campionamento dei dati è emersa una forte componente di influenza italiana: la relazione tra Italia e Albania, non solo di matrice culturale, ha richiesto un lavoro di analisi molto accurato, e ha permesso di porre in evidenza una rete di rapporti che contemplano anche l'ambito politico, economico e sociale.

Dal momento che il *corpus* di analisi pone al centro la televisione e l'esperienza televisiva dei suoi fruitori, il primo passo è stato, necessariamente, un approfondimento del concetto di cultura. L'origine di questa nozione è radicata nel passato: molti sono stati gli studiosi che se sono occupati, primo fra tutti l'antropologo Claude Lévi-Strauss<sup>621</sup>, che ha sostenuto che l'uomo è sempre calato in culture tradizionali, l'una diversa dall'altra, che plasmano il suo modo di conoscere e di interpretare il mondo. Superando la dimensione strettamente cognitiva del termine, studiosi come il sociologo David Riesman<sup>622</sup> hanno posto in evidenza una dimensione più generale dello sviluppo delle società, all'interno della quale il concetto di cultura assume nel tempo una maggiore rilevanza. Da una società modellata sul gruppo familiare, nella quale le relazioni interpersonali sono molto strette e in cui l'uomo è definito come "diretto dalla tradizione" (*tradition directed man*), si è passati, durante il Rinascimento a una maggiore presa di coscienza sostenuta da evoluzioni tecnologiche come la nascita della stampa e del commercio, che hanno reso l'uomo "autodiretto" (*inner directed man*). In questo contesto, la maggiore disponibilità di beni e di capitali consente e favorisce un'apertura sociale connotata da una crescente capacità di scelta e di giudizio. Inoltre, la nascita della stampa rivoluziona il movimento delle idee: il libro diventa prodotto industriale che può essere commerciato, distribuito, ma soprattutto scelto. Un fenomeno, questo, che lentamente spezza il legame in precedenza indissolubile tra religione e cultura, consentendo agli individui di riappropriarsene.

Più recentemente, il passaggio dall'epoca della produzione a quella del consumo, ha fatto emergere l'uomo "eterodiretto" (*other directed man*) o massificato per il quale il consenso del gruppo sociale di appartenenza è fondamentale e il conformismo diviene l'unico modello di comportamento.

L'aumento delle interazioni sociali, parallelamente allo sviluppo tecnologico, dunque, favorisce e alimenta lo sviluppo dei mezzi di comunicazione di massa, rimodellando la formazione

---

<sup>621</sup> Cfr. E. Comba, *op. cit.*; C. Lévi-Strauss, *op. cit.*

<sup>622</sup> D. Riesman, *op. cit.*



culturale degli individui. In questi termini, dunque, il concetto di cultura oltrepassa i confini precedentemente stabiliti, abbracciando e influenzando tutti gli aspetti dell'esistenza umana: questo significa che la cultura contribuisce alle evoluzioni non solo sociali, ma anche di matrice politica ed economica, ibridando e mutando queste dimensioni. Per una corretta comprensione di queste relazioni, di conseguenza, è doveroso studiarle in parallelo, in modo tale da non trascurare elementi importanti e significativi, anche ai fini di questa ricerca.

Nel caso specifico di questa ricerca, il caso albanese ha rappresentato un modello esemplificativo di molte importanti dinamiche politiche e sociali.

Nel periodo di riferimento, ovvero tra l'ascesa del comunismo e la nascita della democrazia, in Albania i mezzi di comunicazione di massa sono passati da una fase di censura estrema a una forma di autocensura, delineando un sistema mediale non solo influenzato ma fortemente controllato dal potere politico. L'opinione pubblica, di conseguenza, non è libera da influenze: queste si manifestano attraverso un'informazione condizionata da legami esistenti tra proprietà editoriale e politica e una scarsa professionalità del giornalismo albanese in genere. In questo scenario, l'Italia ha avuto un ruolo centrale, in quanto emblema di libertà e innovazione che si è tradotto non soltanto in nuove forme di intrattenimento (televisivo e non) per il pubblico, ma anche in un vero e proprio modello sociale. Per comprendere come ciò sia avvenuto, l'approccio adottato è stato di tipo inverso: i fenomeni presi in considerazione sono stati analizzati a partire dalla contemporaneità andando a ritroso fino a risalire alla loro genealogia.

L'aspetto storico, ricostruito non come mero resoconto, ma come punto di partenza e di riferimento dell'evoluzione dei processi culturali in Albania, può essere sintetizzato in macro aree che semplificano e motivano la corposità dei dati raccolti. Agli inizi del Novecento, gli accordi economici stipulati tra Albania e Italia mostrano la stretta relazione che lega i due Paesi con relativi e costanti processi di influenza che esondano la dimensione finanziaria.

Successivamente, il periodo di occupazione fascista rende evidente l'imposizione di carattere politico e propagandistico messa in atto dall'Italia: in questa fase, dunque, i mezzi di comunicazione rappresentano uno strumento di indottrinamento politico che comincia, seppur in fase embrionale, a veicolare anche contenuti culturali. Da un punto di vista sociale e politico, risalire alla radice delle relazioni italo-albanesi è molto complesso. Come indicato nel capitolo 2 par. 2.2, i primi legami politici si riscontrano all'indomani della proclamazione di indipendenza dell'Albania, ma culminano nel periodo compreso tra il 1939 e il 1943, con l'occupazione fascista dell'Albania. In questa fase comincia il processo di italianizzazione vera e propria: il modello politico e sociale di matrice fascista cresce e si sviluppa fino a modificare, anche con l'imposizione, l'identità albanese, trovando,

comunque, una forte resistenza. Anche il tempo libero viene condizionato da questo stesso modello, e ciò avrà, inevitabilmente, dei riflessi culturali a lungo termine, dapprima attraverso stampa, radio e cinema per arrivare, infine, alla televisione, spesso superando i confini dettati dalla censura. L'influenza di matrice fascista, pervasiva non soltanto dal punto di vista politico e sociale, ma anche culturale, ha educato il pubblico albanese attraverso prodotti italiani e in lingua italiana. Questa fase rappresenta, inoltre, il primo punto di accesso al mondo occidentale che avrà ulteriori sviluppi negli anni a venire. I mezzi di comunicazione tradizionali dell'epoca, sfruttati massivamente come canali di propaganda e di indottrinamento dei popoli, da questo momento cominciano a modellarsi per far spazio a una cultura altra, differente, ma di fondamentale importanza: questa evoluzione, che subirà un ulteriore sviluppo durante la fase comunista, rimarca il particolare carattere di autorità che l'Italia ha avuto sull'Albania, fornendo un modello mediatico e di costruzione dell'identità culturale che presenta riverberi percepibili ancora oggi.

Durante il periodo comunista, nonostante la generale chiusura del Paese nei confronti dell'occidente e la quasi esclusiva presenza di prodotti culturali di carattere stalinista, la presenza italiana non è del tutto assente, e riesce a penetrare, anche se in minima parte e con grande difficoltà, tra le maglie della censura<sup>623</sup>. Con la successiva rottura delle relazioni con l'Unione Sovietica, avvenuta nei primi anni Settanta, i cinema delle grandi città albanesi riscoprono la cinematografia italo-francese, aprendo un nuovo spiraglio sul mondo occidentale. Nel corso di questa evoluzione, va sottolineato, l'impronta culturale italiana rimane preponderante su tutte le altre, continuando, seppur lentamente, a formare il pubblico albanese.

L'analisi storica, fin qui riassunta, è stata sostenuta anche da una raccolta dati provenienti dall'INSTAT albanese, utile per due ordini di ragioni. In primo luogo, uno studio sociodemografico relativo al periodo compreso tra la nascita della democrazia (primi anni Novanta) e oggi per osservare e analizzare la natura e la solidità dei rapporti tra Albania e Italia; in seconda battuta, sono stati utilizzati per paragonare l'impatto che l'Italia ha avuto sull'Albania rispetto a quello di altri Paesi. I risultati ottenuti collocano l'Italia in posizione rilevante e dominante rispetto agli altri Paesi considerati: da un punto di vista economico, è evidente quanto la relazione tra Albania e Italia risulti fondamentale. Sono molteplici, infatti, le imprese e i piani commerciali che coinvolgono e legano le due nazioni, rafforzando e rinnovando l'influenza culturale: la crescente richiesta di prodotti italiani e la sempre più frequente delocalizzazione delle piccole imprese ha comportato il potenziamento di

---

<sup>623</sup> Questo dato è desunto dall'intervista al professor Bashkim Gjergji, docente di etica e mass media presso l'Università di Tirana, registrata il 25/05/2021.

un'immagine e di uno stile di vita già molto apprezzato, alimentando un circuito culturale che ha trovato il suo massimo sviluppo nel fertile ambiente mediatico della televisione.

Inoltre, la presenza italiana in questa fase di transizione ha avuto un duplice effetto: da un lato ha sostenuto la ripresa politico-economica del Paese attraverso investimenti, progetti e aiuti umanitari, dall'altro ha rigenerato i flussi culturali immettendo nuovi contenuti, prodotti e strumenti mediali. In quest'ultima fase presa in considerazione e che comprende anche la contemporaneità, è riscontrabile un processo di emulazione di matrice socioculturale: i mass media non soltanto veicolano contenuti italiani, ma tentano di conformarsi al modello italiano anche a livello organizzativo e strutturale.

Un esempio rilevante, in questo senso, è riscontrabile nell'evoluzione della carta stampata. Se in precedenza, come sottolineato da Carlo Bollino<sup>624</sup>, la costruzione della notizia era fortemente condizionata dalla censura e dalla propaganda, con una totale assenza di critica nei confronti del potere politico, da questo momento in poi l'informazione viene del tutto rivoluzionata. Gli elementi tipici del giornalismo italiano modificano le strutture preesistenti, contribuendo a un cambio radicale che lascia spazio a nuovi ambiti, come la cronaca rosa e la cronaca nera, prima del tutto assenti, e a nuovi supporti informativi, come le immagini, non più asservite al potere ma all'informazione stessa. Questi sviluppi hanno comportato, nel tempo, a ristrutturare l'intera forma dei quotidiani, ora suddivisi in specifiche sezioni (politica, economia, cronaca, cultura, sport e tempo libero) e capaci di superare il solo approccio opinionistico in favore dell'approfondimento, dell'analisi e del commento. In conseguenza di questi fenomeni, inoltre, si è resa necessaria la formazione di una nuova generazione di giornalisti, non più individui prestatari all'informazione dalla politica, ma veri e propri professionisti del settore. Sebbene lo standard qualitativo non sia, ancora oggi, all'altezza di quello italiano o ad altri modelli occidentali, questi significativi cambiamenti hanno influenzato non soltanto il giornalismo albanese, ma tutti i canali mediatici, in particolar modo la televisione. Quest'ultima, a partire dalla caduta del comunismo, aumenta notevolmente l'offerta di prodotti di matrice italiana sull'unico canale disponibile (TVSH), ma il vero e proprio processo di italianizzazione si verificherà a partire dalla nascita delle emittenti private che, non avendo a disposizione risorse ed esperienza, trasmetteranno, anche attraverso la pirateria, i canali italiani per la maggior parte della programmazione giornaliera.

A partire dal 2003 la situazione si modifica in maniera sostanziale: il cosiddetto "patto tra *gentleman*"<sup>625</sup> interviene sul processo di trasmissione illegale del segnale italiano e dei prodotti

---

<sup>624</sup> Nell'intervista raccolta il 24 maggio 2021.

<sup>625</sup> Per approfondimenti, cfr. cap. V par. 5.2 di questa ricerca.

mediali ad esso correlati, limitandone fortemente le possibilità, costringendo l'infrastruttura albanese a ripensare i propri processi produttivi. Il palinsesto, in questa fase, deve essere progettato per trasmettere contenuti propri e di produzione locale, ma la mancanza di risorse, competenze e figure professionali induce le emittenti albanesi a guardare, nuovamente e con rinnovata intensità, al "modello italiano". Inoltre, il pubblico, fino a questo momento, aveva formato il proprio gusto sulla televisione italiana, condizionando una scelta che non poteva che apparire obbligata.

La televisione albanese, in questo momento di transizione e di trasformazione, riconosce nel *format* uno strumento utile per comporre il palinsesto, e al contempo un prodotto televisivo capace di limitare notevolmente il grado di rischio economico ad esso connesso: il successo italiano di alcuni *format* viene considerato esportabile tanto quanto i *format* stessi.

Per studiare questo processo, si è proceduto con un campionamento settimanale che ha messo in evidenza la costante presenza di contenuti di matrice italiana nella televisione albanese.

I vari *format* italiani, dunque, diventano contenitori perfetti per la tradizione, i temi e le storie albanesi, riempiendo un palinsesto che da qui in avanti comincia a "parlare" albanese. Questo processo, complesso e ancora in corso, non ha, tuttavia, stabilizzato l'ambito produttivo televisivo in Albania: le risorse finanziarie si presentano limitate o comunque accessibili esclusivamente a un ristretto gruppo di imprenditori che percepisce la televisione come uno strumento di rafforzamento dei propri interessi personali; sul fronte delle competenze, il processo di imitazione dei *format* e della programmazione italiana limita notevolmente la crescita professionale e al contempo la produzione originale, delineando il profilo identitario di un pubblico ancora molto debole e incerto. In questo senso, l'unico esempio positivo, come emerso anche dalle interviste in profondità, è quello di Agon Channel, il canale televisivo italiano con sede a Tirana, nel quale molti aspiranti professionisti albanesi hanno potuto imparare le tecniche giornalistiche e produttive direttamente dai loro equivalenti italiani.

Il concetto di *format*, in quanto contenitore all'interno del quale modellare e veicolare elementi culturali, rappresenta, dunque, una componente di rottura con il passato nonché la sintesi dell'evoluzione mediale in Albania: gli aspetti pedagogici che avevano caratterizzato i mezzi di comunicazione in una prima fase di sviluppo lasciano spazio, in particolar modo in televisione, agli aspetti commerciali basati sull'intrattenimento. La televisione, al centro di questo processo evolutivo, rende i contenuti una moneta di scambio, concentrando i propri sforzi sulla riuscita commerciale più che su quella educativa.

Entrando più nello specifico, come evidenziato nel IV capitolo di questa ricerca, è possibile osservare come il “modello televisivo italiano” abbia influenzato ogni aspetto della vita in Albania, con conseguenze positive e negative.

Gli aspetti favorevoli, se prendiamo in considerazione solo l’ambito televisivo, sono estremamente ridotti: il tentativo di perseguire lo stile e la qualità italiana hanno comportato, soprattutto nel contesto della tv, un parziale sviluppo infrastrutturale che è stato realizzato, in maniera quasi esclusiva, attraverso il ricorso a professionisti del settore temporaneamente “prestati” alla televisione albanese. Il loro ruolo, tuttavia, non è stato tanto quello di insegnare, quanto di esportare modelli già esistenti, solo in minima parte adattati al contesto albanese. Da qui si evince quanto sia preponderante il ricorso a *format* già esistenti; è presente in maniera ridotta un reale impegno in direzione di una produzione autoctona originale, e questo comporta anche un mancato sviluppo dell’identità nazionale, sebbene il sistema mediale albanese, modellato in modo quasi esclusivo su quello italiano, abbia contribuito in modo evidente a un’occidentalizzazione dei modelli sociali e culturali.

Rimanendo in tema di omologazione al modello italiano e facendo riferimento alla costruzione del palinsesto (sia verticale che orizzontale), sono molte le criticità riscontrate, come evidenziato dal *corpus* delle interviste in profondità ai professionisti del settore, presentate nel V capitolo. Gli intervistati, interrogati sul loro ruolo e su alcune delle specificità della televisione albanese, hanno espresso giudizi di carattere tecnico, professionale e in alcuni casi politico, che sono stati selezionati e riorganizzati per macro-temi, al fine di facilitare la comprensione dell’oggetto studiato attraverso dati altrimenti irrimediabili.

In riferimento a questo aspetto, va evidenziato come in Albania non esista un organismo di controllo ufficiale e riconosciuto da tutti come Auditel: questo, come ovvio, rende impossibile registrare l’effettivo gradimento del pubblico nei confronti dell’offerta televisiva e influisce negativamente sulla reale capacità di costruire una programmazione adeguata alla richiesta. Il palinsesto, dunque, viene sviluppato sulla base dello *share* italiano, senza tenere conto, però, delle specifiche criticità della televisione italiana: i programmi di maggiore successo spesso sono di basso profilo, contengono un linguaggio volgare e si fondano sulla banalità più che sulla qualità. Inoltre, riprendendo il concetto di sviluppo infrastrutturale, in Italia, molto più che in Albania, il pubblico si è diversificato, spesso ricorrendo a offerte multimediali disponibili sulle nuove piattaforme di *streaming*.

Nel contesto televisivo albanese, inoltre, un altro importante problema è rappresentato dal rapporto tra numero di canali e reale offerta. Per entrare più nello specifico: la presenza di un alto

numero di canali non è sostenuta da un'adeguata offerta televisiva; questo significa che le ore di trasmissione, molto spesso, vengono riempite ricorrendo alla ripetitività più che all'approfondimento, con un conseguente abbassamento del livello qualitativo. Dal punto di vista tematico, dunque, si evidenzia un maggiore ricorso ad argomentazioni di basso contenuto culturale e a un elevato numero di ospiti in studio, spesso scelti per le loro idee polarizzate, con il preciso intento di creare conflitti e discussioni accese in grado di attirare l'attenzione del pubblico.

La concorrenza, in particolare tra i due principali canali televisivi privati analizzati in questa ricerca, e la mancanza di dati ufficiali rendono molto difficile analizzare la reale situazione finanziaria delle varie emittenti televisive. Spesso i canali sono in deficit, ma le proprietà non si preoccupano di offrire prodotti migliori, quanto di produrre contenuti "cliccabili"<sup>626</sup> per ammortizzare le perdite.

In materia di proprietà, inoltre, un altro aspetto è risultato preponderante: gli imprenditori che scelgono di aprire un canale televisivo non lo fanno, quasi mai, con l'intento di produrre contenuti culturali, informativi o di intrattenimento per il gradimento di un pubblico consapevole, quanto piuttosto per interessi personali e per rafforzare la propria posizione di potere: in questo senso, dunque, i canali televisivi vengono considerati vere e proprie armi mediatiche da usare all'occorrenza, delineando una sorta di strascico con le tecniche di controllo tipiche del periodo comunista.

Una televisione con queste caratteristiche, inserita in un contesto come quello albanese, già carico di conflittualità, non si pone come modello positivo in grado di "costruire" individui più informati e dotati di senso critico, ma come strumento di consolidamento di uno *status quo* che, al contrario, necessiterebbe di una rivoluzione culturale profonda. Tuttavia, c'è un aspetto rilevante da tenere in considerazione: l'influenza italiana, imposta nei primi anni '40 del Novecento, ha aperto uno spiraglio culturale alternativo in un contesto altrimenti costretto dalle maglie del comunismo, diventando, con la nascita della democrazia, un vero e proprio modello didattico al quale ispirarsi, e che ancora oggi ha molto da offrire. La televisione italiana, dunque, si è rivelata un grande *format* per la televisione albanese: un contenitore di competenze dotato di grande potere sociale, capace di modellare l'opinione pubblica e l'identità dei popoli. Una struttura che è contemporaneamente buona e cattiva maestra: buona, in termini generali, in quanto modello sul quale costruire le fondamenta del giornalismo e della televisione; cattiva, in termini più specifici, per la sovrapposizione di problematicità irrisolte e per la mancanza di senso critico nella scelta di contenuti adeguati al contesto di ricezione.

---

<sup>626</sup> Si fa qui riferimento ai contenuti pensati per le piattaforme web, ovvero i cosiddetti contenuti monetizzabili.

## Appendice<sup>627</sup>

### Agron Llakaj – Intervista del 17 maggio

#### **Buongiorno, mi fa una presentazione del suo percorso formativo?**

Sì, con piacere, io sono Agron Llakaj, attore, comico e nello stesso tempo da alcuni anni l'autore di due programmi, il programma comico *Al Pazar* e quello satirico *Fake Off*, che vanno in onda su Vizion Plus. La mia carriera è molto lunga, da almeno 35 anni appaio nel piccolo schermo, partecipando a diversi eventi di comicità... se volessi evidenziare quelli di maggior successo sono: 6 anni come comico nel programma *Telebingo Shqiptare*, che era l'unica produzione di comicità all'epoca; in seguito per 7 anni sono stato al *Portokalli* come conduttore e attore allo stesso tempo... queste sono le mie due produzioni di Vizion Plus; e infine la partecipazione in diversi spettacoli come ospite. Riguardo la formazione professionale, ho finito gli studi presso l'Accademia delle Arti tra il 1987 e il 1991. Sono attore di un movimento amatoriale, seguendo un carattere di osservazione e di lavoro duro su me stesso, perché il talento senza il lavoro non ti porta da nessuna parte: sono alla base dell'attore professionista che sono diventato. Quello che era soltanto un hobby si è trasformato in amore, e questo amore si è trasformato in professione.

#### **In quale momento ha deciso di intraprendere questa strada?**

I miei sogni da bambino sono diversi da quello che sono diventato, sognavo di diventare un pilota. Quando ho lasciato l'esercito ho visto un'altra realtà, ho lavorato per 7 anni nella miniera di carbone della città di Memaliaj; facevo parte del movimento amatoriale della città, visto che avevo enormi capacità di imitare qualsiasi cosa che usciva dall'unico canale nazionale, TVSH, o dalla radio. Questo ha avuto un potere straordinario nel mio percorso professionale, gettando così le basi per il futuro. Piano piano ho iniziato a scrivere da solo i testi delle mie interpretazioni, che mi hanno fatto crescere e maturare come attore. Secondo me, quando un attore è indipendente e scrive da solo i testi delle sue esibizioni è il massimo che si può raggiungere; ovviamente il percorso è molto lungo e pieno di difficoltà. La mia formazione è avvenuta come un fiume che avanza sempre di più e poi si riversa nel mare.

---

<sup>627</sup> Le interviste agli *Opinion Leader* sono riportate in ordine cronologico.

### **Com'è nata l'idea di creare queste sue produzioni? A che scopo?**

Lo scopo fondamentale è che la comicità è una parte importante della vita, e qualsiasi problema rilevante che abbiamo tutti i giorni, nel momento in cui si rappresenta con la comicità, ho la sensazione che si possa superare molto più facilmente: ma c'è anche un altro scopo, perché attraverso la comicità il messaggio che si lancia è molto più grande di quello che può dare un altro individuo in generale. Secondo il mio scopo, attraverso la comicità e il messaggio che porta, i cittadini che non hanno questa possibilità si riconoscono come se fosse la loro voce e il loro viso (questa metafora fa riferimento all'attacco alla politica che gli attori fanno per riportare i problemi del Paese, ma visto che sono sempre battute rischiano meno sanzioni). Se lo volessi descrivere con una frase direi che l'investimento che la comicità deve fare è essere sempre dalla parte del popolo attraverso il meccanismo della risata, per aumentare i diritti dei cittadini.

### **Si può spiegare meglio? In cosa consiste?**

L'uomo è legato alla famiglia. L'individuo è legato alla famiglia e non alla politica; per fare un esempio banale, quando si alza il prezzo del petrolio, le persone non protestano anche se il costo della vita aumenta. Per gli individui è importante conoscere qualcuno di importante come un dirigente o il membro di un determinato partito... Invece il cittadino non fa parte di questo compromesso, perché lui non sceglie il partito prima della famiglia. Oggi le masse non hanno nessuno scopo o modello da seguire, ma vanno avanti alla cieca. La novella *Viti i mbrapshtë* di Kadare è molto interessante, perché racconta l'Albania del '97 come uno Stato senza forma. Il nostro investimento artistico durante tutto il tempo ha lo scopo di formare le masse per trasformarli in cittadini con la testa (che devono ragionare), e farli uscire dalla condizione attuale. L'artista della comicità non deve essere conformista nei confronti del potere politico ma deve essere un ribelle, raccontare quello che i cittadini non possono attraverso la satira e la comicità.

### **Ha mai preso ispirazione per i suoi programmi da quelli italiani?**

Per quanto riguarda lo *show* che conduco, in realtà non ho molti legami con l'arte italiana della comicità. Nonostante l'abbia seguita moltissimo, sono stato più legato a quella greca per colpa della comprensione linguistica, anche se il livello artistico della comicità italiana è molto più elevato, il nostro appartiene più allo stile balcanico. Da sottolineare l'esperienza al *Portokalli*, che è uno show di comicità, il primo del suo genere in Albania, creato secondo il modello italiano di *Zelig Circus*. Ci sono stati altri programmi seguiti come *Colorado Cafè*, *Bulldozer*, *Crème Caramel*, trasmesso su Rai 1 o Rai 2, ma il modello della costruzione del nostro programma è stato *Zelig*. Dritan Hoxha, ex



proprietario di Top Channel, aveva una fortissima cultura italiana, e questo è stato fondamentale nella scelta di produrre *Portokalli*. Noi albanesi siamo i primi che abbiamo promosso un'arte del genere, il che, detto in termini professionali, è stata una gran fortuna (letteralmente: c... fortuna)... e l'Albania ce l'ha fatta, creando questo show, che è alla diciassettesima edizione, mentre *Al Pazar* al nono anno, e poi ci sono altri spettacoli di questa natura, ma questa è una scelta straordinaria.

**Questa scelta è stata fatta per motivi economici o si riferiva alla costruzione in un programma che mancava al pubblico albanese?**

No no, non aveva niente a che fare con l'economia, per il pubblico albanese è stata una grande novità, una novità assoluta. Non posso dire che quanto abbiamo fatto noi sia stato la perfezione, per il motivo che, per la forma e per come si realizza, non ha tutte le tappe per arrivare a quello che io definisco "il pane cotto". Bisogna mettere la farina, l'acqua e il lievito, poi bisogna aspettare che l'impasto sia pronto... noi abbiamo fatto tutto molto velocemente, come lo chiamo io, "Art fast food".

**Quali erano gli elementi presi dal programma italiano?**

Gli unici elementi presi riguardano la forma, se parliamo di contenuto la cultura italiana è diversa per quanto riguarda la comicità e le battute che fanno ridere. Per questo mi sono appoggiato di più al modello greco visto che è molto più simile alla nostra cultura.

**I personaggi di *Zelig* non sono stati presi come modello?**

Molti personaggi creati hanno tratto ispirazione da alcuni modelli visti anche nel programma italiano. Quello che ho creato io non è ispirato da nessun modello italiano.

**E gli altri attori?**

Principalmente i più giovani avevano attori che prendevano a modello, per poi adattare a modo loro i contenuti per il pubblico albanese, costruendo il loro carattere su questa base, ma cambiando i contenuti per evitare il plagio.

**Come si sviluppa il suo lavoro nella quotidianità?**

Il processo di questa professione non ha un orario, è continuo, bisogna capire che per la sua natura devi essere h24 nel processo della creazione, della comunicazione, anche con gli attori a cui cerchi di legarti professionalmente per arrivare a quello che tutti devono avere, la capacità di creare e di scrivere... ma è un processo molto difficile. Per quanto mi riguarda il 70% dei testi li scrivo da

solo, anche se a volte bisogna prendere cosa la vita ti dà; per nostra fortuna noi albanesi produciamo eventi, che bisogna osservare/interpretare dal punto di vista satirico-comico, passando per il processo della creazione per poi esibirli in scena. Io sostengo da sempre che lo spettacolo costruito attraverso la comicità e la satira è la rappresentazione della vera Albania, guardando sempre la realtà in questo modo ci sono sempre eventi comici che si possono creare.

**Questa domanda si riferisce al canale dove lavora, ma anche a tutti gli altri: quali sono i programmi più importanti secondo il suo punto di vista? O anche quelli dove ha lavorato nel passato?**

La domanda è molto ampia e rappresenta un conflitto di interessi...

**In che senso? Non ho capito...**

Perché parlare bene di un programma che non è mio vuol dire che non sto valutando il mio lavoro. Nel mio percorso lavorativo, ho sempre apprezzato chi è passato a destra e a sinistra, ma sui binari dove cammino cerco di essere sempre il primo. Ci sono programmi, come ho anche messo in risalto attraverso la comicità, che vengono trasmessi persino nei canali più seguiti, dove regna prepotentemente lo spettacolo della banalità, fuori contesto, e devo dire che c'è un degrado della società. Mi dispiace per una cosa, il fatto che stiamo costruendo e concepiamo nei giovani una società basata sullo spettacolo e sulla fatica, sul lavoro e lo studio. Tutto questo è veramente molto pericoloso per il futuro, e mi sento di osservarlo dal punto di vista di genitore ma anche di nonno, visto che ho entrambi gli status. Per quanto riguarda lo spettacolo che do, non siamo i migliori, ma al di sopra di noi non ci sono migliori.

**Da tutto questo deriva che i giovani di oggi si basano su questi modelli culturali?**

Sì, si sta costruendo il concetto di modellamento di una società basata sullo spettacolo, in cui una persona anonima partecipando a uno *show* diventa un personaggio pubblico, senza investire in realtà in una vera arte (professione), per esempio *Përputhen (Uomini e donne)* è un degrado totale, un degrado genuino della società albanese. Se una società viene paragonata a una nave che lancia un SOS, la società albanese oggi si deve distanziare da questi tipi di programmi. Esiste anche un'istituzione, AMA, che deve essere protettiva ma che non esercita la sua funzione, e quando esce il Primo Ministro Edi Rama e dice: «guardate *Përputhen*» ... questa è la banalità più grande possibile di questa realtà. Questo è soltanto un mio pensiero personale, forse posso sembrare arcaico o

conservatore, ma in realtà sono molto moderno; mi piace il bello, ma questo programma è brutto e porta degrado.

**Secondo il suo punto di vista, oggi i canali albanesi fanno queste scelte per i clic, per un motivo legato alla parte economica, o per portare programmi nuovi per il pubblico?**

Le novità non c'entrano proprio nulla, assolutamente no. Questo non comporta nessun investimento per la società, assolutamente, bisogna capire che stiamo gettando il famoso postulato che "con il lavoro, sudore e talento si arriva al traguardo, ma non con il sedere".

**Oltre al programma che avete menzionato in precedenza, ci sono altri programmi che secondo il suo punto di vista sono simili o hanno preso elementi dalla televisione italiana?**

In generale, quasi tutti i *talk show*, come per esempio *Opinion* di Klan Tv è stato ripreso dal programma di Bruno Vespa su Rai 1; se prendiamo lo spettacolo *Dua të të bëjë të Lumtur* ci porta al modello di Maria De Filippi *C'è posta per te*; in passato c'è stato anche *Chi vuole essere milionario* dove il modello veniva preso dal programma su Canale 5 di Gerry Scotti, e per mia fortuna sono stato conduttore del programma per 2 anni. L'Italia è stata un modello televisivo fin dai tempi in cui era vietato guardare i canali stranieri, ma venivano visti lo stesso in maniera clandestina. L'Italia è stata come il centro del mondo in questa direzione.

**Ha avuto esperienze lavorative con giornalisti o emittenti italiani?**

No, non ho mai avuto esperienze in Albania. L'unica esperienza è la mia partecipazione al programma di Gerry Scotti su Canale 5 in Italia.

**Mi può parlare di questa esperienza?**

Per prima cosa parliamo dell'ambiente a disposizione come lo studio e i mezzi che possiedono. Per farla breve, l'attore fa una battuta... da noi a Tirana si dice *Itali more vëlla (Italia fratello)*, nel senso che «parliamo dell'Italia» ... quando nomini l'Italia hai detto tutto (si intende alto sviluppo del Paese se paragonato all'Albania), poi Gerry Scotti è un'icona della televisione italiana.

**Quindi, i media italiani oltre al periodo comunista hanno continuato ad avere un'influenza anche di seguito?**

Assolutamente sì, hanno avuto una forte influenza e continuano ad averla anche oggi. È come l'effetto dello specchio: un uomo usa lo specchio per sistemarsi... e noi utilizziamo l'Italia.

**È una metafora molto bella, originale, di Agron Llakaj. Spesso si parla di una forte influenza della politica sui media, cosa ne pensa? Il vostro lavoro è stato mai influenzato da pressioni politiche?**

Per mia fortuna in questa televisione, in cui sono da nove anni, non ho mai avuto nessun tipo di influenza della natura perché, sì o altro – *pensiero lasciato a metà* – però voglio aggiungere una cosa, che lo Stato influenza il mantenimento di una televisione. So che lo Stato ha dato soldi a Top Channel, so che lo Stato ha dato soldi al Tv Klan secondo i suoi interessi perché alla fine lo Stato è stato formato dai rappresentanti dei partiti che una volta preso il potere utilizzano i media per raggiungere scopi personali e facendoli diventare i suoi servi. Nella televisione dove mi trovo attualmente, non ho la responsabilità che ha il Presidente della Repubblica (è una battuta, ndr), ma ho visto che qui non sono mai arrivati soldi del genere, anche se Vizion Plus è un canale nazionale. Che lo Stato dia soldi è un fatto, non un'ipotesi.

**Questo dipende dal fatto che i proprietari dei media sono clienti dei politici? Nel senso che una volta al potere i politici concedono a loro vari vantaggi...**

Lo fanno soltanto là dove hanno interesse, Vizion Plus non ha il potere di Tv Klan e Top Channel, con loro sì, con noi no...

**Questo dipende dal loro potere economico o dal numero degli ascolti che raggiungono?**

Non dipende dalle condizioni economiche o dagli ascolti, hanno avuto sempre un forte appoggio, realmente hanno avuto un appoggio molto forte. In Albania ci sono diversi istituti che misurano gli ascolti come Telemetix e l'Abacus Research, che però, sia uno che l'altro, vengono riconosciuti soltanto da un gruppo ristretto di canali, ovvero quelli che li danno in posizioni alte o favorevoli se messi a paragone con i diretti concorrenti. Ci sono anche altre società che hanno la stessa funzione, ma queste due sono le più attive, le misurazioni vengono fatte in base ai propri interessi, se ti serve di stare al primo posto ti riferiscono dati che ti danno come seguito al 107% (sto scherzando ovviamente). Oggi l'analisi si è spostata sulle piattaforme digitali che si basano sui clic, cosa con la quale io non sono d'accordo. Anche se il mio *show* è molto cliccato non mi piace questo metodo: ci sono categorie della società, per esempio la mia, che non utilizzano molto YouTube o altri social, ma che mi seguono attraverso lo schermo. Inoltre, io ricevo molti feedback in merito a quello che loro pensano del mio programma anche dal contatto diretto con le persone, dai diversi tour che ho fatto in varie città dell'Albania. Una volta siamo stati in Montenegro con un gruppo di amici e ci

conoscevano molto anche là, per non parlare della Macedonia. Rispettando ogni spettacolo di comicità, ma parlando nello specifico del mio, dico sempre che lo scopo finale è quello di raggiungere tutte le famiglie, cosicché nell'arco della trasmissione che dura 95 minuti ognuno riesca a ritrovare qualcosa che lo leghi alla propria vita. Non mi piace la comicità di fantasia o inventata, ma solo quella reale; è questo il prodotto che cerco di portare al pubblico con il mio lavoro, senza pretendere di essere perfetti. Nella guerra della perfezione anche quando moriremo saremo sempre imperfetti (ride).

**Nel 2013 in Albania è stato creato dall'imprenditore italiano Francesco Becchetti un canale italiano che trasmetteva da Tirana, cosa ne pensa? Cosa ha portato alla tv albanese?**

In realtà mi piacciono le cose nuove e belle, non ho mai avuto legami con la politica, sono uno di quelli a cui è arrivata un'offerta da capogiro (sottolinea enfaticamente, a evidenziare che si trattava di un'offerta veramente importante, come poi dimostrerà), e a dire la verità l'ho rifiutata perché trecentomila euro all'anno era un megacompenso. Bisogna capire anche da dove un canale trova i soldi: una televisione ha una cosa, se vogliamo dire le cose come stanno, prendendo per esempio questo canale in cui lavoro adesso, le entrate principali del mio proprietario sono le costruzioni... e sono molto sicuro che dai soldi delle sue costruzioni dipende anche il canale Vizion Plus. Il canale non può stare in piedi soltanto con i soldi ricavati dalla pubblicità e degli sponsor, per l'informazione che viene trasmessa non si sponsorizza nessuno. Per questo motivo interviene lo Stato dando i soldi sia a Tv Klan che a Top Channel; anche il canale dove lavoro è sempre in perdita come loro, ma con una differenza: che loro hanno altre fonti di ricavi, noi no.

**Come spiega questo numero così grande di canali privati?**

Se paragonato con l'Italia, in Albania il numero dei canali privati è molto più grande, nei prossimi 10 anni, se dovessimo continuare con questo ritmo, per ogni 10 famiglie albanesi ci sarà un canale televisivo, non dico una tv ma un canale televisivo. Non so in base a che criteri venga concessa questa libertà di creare nuove emittenti, il problema è: come e perché vengono create? Si può dire che nascano per riciclare il denaro sporco o altre cose... è un tema che non mi riguarda. Ho apprezzato la prima fase di Top Channel per quello che ha portato come nuova forza televisiva, ma quello che è successo dopo non mi riguarda, e non conosco né Becchetti né gli altri, so solo che ha avuto problemi con lo Stato. Mi è dispiaciuto perché al suo interno lavoravano dei miei cari colleghi, ma se devo commentare per la qualità degli studi, erano paragonati a quelli italiani. Non so dire altro.

**Quindi ha cercato di portare il modello della televisione italiana in Albania?**

Assolutamente, portando tanti conduttori italiani, l'Italia è all'avanguardia riguardo al campo televisivo.

**La nascita delle emittenti nuove e il numero così alto di canali privati, hanno portato qualcosa di nuovo al palinsesto televisivo in generale?**

Tutti questi canali generalmente trasmettono solo *news*, si occupano di informazione, ma se cambi canale vedrai che quasi tutti trasmettono le stesse cose. Tutti aprono nuovi canali con un preciso scopo, che non è offrire l'informazione prima o meglio degli altri. Ogni canale crea *slogan* per dire: «noi siamo i primi a dare la notizia», «la notizia passa prima da noi» e così via. L'Albania, secondo il mio punto di vista, non può permettersi il lusso di avere un numero così alto di emittenti televisive, considerata anche la sua ridotta popolazione. Mi sembra eccessivo, e credo abbia oltrepassato tutti i confini dell'abusivismo televisivo.

**Ha qualcosa da aggiungere?**

Mi auguro che la mia intervista abbia contribuito almeno in parte nella sua ricerca.

**Ovviamente tantissimo, la ringrazio infinitamente.**

## **Arjola Shehu – Intervista del 18 maggio**

### **Mi parli del suo percorso formativo e professionale.**

Il percorso di studi ha riguardato l'ambito economico, ma la vita ha portato le sue sorprese, così per caso mi sono trovata in uno spot pubblicitario. Dopo il casting per un ruolo al suo interno sono riuscita a vincerlo, e il caso volle che si stesse aprendo un nuovo canale televisivo allo stesso tempo; comparire sul piccolo schermo è stato sempre parte dei miei desideri, ma ovviamente fino a quel momento non si era realizzato. Durante il casting dello spot pubblicitario mi hanno proposto di fare un'audizione per questa nuova emittente, dove non c'erano tante responsabilità visto che trattava temi per i giovani, era una sorta di scuola di apprendimento. L'audizione era per il canale Mat Tv; la performance è stata molto positiva, e mi ha permesso di iniziare la mia carriera televisiva. Devo sottolineare che in questo processo lavorativo fino ad oggi non ho mai utilizzato le mie lauree, né la triennale né il master in economia.

### **Il desiderio di continuare il percorso televisivo è nato in quel momento o era un sogno da prima?**

Io penso – e credo – che nella vita in realtà attiriamo quelle cose che desideriamo veramente, e nel mio caso è stato così. Ho sempre sognato lo schermo televisivo, il palcoscenico, ho sempre sognato far parte del mondo televisivo. Quando infine questo è successo non è stato un incidente di percorso (in senso positivo) ma è accaduto tutto naturalmente. Alcune cose devono maturare e capitano quando devono capitare.

### **Oggi conduce uno dei programmi d'intrattenimento mattutini in una televisione molto importante, cosa significa per lei? È un punto di arrivo o di partenza per il futuro?**

Non so ancora se sono arrivata dove desidero o meno. Se mi accontentassi del posto attuale significa che avrò pochi stimoli per il futuro... questo può essere una sorta di freno per lo sviluppo futuro professionale. Per il momento ti posso dire che ho oggi un lavoro che mi piace tantissimo e non lo considero un lavoro... secondo me questa è la cosa più interessante, ovvero il fatto che quando fai una cosa con tanto amore e tanta passione non viene più considerato un lavoro, ma fa parte della tua vita e non riesci più vederla senza questo elemento così importante.

### **Allora visto che non è più un lavoro (lei ride tantissimo...) come si sviluppa la sua giornata all'interno di Ora News?**

Guarda, in base a quanto mi dicono i miei ospiti durante la trasmissione Ora News, le rispondo che radiotelevisione Ora è diventato un canale generalista. Tra altro sono molto contenta che procediamo verso questa direzione poiché non ho mai fatto parte di un'emittente che trasmette soltanto informazione, ed è sempre stato un mio desiderio puntare questo focus verso l'intrattenimento, con l'obiettivo di accrescere sempre il livello del programma. Questo vuol dire, in altri termini, che il programma che realizziamo a Ora che include temi diversi come politica, società, cultura e attualità, ma senza mai abbandonare l'intrattenimento e il divertimento che è sempre la parte preferita del pubblico.

**Quest'impronta generalista del programma è la sua parte preferita di questo lavoro?**

No no, la mia parte preferita non direi. Ripensando a tutte le partecipazioni che ho fatto fino ad oggi, voglio evidenziare che la parte di condurre diversi spettacoli dall'inizio alla fine – che mi ha dato molte più responsabilità per tutta la loro durata – mi ha dato molte più emozioni che la trasmissione delle puntate televisive. Anche questa parte produce le sue emozioni, ma quando esci e guardi negli occhi centinaia, migliaia di persone davanti a te – come è successo al Palazzo dei Congressi durante il festival della *Kënga magjike (Canzone Magica)* o nel festival del *Klip* in paesi diversi nei Balcani come Ulqin e Tirana o in altre conduzioni importanti – la responsabilità e le emozioni sono state maggiori.

**Quindi “Canzone Magica” è stata la trasmissione più importante e il punto più alto della sua carriera finora?**

Absolutamente sì, ma anche *Klip*, che conduco ormai da tre anni consecutivi. Direi che non è facile perché prima i conduttori venivano cambiati ogni anno, e questa è una grande fiducia che i produttori mi hanno dato... ma credo che tutta la passione che metto mentre lavoro abbia fatto emergere anche la mia devozione, la mia responsabilità e la mia professionalità che sono sempre al massimo.

**Oltre ai programmi appena nominati, quali sono gli altri programmi che ha presentato?**

Ho iniziato la mia carriera con notizie di un minuto di *showbiz*, ma per me era molto poco. Avevo molta fiducia in me stessa e credevo di avere un potenziale maggiore che fare solo *showbiz*. Lavorando estremamente tanto e non lamentando mai delle parti assegnatemi sono arrivata un giorno a fare una trasmissione radiofonica che durava tre ore ogni mattina e che era sempre generalista nei temi trattati, e dopo questa esperienza mi è stata concessa la fiducia dai dirigenti di intervistare figure



di spessore in termini di successo e importanza in Albania. Mi viene in mente il Ministro della Difesa Mimi Nikodheli, artisti molto conosciuti come Dafina Zeqiri, che ci ha dato un'intervista esclusiva, poi ancora altre personalità dei media come Rudina Xhunga – che non rilasciava interviste all'epoca –, Sokol Balla, e altri ancora. Alla fine, quel programma ha avuto come ospite il Primo Ministro Edi Rama: è stata un'esperienza bellissima in seguito alla quale da un lato ho ricevuto tantissimi complimenti, ma dall'altro sono stata molto autocritica perché le emozioni hanno preso il sopravvento di fronte a una tale personalità.

**Principalmente che argomenti trattava in queste interviste? Si parlava di politica o della società in generale?**

Quando conducevo quella trasmissione avevo solo 24 anni, con all'epoca 3 o 4 anni di esperienza; non potevo assumermi la responsabilità di trattare argomenti di politica, una ventiquattrenne all'inizio sarebbe stata giudicata inesperta, e poi non mi entusiasma molto l'ambito politico. Gli argomenti trattati nelle interviste si riferivano alla sfera privata di questi personaggi come il loro *lifestyle*, improntati molto sull'intimo per riuscire a conoscere la loro parte nascosta. A partire da questa premessa i personaggi si sentivano molto liberi di raccontare qualcosa di mai detto prima... Infatti, mi veniva da ridere quando mi dicevano «Come hai fatto a farmi parlare di questa cosa? Non ho mai rivelato in altre interviste questo particolare».

**Nelle sue interviste emergeva il lato segreto di questi personaggi: in altre parole?**

Ero molto brava a scoprire questo lato dell'intervistato, ero sempre molto delicata nei modi ma riuscivo sempre a raccontare qualcosa di diverso, che non avevano mai confessato prima. Non so neanche io come facessi, me ne rendevo conto soltanto quando mi chiedevano come avessi fatto a far loro tirare fuori questa o quella storia. Dopo questa esperienza mi è arrivata un'offerta da Tv Klan, la più grande nel Paese anche in termini di ascolti, dove presentavo un programma giornaliero di cucina. È stata un'esperienza che mi ha dato molta popolarità, la libertà di stare davanti alle telecamere ogni giorno, ma era un format (visto il mio *background* di cui ti ho appena parlato) che non si è adattato molto bene alla mia personalità: per questo ho deciso di ritirarmi da questo progetto.

**Qual era il target di questo format?**

In realtà si dedicava a tutti quelli che stavano a casa all'ora di pranzo, ma prevalentemente sul genere femminile visto il tema che trattava, anzi, ancora oggi ricevo tanti complimenti per il programma, anche se sono passati un bel po' di anni.

**Di solito all'interno del programma che piatti si cucinavano? Tipici albanesi o anche da altri Paesi?**

La cosa più importante è che non cucinavo io (e ride...), non era un format come tutti gli altri programmi di cucina, ma un po' diverso: a cucinare non era uno chef allo scopo di insegnare al pubblico, ma gli ospiti erano personaggi famosi o noti alla televisione come politici e giornalisti, con lo scopo di spogliarsi del ruolo quotidiano e di vestirsi con quello del cuoco. Questa scelta è stata fatta per far diventare questi personaggi famosi persone normali come tutti gli altri, spogliandoli dal loro ruolo pubblico perché in cucina siamo tutti uguali, diventando tutt'uno con il pubblico. Il mio ruolo era da conduttrice, era solo di dirigere e chiacchierare (ride...).

**Secondo lei quali sono i programmi più importanti della rete dove lavora adesso, ovvero Ora News?**

Importanti in che senso?

**Quelli più seguiti e con un impatto maggiore sul pubblico albanese.**

Gli albanesi sono un popolo molto interessante, sono molto attratti dalla politica e dallo sport; questi sono secondo me i due principali temi di cui vogliono parlare, non ti so dire nello specifico di un programma perché tutti sono di alta qualità. Per esempio, all'interno della nostra emittente abbiamo figure di spicco della televisione albanese come Sonila Meco, la quale ha una storia molto lunga alle spalle nella televisione albanese ed è una fortuna che faccia parte del nostro *team*, ma ci sono anche io (ride...).

**Questi argomenti preferiti dal pubblico albanese si rivedono anche negli altri canali televisivi?**

Mi dispiace tanto... e lo voglio sottolineare come elemento fondamentale... che qualche volta non ci siano filtri quando si conducono programmi o nella scelta degli ospiti in studio, e spesso sono scelte fatte soltanto per attirare l'audience; si abusa con la qualità delle persone scelte in televisione e i messaggi che questi ultimi trasmettono spesso non tramandano nessun valore.

**Mi può fare un esempio?**

Si abusa nel senso che vedo spesso personaggi che non hanno nessun valore da trasmettere al pubblico, ma vengono scelti per i clic. Per me questo è un grande abuso, in modo specifico per le

nuove generazioni o gli adolescenti: attraverso il piccolo schermo o i social media questi personaggi hanno un'influenza diretta e molto significativa su di loro.

**Solo per prendere più clic o ci sono anche altri fattori?**

Per i clic, ma anche per attirare l'attenzione su di loro. Non sempre i clic si traducono in termini di denaro o guadagno, ma si fa per essere al centro dell'attenzione.

**Questo fenomeno è dovuto a qualche programma trasmesso negli ultimi anni in particolare?**

Penso che da circa 10 anni stiamo affrontando un fenomeno del genere, e per questo mi dispiace. Nei miei programmi cerco di essere riservata e di non coinvolgere questi personaggi.

**Quindi vede un cambiamento negli ultimi dieci anni della televisione albanese?**

Sì, dal mio punto di vista abbiamo a che fare con un abbassamento della qualità.

**È dovuto anche al grande numero dei nuovi canali privati che sono aumentati negli ultimi anni?**

Non penso, è dovuto alla selezione e ai filtri di cui ti parlavo prima. Il piccolo schermo oramai si vede come una fonte di guadagno e non con uno scopo didattico per il pubblico. Nel momento in cui un elemento così importante come la televisione è visto soltanto come azienda commerciale, questo fa sì che gli altri guadagnino con quel tipo di programma; di conseguenza facciamo anche noi la stessa cosa. Abbiamo a che fare con un compromesso che i dirigenti fanno su cosa produrre e trasmettere.

**Il pubblico albanese preferisce i programmi albanesi o quelli stranieri?**

Personalmente non guardo mai altri canali (ride...), in realtà non guardo neanche i miei programmi perché mi basta quello che faccio mentre lavoro; mi piace ascoltare, ovviamente, e prima di fare televisione sono stata una grande inseguitrice di tutto quello che succedeva, sia dal punto di vista politico ma anche per quanto riguarda l'intrattenimento. Da quando sono diventata parte della vita televisiva le dinamiche delle mie giornate sono cambiate, seguendo altri programmi molto di meno rispetto a prima. Mi piace la televisione italiana: in passato veniva molto seguita anche in Albania, ma oggi secondo me questo impatto non è più così forte come nel passato, vista l'offerta dei canali albanesi.

### **Ci sono format televisivi albanesi che sono simili o adattati da quelli italiani?**

Qui si copia tutto, da cima a fondo, cambiano solo il nome. Sono informata sulle questioni legate al diritto d'autore, ma ci sono diversi programmi.

### **Mi può fare un esempio?**

*Dua të të bëjë të lumtur* è simile a *C'è posta per te*, ma anche *Ka një mesazh për ty* di Gjebrea, sono programmi che il pubblico già conosceva prima. Un altro format è *Përputhen*, simile a *Uomini e donne* di Maria De Filippi. Tutti i programmi del pomeriggio sono un tentativo di riprodurre quello di Barbara D'Urso, ovviamente non sono di un livello così alto perché non riescono ad avere il successo che lei produce... invece i nostri sono più "tranquilli" in un certo senso, ma prendono spunto sempre da lei.

### **La riproduzione di questi programmi è fatta solo per il pubblico albanese o anche per gli italiani che vivono in Albania?**

Non penso che sia una cosa legata al pubblico, ma riguarda il solo formato televisivo. Se questo in Italia ha avuto successo e grande popolarità, allora deve essere integrato anche in Albania. Molto spesso il pubblico albanese risulta lo stesso di quello italiano, è identico, perché vedono che i programmi in Italia hanno raccolto un grande successo; se lo stesso avviene anche da noi, si vede che la vicinanza tra i due Paesi si riflette anche su questo aspetto.

### **Cioè, questi format vengono adattati per il pubblico albanese e vengono costruiti con contenuti albanesi?**

Sì, parlano esclusivamente della realtà albanese.

### **Il numero di questi format negli ultimi anni che tendenza ha avuto? È cresciuto o diminuito?**

Penso che si sia consumato così tanto lo schermo televisivo che non è rimasto più niente da copiare (ride...). Questo vale anche per il palinsesto italiano: ultimamente non ho visto programmi nuovi, sono sempre gli stessi, ripetizioni di edizioni precedenti. Come dicevo, ultimamente mi sono staccata dalla tv italiana, ma non vedo programmi nuovi (ride).

**Vista la sua carriera, ha avuto esperienze lavorative con qualche media o altri professionisti del campo di nazionalità italiana?**

Ho avuto contatti ed esperienze con giornalisti che lavorano in Italia.

**Albanesi che lavorano in Italia o italiani?**

Non italiani, ho collaborato con loro per diversi progetti tramite l'ambasciata italiana a Tirana, abbiamo sviluppato un progetto in comune molto bello che porterò avanti anche nel futuro.

**Posso sapere di cosa si tratta?**

Con l'Ambasciata ho realizzato un progetto che si chiamava *La settimana della cucina italiana*, che è stato un prolungamento del programma di cucina *Kush vjen për drekë?* (*Chi viene a pranzo?*). Non appena ho concluso la mia collaborazione con questo programma subito mi è arrivata l'offerta dall'Ambasciata. Gli organizzatori mi hanno invitata in Italia per presentare una fiera dedicata al cibo nella città di Fermo, ovviamente in lingua italiana... ho presentato una parte della sagra e condiviso diverse interviste con i giornalisti presenti. Sono stata a visitare gli studi della Rai a Milano ed è stata un'esperienza bellissima che custodisco preziosamente, ma non come un traguardo per il futuro. Forse è un obiettivo che per qualcuno può risultare esagerato, ma credo che non ci siano limiti quando si lavora duramente.

**Allora le auguro di arrivare un giorno a condurre Sanremo.**

Me lo auguro! (ride) Adesso non è più un tabù, Alketa Vejsiu ha diretto *Sanremo* con merito visto la sua bravura come presentatrice.

**Dal 2013 al 2015 nasce un canale televisivo italiano a Tirana, ovvero Agon Channel. Che idea vi siete fatti di questa novità?**

Ho sentito che gli stipendi sono stati da capogiro, e mi dispiace che sia stato chiuso (ride), perché nella vita non si può mai sapere e potevo lavorare per loro un giorno... ovviamente scherzo (ride). In realtà condivido il programma mattutino con un ragazzo che ha lavorato durante quel periodo in Agon Channel, il quale parla un italiano perfetto, ha vissuto questa esperienza e mi ha parlato estremamente bene del periodo in cui ha lavorato all'interno dell'emittente. Infatti, è stata una bella esperienza anche per noi albanesi, per catapultarsi nella televisione italiana, ma le cose sono andate come sono andate e oggi non abbiamo più questa possibilità di guadagnare trecentomila euro all'anno.

**In tutti questi anni c'è stata una forte influenza italiana nell'ambito politico, economico e sociale. Pensa che questa influenza si sia estesa anche nell'ambito comunicativo? Ovvero nello sviluppo della televisione albanese e dei suoi programmi... o sono fenomeni diversi?**

Assolutamente sì, io credo che l'influenza italiana sia stata molto presente dal periodo della nascita dei media privati. Se vediamo anche oggi la televisione nazionale è rimasta la stessa in tanti anni, non in termini negativi, ma con uno stile molto tradizionale, mentre con la nascita dei canali privati sono stati tutti influenzati e soltanto dai canali italiani. Noi come bambini di quella generazione siamo cresciuti con i media italiani, abbiamo imparato la lingua attraverso di loro, ma rappresentava anche un modo d'intrattenimento e di divertimento che attirava molto il pubblico albanese, perché era una corrente nuova che portava con sé modernità in quell'Albania al tempo così arretrata.

**Prima la presenza di film o telefilm in italiano era maggiore, oggi vediamo più produzioni in lingua turca o altro. Secondo lei perché questa scelta? Perché è diminuito il numero dei contenuti italiani?**

L'impatto dei contenuti italiani è diminuito perché il mondo si è allargato (si riferisce alla globalizzazione): in altre parole vuol dire che all'inizio degli anni '90 l'unica opzione per noi sono stati i canali italiani, nel 2021 l'opzione di tutti è il mondo, ovvero noi abbiamo imparato tanto dai media della Gran Bretagna che sono una scuola a parte, abbiamo imparato tanto dagli USA e con il passare degli anni è diminuita l'influenza dell'Italia sull'Albania. In questa fase se chiedi alle generazioni del 2000 loro non parlano molto bene l'italiano... a me questa cosa sembra strana e mi ha colpito tanto guardando in primis la mia storia, ma oggi loro parlano un inglese molto fluente. Diciamo che l'impatto oggi è diminuito se paragonato con il passato.

**Dalle sue parole emerge che non ha più la stessa forza di prima, ma è ancora presente o no?**

È presente ma volevo aggiungere che non è più presente come prima, questa è la mia sensazione, anche se i format sono fantastici bisogna aggiungere questo dettaglio. Tutti noi della generazione degli anni '90 abbiamo avuto come sogno la partecipazione nella tv italiana, vista la qualità. Anche da noi gli investimenti sono alti, mi riferisco alle costruzioni di studi e scene che sono molto simili – a livello di qualità – a quelli italiani. Oggi l'Albania ha fatto passi da gigante riguardo gli investimenti per creare studi e programmi sempre più moderni per il pubblico albanese, prendendo sempre spunto dall'Italia (ride).

**Si parla spesso di un'influenza della politica nei media, un rapporto che non esiste magari tra il singolo giornalista e il politico, ma tra il politico e il proprietario dell'emittente. Nella creazione della linea editoriale, in poche parole. Cosa ne pensa?**

Non so cosa dirti riguardo la questione, nel programma mattutino che conduco forse negli ultimi anni ho integrato un po' la politica, nella mia vita e nella mia professione, con quanto ho sentito e ho parlato con altre persone... non so dirti se la linea editoriale sia stata influenzata da questo rapporto. Ho sentito che le emittenti in generale subiscono una sorta di influenza dalla politica, ma non sono in grado di darti una risposta esatta perché non sono esperta del campo. Non conducendo un programma che tratta esclusivamente temi che riguardano la politica non posso dirti se sia così o meno.

**Nel suo programma ha avuto ospiti italiani?**

Sì, certo, ho avuto ospiti che ho intervistato che mi hanno parlato dell'Italia. Provo un grande amore per l'Italia anche grazie all'impatto che ho avuto dalla tv italiana.

**Ha qualcosa da aggiungere?**

Sì, una cosa, che è stato un grande piacere (ride)

## **Evi Reçi – intervista 18 maggio**

### **Mi parli del suo percorso formativo e professionale.**

Vorrei partire da un po' prima: sono nata a Durazzo e cresciuta ad Atene dove ho terminato tutti gli studi in musica, poi a diciotto anni mi sono trasferita a Firenze. Mi sono iscritta all'Università degli Studi di Firenze in Comunicazione, Media e Giornalismo.

### **Come mai questa scelta di lasciare la Grecia per proseguire gli studi in Italia?**

Ho superato il primo esame riuscendo ad accedere alle due facoltà migliori, ma non volevo più vivere in Grecia dopo sedici anni, e stavo valutando di trasferirmi altrove tra l'Inghilterra, la Francia e l'Italia. Visto che i miei genitori vivevano in Grecia per una questione di distanza la mia scelta è caduta sull'Italia, ovvero nell'unico Paese di cui non parlavo la lingua; l'ho imparata in tarda età perché in Grecia non si parla italiano, è stato facile visto che parlavo molto bene il francese. All'inizio sono andata come turista per visitare la città, mi è piaciuta e alla fine ho deciso di studiare a Firenze senza parlare molto bene la lingua. Quando ho iniziato gli studi mi sono trovata molto in difficoltà per colpa della lingua ma anche del sistema universitario: in Grecia mi ero abituata a fare solo esami scritti, in Italia invece gli esami orali erano molto più complicati da sostenere. È stato un momento molto difficile, tra la lingua parlata nel quotidiano e quella necessaria a superare gli esami la differenza era notevole. All'interno dei corsi avevo tante materie di scienze politiche e del sistema politico italiano che non conoscevo in precedenza. Prima di finire gli studi all'università, ho iniziato a collaborare con i giornali universitari, il primo fu il neonato comicità.it dove ho aperto una rubrica che parlava di musica. Catturavo ogni evento, sia italiano che straniero, andando in giro in cerca di profili da intervistare, non solo di musica ma anche di altri rami come la pittura.

### **Questa passione nasce nel momento della scelta degli studi universitari o prima?**

Mi piaceva molto scrivere, per questo la decisione è stata presa molto prima degli studi universitari. Avevo sempre voti molto alti, mi piaceva molto la radio e, cosa più importante, era un lavoro che non mi avrebbe mai allontanata dalla musica, perché probabilmente con qualche altra professione avrei dovuto lasciarla. In questo modo ho messo insieme le mie passioni. Quando ho iniziato la mia esperienza come scrittrice in questo giornale, scrivendo su temi principalmente musicali e diverse tematiche sociali, intervistavo gli stranieri in giro per Firenze.

### **Era un lavoro part-time o full-time?**



All'inizio mi hanno assunta come tirocinante per i crediti che mi servivano per passare gli esami, occupandomi di tutto e scrivendo quasi ogni giorno. Parallelamente al giornale nasce "Radio L" con un'iniziativa che partiva dal Comune di Firenze, dove ho fatto il concorso e sono riuscita ad entrare sempre senza stipendio. Durante la fase dell'esame ho dovuto leggere alcune notizie per sentire il timbro di voce e l'eloquenza, ottenendo già da subito un esito positivo. La prima emissione presso cui ho lavorato è stata *World Music* intervistando solo stranieri, chiedendo loro che tipo di musica ascoltassero, andando sempre in giro per l'università o per le strade della città per reperirli, imparando sempre di più riguardo l'ambito musicale. La tesi della triennale è stata *Il rapporto dei media con la musica*, tenendo conto che ero conosciuta in Albania come artista da 6-7 anni, o meglio come cantante, e ho voluto includere questo aspetto anche nella mia tesi di laurea, studiando l'impossibile sulla musica albanese. Ho dovuto studiare anche i rapporti tra i due Paesi per dare una lettura completa, soprattutto sul fenomeno di immigrazione albanese. Da questa ricerca ho notato che la musica italiana e quella albanese hanno molti elementi in comune soprattutto nel jazz, che con l'arrivo della dittatura non si poteva più sentire, come la famosissima cantante Tefta Tashko che con le sue canzoni trasmetteva tanto modernismo... che era pericoloso per il potere comunista.

### **Oggi cosa abbiamo in comune con la musica italiana?**

Dal punto di vista musicale la pura musica albanese non esiste più, adesso prendiamo un po' da diversi paesi, dipende sempre dal *trend* del momento... prendiamo un po' dall'Italia, Grecia, Inghilterra e Stati Uniti... in questo modo si forma la musica che oggi troviamo in Albania, dopo Vajë Zela la musica albanese è stata contaminata. Diversamente la musica italiana ha conservato la sua identità con diversi cantanti che i più giovani non apprezzano per niente, per quanto ho avuto modo di constatare: quando parlavi di Paura Pausini, di Gigi D'Alessio, come esempi, ci guardavano male, se si può dire, per sottolineare che non piacevano... si preferiva Franco Battiato o Fabrizio De André. Dopo la triennale ho iniziato un master, sempre in comunicazione, in una scuola privata per approfondire ancora di più il mio percorso di studi. Nel frattempo, mi contatta un agente che mi chiede un'intervista per Radio Fiesole, una radio storica nella città di Firenze da dove sono usciti Carlo Conti, Leonardo Pieraccioni e altri personaggi famosi nel mondo dello spettacolo. Quando ho finito l'intervista, dove ho parlato della mia carriera artistica, mi ha chiamato il direttore della radio proponendomi di lavorare con loro; mi ha detto inoltre che il timbro della voce uscita dalla radio era perfetto. Così nasce un'altra esperienza radiofonica con l'emissione della mattina, con due attori italiani, dove parlavo di attualità, temi sociali e paradossi in tutto in mondo. Parallelamente al lavoro in radio partecipavo anche nei vari festival in Albania come cantante. Durante il master ho mandato

il curriculum per i crediti formativi che mi servivano presso *La Repubblica* di Firenze, e mi hanno presa a lavorare con loro. Siccome la maggior parte delle persone erano di una certa età dovevo farmi strada per scrivere qualcosa, allora ho pensato di scrivere per i concerti di musica che si tenevano a Firenze, come Jovanotti e altri cantanti famosi, decidendo così con loro che una volta seguiti questi concerti scrivevo un articolo sul giornale. Scrivevo anche per le delegazioni albanesi in visita in Italia o quando personaggi famosi albanesi visitavano la città o partecipavano in qualche evento. Ho intervistato per il giornale diversi personaggi noti al pubblico: Lino Banfi, Roberto Bolle, Kledi Kadiu e tanti altri come Erion Veliaj, il sindaco di Tirana che visitava spesso Firenze visto il gemellaggio tra le due città.

### **Come si svolge il suo lavoro nel quotidiano?**

Sono tornata da due anni in Albania, tornando con il rischio di poter rimanere anche senza lavoro dopo 10 anni a Firenze. Dopo aver preso il massimo dall'Italia ho deciso di tornare definitivamente in patria. Intanto, quattro anni fa avevo partecipato al programma *Dancing with the stars* del canale Vizion Plus, dove mi sono aggiudicata il secondo posto, creando così un buon rapporto con la direttrice e i produttori. Una volta tornata dopo quattro mesi a Tirana mi dicono che la presentatrice dell'emissione pomeridiana la spostano per condurre un altro programma, per questo mi affidano quello che va in onda ogni giorno. Ero un po' perplessa riguardo l'eloquenza nella lingua albanese, poiché avevo vissuto sempre all'estero: i temi da trattare erano impegnativi come quelli sociali, problemi di varia natura, storie di successo che riguarda gli albanesi all'estero. Mi sarebbe piaciuto di più uno spettacolo musicale, ma alla fine ho accettato e sono due anni che conduco l'emissione pomeridiana su Vizion Plus mantenendo sempre il contatto con *La Repubblica*. All'interno del programma abbiamo messo tantissimi elementi di cultura italiana, a partire dal mio modo di vestire seguendo sempre le presentatrici italiane; il ragazzo che cura la mia immagine ha i miei stessi gusti, scegliendo sempre uno stile *Made in Italy*.

### **Quindi si è dimenticata della Grecia riguardo a questo aspetto?**

Della Grecia mi piace il cibo mediterraneo, le canzoni tradizionali e altro, ma ho "vestito Firenze" (metafora per dire che adoro il modo di vestire che c'è nella città di Firenze). Rimanendo in Italia adoro il loro cibo, i vini e il caffè espresso che fino a 18 anni non bevevo proprio: guardando i miei colleghi universitari che si recavano alle macchinette ho iniziato di accompagnarli, anche se a dir la verità nei primi tempi non mi piaceva tanto il caffè... come il vino tra l'altro... ma piano piano

sono diventati vizi di cui non posso fare più a meno (ride). Mi piace l'Italia perché hanno una cultura universale su tutto.

### **Qual è il target della sua trasmissione?**

Prima del mio arrivo il target erano i cinquantenni, più o meno, dopo il mio arrivo il target si è abbassato intorno ai trentenni perché tratta attualità, interviste con i giovani, li tratto come i miei coetanei mettendoli a loro agio; quindi, varia dai 30 ai 60 anni al massimo; se non ti dovesse piacere l'argomento di oggi, domani sicuramente troverai un tema che fa per te.

### **Quali sono i programmi più importanti della rete dove lavora e perché in termini di audience?**

Il mio *Visioni i pasdites (Il pomeriggio a Vizion)*, *Këngë moj (Canzone mio)* di Blendi Laço, Pandi Laço e Adrian Hila, emissione di canzoni e di musica che ogni martedì racconta la vera musica albanese; ci sono *talk show* politici come quello di Albana Dudushi *Spotlight* e *Quo vadis*, che secondo me sono i più importanti.

### **Negli altri canali, invece?**

Per quello che so in Top Channel oggi abbiamo *Përputhen (Uomini e donne)*, ha battuto ogni record in termini di *audience*, come qualità è zero, anzi meno uno... neanche allo zero arriva.

### **Di cosa parla?**

I ragazzi dallo studio s'incontrano in esterna per conoscerci come *Uomini e donne*, insomma, si mettono insieme, si lasciano e così via.

### **È tutto finto o reale?**

È tutto finto, i ragazzi hanno una sceneggiatura che devono interpretare come gli attori ma con un guadagno molto elevato, attraverso Instagram con i vari post che pubblicano in base ai click il guadagno è veramente alto. Come il più importante nella classifica dell'audience è *Përputhen*, Top Channel e Klan hanno altri programmi di spessore in termini di qualità, come *Opinion* di Klan.

**La scelta di questi format come *Përputhen* viene fatta per una modernizzazione della televisione albanese o sulla base economica per raggiungere più click?**

Credo per tutti e due i motivi. Riguardo il primo bisogna togliere alcuni tabù che non esistono più in Albania e non c'è bisogno che un'emissione gli racconti quello che fanno i giovani d'oggi, come s'innamorano e quello che fanno nella vita privata. Per quanto riguarda i click senza dubbio, gli autori, i dirigenti del canale e i personaggi puntano tutto sui click perché generano nuove pubblicità che si traducono in introiti economici.

### **Ci sono altri format simili a *Përputhen* che sono stati presi dalla televisione italiana?**

È stato fatto da Klan *Love story*, presentato da Alketa Vejsiu: al centro del *talk show* c'era un ragazzo che cercava l'amore della sua vita uscendo con diverse ragazze. Un format un po' diverso da *Përputhen*, i concorrenti in questo caso sono misti in studio e possono uscire tra di loro... invece nella versione di Klan il ragazzo era soltanto uno e usciva con diverse ragazze. Quest'ultima versione non ha avuto molto successo perché da copione ha avuto meno dibattito e scontri al suo interno, diversamente dal *Përputhen* che era basato proprio sul dibattito molto aspro che l'ha portato a raggiungere un successo enorme.

### **Ci sono altri format che assomigliano a quelli italiani?**

Hmmmm, sì... *C'è posta per te* che viene trasmesso su Top Channel col nome *Dua të të bëjë të lumtur* di Arbana Osmani; un altro è *Në kurthin e Piter Pan* (*Chi ha incastrato Peter Pan*), all'interno del suo programma Ardit Gjebrea ha messo tante rubriche italiane.

### **Quali sono?**

*C'è posta per te* di nuovo con la sua versione che si chiama *Ka një mesazh për ty*, *Forum* con *Shifemi në gjyq*; anche *La prova del cuoco* all'interno della sua maratona domenicale che era un po' diversa perché non erano cuochi a cucinare ma personaggi famosi. Per il momento questi mi vengono in mente, ma sono sicura che ce ne sono altri.

### **Questa scelta viene fatta dall'influenza continua che la televisione italiana ha avuto o la scelta viene fatta per portare un prodotto nuovo e diverso?**

Abbiamo un grande affetto verso la cultura italiana. Si sa che là il modo di fare televisione è di un altro livello; perciò, ci domandiamo perché non lo possiamo fare anche noi. Ardit è filoitaliano, lo ammette pubblicamente, quello che succede in Italia cerca di riprodurlo anche in Albania.

**La tendenza dei programmi odierni è andare verso produzioni autoctone e tradizionali, o sempre di più verso format stranieri?**

Non bisogna generalizzare le produzioni straniere, si va verso prodotti italiani... Qualcuno ha cercato di proporre programmi americani come quelli di Jimmy Fallon, ma siamo molto lontani, non ci avviciniamo proprio.

**Quando si riproducono questi format, si prendono solo alcuni elementi o anche tutta la struttura narrativa?**

Diciamo che si prende il 90% dell'originale, l'unica cosa che cambia sono le storie all'interno che si riferiscono all'Albania, togliendo la struttura il nuovo format che riproduciamo non parla più italiano.

**In questo modo si adatta perfettamente per il pubblico albanese, vero?**

Sì, una volta che viene presa la struttura tutto il resto lo riempiamo noi con il nostro materiale e contenuti.

**Volevo una considerazione in merito alla strada che sta seguendo oggi la televisione albanese: benché in Albania da solo 2 anni, il suo pensiero conta tanto. Si va sempre di più verso la modernizzazione o ci sono anche tratti tradizionali che rimangono in alcuni canali?**

Ci sono ancora quelle figure storiche, ma in generale si sta andando verso l'italianizzazione del piccolo schermo a partire dalla scenografia dello studio, luci, abiti e il pubblico disposto in studio.

**Dovuto ai grandi investimenti dei proprietari?**

Sì, negli ultimi due anni ho cambiato due volte la grafica del programma, figurati in vent'anni dove i cambiamenti sono stati significativi: sono cambiati tanti elementi come la musica, la sigla, il pubblico... il pubblico che metti dietro agli ospiti in studio prima era fatto a caso, oggi si scelgono solo quelli di bella presenza, ci sono più elementi da tenere in considerazione.

**Come è formata l'offerta televisiva dei canali albanesi? I canali da cosa si differenziano uno dall'altro?**

L'offerta è molto simile, altri programmi pomeridiani simili al mio li troviamo in Tv Klan, Top Channel e in un altro canale, siamo tre emissioni che concorriamo per il pubblico nella stessa ora, anche gli spettacoli che si trasmettono in diverse emittenti sono molto simili uno ad altro. Quello

che oggi offre la televisione albanese, che guardo tutti i giorni sia dall'audience sia dai click su *YouTube*, è l'attualità, storie personali di anonimi che prendono più *click* nel caso l'intervista viene fatta a un rapper. Attualità e i problemi delle persone sono quelli più cliccati, senza che si tratti di persone famose ma tipi qualsiasi. Ho trattato tante di queste storie nella mia emissione: un po' di tempo fa ho intervistato una ragazza australiana che aveva deciso di vivere in Albania... entro un'ora ci sono stati sessantamila *click*, perché era una storia diversa dalle altre, dove al centro c'era una ragazza straniera, tra l'altro molto carina. Le persone non vogliono vedere più i VIP in televisione, si sono stancate o le possono seguire sulle pagine personali di Instagram... oggi il pubblico vuole storie più toccanti, più reali. Questo è quello che oggi la televisione albanese offre al pubblico. L'Albania ha tanti problemi, e quando la televisione dà voce alle preoccupazioni tutti si riconoscono nei contenuti trasmessi, che sono di vario genere: economico, politico, benessere e sociale. Una persona che esce di casa compra un'acqua o cibo scaduto e l'unico posto dove si può lamentare sono gli studi televisivi.

### **Date voce al popolo con altre parole?**

Forse le istituzioni che devono controllare non sono all'altezza, non sentono o non riescono a risolvere i problemi delle persone... l'unico modo per dare voce ai loro problemi è davanti alle telecamere.

**È capitato qualche volta che certe informazioni o contenuti non li potevi mettere all'interno del programma perché qualcuno dai tuoi superiori non ha voluto? C'è una censura nei giornalisti di oggi in generale?**

Le uniche direttive date e ripetute sono quelle di non invitare altri conduttori di altri canali per non promuoverli; bisogna stare attenti alle regole del marketing, non puoi fare pubblicità a un tuo concorrente che lavora in un altro canale. Riguardo alla censura, che è legata nel dare alcune informazioni sulla politica o meno, ho scelto per le elezioni di aprile di non invitare nessuno in studio perché ognuno faceva la sua propaganda, se dovevo scegliere uno di destra, di conseguenza dovevo scegliere anche uno di sinistra come è la tendenza. Ho rinunciato a questo aspetto per non occuparmi di politica come fanno tanti altri programmi. La mia emissione è costruita con toni molto tranquilli, se dovessi inserire l'aspetto politico cambierebbe il profilo odierno, nella tv dove lavoro la censura non esiste, l'unico aspetto da tenere sempre in mente è non promuovere mai un concorrente diretto, anche quando ho avuto ospiti politici ho trattato l'aspetto privato della loro vita.

**Prima ha detto che teneva ancora i contatti con *La Repubblica* nell'ambito televisivo? Ci sono collaborazioni con canali italiani?**

Sì, per il momento ci sentiamo in modo amichevole con Tv 38, con la Rai ho alcuni contatti, Radio Montecarlo che mi è sempre piaciuta da quando mi trasferii in Italia, conosco Maurizio Di Maggio e altri impiegati che lavorano là, e sto in contatto anche con il *Corriere Fiorentino*. Durante la costruzione dello stadio "Air Albania" ci siamo sentiti spesso con *La Repubblica* per gli aggiornamenti sulla costruzione dell'impianto sportivo dovuto all'architetto, che era italiano, da Firenze, il quale rappresentava l'orgoglio della città, per questo motivo il giornale voleva sempre aggiornamenti riguardo l'opera realizzata per costruire diverse notizie intorno a questa storia. Quando abbiamo storie l'uno per l'altro collaboriamo sempre in modo amichevole.

**Capitolo Agon Channel: cosa ne pensa del tentativo di costruire un canale fuori dai confini nazionali?**

A me piaceva tanto come canale televisivo: la sua struttura interna era bellissima, degna per lavorare, sentivi un grande piacere se ci dovessi lavorare. All'epoca vivevo ancora in Italia ma ho partecipato a qualche emissione come ospite, mi piaceva tantissimo. Non aveva una grande audience perché era appena formato. Non poteva competere con Tv Klan e Top Channel, aveva uno stipendio molto alto che ha sedotto molte figure di spicco della televisione: era una cifra molto più alta se paragona agli altri canali. Aveva emissioni e conduttori di qualità, invece la presenza delle figure italiane è stata utilizzata per attirare l'attenzione: Simona Ventura, Ezio Greggio e Pupo facevano solo le comparse, i programmi venivano fatti da personale albanese, le colonne che reggevano la versione albanese erano tutte albanesi. Nel caso che in studio ci fossero ospiti italiani si traduceva tutto tramite qualcuno, allo scopo di attirare l'attenzione del pubblico. È stato molto bello dalle storie che ho sentito dai miei amici che ci hanno lavorato durante quel periodo: per prima cosa sono diventati tutti ricchi, chi ha comprato la macchina, chi ha comprato la casa... si sono sistemati tutti, le condizioni lavorative erano molto buone. Quando il canale ha chiuso mi è dispiaciuto tanto per questi amici visto che erano rimasti senza lavoro, ma subito dopo i diversi canali li hanno ripresi vista l'esperienza che avevano guadagnato lavorando presso Agon Channel. Secondo me servirebbe un altro canale del genere per fare collaborazioni tra i due Paesi, sarebbe un altro ponte che lega i rapporti tra noi e loro. Noi già collaboriamo tantissimo con loro, l'idea di continuare sempre con altri progetti porterebbe solo benefici al giornalismo albanese.

**Si può dire che la forte influenza che l'Italia ha avuto nell'aspetto politico-economico e sociale si riflette anche nell'ambito della comunicazione, nello specifico in quello televisivo?**

Sì, moltissimo, l'Albania è un paese molto influenzato in diversi aspetti: siamo un po' greci, un po' turchi, un po' italiani perché i fenomeni comunicativi sono legati anche con gli aspetti sociali. Noi come popolo abbiamo una forte identità ma purtroppo spesso ci adattiamo alle situazioni in base agli interessi economici, vista la crisi economica esistente. Noi abbiamo elementi albanesi all'interno del programma; dalle storie che trattiamo alla lingua albanese negli ultimi tempi facciamo molta attenzione a non utilizzare parole straniere; quindi, un linguaggio costruito soltanto da parole autoctone e pulite. Siccome sono cresciuta all'estero non ho fatto neanche un giorno nella scuola albanese, per recuperare il terreno perso cerco di leggere tanti giornali, romanzi e altri libri in modo che, quando devo condurre, io debba adoperare un linguaggio adeguato e senza parole straniere, come è giusto per chi esercita questa professione... si deve essere sempre all'altezza. Le lingue straniere si devono utilizzare solo in alcuni casi, mi è capitato di avere come ospiti in studio diversi ambasciatori come quello greco, con il quale ho parlato in lingua greca, con quello svedese ho parlato in inglese e con quello italiano in italiano. Bisogna fare un uso appropriato delle lingue e non mischiarle dove non servono perché gli stessi concetti si possono descrivere anche in albanese.

**Ha qualcos'altro da aggiungere?**

Penso di avere detto tutto quello che mi è venuto in mente.



## **Arjon Muço – intervista del 19 maggio**

### **Mi parli del suo percorso formativo e professionale.**

Ho terminato gli studi in Italia. Ho lasciato l'Albania nel 1991 quando avevo 6 anni, (in Italia) ho finito la scuola elementare, poi le medie e le superiori in provincia di Udine. Ho studiato pittura e scultura in una scuola professionale, e dopo mi sono laureato in Albania in Scienze della Comunicazione all'Università di Tirana.

### **Com'è organizzato il suo lavoro quotidiano all'interno di Ora News?**

Attualmente sono un moderatore, l'ho sempre preferito e sono stato sempre partigiano, venendo anche da un'esperienza molto lunga nella televisione italiana visto che ho lavorato con loro per quasi 3 anni in Agon Channel; mi piace molto la differenziazione dell'idea dei ruoli, vuol dire che se dico "moderatore" quello faccio in realtà. In Albania in generale si abusa con la terminologia e con i ruoli: non sono giornalista, non sono autore, anche se svolgo tutti questi ruoli, siccome non li rappresento con i dovuti titoli di studio dico quello che faccio in realtà.

### **Quando è nata la passione per questo lavoro? Durante il suo percorso di studi? O è legata al qualcos'altro?**

Non è legata al mio percorso di studio ma nasce ancora prima, all'età di 13/14 anni; avevo creato un gruppo con gli amici, i quali producevano musica, nello specifico hip hop... siccome all'epoca nessuno trasmetteva le nostre canzoni abbiamo creato una piccola radio in casa per trasmetterle a livello locale, ma oltre alle nostre canzoni venivano trasmesse anche altre in modo illegale senza pagare il diritto d'autore.

### **Quali erano i temi di cui parlavate nella vostra radio?**

Non si parlava nelle nostre trasmissioni, si divulgava soltanto musica. In questo modo sono entrato in contatto con la radio e ho avuto la fortuna di appassionarmi a questo mestiere. Dopo in Albania il sogno si è concretizzato con una trasmissione in radio di mia produzione, che è durata cinque anni; dopo questa esperienza ne ho avuta subito un'altra di sei mesi nella Radiotelevisione albanese, per proseguire poi, per i futuri 12 anni, come conduttore nel piccolo schermo. La radio è stata fondamentale nella mia crescita perché il lavoro è stato non-stop: in tutte le tv del mondo il lavoro come conduttore è stagionale, non hai un impiego a 12 mesi, escludendo i conduttori più bravi che hanno i propri format di cui sono autori loro stessi, nonché gli sponsor principali. In generale i

programmi sono stagionali, vuol dire che inizia un progetto e quando finisci si procede con un altro. Un programma come questo che sto facendo adesso tutti i giorni è la prima volta anche per me.

**Quali sono le condizioni che un conduttore mette sul piatto nella scelta di partecipare a un programma o a un altro? Sono legati alla parte economica o altro?**

Dipende dalle condizioni del moderatore: ci sono moderatori obbligati a uscire spesso perché non hanno una seconda attività che permette loro di sopravvivere nel mercato televisivo di tutti i giorni.

**Legato sempre alla tv o anche ad altri lavori?**

Tutti e due, se non hanno due fonti di guadagno si lavora anche nell'ambito extratelevisivo, la ragione è legata molto banalmente a un reddito molto basso che spinge le persone a fare qualsiasi lavoro. Sono un ragazzo fortunato perché non ho mai avuto questi problemi, anzi la mia famiglia mi ha dato il lusso di scegliere cosa fare nella vita e mi ha sempre supportato, poi cinque anni fa ho aperto un'attività mia che mi fa permesso di scegliere i miei format, e riesco ad avere una performance maggiore se paragonata con altri programmi, perché scegliere è un grande lusso oggi.

**Questa attività di business è legata ai media o ad altro? Ovviamente se la domanda non è troppo personale...**

No, assolutamente non è troppo personale, mio nonno si occupava di produrre abiti tipici albanesi, imparando dall'esperienza della mia famiglia ho aperto qualcosa di diverso e mi sono specializzato nell'ambito sportivo. La tradizione che uno ha nel sangue va portata sempre avanti.

**Mi può dire o elencare alcuni elementi o lati positivi/negativi della sua professione?**

Penso che comparire sul piccolo schermo sia paragonabile a un tossico che diventa dipendente da una droga dopo la prima volta che ne fa uso. Le comparse hanno lo stesso effetto: le energie, la dedizione che lo staff intorno a te, diventato un conglomerato di cause che tu cerchi di dare sempre il massimo, e amarla nello stesso tempo come professione. I lati positivi sono proprio questi: l'energia di cui ti parlavo, le comparse, ti permettono di diventare famoso e tutto questo si traduce in guadagno anche per la tua azienda privata.

**È anche un modo per dimostrare la bravura o il talento che uno possiede?**

Non ho mai avuto un ego personale di dimostrare la mia bravura, ho sempre voluto vendere le mie comparse come un prodotto diverso, non ho mai lavorato per vivere solo di questo lavoro, ma è stato sempre un mezzo per migliorare le mie capacità e quello che gira intorno a me fuori dalla televisione, come l'attività della mia azienda, tutto quello che ho studiato è stato un supplemento per il piccolo schermo. Il lato negativo di questo mestiere è che sei obbligato ad accettare compromessi in tutti i campi, quando per esempio hai un ospite che non ti piace, o quando si deve promuovere un artista o un prodotto che non fa parte dei tuoi gusti.

**Nei casi peggiori può essere chiamato autocensura?**

Per mia fortuna in questo canale non esiste autocensura, ognuno di noi ha la grande libertà di dire quello che pensa e di invitare tutti gli ospiti che desidera.

**Si sente spesso parlare di una libertà della stampa parziale, per il fatto che esiste una censura che parte dai proprietari dei media nei confronti dei giornali per non scrivere o pubblicare certe notizie. Cosa ne pensa?**

Sì, senza dubbio i giornalisti migliori, quelli più richiesti, hanno proprio un legame diretto con i proprietari. Vuol dire che i guadagni del proprietario si riflettono anche su tutti i programmi e in automatico una mano lava l'altra: in questo modo si "politicizzano" come si politicizza chi possiede il *medium*. Si viene a creare quello che viene definito "rapporto di clientelismo", ed è inevitabile, ma questo fatto è normale: succede anche in Italia, come nel caso di Mediaset, di proprietà di Berlusconi. Da una parte abbiamo la libertà di parola attraverso i media, ma durante le campagne elettorali che il medesimo fa in diversi programmi della sua rete, da Barbara D'Urso e su Rete 4.

**Il potere di Berlusconi è molto conosciuto è studiato nell'ambito comunicativo, grazie al potere dei media è passato da un imprenditore a vincere le elezioni diventando il Primo Ministro.**

Senza dubbio, è stato molto intelligente fin dalle prime armi, quando nella sua cantina ha costruito la sua prima radio aveva già le idee chiare che voleva diventare un colosso dei media. Riguarda un altro elemento negativo quando decidi di non fare compromessi su certe scelte, seppur piccole, che diventeranno senza dubbio la causa dello scontro diretto con il tuo superiore.

**Mi parli dei programmi con più successo che ha diretto. A quale target si riferivano?**

Nella maggior parte dei casi ho diretto programmi che si riferivano ai giovani e adolescenti, come quelli musicali, allo scopo di presentare al pubblico nuovi talenti o promesse che andavano da un'età di 7, 9, 12 e 15 anni fino ai format per gli adolescenti come *Një këngë për ty (Una canzone per te)* in Top Channel, dopo *My living* che trattava argomenti di design e stile che riguardava i nuovi architetti. Il culmine della mia carriera è stato la presentazione di *Kënga Magjike (La canzone magica)* che è uno dei format più importanti e di successo in Albania, che è un'idea di Tv Klan e di Ardit Gjebrea che ognuno di noi vorrebbe toccare con le mani visto quello che rappresenta.

**Secondo il suo punto di vista quali sono i programmi di punta dell'emittente dove lavora?**

Il nostro gruppo è composto da due canali: Ora News e Tv Ora. Il primo è un canale dedicato esclusivamente alle notizie, l'altro è generalista e tratta diversi argomenti. Secondo me il programma più importante è *Boom*, che sembra la sorella di *Striscia la notizia* perché rappresenta una visione critica della realtà albanese, è critico al 100% e non viene influenzato da nessuno per i temi che tratta, visto che i dirigenti hanno lasciato libertà al proprietario di questo format di sperimentare e portare al mercato televisivo l'idea originale dell'autore, cioè di essere sempre al servizio del popolo e dei cittadini. Un altro programma molto importante che tratta principalmente i temi legati alla politica è *Tempora* di Sonila Meço, che seguo con molta attenzione perché Sonila è una delle conduttrici migliori che abbiamo, ma anche di tutta l'Albania; è una ragazza estremamente molto preparata, e quando la segui ti rendi conto che sa cosa dire. Inoltre, fa sempre domande con tanto valore agli ospiti in studio in base agli argomenti che tratta, è sempre un grande piacere sentirla. Posso dire che la trasmissione mattutina che conduco, *Ditë e re (Nuovo giorno)* viene seguita da un pubblico molto ampio visto che è quotidiano, è un format che accompagna il risveglio degli albanesi dalle 07.00 alle 10.00, tratta musica, ospiti, dibattiti su temi diversi. Essendo quotidiano e *live*, è stato concepito nella sua forma come *Uno mattina* di Rai 1.

**Prima mi ha parlato di Boom che è simile al format di Canale 5. Perché vengono presi e adattati questi format? Quali sono gli elementi in comune?**

Posso fare un'analisi approfondita poiché ho vissuto per tanti anni in Italia e tra l'altro conosco molto bene l'importanza di *Striscia la notizia* nei media italiani, anche se non è stato sempre indipendente durante la sua storia. In Albania il primo programma simile è stato *Fiks fare*, il quale è stato preso in prestito, o meglio c'è stato un gemellaggio tra i due; i conduttori di *Striscia la notizia* sono stati ospiti in studio a Top Channel per raccontare questo gemellaggio e trasmettere un

messaggio di solidarietà perché questo format era molto costruttivo per lo stato albanese. Penso che finché un format sia costruttivo, come nel nostro caso, riferendosi all'Albania di 15 anni fa, era necessaria una voce critica, per il partito che aveva il potere politico, l'opposizione, ma anche per altre questioni legate ai problemi che i cittadini incontrano tutti i giorni, come quelli burocratici. Sono del pensiero che più programmi del genere esistono ancora meglio sarebbe per tutti.

**È stato un modo per portare alla luce i problemi dei cittadini e dare loro voce visto anche quando detto prima che riguarda i rapporti media-politica...**

Sì, come dicono gli italiani “è stato una voce fuori dal coro”, una voce che critica o accoglie tematiche che la televisione di solito non tocca, dovuto alla forma investigativa e il linguaggio satirico-comico.

**Oltre a caso appena citato, troviamo altri format nella televisione albanese che sono stati presi dall'Italia?**

Anche tutti gli altri (ride). Ad esempio, *E djela shqiptare* è stato preso dalla versione italiana di *Buona domenica*, il format di Barbara D'Urso che va in onda da 17 anni circa. I programmi investigativi di cui abbiamo già parlato sono stati presi da diversi canali che hanno trasmesso la loro versione pomeridiana. Sono stati prese a modello anche *Le Iene*; nel canale Agon Channel si è cercato di fare un programma simile alla sua tipologia. Quasi tutti i format guardano verso l'occidente, e il paese più vicino che fa parte dell'occidente e si può vedere senza satellite è l'Italia.

**Questa influenza è legata anche agli stretti rapporti politico-economici tra i due Paesi, o viene visto soltanto come un modo per modernizzare la televisione albanese?**

Quando tu vivi al buio e ti arriva un'unica luce per vedere la realtà, in automatico sei predisposto a seguire questa luce. L'Albania versava in un isolamento totale, non potevamo vedere neanche i canali della Jugoslavia, che era comunque un Paese comunista – al massimo in pochissimi, solo poche città al nord vicino il confine forse potevano vedere la loro tv – mentre la parte di popolazione albanese che viveva nel sud sulla costa bastava accendere la tv e con una semplice antenna vedere diversi canali italiani. Si poteva vedere Barilla che vendeva la pasta e le partite di calcio, che venivano seguite con molto interesse visto che la nazionale albanese non si era qualificata per l'Europeo o il Mondiale... è più che normale, dunque, che il pubblico albanese avesse un focus verso la televisione italiana. La televisione come mezzo di divulgazione, oltre alla pubblicità e suoi prodotti come appena detto insieme al calcio, ci ha fatto conoscere anche altri aspetti della società

italiana, come la politica e stili di vita che, attraverso i contenuti trasmessi, avevano assolutamente un forte impatto.

**Negli ultimi anni com'è cambiata l'offerta televisiva dei canali albanesi? La televisione ha subito un processo di modernizzazione o è rimasta nella forma tradizionale?**

Stanno verificandosi entrambi i fenomeni. Ci sono format che restano statici, rimanendo sempre fedeli alla loro costruzione e logica, ma ci sono anche format nuovi che tentano di sperimentare qualcosa di nuovo. Tuttavia, non ci dobbiamo scordare che oggi il pubblico televisivo, che si divide in target group per età: quelli di 25-26 anni oggi non guardano proprio la televisione, seguono *Instagram*, *Twitch*, *Tik Tok* o altri social network, mentre se sono di età compresa tra i 25-30 è difficile che guardino la tv. Fatta questa premessa, quelli che guardano la televisione hanno un'età molto inferiore, che varia intorno ai 16 anni, di conseguenza i format più seguiti saranno quelli che appartengono a questo gruppo di età come i musical. E qui nasce un grande dibattito: è la televisione che educa o è il pubblico che cerca un certo tipo di contenuto? Ma penso che siano un po' tutti e due. Il pubblico albanese è molto variegato, se hai un buon format allora sarai anche molto seguito dal pubblico, questo lo dimostra il programma d'intrattenimento *Përputhen*, preso in prestito da *Uomini e donne*, che all'inizio è stato accolto con molto scetticismo ma dopo si è dimostrato un *trend* che ha venduto più di tutti nella televisione albanese.

**La scelta di questi format è basata sulle questioni economiche o allo scopo di portare qualcosa di nuovo alla tv albanese? Nel senso ha avuto successo in Italia e può avere lo stesso in Albania?**

Quando trasmetti un nuovo format non sai mai cosa ti porterà di preciso. Puoi fare una previsione dove sai a chi è rivolto, su quali sono le logiche che seguirai nella sua costruzione, ma non sai quanti sponsor appoggeranno questo format visto che non sai di preciso l'audience che esso genererà. Oggi gli sponsor non pagano più senza vedere il prodotto finale: spesso capita che il prodotto si autofinanzia o devi trovare un tuo superiore che abbia una grande fiducia nell'autore di questo programma, e dopo si vede quanto share genera. La difficoltà maggiore è trovare gli sponsor che ti finanziano, meno si faranno avanti e meno prodotti di qualità si produrranno di conseguenza. Quando lo sponsor vede che il programma è di qualità, di conseguenza sarà più predisposto a investire grandi cifre nello stesso programma.

**Guadando i dati dell'INSTAT siamo meno di 3 milioni in tutto il Paese. Escludendo poi quelli dell'età infantile, il pubblico albanese ha bisogno di un numero così alto di canali televisivi? Come si differenzia l'offerta televisiva di questi canali? Sono specializzati su tematiche diverse o trattano gli stessi argomenti?**

Questa è una domanda di cui sai molto bene la risposta.

**Mi sono fatto un'idea in merito della questione ma vorrei una sua lettura.**

Siccome mi è piaciuta l'analisi che abbiamo fatto tra l'Albania e l'Italia, quando accendi la tv italiana vedi al massimo o riconosci una quindicina di canali, ovvero: i 3 canali Rai e Mediaset, e La7... dopo dici che sono finiti; invece, ci sono tanti canali regionali che conosce soltanto chi abita nei dintorni. Se vai al Sud, per esempio, senza il digitale terrestre ci sono almeno 40 canali che vendono solo prodotti come pentole e divani, specializzati in certe tematiche, e in altre regioni ci possono essere altri canali simili. In Albania ci sono 10 canali che si vedono in ambito nazionale, la maggior parte degli altri canali è visibile solo in ambito regionale. In Italia se facessimo un calcolo dei canali nazionali e regionali in totale potrebbero essere tra i 200 e i 500. Io penso che ogni Paese produca tutti i canali che può finanziare: se ci fossero più finanziamenti penso che il numero salirebbe ancora nel futuro.

**Come si fa a misurare lo share per ogni canale se non ci sono istituti riconosciuti da tutti i canali? Si ritiene che uno sia affidabile solo nel caso in cui lo proietta più in alto del suo concorrente diretto e viceversa.**

Esiste un fondo statale annuale che ogni emittente prende dallo Stato. Più un determinato canale è legato allo Stato o sta dalla sua parte, più finanziamenti prenderà attraverso i diversi contratti che vengono stipulati tra le parti. Esistono anche rapporti tra il potere politico e gli imprenditori dei media, che si manifestano, ad esempio, attraverso concessioni e gare d'appalto assegnate a un determinato soggetto anziché a un altro. Ogni canale ha l'obbligo di dare, se non erro, al massimo il 17% di pubblicità all'interno delle sue trasmissioni; ogni grande azienda che pubblicizza in televisione è sempre legata direttamente o indirettamente a un determinato politico: di conseguenza un'emittente che prende e trasmette queste pubblicità ne ricava fonti considerevoli di guadagno, per questo il rapporto imprenditore-politico è importante e rimane al primo posto. Dopo abbiamo il guadagno che rientra dai vari brand come Vodafone, Tim o un'azienda di compravendita di appartamenti o costruzioni... sono aziende che hanno dei fondi da investire e non conoscendo molto

bene il mercato investono solo nei media tradizionali. Invece le aziende nuove si stanno spostando principalmente sui social media utilizzando sempre di meno i canali televisivi.

**Nella pubblicità che vede ci sono solo prodotti albanesi o anche da altri Paesi? Per esempio, quelli italiani.**

I prodotti italiani sono molto pochi, le aziende che di solito mettono gli annunci di ricerca personale per lavorare sono i call center, all'interno di un'azienda o nel caso della costruzione di una nuova filiale. Il loro focus d'età preferita va dai 18 ai 26 anni, per questo motivo la pubblicità viene trasmessa nelle fasce orarie e nei programmi riferiti a questo gruppo di età. Le aziende italiane sono poco presenti in tutto il territorio, le più numerose sono i ristoranti, nel reclutamento di operai per le diverse fabbriche, o per il reclutamento da aziende italiane che fungono da tramite per piazzare gli operai verso terze aziende straniere. Non penso che alle aziende italiane serva la televisione per pubblicizzare i loro prodotti.

**Negli ultimi anni secondo il suo punto di vista notiamo più prodotti albanesi o di altri Paesi stranieri? La maggior parte dell'offerta televisiva oggi è composta da produzioni nostre o straniere?**

Sono pochi i programmi che parlano nello specifico dell'Albania come, per esempio, *Boom* che racconta la realtà albanese; gli altri parlano del nostro paese ma sempre con collegamenti anche all'estero come viaggi, cucina e moda: come gli albanesi vivono fuori dai confini, quelli tipici albanesi attirano i telespettatori solo attraverso il forte dibattito in studio. Top Channel ha un programma di cultura molto bello che gira per tutte le regioni del Paese per scoprire le tradizioni e in zone remote parlando con gli abitanti, è costruito molto bene e attira senza dubbio l'interesse del pubblico. Di solito gli altri format parlano poco dell'Albania perché si concentrano sugli albanesi e la loro vita sociale.

**Per quanto riguarda l'offerta televisiva, 15 anni fa si notava una presenza maggiore di film e telefilm italiani, oggi li troviamo in lingua inglese. Cosa è cambiato?**

Anche la televisione italiana sta producendo sempre meno film, produce serial o telefilm che vengono tagliati e trasmessi in 4 o 5 puntate, non si producono più le telenovelle italiane. *Un posto al sole* non è più quello di una volta, e se guardassimo la stessa televisione italiana vedremo che sta comprando i prodotti dalla Turchia. Basta guardare le reti Mediaset. In Albania possiamo dire che nei contenuti televisivi la cultura turca è diventata dominante negli ultimi 3 anni: prima c'era quella



brasiliana, argentina e venezuelana. I film italiani non si trasmettono più perché sono stati già trasmessi in passato e il pubblico li ha già visti, per questo si preferiscono quelli americani, ma anche perché il pubblico di oggi non riconosce i vecchi personaggi della cultura italiana.

### **Mi parli dell'esperienza in Agon Channel.**

È stata una delle esperienze più belle e formative per me. In primis mi sono confrontato con il modo di lavorare in Albania e in un'altra realtà come quella italiana, che è stato uno dei primi Paesi che ha realizzato programmi di qualità. Sono stato in contatto con professionisti, con persone che sanno molto bene quello che dicono e fanno, che scelgono sempre le persone giuste... ma portare sul piccolo schermo autori che scrivono i loro programmi da zero è un problema. Purtroppo, nella realtà albanese i fondi sono limitati, in Italia no. Nella televisione albanese l'autore è anche produttore, ma anche un autista, conduttore, operatore e altre mansioni a causa di fondi molto limitati. In Agon Channel io ero il conduttore e facevo soltanto il moderatore, conducendo un programma 6 giorni su 7 per i giovani; dopo ho diretto un format che si occupava dell'audizione per la scoperta di nuovi talenti italiani che, una volta scoperti, venivano rilanciati su questa rete nei vari programmi, come *Mai dire gol* che analizzava le interviste dei provini del *Grande fratello* allo scopo di prenderli in giro per ridere. La nostra funzione era intervistarli per capire quanto talento avevano e se erano idonei per le figure che cercavamo. Tutti gli intervistati erano italiani e servivano per la versione italiana dell'Agon Channel dove ho sempre lavorato anche io, dove ero l'unico presentatore albanese che conduceva il suo programma nella lingua italiana. I miei programmi venivano trasmessi in Italia, esistevano dei format omonimi per il pubblico albanese; la versione albanese uguale al mio programma veniva diretto da Rosa Lati. Prendevo una scaletta che veniva scritta dall'autore dopo essere stata controllata dal caporedattore, io dovevo solo presentare... questo significa che c'erano tre ruoli ben pagati che portavano a un prodotto di qualità. Il modo in cui veniva trattato lo staff, le competenze di tutti i professionisti che ci lavoravano, e quelli come me che erano stranieri ma che lavoravamo tutti insieme – *discorso lasciato a metà* – quindi da loro abbiamo imparato senza nessun tipo di corso, ma solo guardando e stando in contatto con personaggi come Barbara D'Urso, Simona Ventura e Mara Venier. La mia fortuna era quella di presentare al loro fianco, in automatico ti dovevi preparare molto prima della trasmissione: dovevi leggere tanto per cercare di tirare fuori il meglio di te visti i grandi professionisti che avevi davanti. Grazie a questa esperienza tutto lo staff albanese ha imparato tantissimo aumentando la propria professionalità dal primo giorno che siamo entrati a far parte di quel gruppo. Volevo sottolineare l'ispirazione che in primis il sig. Becchetti trasmetteva a tutti: aveva una mentalità da vincitore, da vero leader, e non da imprenditore-operaio. Quando devi

incontrare un proprietario di un canale in Albania devi prendere appuntamento con la sua segretaria; quando lui è libero, vai all'incontro e lui non si presenta senza neanche avvisare. È impossibile incontrare il tuo datore di lavoro. Il sig. Becchetti aveva un ufficio con la porta sempre aperta e tutte le mattine dalle otto alle undici era presente e disponibile con tutti noi per parlare di qualsiasi problematica, non ti diceva mai di no. Quando vedi che un vero leader si siede a pranzo in mensa a fianco dei suoi operai, cameraman, presentatori, tecnici di luci, senza fare nessuna distinzione del ruolo e dell'importanza all'interno dell'azienda, dimostrava ancora una volta la sua forte leadership. Sapeva molto bene dove voleva arrivare, aspirava a costruire un impero come quello di Berlusconi, per non avere successo solo in Albania ma in tutta l'Europa. Con la sua esperienza in Agon Channel e la disfatta qualche anno dopo, oggi tutta l'Europa sa chi è Francesco Becchetti.

**Da quanto detto si nota che questo fenomeno ha portato tanti benefici al giornalismo albanese?**

Sì, molto, grazie a Agon Channel ho avuto diversi incontri con Maria De Filippi e membri del suo staff per diverse collaborazioni in comune. Ho notato che tra il modo di lavorare a Mediaset e Agon Channel era quasi identico, si puntava sempre sulla qualità. Un'altra cosa che mi ha colpito del sig. Becchetti è che nel momento della stipulazione del contratto non si comportava come fanno gli altri proprietari albanesi, che ti chiedono quando vuoi al mese o all'anno; lui ti diceva «La paga è questa, o l'accetti o si discute per venirci incontro», ed era tutto proporzionato alla meritocrazia. Avevo un lasso di tempo per crescere: ovvero, ogni tre mesi ci si riuniva per vedere i risultati del tuo lavoro, se i risultati erano buoni la paga aumentava o diminuiva... dipendeva tutto dagli standard che raggiungevi. Era una forma molto democratica e basata sulla meritocrazia. Quando uscivo in scena a presentare cercavo di uscire pieno di gioia e dare il meglio di me stesso perché più miglioravano i miei risultati più guadagnavo a fine mese.

**Hai avuto altri contatti lavorativi con altri personaggi del mondo televisivo italiano?**

Grazie ad Agon Channel ho avuto la fortuna di conoscere tanti altri personaggi che hanno lavorato o lavorano a Mediaset, per esempio uno degli autori de *L'Isola dei famosi*, ho avuto il piacere di lavorare con Alessia Vessicchio e un certo Carlo (non mi ricordo il cognome), produttori del *Grande fratello 5*, li ho conosciuti negli studi a Tirana, grazie alla partecipazione di tante figure della televisione italiana presenti all'interno del nostro staff. Non ho mai avuto il desiderio di lavorare nella televisione italiana, penso che ognuno debba dare il massimo in un posto preciso e il mio è qui in

Albania. In Italia sarei stato uno dei tanti che tenta di rilanciarsi, qui oramai sono dieci »anni che lavoro e ho gettato le mie radici professionali.

**Le produzioni di Agon Channel da dove si differenziavano da quelle albanesi? I contenuti erano diversi?**

La tecnica di produzione era italiana: gli autori, il redattore e la parte che si occupava della creazione era tutta italiana senza dimenticare anche la parte che dirigeva, la parte dei moderatori, i cameramen e il supporto tecnico erano formati da personale albanese. Gli unici due che parlavano un italiano fluente e che hanno partecipato nella conduzione dei programmi italiani siamo stati io e Sonila Meço, tutto il resto dei conduttori erano italiani. Nelle trasmissioni albanesi gli ospiti italiani erano più presenti: Pupo una volta ha tentato di dire qualche frase nella nostra lingua ma senza successo. Tutte le persone italiane che hanno lavorato durante quel periodo hanno mantenuto un legame molto forte con l'Albania, ancora oggi mi sento con tanti di loro e spesso vengono a visitarmi a Tirana, hanno trovato l'amore della loro vita e si sono sposati con ragazzi e ragazze albanesi. Dopo la chiusura dell'emittente i contatti con gli operai sono continuati e continuano anche adesso che ti sto parlando... alcuni sono ritornati per altre collaborazioni e progetti in comune.

**Ha qualcos'altro da aggiungere?**

Non mi viene in mente più nulla da aggiungere.

## Entela Tasellari – intervista 20 maggio

### **Mi parli della sua formazione professionale.**

Ho completato negli anni '90 gli studi in lingua francese e tutta la formazione professionale nell'ambito televisivo l'ho accumulata lavorando. Non ho fatto altri studi sui media, ho lavorato su un canale privato. Da vent'anni mi occupo della produzione di diversi programmi televisivi, una delle più difficili che ho dovuto fare è quella che si chiama *Kafas i Artë*. Simile al *Grande Fratello*, aveva un'organizzazione molto complicata, dalla scenografia alla scelta dei concorrenti, la scelta delle camere... la regia... quindi un lavoro quasi h24. Questo è stato il programma più importante che ho diretto e anche il più impegnativo.

### **La passione per questo lavoro è nata al momento dei suoi studi o era legata a qualche altro fattore?**

No, non durante il percorso di studi ma dalle conoscenze che ho avuto in privato. Sto sempre in contatto con le persone e mi piace relazionarmi con loro. È sempre stata una passione non solo per l'impegno necessario a questo lavoro, ma si tratta anche di un lavoro che permette di imparare in continuazione e di conoscere sempre nuove persone. Devi riflettere sempre sul portare delle novità al programma, non solo sul discorso narrativo ma anche nella scelta degli ospiti, rappresentare sempre le scene migliori del programma, costruire studi sempre più belli e stare sempre attenti alle richieste del pubblico. La scelta delle tematiche da cui sono sempre più attratti. Devi essere sempre aggiornato su tutti questi elementi, in definitiva. Questo discorso non vale soltanto sulla creazione di nuovi programmi, ma anche quando ne dirigi uno da tanto tempo, devi restare aggiornato su tutti questi elementi. Attualmente mi sto occupando di un programma mattutino che si chiama *Rreze Dielli*, al cui interno si dividono varie tematiche diverse. Una parte all'interno del programma è di cucina: questa è molto interessante perché può sembrare una persona che cucina, per esempio ci sono molti programmi di cucina in Albania... quindi da dove ci distanziamo noi dagli altri? Perché le persone vogliono ricette semplici, economiche, tradizionali, non piatti elaborati tipo *Master Chef*... tutte le volte che abbiamo cercato di produrre quel tipo di ricette abbiamo ricevuto pochi click. Le domande che ci poniamo sempre: qual è il nostro target? A chi ci dobbiamo rivolgere con questo tipo di ricette? Questo per fare in modo di attirare più pubblico possibile all'interno del nostro programma, ma anche sulle varie pagine social tramite condivisioni.

**Quindi da questi elementi nasce l'idea del programma? Essere semplice e accessibile a tutti gli appassionati di cucina?**

Anche la scelta della conduttrice è stata un lavoro arduo. Abbiamo cercato una ragazza molto semplice in cui il pubblico potesse riconoscersi, molto solare, per nulla inflessibile. Bisogna rinnovarsi sempre, anche quando il format va in onda da molto tempo bisogna sempre aggiornarsi con i tempi, per esempio quando tu produci un programma culturale questo non è molto seguito, invece, quando tu produci un programma che parla di persone, che racconta storie, stili di vita anche semplici, questi sono tematiche che il pubblico preferisce. Non piace la cultura ma piace il *gossip*. Il pubblico ha bisogno di cose pratiche, di vissuto comune, affinché si riconoscano attraverso queste storie. Per farti un esempio, un ragazzo che ha studiato all'estero è tornato in Albania e ha creato un'attività, lavora per sé stesso... questo è il genere di storie che appassionano la gente e loro cercano di più. Quindi siamo sempre alla ricerca di storie che emozionano il pubblico, così non si annoia.

**Per quanto riguarda le ricette preparate all'interno del programma, sono piatti tipici albanesi o avete preso spunto da ricette anche estere?**

No, abbiamo preso ricette anche da altri paesi. Una volta selezionate le adattiamo per il nostro pubblico, apportando modifiche. Prendendo sia ricette greche che italiane, che sono tra le cucine mediterranee più rinomate.

**Mi può fare un esempio? Cosa cucinate di solito?**

Tutti i vari tipi di pasta. I vari spunti li prendiamo dalla cucina italiana in vari modi, sia mari che monti.

**E quando prendete le ricette cambiate anche i nomi o li mantenete in italiano? Carbonara, amatriciana, pasta al pesto...?**

In realtà la carbonara resta così, identica come in italiano. Però lo chiamiamo *carbonar*. Per dire, quando cuciniamo piatti col pesto o altri nomi complicati, quando non suonano bene in albanese cerchiamo di renderli più semplici.

**Con quale frequenza preparate questi piatti nella sua trasmissione?**

La pasta, ad esempio, la prepariamo 1-2 volte a settimana. Ma anche il risotto alla milanese, quello allo zafferano...

**Quindi il pubblico albanese non ha bisogno di venire in Italia per assaggiare questi piatti, ma date loro modo di conoscerli attraverso il vostro programma.**

Assolutamente sì, non c'è bisogno perché queste vostre ricette le cuciniamo noi per il pubblico. Capita spesso inoltre di invitare all'interno del nostro programma dei cuochi italiani, i quali vengono con molto piacere, magari ci svelano qualche ricetta personale o tipica del loro paese d'origine.

**L'arte della cucina è sempre ricca di novità, dopotutto ogni regione, ogni paese, ha un determinato modo di cucinare un prodotto. È tutta l'Italia è rinomata per la sua grandezza su questo aspetto.**

Appunto. Noi per questo motivo li seguiamo sui vari social e cerchiamo sempre di copiare i loro piatti, soprattutto su Instagram seguendo i diversi cuochi, in particolare Benedetta Parodi e il programma diretto da lei; lei è una ragazza molto semplice e non preferiamo quelli con le stelle Michelin, perché sono ricette molto complicate da riprodurre a casa. Ricette tradizionali, quindi, non stellate. Quindi anche per quanto riguarda la cucina greca e quella albanese seguiamo lo stesso principio. Ripeto, sempre nell'ambito della tradizione e semplicità, perché un cuoco anche se stellato non ha click, non sono condivisi tutti i suoi piatti e ha una visibilità minore.

**Quindi questa scelta da parte del pubblico avviene anche a causa di una disponibilità economica insufficiente per la creazione di queste ricette elaborate?**

Ovviamente, comprare tutti questi ingredienti particolari comporta un costo, quindi la gente punta sulla semplicità. Solo una piccola parte della gente può permettersi naturalmente gli ingredienti richiesti per le ricette stellate, per l'elevato costo; quindi, la maggior parte preferisce di conseguenza ricette più economiche. Questo è legato anche al fatto che la gente non frequenta questi ristoranti, non ha modo di assaggiare questi piatti particolari e quindi non li riproduce. Non sono ricette per la massa ma per una parte ristretta di persone. La maggior parte preferisce i piatti tradizionali anziché i raffinati.

**Secondo il suo punto di vista, quali sono i programmi più programmi di Report TV attualmente?**

Ovviamente al primo posto c'è *Rreze Dielli – ride* – e lo dico non perché è il mio programma ma perché è uno dei più sponsorizzati. Visto che si tratta di un programma culinario, per preparare tutti questi piatti gli ingredienti e tutte le materie prime per cucinare ce li portano diversi imprenditori, per pubblicizzarli all'interno della trasmissione. Per questo è uno dei programmi più sponsorizzati, in

quanto gli imprenditori mettono in esposizione i loro prodotti. Gli ingredienti più soggetti a competizione sono farina, olio, zucchero, pasta, banane e altri tipi di frutta... qualsiasi ingrediente legato al mondo della cucina. Ma i programmi più importanti sono quelli che trattano temi di attualità e politica; noi li trattiamo tanto perché siamo un'emittente costruita sulle news e sull'informazione. Inoltre, possiamo dire che in Albania per sfortuna la politica è l'argomento che vende più di tutti. Le persone si occupano molto di politica. Secondo me bisognava che queste persone lavorassero di più anziché occuparsi di politica. Quindi queste scelte del mercato portano a diversi produttori di programmi che trattano queste tematiche più di altre, perché ogni programma prodotto ha lo scopo principale di guadagnare. La politica per questo rimane uno dei temi centrali e più cliccati. A partire dai più piccoli che sentono e parlano di politica, si nutrono di politica, dall'infanzia fino alla maturità.

**Visto che siete un canale informativo, come cambia la vostra offerta televisiva rispetto alle altre emittenti concorrenti che trattano gli stessi temi?**

Ho l'impressione che siamo diversi dagli altri in base alla velocità nel dare informazioni per primi. Inoltre, anche grazie alla neutralità nella costruzione delle notizie. Trasmettiamo i fatti per come sono successi senza punti di vista, dando una voce a tutti. Per velocità del dare notizie non intendo che prima non procediamo alla loro verifica se siano vere o meno, non è il mio campo personale ma per quello che sento dai miei colleghi è comunque attiva un'opera di filtraggio delle notizie, tutto allo scopo di offrire un servizio di qualità. Personalmente, ripeto, non amo la politica, ma tutto questo si basa su quanto sento dai miei colleghi. Io amo l'arte, la cucina, la cultura... ma ho notato che i miei colleghi da questo punto di vista sono molto professionali; questo fa sì che i nostri programmi siano tra i più professionali perché abbiamo molto audience. Una trasmissione mattutina molto seguita è quella che fa lettura di stampa, che presenta i principali fatti del giorno. Al suo interno ci sono anche interviste con varie persone che discutono gli argomenti quotidiani, dove i telespettatori possono partecipare, non solo dalle interviste che i nostri inviati fanno sul posto ma anche telefonando direttamente in studio. Questo è uno dei programmi che ha ottenuto maggiori complimenti in assoluto: gli spettatori ci contattano, in diretta, ringraziandoci per aver dato voce ai loro problemi e per la possibilità di condividere questi commenti insieme. I complimenti maggiori vanno al conduttore in quanto è un giornalista molto preparato e capace di ascoltare, molto competente nel dare voce a tutti loro che ci seguono. È molto serio e anche neutrale, cerca sempre di non emozionarsi di fronte alle varie storie che segue, restando professionale. Questo aspetto di professionalità è legato molto agli insegnamenti del nostro proprietario, Carlo Bollino, uno dei giornalisti con più esperienza in Albania ma anche in Italia, il quale ha inaugurato una delle prime emittenti News24... ho l'impressione che

se il comandante è bravo anche i suoi soldati lo saranno. È lui secondo me a dare questo respiro di professionalità e loro lo seguono nell'intento. Lui ha portato tanti benefici alla tv albanese, tante innovazioni, cioè News24 oggi è quello che è grazie al suo contributo, in quanto è stato il primo ad avere l'idea della nascita di un programma che si occupa solo di informazione notizie.

**Secondo il suo punto di vista, com'è cambiata la televisione dai primi tempi che ha collaborato con Carlo a oggi? Può descrivermi aspetti positivi e meno positivi?**

La televisione è cambiata soprattutto in termini di qualità e dell'immagine. Sono stati realizzati studi sempre più belli dal punto di vista scenografico, con luci migliori e più avanzate, nuove telecamere, trasmissione... una crescita dal punto di vista professionale di operatori che lavorano all'interno di canali televisivi. È cambiata anche l'immagine di quelli che vanno veramente in onda, sia ragazzi che ragazze: il trucco, il modo di vestirsi, tutto ciò che c'è intorno è molto più bello di prima.

**I vestiti indossati dai giornalisti che vanno in diretta o registrati sono capi tipici albanesi o di altri paesi?**

Per quanto riguarda la mia scelta personale, alla mia conduttrice personale Katerina cerco di non fare indossare abiti di moda ma quelli che le stanno bene, adeguati anche al contesto che lei rappresenta, ovvero quello di una cucina. Niente capi stravaganti né corti o sexy, per attirare l'attenzione delle persone, ma adeguati al contesto che lei rappresenta. Le ragazze "trasformate" nel programma con ciglia, extension eccetera, sarebbero fuori luogo all'interno di questo programma... in altri contesti magari sì... ma in questo programma è importante la semplicità, come il cucinare a casa.

**Con la nascita di sempre più nuovi programmi televisivi e un'offerta televisiva in aumento, che impatto hanno avuto sul pubblico? Positivo o negativo? Non in termini di scelta ma in termini culturali...**

A dir la verità non so rispondere a questa domanda. Vedo tante cose che non mi piacciono, a mio parere non sono giuste, non è giusto che si trasmettono perché certi programmi sono aggressivi, usano un linguaggio banale e il dibattito può sfociare in forti litigi. Qualche giorno fa ho parlato con una mia collega, dicendole che tra pochi giorni verrà celebrata la giornata mondiale dei parchi e della natura. Le ho chiesto di trovarmi uno spazio all'interno del palinsesto da costruire per parlare di parchi e natura, non solo a titolo informativo, ma anche culturale. Lei mi ha risposto che all'interno del



palinsesto giornaliero c'erano solo 30 minuti liberi, ma che si erano organizzati con circa 7 ospiti in studio per un dibattito acceso riguardante tematiche diverse e tuttavia preferibili al tema che avevo proposto, perché il mio non avrebbe potuto attirare molta *audience*. Per il mio modo di fare televisione, ci vorrebbero più programmi per bambini, ma anche di cultura, o che comunque trattano tematiche diverse con toni più pacati, liberi da litigi.

**Quindi secondo un suo punto di vista questo potrebbe essere un problema per certi temi che non avendo clic non sono trasmessi in televisione? Trascurando certi temi quindi non si ha modo di conoscerli, né di portarli al pubblico e neppure di trovare una soluzione... se trattiamo sempre gli stessi argomenti.**

Oggi i canali copiano le cose più brutte pur di tenere alti gli ascolti. Non vorrei parlarne adesso, ma oggi fanno il programma *Përputhen...* (*Uomini e donne*) mio dio, mi sembra di un livello bassissimo... il litigio forte attira; quindi, fanno questi programmi di proposito allo scopo di tenere alta l'audience. Attraverso questo meccanismo uno che cambia canale vede che questi litigano e rimane là per più tempo... ma a mio parere non è buona cosa per l'Albania perché sono programmi di bassissimo livello. Purtroppo, questi produttori non vedono la cultura che trasmettono questi programmi, non gli interessa trasmettere un tipo di contenuto per diffondere la cultura, ma puntano tutto sull'audience. Diversamente noi cerchiamo anche il modo di vestirsi dai temi che trattiamo, cioè di essere appunto diversi da questi programmi da cui vogliamo stare alla larga.

**Quindi cercate di catturare un altro tipo di target in questo modo?**

No, comunque il pubblico in Albania è soltanto uno. Cerchiamo di non dare a chi ci segue programmi di bassissimo livello, bensì dei prodotti differenti da essi. Anche se non sappiamo se avranno successo o meno. Sono sicura che questo metodo funziona perché riceviamo comunque molte recensioni positive sul fatto che siamo diversi dagli altri.

**Per quanto riguarda la tv albanese degli ultimi anni, i format con più successo sono stranieri o albanesi?**

Ci sono tanti format presi da altri paesi, come quelli che troviamo in Klan e Top Channel, che li hanno comprati e sono convinta che hanno un'audience più rilevante perché sono costruiti molto bene dal punto di vista scenografico. Investono grosse somme costruendo studi molto belli, enormi, e secondo me hanno un'audience significativa.

### **Mi può fare un esempio di questi format presi dall'estero?**

Per esempio, *Dua të të bëjë të lumtur*, simile al *C'è posta per te* di Maria De Filippi.

### **Questi format sono uguali alla versione originale o adattati per il pubblico albanese?**

Secondo me sono identici alla versione italiana, comprando la patente portano solo qualche piccola modifica in base alle esigenze del pubblico albanese. Un altro esempio è *Big Brother*, trasmesso su Top Channel. Come dicevo prima, hanno preso il format *Përputhen*, equivalente di *Uomini e donne*, che però rispetto a quello italiano trovo abbia un livello molto più basso. Ha una qualità che al solo vederlo mi disgiusta.

### **Questo dipende dalla scelta degli attori in studio o dalla produzione che cerca proprio il litigio all'interno del programma?**

Ritengo che tutto questo sia organizzato dalla produzione che cerca attraverso la sceneggiatura di ottenere una determinata performance da parte dei ragazzi. La produttrice cerca secondo me, con i suoi attori, di dare una determinata forma al suo programma per raggiungere sempre più click. Perché questo attira il pubblico. Controllando in ogni momento l'audience lei capisce quali sono gli argomenti più cliccati e capisce in quale direzione procedere.

### **Questo aspetto è legato all'offerta che si aspetta il pubblico? Perché attraverso i clic il pubblico dà un feedback importante al produttore...**

Ho proprio l'impressione di sì. Guardando la tv nazionale TV SH che spesso trasmettono programmi sui libri, molto belli, purtroppo non hanno un'altra audience.

### **Oltre alla fortuna di lavorare sempre con Carlo, avete avuto anche la possibilità di collaborare con altre emittenti o giornalisti stranieri?**

No purtroppo, da vent'anni collaboro con Carlo, ma non ho avuto occasione di collaborare con altre emittenti né con altri giornalisti stranieri.

### **Dal 2013 al 2015 in Albania nasce AGON CHANNEL, cosa ha significato per il pubblico albanese oltre ad essere una novità?**

Secondo me ogni novità nel mercato dei media è una cosa positiva. Purtroppo, la sua durata è stata così breve che non abbiamo avuto modo di comprendere bene cosa abbia comportato per il pubblico albanese.

**Quindi, secondo il suo punto di vista, questo modello italiano ha avuto o no un impatto forte sul modello albanese di fare televisione?**

Sì, penso proprio di sì.

**Perché?**

Perché abbiamo copiato tante cose da loro, non soltanto dall'Italia ma anche da altri paesi europei, come il modello francese. Per me rimangono i primi in assoluto, sono molto belli, hanno una qualità maggiore se paragonati con altri. Specialmente i programmi di cucina che io seguo, li costruiscono molto bene. Con il modello italiano però siamo cresciuti durante la dittatura, era vietato e lo vedevamo di nascosto, ha avuto un impatto molto forte e ne abbiamo copiato vari elementi. Questo ha comportato un aumento della qualità del nostro livello di fare televisione. Attraverso di loro abbiamo portato qualcosa di nuovo al pubblico albanese oltre che una democratizzazione maggiore. Secondo me anche copiando poche cose, ad esempio le conduttrici, il loro modo di presentare le notizie, come sono vestite, è già un miglioramento di qualità, anche solo a livello di stile. Questo è un fatto positivo, copiare dall'Italia anziché da altri paesi dell'Europa dell'est, il loro stile non mi piace, e questo succede perché noi siamo più in contatto con la cultura italiana che con altre. Anche i programmi greci, noi non li copiamo perché sono costruiti con molto dialogo o si truccano in modo eccessivo. Lo stile scelto da diversi canali albanesi proviene più dall'Italia che da altri paesi. Adesso hanno aperto un nuovo canale televisivo, A2 CNC, e vedo le moderatrici che si vestono molto bene, con tanto stile, proprio come le conduttrici italiane. Penso che tutti i dettagli siano curati riprendendo dallo stile italiano, anche nei colori utilizzati in studio. Invece quelli dell'Europa dell'Est, in Germania per esempio, usano colori molto più freddi. Il modello inglese è molto "raffinato", quello italiano invece è più bello da seguire, e questo dipende anche dalla vicinanza geografica.

**Si parla spesso di una forte censura, o autocensura, dei temi trattati in certi programmi televisivi, o di un collegamento diretto tra emittenti televisive e la politica. Cosa ne pensate di questo fatto?**

Può darsi, non so cosa dire. Non sono una giornalista, non mi occupo mai di informazione o di politica, però da quello che ho sentito dai miei colleghi non abbiamo ricevuto pressioni esterne o interne sui temi da condividere con il pubblico. Nel mio programma oltre alla cucina cerco di trattare la cultura, seppur nell'ambito del cibo, o dei viaggi e le tradizioni dei vari paesi da cui provengono gli ospiti attraverso il cibo.

**Avete qualcosa da aggiungere?**

Ho viaggiato spesso verso l'Italia, adoro la Città Eterna, ma la maggior parte dei viaggi li ho fatti al sud. Mi piace molto la cucina che neanche discuto, soprattutto i borghi e la cultura che tramandano da secoli, l'ambiente a contatto con la natura, persone molto gentili, località molto meno caotiche rispetto a come si vive qui. Dal punto di vista estetico è tutto molto bello, perfetto... per non parlare dello stile, là puoi trovare cose molto carine senza spendere molto, l'importante è abbinare i colori nel modo giusto. Con 2-3 cose diverse ti presenti molto meglio nel modo di vestirti.

**Bene, la ringrazio per il tempo concesso.**

Mi auguro di esserti stata un po' d'aiuto per la tua ricerca con quanto ci siamo detti.

## Carlo Bollino - intervista del 24 maggio

### **Mi può dire gentilmente qual è il suo percorso formativo professionale?**

Professionale in generale... io sono un giornalista italiano, professionista, dal 1983, sono pugliese, mi sono occupato sempre di criminalità, mafia, per molti anni, fino al... al 1991, poi ho cominciato a fare l'inviato di politica estera, prima ho lavorato per il *Quotidiano di Lecce*, poi per *La Gazzetta del Mezzogiorno*, a Lecce, città di cui sono nativo, poi mi sono trasferito a Bari come inviato... inviato speciale, avevo come ruolo, come contratto. Lì ho cominciato prima a occuparmi di criminalità e mafia, poi di politica estera. Quindi ho fatto... seguito i conflitti nell'ex Jugoslavia... in Somalia, sono stato in Romania, la caduta del muro di Berlino, ho vissuto insomma quegli anni di transizione. Durante questi viaggi mi è capitato di arrivare in Albania.

### **Quindi la passione per l'Albania nasce con i viaggi ma anche dal contatto che magari ha avuto con gli albanesi nel periodo di transizione...?**

No no, assolutamente no. Sono venuto in Albania la prima volta nel '91, stava iniziando il primo sbarco con gli albanesi. Allora l'Albania era chiusa, diciamo, cioè... per i giornalisti italiani era difficile entrare; perciò, io venni qui camuffandomi da turista, con un gruppo marxista-leninista, facevano gruppi appositi, partivano da Otranto col traghetto La Romana, facevano questa tratta Otranto-Valona, e qui per la prima volta sono entrato così, diciamo semi-clandestino, non come giornalista, ma per seguire la... un po' la storia del Paese. Poi sono tornato per le elezioni del '91, poi quelle del '92 e in quel contesto... ho trovato il fatto che in Albania non c'erano... era caduto già il regime, dal '92 era già in vigore il partito democratico con Berisha... e... mi accorsi che mancavano i giornali. C'era il *Rilindja Demokratike (Rinascita Democratica)* ma pochi altri giornali in giro. E allora ho ripescato un vecchio progetto, attinente alla tua ricerca, perché tra il 1927 e il 1939, era stato creato in Albania un giornale che era *La Gazzetta Città*, una versione albanese de *Il Mezzogiorno* di Bari. E quindi poi era stato chiuso questo giornale, con l'arrivo dei fascisti, e poi non è stato ovviamente mai riaperto per il successivo regime comunista. Quindi, caduto anche il regime comunista, si è aperto il paese al pluralismo... allora proposi al mio editore – figlio dell'editore del '27 – di riaprire *Gazzetta Città*, e quindi io sono poi tornato definitivamente tra il '92 e il '93 per aprire questo progetto che è stato il primo giornale... la riedizione in lingua albanese di *Gazzetta Città*. Da allora sono rimasto... in pianta stabile in Albania. Successivamente sono passato all'ANSA, sempre come corrispondente estero per l'Albania, poi sono entrato nel pool della guerra, in Iraq,

Israele, Medio Oriente, come inviato di guerra per un periodo, ma sempre a Tirana come base. Ho fatto anche la guerra in Kosovo e Macedonia...

**Come mai questa passione? Fare l'inviato di guerra non è come lavorare per un giornale sportivo, dopotutto.**

Mah, è stata un'evoluzione abbastanza naturale, perché dapprima sono stato cronista di nera, mi sono occupato della nascita della mafia in Puglia, quindi diciamo... un po' ho lavorato sempre sul terreno, quindi... fare l'inviato di guerra è più o meno come seguire una... un grande conflitto mafioso in forma un po' più... estesa.

**Soprattutto in Italia, perché si sentono spesso notizie del genere.**

Sì, in Italia, gli anni '80-'90, la mafia in Puglia era nascente ma molto aggressiva, e quindi io... però ammetto che per caso mi è capitato di avvicinarmi alla politica estera, e... di seguirla come inviato di guerra: i conflitti in Iraq... in quel momento il giornale italiano era molto attento ai conflitti che scoppiavano, come successe nel Vietnam trent'anni prima. Io non c'ero ovviamente, però mi è capitato un po' per caso.

**Vuole raccontare brevemente come si svolge il suo lavoro nella quotidianità?**

Il lavoro è del giornalista in genere è cambiato molto con gli anni, fin da quando sono arrivato in Albania, e poi come l'ho svolto in seguito. Sono stato poi per quattro anni direttore della *Gazzetta del Mezzogiorno*, quindi quando ho lasciato definitivamente l'Albania, poi mi sono spostato in Israele, come corrispondente in Medio Oriente, poi per l'ANSA, poi sono tornato a Bari come direttore della *Gazzetta del Mezzogiorno*.

**In Albania, dalla sua esperienza a partire dagli anni della transizione a oggi, com'è cambiato il giornalismo?**

Totalmente. All'inizio quando sono arrivato non esisteva il giornalismo nella forma... diciamo tradizionale. La notizia non sapevamo cosa fosse, era propaganda partitica, ma non solo: c'era anche *Koha jonë (Il nostro tempo)* un giornale indipendente, però faceva anche propaganda; cioè... i pezzi di cronaca non esistevano, erano tutti editoriali, ogni pezzo era un'analisi. Mi ricordo la *Gazzetta Città*, nei primi sei mesi, non potette stampare in Albania perché non c'erano le condizioni tecniche per stampare... noi stampavamo in Italia a Bari, il giorno dopo lo distribuivamo, quindi con ventiquattr'ore di ritardo. Ciononostante, le nostre notizie uscivano comunque prima degli altri, erano

gli altri che lavoravano lenti. Lavoravamo con i tempi italiani: ad esempio in Italia un omicidio lo si viene a sapere il giorno dopo sui giornali, ma lì lo leggevi dopo una settimana. Per cui, anche pubblicando notizie con due giorni di ritardo arrivavo comunque primo rispetto agli altri. I tempi dell'informazione erano lentissimi, all'inizio... della transizione, e non erano basati sui fatti ma bensì sulle opinioni. Arrivavano ma erano marginali. Io in Albania ho portato un modello d'informazione basato sui fatti e molto meno sulle opinioni. Questo mi ha anche creato non pochi problemi politici perché sono entrato mio malgrado... in conflitto con il governo Berisha, per le notizie di cronaca nera, a loro sembrava un modo di criminalizzare il paese. In realtà la cronaca nera in Italia non ha una connotazione politica... ma per loro, per il Partito Democratico, forse una parte dell'opinione pubblica... raccontare la cronaca nera poteva equivalere almeno in parte a criticare il paese.

### **Criticare di conseguenza il governo.**

Esatto. Questo mi ha portato insomma a una serie di scontri fino all'espulsione, sono stato ritenuto persona non grata dall'Albania nel '96, Berisha mi ritenne personalmente persona non grata... non concepiva questo giornalismo libero dal loro condizionamento e da qualunque altro partito. Comunque, lì quest'avventura, diciamo, fu possibile perché poi trovai una classe di giornalisti, di giovani albanesi. Io non presi nessun giornalista dai vecchi sistemi perché molto in avanti con l'età; l'età media dei giornalisti in Albania a metà degli anni '90 era molto più alta di come la vedi oggi perché erano giornalisti-partito, tutta gente appartenente al partito, dei veri "mammoth" dal punto di vista dell'informazione. Per cui io cercai giovani, che non avessero nessuna esperienza giornalistica, e devo dire che fu facile perché trovai un entusiasmo straordinario. Alcuni... praticamente quasi tutti i giornalisti che tu vedi oggi, a dirigere televisioni, quelli di una certa età, sono quasi tutti nati da me, o con me o con *Koha jonë* c'erano due scuole di giornalismo: *Koha jonë* di Nikoll Lesi, un giornalismo militante, aggressivo... efficace ma molto aggressivo; e poi la mia scuola di giornalismo fondato sui fatti e opinioni separati – l'altra mischiava fatti e opinioni in un unico... un unico articolo. Erano dunque due concetti di giornalismo, il primo più albanese, il mio decisamente più europeo.

### **Questa situazione dei giornalisti albanesi era dovuta alla situazione del Paese o anche all'università che non riusciva ad adeguarsi alle politiche europee dell'epoca?**

Il giornalismo albanese praticamente non esisteva. Cioè esisteva questo, il vecchio giornalismo, il vecchio modo di fare informazione e propaganda, e... e praticamente poi c'erano i nuovi giornali che nascevano, ad esclusione del mio, quasi tutti di partito, come *Rilindja Demokratike*, *Alleanza Demokratike* (*Alleanza democratica*, *Zëri i Popullit* (*la Voce del Popolo*) che si era

rimodernato, ma sempre organo di partito. Noi all'epoca eravamo l'unico modello di stampa non partitica. E poi non c'erano televisioni private: c'era la televisione di stato che era partitica. Diciamo non c'era modo di fare accrescere una classe di giornalisti fuori dalla dimensione del giornalista di partito. Quindi io... puntavo sulla voglia di cambiamento da parte del paese: anche l'aspetto sociale è stato importante nell'evoluzione del giornalismo albanese. I giornalisti che allora trovavo – Fatos Baxhaku, poverino è morto, era uno studente di storia, che però si appassionò di giornalismo; Andrea Stefani, pure lui poverino morto di tumore, era un giornalista di economia e divenne uno dei più importanti giornalisti economici dell'Albania; Alba Maltesi, divenuta poi mia moglie, per pura coincidenza... era una studentessa di lingua italiana che mi aiutava con l'albanese; Edmond Laci un altro giornalista, un altro ragazzo che non aveva mai fatto giornalismo in vita sua; Armando Mero, che oggi è nostro corrispondente in Sudamerica, l'ho conosciuto che mi faceva da traduttore durante elezioni del '91 – tutti ragazzi presi non dal mondo del giornalismo, che però – Arjan Cani che era il corrispondente di Gjirokastra poi divenuto direttore del giornale, adesso è uno degli *showman* più conosciuti; Blendi Fevzio no perché lavorava già con Alleanza Democratica, ma insomma sono tantissimi quelli che sono passati, che hanno avuto più o meno successo e sono passati da me, ed era facile perché avevano tantissima voglia di imparare, di integrarsi e di apprendere un modello di giornalismo. Oggi questo... poi magari arriviamo all'oggi... è difficilissimo da trovare, cioè quel tipo di stoffa professionale, ormai è molto raro. O fui fortunato io...

### **Da cosa dipende questa situazione?**

Oggi c'è una crisi dell'informazione ovunque. I tempi dell'informazione sono cambiati, totalmente. Se prima erano sette giorni – che io ho portato poi a due giorni, ho un po' accelerato – con l'arrivo delle televisioni private il tempo è diventato di alcune ore. Con l'arrivo dei telefonini è diventato alcuni minuti, o secondi addirittura. Questa terribile accelerazione dell'informazione, che non è solo in Albania ma ovunque in tutto il mondo, ha anche moltiplicato il numero dei media: perché allora... io lo dico sempre che in Albania ci sono più giornali che giornalisti.

### **A cosa è dovuto questo fenomeno?**

Questo fenomeno è accaduto anche in Italia nel dopoguerra. In Albania non si è ancora assestato, diciamo, là vive un'eterna transizione che dura da trent'anni, che è stancante... estenuante. Per cui ci sono i giornali che sono nati perché dovevano difendere il business di alcuni imprenditori, poi al posto dei giornali hanno cominciato a fare televisioni, infatti ce ne sono 50-70 in Albania...



### **Un numero elevatissimo di televisioni per un numero molto basso di persone...**

Un numero pazzesco. E poi adesso, siccome le televisioni hanno un certo costo, sono arrivati i siti web, e ci sono almeno 800 siti di informazione online... qualcuno dice 1.500, in realtà non li ha calcolati nessuno perché è impossibile calcolarli. Allora tu immagina: 1.500 media che cercano giornalisti... e i giornalisti reali a disposizione quanti sono? Quanti possono essere? Quelli bravi saranno cento in tutta l'Albania... e sono generoso. Per cui... è chiaro che il livello dell'informazione è andato via scadendo, per cui io do la possibilità a chiunque di provare a fare questo mestiere. Cosa in Italia inimmaginabile. Perché c'è bisogno: il mercato richiede la figura dei giornalisti, qualunque figura, perché quando il primo ministro dice una battuta "non ci sono i lavoratori" in realtà è vero; se parli con le aziende, una qualsiasi azienda, a qualunque livello, manca manodopera o staff... manca la gente. Chiunque è sottorganico, almeno le medie aziende; quelle grandi invece sono sopra organico perché hanno talmente tanti soldi che si permettono di strapagare la gente ma non perché valgono... ma per non perderli, e questo ha creato una bolla nel mercato dei media che prima o poi esploderà. Una bolla del mercato dei media... per cui entrare nei media significa entrare in un mondo dove guadagni quello che vuoi se hai un minimo di capacità – o se hai un minimo di capacità di negoziare col datore di lavoro – e poi puoi smettere di lavorare tanto nessuno ti caccia. Questo ovviamente in Italia è inimmaginabile: io mi ricordo quando lavoravo alla GDM come direttore mi arrivavano curriculum di gente con 3 master e io non li potevo prendere, non... non avevo la possibilità di assumerli. Qui in Albania invece, non so, un autista vuole provare a fare il giornalista e lo fa, anche se non sa scrivere correttamente l'albanese. Non c'è nessun tipo di selezione nel mercato, oggi, allora invece nel '92 c'era la selezione: se non mi andava a genio uno ne trovavo altri 20. Oggi se non mi va bene X non ne trovo altri venti, è difficile persino tenere lui perché se lo mando via trova sicuramente posto presso un altro giornale, un altro media, con uno stipendio più alto. Quindi è un mercato completamente deformato. Questo accade anche in altri settori, ma particolarmente quello dell'informazione. Sta accadendo ora anche nel mondo dell'informatica. Fino a 10 anni fa gli informatici erano disoccupati, ora stanno arrivando grandi aziende dall'estero, localizzandosi in Albania, e tu non trovi un informatico da queste parti neanche a pagarlo oro.

**Ma vedendo anche i dati Istat in Italia delle pubblicazioni i primi laureati sono quelli che hanno completato il percorso di studi in informatica, anzi le aziende li richiedono pure prima di essere laureati, facendo anche training particolari...**

Sì, quello è il *boom* di un settore in crescita. In Albania ovviamente è la stessa cosa, perché qui il costo di un ingegnere IT è un terzo rispetto che in Italia.

**Per attirare sempre di più investitori stranieri il primo ministro, in un articolo che ho letto l'altro ieri, sta facendo un richiamo per chi volesse candidarsi per progetti o partecipare al terzo mandato... Io l'ho interpretato in questo modo, anche per persone che sia in Albania ma anche quelle all'estero per ritornare in Albania...**

Lui questa cosa l'ha fatta anche nel 2013. Lo studio lo fece soprattutto con i medici, fece una grande conferenza alla diaspora, in realtà chi è rimasto sono stati pochissimi perché c'è anche un altro aspetto che non ha a che fare con il giornalismo, te lo racconto... esiste una... diciamo un conflitto culturale tra l'albanese cresciuto in Albania e l'albanese cresciuto come te all'estero. Tu hai una cultura del lavoro, della responsabilità, del tuo impegno totalmente italiana...

### **Perché esiste tutta questa differenza culturale?**

Tu sai che in Albania c'è un detto: meglio merda che più piccolo. Questa espressione tu la applichi a tutti i campi della società albanese, per cui se tu sei... se sei capo sei onnipotente, se sei vicecapo sei mezzo onnipotente, se non hai un grado sullo spallino non sei nessuno. Mentre in Italia tu anche se non hai un grado hai comunque un tuo ruolo, una tua voce, no? Perché è una dinamica sociale diversa, in Germania forse ancora di più, negli Stati Uniti ancora di più. Però paragoniamo le due realtà italiana e albanese, che sono le più vicine: quando tu con la tua cultura europea, la tua tolleranza, la tua... la tua ambizione, tutti questi fattori che ti hanno reso cittadino europeo al 100%, arrivi qui, non credere che sia facile far attecchire quella tua cultura in una società che ancora invece... è radicata nel passato, in una... dimensione completamente diversa. Che cosa succede? Si crea un conflitto, per cui tu vieni isolato dagli altri; la massa critica è contro di te, non è con te. Questa è una triste realtà, per cui se uno viene qua volendo «fare l'italiano» ti dicono in albanese – e tu non parli nemmeno bene come loro – «e tu chi credi di essere per venire qua e credere di cambiare l'Albania?» Questo è un problema che ha spinto molti della diaspora a venire qua e poi andarsene.

**Questo è un problema da quello che ho sentito, soprattutto per tanti laureati all'estero e poi tornati in Albania per costruirsi una vita migliore.**

Se tu entri nella pubblica amministrazione e hai un dossier tra le mani devi lavorare oltre le 5 del pomeriggio e i tuoi colleghi ti vedono ancora al lavoro a quell'ora loro ti spengono la luce e dicono: «Che c\*\*\* fai? Esci». Ti cacciano. «Se vedono che tu lavori poi devo lavorare pure io». Ti emarginano. Questo, lo racconto sempre, è un fenomeno che tendenzialmente si andrà ad attenuare col passare degli anni, quando il numero di voi che tornate sarà più alto di quelli che sono rimasti.

Ma ci vogliono... decenni e un flusso di ritorno massiccio: non basta che vengano in cento, devono venire in diecimila, e spero che questo accada. Io lo vorrei... ma temo che nessuno di voi abbia voglia di sacrificarsi. Non in diecimila almeno. Io avevo un elettricista, ai tempi della News 24... era il fratello di un altro operaio che ci lavorava, emigrato in Grecia e poi tornato perché era morta la moglie e cercava lavoro e io lo presi immediatamente. Gli affidai l'incarico di fare un nuovo impianto in uno studio che avevo. Tornai dopo qualche settimana... lavoro finito: aveva fatto un lavoro strepitoso. Le canaline, i cavi... sembrava fatto da un italiano, un professionista rispetto allo standard albanese. Gli feci grandi complimenti. Per un anno poi andai in Israele, ma nel frattempo questo ragazzo aveva vissuto insieme al fratello che non era mai stato in Grecia, insieme alla sua società nel suo quartiere, e per passare un cavo elettrico aveva rotto un vetro. In un anno lui si era perfettamente «albanesizzato». E quando gli chiesi com'era possibile lui non sapeva spiegarselo, lui stesso non si era reso conto della sua «involuzione». Molti albanesi sono andati in Italia, alcuni sono tornati sperando di essere assunti nella pubblica amministrazione in posizioni importanti, ma loro hanno sofferto e soffrono tantissimo, e chi ha resistito si è «albanesizzato», cioè ha perso quell'elemento specifico che ti rende diverso.

**Prima mi ha parlato del rapporto e della differenza tra politica e media negli anni della transizione: com'è cambiato questo rapporto da quel periodo ad oggi? La stampa di oggi in che condizioni si trova? È libera? O polarizzata dalla parte dei partiti politici?**

La stampa è... questo è un... una cosa che io ripeto sempre ma purtroppo, lo dicevo nel periodo '94-'95, ma devo ripeterlo anche oggi, in Albania c'è la stampa libera ma non ci sono i giornalisti... ma non perché non sono liberi perché il regime ci opprime. Allora, noi abbiamo avuto nella fase iniziale il regime Berisha che non era uno stato democratico, che opprimeva e minacciava la stampa. Il fatto che io sia stato espulso, io sono fortunato perché a me è andata bene... *Koha jonë* l'hanno incendiato, giornalisti arrestati, uccisi...

**Ma anche Frrok Cupi (giornalista di *Koha jonë*), ho sentito, una volta è stato minacciato a Valona dove era stato in campagna elettorale mentre tornavano a Tirana... Sono vari gli episodi di violenza...**

Sì sì, gli episodi di violenza ai danni dei giornalisti sono innumerevoli. Berisha è stato dichiarato nemico mondiale dell'informazione. Berisha era ed è un uomo «illiberale» talmente antidemocratico... quindi la stampa in quel periodo era libera, formalmente libera, ma praticamente era sotto il controllo... o sotto la minaccia... della... di un regime di polizia, controllato dai servizi

segreti. Con me avevano un po' meno accesso perché ero uno straniero... rispetto allo straniero c'è sempre ancora oggi una forma di complesso, no? Cioè l'albanese ancora non ha elaborato completamente il suo rapporto con... con lo straniero. Prima lo viveva come sottomissione, anche troppo... adesso lo vive come superiorità... anche troppo... adesso comunque vive – ha – un complesso rispetto allo straniero. Invece nei confronti dei giornalisti albanesi non avevano nessun tipo di complesso per cui hanno completamente condizionato la vita dei giornalisti, senza dubbio. E gli editori erano pochi allora, e secondo me erano più puri... di adesso, cioè Nikoll Lesi aveva una posizione ideologica... faceva un giornale contro Berisha... ma non lo faceva per un tornaconto personale... non faceva gare pubbliche, non vendeva il giornale al servizio di un interesse economico. Lui era abbastanza “pulito”, puro come giornalista. Poi entrava... sono entrati imprenditori. In Albania oggi non esiste più un'editoria pura, ovvero un editore che fa solo l'editore. Oggi esistono al 90%, io non faccio altro; anche Talk Channel è coinvolto, ma anche in gare o fondi pubblici... però diciamo che la maggior parte dei media hanno dietro l'editore che fa anche altro. Questo c'era anche in Italia. *Il Corriere della Sera* è di proprietà di banche, imprenditori, non è che ci sono editori puri in Italia... però in Italia la differenza è che i giornalisti hanno la loro identità, la loro tutela, un loro sindacato, in Italia i giornalisti sono molto forti... sono una corporazione che si contrappone, che bilancia il potere dell'altra corporazione che sono gli editori. In Albania invece questa corporazione di giornalisti non esiste. I giornalisti sono totalmente in balia degli editori, non hanno un contratto, una tutela... ma non hanno nemmeno l'ambizione. Molti di loro non hanno l'ambizione di dire “io voglio fare il giornalista libero perché...”; loro vogliono fare il giornalista libero per diventare a loro volta editori, infatti, tantissimi giornalisti lasciano i media per passare al solo sito web, perché avere sito web possono cominciare a fare il ricatto a questo, quello e quell'altro. Ovviamente questa anarchia che c'è nella categoria rende il politico un fattore decisivo perché il politico è una corporazione, cioè la politica è una sua corporazione, l'opposizione è una corporazione... tutti uniti per il loro scopo. I giornalisti invece non sono una corporazione, sono ciascuno diviso totalmente... e quindi la parte più vulnerabile in questa catena. Ecco perché la politica purtroppo, allora, all'inizio della transizione, per motivi diversi... oggi per altre ragioni, ma comunque la politica oggi è totalmente nelle condizioni...

**Hanno fatto tantissimi passi in avanti, negli ultimi anni, anche per la pubblicazione dei sondaggi, che all'epoca non c'erano...**

I passi in avanti sono soltanto... grazie ad una presenza internazionale che ovviamente tollera di meno, cioè nel '90 quando bruciarono *Koha jonë* nel '94, mi pare... quando incendiarono *Koha jonë* non è che ci furono le rivolte internazionali, ma chi se ne frega, no? Praticamente passò quasi

come una normale, anzi, rispetto a Enver Hoxha questo è meglio. Oggi c'è una presenza internazionale, ci sono la commissione europea che, diciamo, negozia per aprire... per iniziare, diciamo... i processi d'integrazione... è un paese membro della NATO, c'è... una cultura nella democrazia ovviamente in crescita in Albania, per cui oggi non si può fare quello che si faceva allora. Però in ogni caso... oggi i giornalisti secondo me sono più liberi di dieci anni fa perché Edi Rama è più libero, è più tollerante rispetto a Berisha, cioè... io li ho provati tutti, personalmente sono... amico ma sono anche un... diciamo, un... io condivido tantissimo le cose che fa Rama, ma sono molto critico nei confronti di alcuni comportamenti che ha Rama, ma in nessun momento lui minaccia realmente la stampa. Almeno io sono amico di Rama, potrebbe chiamarmi e dirmi "togli questo articolo" ...

**Io ho seguito un po' l'ultima campagna elettorale e spesso Rama veniva contraddetto dai dati che lui dava, perché danno sempre per scontato che sono monitorate le cose e quindi l'ho sentito anche delle volte, ma non in senso critico, che voi siete giustamente... fate riferimento al vostro padrone, in realtà non fate i giornalisti come in realtà dovrete fare. Ai giornalisti in generale, tipo a Klan, se non erro, in questa trasmissione, le difesi per i dati, dicevo "fammi vedere questi dati perché in realtà non è così come dite voi" perché spesso veniva attaccato per essere poco trasparente.**

Allora... come in guerra muore la verità, in un sistema in cui la stampa è debole, la verità muore allo stesso modo. In Albania l'opposizione, in particolare Berisha, il partito democratico, ma adesso un po' si è adeguato anche Meta, ma molto meno. Meta è un uomo corrotto ma molto più tollerante rispetto ai media di quanto lo sia Berisha, indiscutibilmente.

### **Berisha porta ancora lo strascico del comunismo interno...**

Sì, lui è comunista ed è una forza di estrema destra che non concepisce assolutamente il pluralismo delle idee. Se tu lo critichi lui ti... ti condanna. Non ti tollera. Ed è stalinista nel senso che utilizza la diffamazione come strumento politico. È con lo stalinismo che è stata inventata la diffamazione come strumento, come pretesto, per perseguire i tuoi avversari. Berisha lo applica... e lo applicano ancora oggi... per cui una forza politica intera che utilizza la diffamazione come strumento politico rende la verità fluida. Cioè, tu non riesci a capire cos'è vero. In questo contesto di confusione generale in cui i giornalisti non sono punti di riferimento... se tu fai un sondaggio e chiedi chi è la categoria meno credibile dell'Albania risultano giornalisti e politici, tutti e due. Mentre in Italia la stampa gode – oggi un po' meno, a dir la verità – di una certa credibilità, in Albania la credibilità di cui gode la mia categoria è pari a zero. La maggior parte delle notizie raccontate sono

bugie, fatti inventati, oppure mezze verità che non hanno nulla a che vedere con la missione del vero giornalismo di raccontare i fatti in modo neutro.

**Perché anche le persone non hanno la capacità di distinguere...**

Non hanno la possibilità di distinguere, perché se tu leggi – io stesso che magari ho accesso alle informazioni – se leggo un pezzo che pubblica, non so, *Pamfleti*, uno di questi siti che spara merda contro tutti... terribile... poi leggo, non so, Ora News, poi leggo *Shekulli*, poi leggo *Klan*... io stesso non riesco a capire chi dice la verità. È difficilissimo, se tu leggi quello che questi hanno detto che l'opposizione hanno fatto un ricorso per le elezioni, cercare di vanificare le elezioni, “però, caspita, questi hanno ragione”, poi però vai a scavare un po' e ti accorgi che l'80% delle cose che dicono sono inventate oppure manipolate, oppure hanno detto la mezza verità ignorando tutto il resto.

**All'interno della stessa notizia non trovi, diciamo, che ci sono circoscritte anche altre opinioni che sono vicine, ma passiamo da un estremo all'altro...**

Non c'è logica, non c'è coerenza. Se oggi Berisha ti dice “il mondo è rosso”, e il giorno dopo dice “il mondo è blu”, tu trovi titoli: “Berisha – il mondo è blu” e “Berisha – il mondo è rosso”. Il giornalista non fa quell'opera di mediazione, che deve fare un mediatore, perché noi siamo mediatori. Non dobbiamo censurare Berisha, però dobbiamo dire: “attenzione, ieri ha detto che era blu, quindi è rosso o è blu?”. Per i giornalisti di Berisha il mondo, quindi, è rosso perché lo dice Berisha. Il giorno dopo è blu perché lo dice Berisha. Quindi la nostra funzione è completamente cancellata in Albania, e questo quindi consente anche al governo di mentire. Per chi è, qual è il punto di riferimento. Il *fact checking*, che è uno strumento di controllo che normalmente dovrebbe avere la stampa in una democrazia sana, in Albania non è credibile; non che non ci sia ma non è credibile. Cioè loro in 8 anni hanno denunciato 5000 scandali, di cui al massimo 10, 15, 20, erano credibili. Di quelli nessuno ha memoria perché li hanno diluiti in 4980 falsi. “Al lupo, al lupo” non funziona in politica e questo ha devastato... la coscienza sociale. L'ha devastata perché la gente oggi sono capaci di rivoltare per Rama nonostante gli errori che ha fatto, ma perché quelli sono peggio. Cioè non votano Rama perché credono in Rama, tutti, quelli che lo hanno votato...

**Sì, ho visto i sondaggi che avete pubblicato voi recentemente fatti dall'Istituto Piepoli per le ultime elezioni. Da questi sondaggi emergeva che Rama era quindi “il male minore”.**

Rama è il male minore rispetto a un partito democratico identico a quello che nel 2013 venne sconfitto.

**Guardando i rapporti di commercio tra l'Italia e l'Albania quasi 70% degli scambi avvengono tra questi due paesi con un deficit per l'economia albanese molto consistente che dimostra che la sua forza economica è molto debole. Togliendo l'Italia secondo i dati l'Albania è un paese morto da punto di vista economico.**

Anche in questo c'è secondo me la grande responsabilità del partito democratico, il quale ha avuto il compito storicamente importante, ma anche di maggiore responsabilità, di iniziare la transizione nell'economia di mercato. L'economia statale è un'economia di mercato.

### **Verso la privatizzazione...**

Sì, negli anni '92-'93-'94. Invece che stimolare la produzione interna, Berisha ha alimentato il commercio, cioè le importazioni, per cui gli importatori sono diventati quelli che oggi chiamiamo gli oligarchi. Sono in realtà quasi tutti, anzi tutti, importatori. In Italia gli oligarchi sono i produttori. In Albania gli oligarchi sono importatori, e sono così forti che non ti consentono, non stimolano, non consentono la produzione. Al sud...

### **Hanno il monopolio del paese.**

Non hanno interesse. Oggi, non so, il... la birra Tirana, o Birra Korça, che è in mano a un piccolo oligarca, diciamo, non uno grande, subisce la concorrenza di Birra Peja che viene dal Kosovo. Concorrenza di birra Peroni, che viene dall'Albania, perché le tasse favoriscono l'importatore, non la produzione interna. E questo... anche Rama è vittima di questo meccanismo. La Red Bull importata costa di meno di una Red Bull prodotta in Albania perché non hanno fatto una politica protezionista della produzione albanese. Questo tu lo applichi poi per l'agricoltura, per qualunque bene, lo dico per i farmaci...

### **Un po' come gli agricoltori del sud Italia che subiscono la concorrenza dei prodotti che provengono dal Nord Africa.**

Noi purtroppo in Albania entrano i mandarini greci. Si è aggiunto anche... diciamo... all'influenza negativa degli importatori. Si è aggiunta anche un'interferenza politica della Grecia, perché per favorire il suo mercato ha fatto... dava incentivi nel sud dell'Albania per distruggere i mandarineti. Pagavano i contadini se tagliavano gli alberi di agrumi. E i contadini albanesi, ignoranti, senza un contro statale, nell'anarchia totale che Berisha ha generato e che impatta... anche il partito socialista poi ha consentito perché non è soltanto colpa solo di Berisha... lui ha iniziato questo metodo,

questi altri non sono stati più in grado di fermarlo. Gli agrumeti al sud non esistono quasi più. Negli ultimi cinque anni hanno ricominciato. Se senti le campagne recenti di Rama lui dice “abbiamo ricominciato la produzione agricola con grande successo” perché in realtà quella è la strada. Cioè tu devi produrre il made in Albania, tu devi avere un prodotto albanese... invece purtroppo i produttori albanesi invece che coltivare le arance locali sono andati a coltivare le arance greche, sono andati a lavorare all'estero. Chi è rimasto ha coltivato marijuana perché conveniva di più.

### **Venivano utilizzati per la campagna elettorale?**

Sì, esatto. La coltivazione massiccia di marijuana è indiscutibile. Cioè storicamente noi abbiamo scoperto, ero a Rai News 24, le coltivazioni a Lazarat nel 2006, che non esistevano prima. Lazarat era diventata... Berisha disse «è un interesse politico per noi tenere in piedi le coltivazioni di cannabis a Lazarat». Questi altri poi non l'hanno smantellato, non sono riusciti, dobbiamo discutere poi perché è successo, ma chi ha portato la produzione massiccia di cannabis in Albania? Lui ha provato anche con l'oppio, mi ricordo perfettamente le prime cronache sulle coltivazioni di papavero da oppio, che non è cresciuto, per fortuna, perché il clima non era adatto. Ma lui dal '95, mi ricordo, diede inizio alle coltivazioni di oppio, che venivano dall'Afghanistan. Quindi Berisha ha stimolato... l'unica produzione che ha stimolato è stata quella della droga. Purtroppo. Oggi fa il grande paladino contro la droga ma perché sta all'opposizione. Se fosse stato ancora al governo avrebbe alimentato lo stesso tipo di cultura. Quindi che è contro la produzione intera. Questo è un problema. Tu vedi che l'Italia è esportatore verso l'Albania perché l'Albania purtroppo è... aspetta, se vedi i dati delle esportazioni sono quasi tutti semilavorati, le stoffe qui le cuciono e le mandano altrove... è manodopera ma non è produzione anche se nelle statistiche dell'import-export quelle incidono come se fosse esportazione. In realtà non è vera esportazione. La vera esportazione è il prodotto 100% albanese che va all'estero.

**Questo è un dato ancora peggiore perché abbassa ancora di più la media... pazienza. Come nasce l'idea di News 24? Me ne aveva parlato un po' prima, se vuole aggiungere qualcos'altro, poi volevo parlare un po' di Report TV.**

News 24 nasce come evoluzione di *Gazeta Shqiptare*, te l'ho spiegato, perché... feci *Balkan Web* che fu il primo portale di lingua albanese a fare informazione, poi News 24 e portai un modello di televisione informativa. Poi io sono andato, sono diventato direttore, sono andato prima in Israele e poi sono diventato direttore della *Gazzetta del Mezzogiorno*. Quindi nel 2008 sono andato a vivere in Italia e... a Bari, sono tornato a Bari, e quindi mi occupavo più o meno su e giù con l'Albania, ma



poco, dovendo dirigere un giornale in Italia dovevo stare fisicamente qua. L'editore italiano è... il giornale era totalmente schierato allora contro Berisha. Berisha era al governo... e noi eravamo un giornale, una televisione contro Berisha, perché io credo formalmente che Berisha sia una negatività... Rama nemmeno lo conoscevo allora. Lui era secondo me negativo, non faceva il bene dell'Albania... non era una questione personale, ma di convinzione professionale. Berisha si avvicinava a Basha, nel frattempo, avevano contatti con questo editore e lì trovarono il modo per comprare, nel 2011, è stato diciamo la chiave di volta, c'è stato il 21 gennaio: le proteste, con l'uccisione di 4 dimostranti. Berisha mise in scena l'ipotesi, anzi la teoria, che erano stati i dimostranti a uccidere i dimostranti, e si preparava ad arrestare Edi Rama.

### **I soldati della Garda della Repubblica me lo ricordo bene...**

Noi, News 24, avevamo girato un video in cui mostravo che era stato invece era La Garda della Repubblica a sparare. Altre televisioni avevano quel video ma nessuna ebbe il coraggio di trasmetterlo perché avevano paura di Berisha. Io ero felice di trasmetterlo. Il fatto che uscì questo video veramente salvò Rama... da allora dico che io sono amico di Rama ma in realtà l'ho fatto perché io stavo in Italia...

### **Perché era la verità...**

Perché era la verità. Berisha ha iniziato il suo declino e... a maggio è arrivato dall'editore con 8 milioni di euro e ha comprato News 24. L'ha comprato per conto di Basha perché poi è diventata la televisione di Basha. Questo ovviamente ha scatenato... io non ero il proprietario, ero il fondatore ma non il proprietario. Tutta la trattativa venne fatta a mia insaputa, io non sapevo che stavano negoziato, perché il provveditorato italiano si era messo d'accordo a mia insaputa con questo... c'era anche un mediatore italiano in mezzo... fecero tutta l'operazione di vendita poi venni chiamato e mi dissero "vai a Tirana, consegna tutta la documentazione perché abbiamo venduto il gruppo". È questo che ha portato me e un gruppo di altri giornalisti che avevano lavorato con me a News 24, diciamo come ribellione, reazione a questo furto che avevamo subito, anche se formalmente in via legale, perché avevano pagato e noi avevamo venduto. Non potevamo fare niente. Decidemmo di aprire a novembre 2011, quindi sei mesi dopo, io ho aperto "Shiqiptarja.com" che era giornale e portale, e poi a maggio 2012, esattamente ad un anno di distanza: loro hanno venduto la News 24 l'11 maggio 2011, e io esattamente l'11 maggio 2012 ho aperto Report Tv. Quella data me la ricordo perché feci di tutto per aprirlo lo stesso giorno un anno dopo. E così è nata, questa è la ragione per cui è nata. Una specie di... rabbia, di rivalsa. Poi questo mi ha portato, ci ho creduto molto, mi sono messo in aspettativa

dalla Gazzetta e ho deciso di lasciarla, perché nel frattempo il mio rapporto con l'editore per colpa di questa operazione si erano... loro mi hanno tradito, mi sono sentito tradito da loro, non me la sono sentita più di lavorare per qualcuno che mi aveva venduto. Per me quella televisione era la mia vita, non era di mia proprietà ma l'avevo costruita, chiodo dopo chiodo, anche in parte con soldi miei, perché l'editore italiano non si preoccupava di quello che aveva qui, non gliene fregava niente. Loro hanno buttato un seme e io questo seme insieme con gli albanesi lo abbiamo coltivato, coltivato... ci ho messo soldi di tasca mia per tenerlo in piedi a un certo punto.

**Però anche l'investimento fatto era allo scopo di far cresce i giornalisti e di portare qualcosa di nuovo...**

Ma è stato anche l'esperienza professionale, umana... assoluta, cioè quello, mi ha legato all'Albania nonostante tutte le difficoltà, le minacce, l'espulsione, nonostante il fatto che avessi un intero governo contro, perché sono arrivato qui nel 2012 quando c'era Berisha al potere. Basha era sindaco di Tirana e Berisha al potere. Rama è arrivato nel 2013 ma io ero qui da un anno prima, ho messo a rischio... ho lasciato la direzione della Gazzetta del Mezzogiorno... che un po' sa un giornalista può immaginare in Italia quanto ambisce a fare il direttore di un giornale... no, io l'ho lasciato per arrivare qui a fare il direttore di niente.

**Il coraggio di rischiare nella vita, poi.**

Io ho rischiato perché ci ho creduto. Credevo nell'Albania, nei miei colleghi albanesi. Devo... posso... ho sottovalutato la difficoltà perché credevo di arrivare qua e continuare diciamo sull'onda di News 24 che era un media leader. Quando l'ho lasciato ero un media leader. Quando ho ricominciato da zero non è stato facile perché... sì, io ero conosciuto e questo ci aiutava, però non ero un media leader, non avevo soldi, ogni mese dovevo pagare, dai miei risparmi, gli stipendi. Non avevo finanziamenti, non facevo gare pubbliche, non avevo niente. Ho investito i miei risparmi di 30 anni di professione in Italia per fare questa cosa... però ci ho creduto fino in fondo. Avevo mia moglie al mio fianco, convinta, lei pure giornalista, molto brava, molto importante per me in questa operazione non soltanto perché lei era albanese e mi aiutava in tante cose, ma perché era comunque un braccio forte al mio fianco. Tanti giornalisti che ho avuto al mio fianco... è stata una grande sfida e... nasce un po' così. Oggi siamo diventati... siamo assolutamente consolidati, siamo tra le prime quattro tv nazionali del paese, nel 2012 non lo immaginavo nemmeno di poter arrivare a... ricreare un'altra News 24 forte come prima. Oggi siamo un fattore. Oggi è facile.

### **Il lavoro ripaga sempre.**

Bravissimo, ma io lo dico sempre a mia figlia, ho una bambina di 13 anni, sta studiando di nuovo in Italia perché fino all'anno scorso era qui in Albania, come tu hai fatto... cioè, tanti albanesi vengono in Italia a studiare, io ho la figlia italiana e la faccio studiare in Albania... per cui ho sentito di farla stare un po' in Italia per studiare bene l'italiano.

**Quali sono i programmi più importanti, secondo lei, di Report Tv, e perché sono stati costruiti? Che impatto ha voluto trasmettere al pubblico albanese? Diversamente dagli altri programmi degli altri canali televisivi. Riallacciandosi a quanto ci siamo detti prima... queste scelte sono state fatte semplicemente per il pubblico o perché ha voluto dare qualcosa al pubblico albanese?**

Allora, intanto io ho voluto dare... sto cercando di portare ancora oggi, diciamo, come mia missione ideologica, la logica. In Albania manca la logica. Allora qualunque cosa, qualunque notizia noi facciamo, io mi scontro anche con i giornalisti purtroppo, non sempre nemmeno loro hanno la logica. Io cerco di rappresentare la logica. Allora c'è la logica, il garantismo, la giustizia, questi sono... il garantismo oggi, farò un editoriale, non per difendere Berisha, perché... è più forte di me, ma io non sono d'accordo, cioè nono condivido questa... condanna arrivata con un tweet dagli USA. Perché così come loro non hanno l'etica per poterla contestare, cioè il partito democratico, perché questo metodo loro lo hanno utilizzato sempre, cioè loro gli basta la voce per crocifiggere in piazza una persona. Così come io non tollero che venga crocifisso Rama senza prove, io non concepisco che venga crocefisso Berisha senza prove, diversa è la lettura politica. Quindi io ho cercato da sempre di dire ai miei giornalisti di dire la verità. Io sono sicuramente considerato un media pro-Rama, pro-governativi in questo caso; per anni sono stato pro-opposizione per la stessa ragione... perché sono stato dal '92-'93 contro Berisha, da quando l'ho conosciuto. I primi tempi erano molto a favore suo, come tutti i giornalisti innamorati del leader dell'opposizione che buttava a terra il comunismo, no? Quando poi l'ho conosciuto ho capito che era lui il più comunista di tutti. Quindi la soluzione è stata molto coerente. Quando Berisha era al potere io sono stato contro di lui, quando era all'opposizione ero con il governo... sono molto coerente in questo, e credo che tutti me lo riconoscano, mentre molti media cambiano in base al governo, cercano di stare con chi sta al potere, io sono sempre stato costantemente dal '92 a oggi contro Berisha. Però dico ai miei giornalisti: attenzione questo non ci deve consentire mai di mentire. MAI. Un giornalista non deve mentire. Io non posso difendere Berisha con una menzogna. Io devo cercare la verità. non posso difendere Rama mentendo. In questo credo di essere un po' diverso, cioè di portare questo modello di giornalismo...

### **Uno spirito di giornalismo.**

Questo spirito di giornalismo che è basato sui fatti, le verifiche, sul garantismo, sulla presunzione di innocenza, sulla difesa dei minori, delle donne, degli omosessuali... cioè, principi che in Albania sembrano “Uah, ma chi se ne frega dei minori?” Cioè qui hanno pubblicato i verbali di stupro delle ragazze, una ragazza stuprata hanno pubblicato i verbali in cui lei con nome e cognome raccontava quel che aveva subito.

### **I giornalisti non possiedono etica?**

Zero. Io ho l'etica, ma io credo in questa etica, non nell'etica ideologica, che invece ritrovi in alcuni media che dicono, che sostengono, che bisogna difendere l'opposizione per principio. Loro dicono: un giornalista libero difende l'opposizione. Io dico: la vera indipendenza di un giornalista non è non avere un'idea, e la mia idea, in questo momento, è contro questi ex-governati, che io non chiamo nemmeno opposizione. La vera indipendenza di un giornalista è poter dire quello che pensi a prescindere dai partiti politici. Cioè io sono assolutamente libero di criticare Rama o di difenderlo perché non ho nessun obbligo nei suoi confronti. Io posso criticarlo o difenderlo, così come sono libero di criticare o difendere Berisha. In questo senso mi sento totalmente libero, cioè io sono assolutamente indipendente. Questo non vuol dire che non abbia un'idea, io cerco di trasmettere questo ai giornalisti, ovvero il modo di essere liberi. Liberi di dire la verità, qualunque essa sia, poi... in un paese in cui la disinformazione purtroppo è alla base dell'informazione... per quello ti dicevo prima, qui distinguere il vero dal falso è un'operazione pazzesca. Cioè una volta c'è stata, due anni fa, una campagna di stampa: partì dall'Italia, da due giornali italiani, uno era il Roma, un altro era un sito che si chiama... non mi ricordo come... in cui raccontavano che 1000 container di rifiuti erano partiti dall'Italia... ed erano arrivati e interrati in Albania. Ora quella notizia, per il solo fatto che veniva da un media italiano, qui è stata venduta come verità assoluta.

### **Me la ricordo bene.**

Berisha, il PD, tutti i media hanno fatto una campagna per difendere quella notizia che ampiamente criticava il governo che ha acconsentito lo smaltimento dei rifiuti. Io ho fatto 2 verifiche: ho chiamato le dogane in Italia, ho chiamato la società... in un giorno e mezzo io ho scoperto che era tutto una fake. Ho fatto una lunga inchiesta spiegando che era una *fake news*. Naturalmente gli altri mi hanno massacrato: “tu sei venduto, lo stai dicendo per difendere Rama...”. No, io difendevo la verità. Adesso hanno scoperto hanno arrestato Sergio de Gregori in Italia un anno fa perché lui era

stato pagato da Ilir Meta, da un suo consigliere, per fare quella campagna perché il giornale era il suo. Io lo avevo scritto già da allora che era di Sergio De Gregori. Per fare quella campagna... la procura italiana lo ha certificato, non lo sto dicendo io... e comunque poi si è verificato che era una stronzata. Quindi quello è lo spirito che mi anima, ma è molto difficile in Albania. Tu sei bombardato da talmente tante notizie per cui viene fuori Basha che dice «questo signore qua è un trafficante di droga» e tutti i giornali titolano «QUESTO È UN TRAFFICANTE DI DROGA». Nessuno tenta di capire se è vero o non è vero...

### **Di investigare, di capire...**

Sì, l'investigazione è un lusso in Albania. Di capire, anche la logica, un poco di logica, un po' di verifiche le devi fare. Oppure devi dire «Secondo Basha questo è... però non ha fornito le prove per dimostrarlo». A me questa formula basta. Questo è quello che io cerco.

### **Si presume, anche il linguaggio utilizzato tante volte dai media...**

Qui non esiste, un po' perché gli albanesi non usano il condizionale, non è molto usato, cioè per capire come si dice la parola «assolto» ... «assoluzione» in albanese non esiste. Qui si dice «si dichiara innocente», ma in Italia esiste la parola «assolto». Qui si dice «Të pafajshëm» = «non colpevole», ma non c'è la parola «assoluzione», che è molto più diretta. Qui «colpevole» esiste, «assolto» non esiste, «condannato» esiste «assolto», «i pa dënuar», «non condannato», ma non c'è la parola «assolto». Quindi in un paese del genere è difficile costruire una frase che abbia un senso. È anche difficile lessicalmente, per me ancora di più, ma mi sono accorto che anche per gli albanesi è difficile esprimere, no? Quindi bisogna avere la volontà di dire la verità, io credo che questo sia lo spirito.

**Questo è anche un bene, perché lei è stato anche premiato nel 2009, se non erro dal presidente della repubblica, all'epoca, per spirito democratico.**

Quella è secondo me la più grande soddisfazione che ho avuto nella mia vita, ma non perché fosse un presidente della repubblica.

**No, ma perché lei prima ha detto una cosa: “Ho seminato... ho tentato di raccogliere dei frutti...”**

...Ma per CHI era il presidente della repubblica. Bamir Topi era stato il capo del PD (Partito Democratico), era uno dei più stretti collaboratori di Berisha.

### **Quindi la soddisfazione è doppia.**

Sì, perché lui appena è uscito dalla “sfera magica” che questo Berisha crea a tutti i suoi uomini, lui è tornato sé stesso e mi ha confermato il fatto che lui abbia scelto di dare a me un premio per il contributo, la medaglia della riconoscenza, per il contributo alla stampa libera. Dopo che il suo partito mi aveva espulso dal paese come persona non grata, come minaccia alla libertà dell’Albania... quella per me è stata la vera medaglia, perché se me l’avesse data un presidente socialista avrei pensato “eh, questa è una ciocca questa che mi stanno facendo. Non mi avrebbe fatto piacere, forse l’avrei persino rifiutata. No, invece in quel caso per me è stata la vera medaglia dell’indipendenza. Se mi consente la vera medaglia è stata anche questa espulsione come persona non grata, politicamente, perché giuridicamente quella decisione non vale niente, per me... ma politicamente quello che ho sempre sostenuto io... non ho le prove per dire che Berisha è corrotto... ma politicamente corrotto, ideologicamente... perché un uomo che basa sulla calunnia tutta la campagna politica da 20 anni... lui è politicamente una minaccia alla democrazia. Poi che sia corrotto o no questo spetta alla procura verificarlo, io non posso verificarlo.

**Per quanto riguarda i diversi format televisivi che troviamo nella televisione albanese, io ho notato che hanno preso tanti elementi dalla televisione italiana. Può fare qualche esempio? E perché questa scelta?**

Allora, se noi vediamo come si è evoluta la programmazione delle televisioni in Albania, fino agli anni ‘90-‘92 tu sai benissimo che attraverso le antenne improvvisate venivano seguite le televisioni italiane di nascosto perché proibite. Quando poi è stato possibile seguirle legalmente ovviamente tutti sono riversatisi su quei canali italiani. Cioè il regime comunista è... in Albania è caduto a ritmo di Colpo Grosso, tu forse sei giovane, non te lo ricordi...

### **Sono dell’84.**

Era un programma erotico soft che trasmetteva Telenorba, con delle ragazze che si spogliavano in una specie di gioco di poker, non un porno classico, qualcosa che davano intorno a mezzanotte, e le ragazze si spogliavano, ballavano, ballerine così... un programma porno-soft... e in Albania quello era il programma più seguito in assoluto. A mezzanotte tutti stavano su Telenorba per prendere questo Colpo Grosso. Determinante per la caduta del regime in Albania... come battuta lo dico, eh... poi sono arrivati i programmi italiani, trasmessi prima nei canali italiani perché avevano messo i ripetitori e arrivava la Rai; Rai 1, Rai 2, Italia 1, Canale 5, Telenorba... ha aperto anche una

rete in Albania dopo News 24 poi sono falliti, non sono mai decollati. Poi sono arrivati i programmi tradotti; cioè quando si è cominciato a... cioè le televisioni albanesi hanno cominciato a chiudere... basta vedere la televisione italiana perché erano come gli oligarchi che hanno bloccato le produzioni, hanno preferito importare, qui invece hanno voluto produrre loro. “No, non devi vedere Canale 5” diceva Klan “te lo do io il programma di Canale 5” e così hanno cominciato a comprare in Italia i seriali, le telenovele italiane.

**I telefilm anche. Ho imparato l’italiano appunto dalla televisione, quella generazione di anni dopo 2000, ecco...**

Perché tu lo vedevi anche su Klan coi sottotitoli e quindi tu seguivi la tv italiana tradotta in albanese. Questa è stata la seconda fase dell’evoluzione, cioè hanno spento i ripetitori, Canale 5 non si vedeva più qui, ma lo seguivi attraverso Klan.

**Sì sì, quando vedevo i film mi ricordo che non sapevo che i film fossero doppiati, pensavo all’epoca che la voce di Claudio Amendola, la voce di Stallone, De Niro e Al Pacino, pensavo fosse vera. Ero piccolo, associavo quella voce agli attori doppiati.**

Certo, mentre qui non doppiano. Quindi quello è stato ovviamente un canale culturale molto importante, perché prima lo seguivi direttamente in italiano. Poi lo seguivi in italiano coi sottotitoli in albanese. Quindi un’ulteriore forma di, diciamo... Di formazione anche linguistica. Poi ci sarà la terza fase. L’Italia ha cominciato a cadere un po’ in declino, intanto perché i costi dei programmi italiani erano molto più alti rispetto ai costi dei programmi delle telenovele brasiliane, quindi sono cominciate ad arrivare quelle, tradotte in albanese. E poi anche quelle a un certo punto sono finite ed è iniziato il boom delle telenovele turche. Quindi oggi trovi tutte le tv che hanno... sostituito completamente la programmazione italiana con la programmazione turca. Anche perché rispetto all’Italia c’è una maggiore identificazione con i costumi, la tradizione dell’impero ottomano. C’è stato diciamo un riappropriarsi del proprio passato remoto. Per me questa naturalmente è stata un’involuzione culturale, non un’evoluzione né una crescita culturale. Che cosa è successo con i format? Che finita la possibilità di comprare i programmi... comunque i programmi tv albanesi si sono resi conto che però noi dobbiamo cominciare a portare i format, fare una televisione come quella perché il modello era la televisione italiana all’inizio, la televisione occidentale. Le Tv hanno rispettato molto questa formula a cui gli albanesi erano molto abituato. Da qui hanno cominciato a portare i format.

### **C'è stato un ritorno...**

Un ritorno, esatto, un'albanezizzazione del modello. Io per News 24 ho importato, in realtà rubato, modificato, la... il real... la... il *reality show*. Perché io a Rai News 24 ho fatto per la prima volta *il Grande Fratello*, che non era *il Grande Fratello* (il *Big Brother*) comprato da Endemol che chiedeva... che costava 500 mila euro... no, io ho fatto *Kafazi i artë*, che riprendeva il concetto di otto ragazzi chiusi in una casa sotto le telecamere, con delle regole però che mi consentivano di... non a rispettare i format formali di Endemol, quindi non fare pirateria... ma piuttosto produrre un modello di televisione totalmente albanese. Quello è stato il primo... primo esempio... fatto da me su News Mediaset 24 di modello di format albanezizzato al cento per cento. Ed è stato un successo pazzesco, io credo che ancora oggi *Kafaz i Artë* è stata una delle trasmissioni più seguite in Albania. Tu pensa che la sera di una delle finali... abbiamo fatto tre edizioni, dal 2004 al 2007, poi sono andato in Israele... e l'ultima edizione io non la seguivo, salvo in Israele, qui l'hanno distrutta, alla fine insomma non l'ho più fatto perché... non è facile gestire le persone che tu hai in casa lì dentro, non è facile... c'è uno staff, un lavoro dietro le quinte enorme. Ma la penultima edizione, c'era un personaggio molto acclamato, quando la sera della finale venne annunciato il vincitore, sentii il boato dentro Tirana, come fosse la nazionale. Quindi è una cosa incredibile. Partendo dal mio successo Top Channel ha comprato il *Big Brother* vero. Questa fu anche la ragione per cui non ho continuato perché loro hanno comprato il *Big Brother* da Endemol. Da allora hanno cominciato a comprare i format, cinquecentomila euro mi ricordo che lo pagò, i format originali, e quindi sono cominciati ad arrivare tanti format. Klan ha continuato a copiare: cioè ha fatto format più o meno tutti da *Amici* a... *The Voice* ... alcuni ne hanno più o meno modificato... alcuni hanno pagato i diritti, altri li hanno... modificati. Tu devi vedere i titoli: chi ha comprato i diritti rispetta il titolo originale. Top Channel ha quasi tutti i diritti.

### **Invece *Striscia la notizia* e *Fiks Fare*...**

*Striscia la notizia* non è un format, non hanno comprato il format. *Striscia la notizia* è un programma... un modello di come ho fatto io a *Kafazi i Artë* loro lo hanno preso a *Striscia la notizia*.

### **Hanno preso alcuni elementi.**

Hanno preso le veline, però non è un format. Anche *Stop*, su Klan, ha la stessa cosa. Quando allora feci *Kafazi i Artë*, mi studiai molto la legge europea sul format, perché non volevo correre il rischio di veder niente, uno che arrivava lì (?)... il format è in sé un modello molto difficile da coprire con *copyright*, è molto difficile... perché il format tu per violare il format, tu devi... cioè fare plagio...



tu devi rispettare passo per passo, dal nome ai colori, al logo, alle regole, alle dinamiche... totalmente. Io, per esempio, non avevo le *nominations*, a me i ragazzi votavano quello che restava, non quello che andava via per esempio. Invece in Grande Fratello avveniva il contrario, quello che doveva andare via. Io avevo invertito alcune regole per metterle al riparo dalla violazione del format. Stesse cose hanno fatto Striscia la notizia: il nome è diverso, già dal nome cominci tu a essere... a non violare il format.

**Per quanto riguarda questi programmi che troviamo oggi, che sono simili, che hanno preso degli elementi dalla tv italiana, hanno portato un cambiamento positivo in termini culturali o verso un calo della tv albanese?**

Lo stesso impatto negativo che hanno avuto in Italia. La società albanese si sta evolvendo, nel bene e nel male, esattamente come... il modo in cui la tv italiana ha evoluto la società italiana.

**Mi ricordo una frase di Umberto Eco che dice “lo scemo del villaggio che ha preso voce”, purtroppo quella televisione, per tanti aspetti...**

Sì, anche Eco si riferiva soprattutto ai social media più che alle televisioni. I talent secondo me sono un valore aggiunto della televisione, in Italia come qui, perché consentono a ragazzi, sconosciuti, ragazzi di talento ma sconosciuti, di emergere. Qui i talent li considero una buona scuola. I *reality show* sono... io per primo l'ho fatto eh, però non lo rifarei... è un tipo di televisione che ha anche perso ascolto anche in Italia.

**In Albania sta nascendo il Grande Fratello VIP? Perché il Grande Fratello è olandese, però GF Vip è un format italiano.**

Questo non lo so se era Endemol sempre, ma... in ogni caso in Albania non credo possa avere più successo. Infatti, GF lo hanno fatto ancora ma non ha più l'impatto. Poi ci sono *Zelig*, un *Portokalli* che è una copia di *Zelig*, non è un format... comicità. Poi c'è *XXXL* che fa... si sono ispirati costantemente, purtroppo i media del paese non si ispirano alla professionalità italiana, perché in Italia comunque nel bene e nel male c'è uno standard professionale.

**Per fare quel salto in avanti...**

C'è uno standard etico nel giornalismo, qui purtroppo non c'è questo. Questo è il problema, perché non c'è un filtro, non c'è formazione, perché poi vedo più l'aspetto dell'informazione che è quello dell'intrattenimento. Cioè nei... nei telegiornali si ispirano alle sigle della BBC e della CNN

ma nella sostanza tu non vedi dei report, degli stand up, delle cronache fatte come le fanno in Italia. Cioè, tu vedi un qualunque programma giornalistico italiano a un livello... sta cento anni sopra ancora, purtroppo... non è più come 20 anni fa... ma ancora il livello professionale è bassissimo in Albania... e te lo dice un giornalista italiano che ha un termine di paragone costante, per me ogni giorno è una sofferenza vedere il livello del giornalismo albanese rispetto a quello di cui sono insegnante. Quarant'anni di professione da quando sono iscritto all'albo, 42 anni di professione, non sono così vecchio, ma abbastanza... e se io penso, a me sembra di stare ancora a insegnare in un asilo. Cioè è come se avessi un master di giornalismo e dovessi insegnare giornalismo in un asilo. A spiegare l'ABC della logica, non del giornalismo, delle 5 domande che non sanno cosa siano. Questo è.. un problema enorme, il più grande: gli *showman* sono molto più bravi, i moderatori di questi talent sono molto più bravi... un livello molto più alto quello rispetto all'informazione, questa purtroppo...

**Lascia a desiderare?**

Purtroppo, sì.

**Mi parli della sua formazione professionale.**

Sono 19 anni che faccio il giornalista, 18 di questi in televisione, tutti questi anni li ho passati in Tv Klan. Mi sono diplomato in lingue straniere, francese, questo lavoro è nato come una passione: nella prima fase ho lavorato in un giornale e poi sono passato subito alla televisione. Ho fatto tanti corsi di formazione presso università di (Better) diventando professore esterno, dove nella sessione di giornalismo insegno le regole della grammatica scritta delle notizie. È una delle materie più importanti del mondo del giornalismo. Per quanto riguarda i corsi che ho fatto, ne ho svolti diversi all'agenzia Reuters o presso l'istituto albanese dei media, in periodi diversi. Negli ultimi 3-4 anni in realtà non ho fatto più corsi a causa dei tanti impegni lavorativi. Dal 2008 al 2013 sono stato vicedirettore del settore notizie in Tv Klan e dal 2013 ad oggi sono caporedattore delle notizie.

**Mi può raccontare come si svolge il suo lavoro nel quotidiano?**

Per quanto riguarda l'organizzazione facciamo due riunioni durante la giornata per vedere quali sono i più importanti temi della giornata – e per vedere tutte le informazioni che i giornalisti hanno sui temi giornalieri – questa è la riunione mattutina intorno alle 9 – dove si trattano tutti i temi d'attualità, le problematiche e a partire da questa premessa si decide quali temi vanno seguiti per approfondimenti dai nostri giornalisti e che meritano la nostra attenzione. Dopo il lavoro continua con i redattori delle varie sezioni, i quali seguono i giornalisti per vedere come svolgono il loro lavoro... il lavoro che abbiamo deciso noi per loro la mattina durante la riunione. I giornalisti sul campo ci inviano i loro contributi, quindi una volta che l'informazione ci arriva viene elaborata – accompagnata anche dalle immagini che ci mandano – e quindi la notizia viene trasmessa. Quindi il caporedattore supervisiona questo processo per decidere la linea editoriale della giornata. Fa diversi suggerimenti su aspetti diversi, sul tema trattato. Dopo il notiziario delle 15:30 (il terzo della giornata ma il primo che tratta i fatti del giorno) si osserva lo stato delle cronache fatte al suo interno, se sono state fatte bene, secondo le previsioni, o meno. In seguito, si analizza tutto il lavoro svolto dove oltre ai temi conosciuti ci si riunisce per discutere magari su temi usciti all'ultimo minuto ma importanti, quindi si decide se approfondire o meno. Questo, grossomodo, è la mia giornata lavorativa: dipende sempre da quel che accade, certi giorni sono più lenti, altri giorni bisogna letteralmente correre per preparare il notiziario delle 19:30, che è il più importante di TV Klan. Lo stesso schema vale anche per il notiziario delle 23:00, dipende quindi di giorno in giorno. Può capitare che durante la serata accadano

fatti importanti quindi di conseguenza capita che anche il notiziario delle 23:00 acquisisca importanza.

### **Dal punto di vista editoriale come avviene la scelta delle tematiche giorno dopo giorno?**

#### **Quali sono i criteri?**

Sull'importanza di ogni fatto accaduto. Se per esempio prendiamo la politica, dobbiamo vedere tutti gli incontri più importanti della politica di quella giornata: quello che succede con le diverse attività del governo, con una problematica successa tra politici; o uno scandalo scoppiato all'ultimo minuto; o un dibattito pubblico in merito a questioni pubbliche con gli sviluppi all'interno dei partiti politici; o i vari scandali che scoppiano spesso tra politici corrotti, quando hanno abusato di fondi pubblici o appalti; o quando violano la legge per un comportamento scorretto. L'importanza della notizia è sempre all'interno di un certo accaduto, quanto interesse attraverso il pubblico possa avere o meno, ma si tratta spesso anche di temi legati al dibattito, dove un'idea specifica viene trattata in un modo specifico tra politici ed esperti di politica per capire l'importanza che questa idea ha o l'impatto che può avere sulla società o nella vita di tutti noi. Tutte queste tematiche si discutono in quello che chiamiamo "processo meccanico dell'organizzazione del lavoro". Dopo questa discussione tra dirigenti, colleghi e giornalisti, si decide di trattare e riportare i fatti che davvero hanno un interesse per il pubblico. Questa è la prima condizione, diciamo, perché il pubblico è quello che compra quello che noi cuciniamo. Un po' come se tu fossi il proprietario di un ristorante e prepari dei piatti: deve piacere quello che fai – ovviamente dando anche dei suggerimenti su piatti di qualità – se non arrivi a questo obiettivo, se non sei bravo è meglio che chiudi.

#### **Cosa si aspettano i telespettatori da Klan?**

La sfida è molto grande perché la tv è cambiata, ma ciò che conta è che il pubblico sia informato. Capire cosa succede nel paese. Se noi riusciamo a informare il pubblico in modo imparziale, neutrale, abbiamo raggiunto il nostro scopo. Ovviamente bisogna classificare le informazioni che vogliamo trasmettere, la nostra televisione ha avuto sempre un focus speciale anche sull'educazione, sempre per trasmettere al pubblico un'informazione che può essergli utile, per essere informato, dove all'interno ci sono parti "moralistiche", dove si condanna l'abusivismo, la degenerazione nel non raccontare una verità... ma le nostre notizie cercano sempre di rimanere sulla forma educativa del pubblico. Ci sono tuttavia casi in cui le notizie non possono essere trasmesse nei notiziari visto che le nostre trasmissioni sono nazionali e abbiamo un'ampia audience a livello nazionale, quindi, questa scelta avviene con molta cura. Le informazioni trasmesse non vengono

rielaborate, ma costruite in modo da servire al pubblico in modo imparziale. All'interno dei nostri programmi abbiamo anche intrattenimento, sport, cultura, notizie dal mondo, quindi, cerchiamo di toccare vari settori della nostra vita quotidiana per informare al meglio il pubblico su quello che succede nel nostro paese, ma anche nel mondo. Se prendessimo per esempio la messa in scena di un atto teatrale, noi creiamo la curiosità nel pubblico nel partecipare a questo spettacolo. Quindi cerchiamo di educare il pubblico anche su cosa lui debba fare nel suo tempo libero. Quando parliamo ad esempio dell'apertura di nuovi campi sportivi per i bambini, noi orientiamo così le nostre informazioni verso i genitori su dove portare i loro bambini nel tempo libero, dopo la scuola ovviamente, o in altre attività per farli divertire. Il nostro scopo principale è informare ma in modo utile: quando raggiungiamo questi obiettivi, pensiamo che il pubblico viene e compra quello che noi offriamo; finora secondo i nostri *feedback* questo modo di fare tv piace perché dai nostri dati a disposizione il nostro share è qualche volta maggiore di quello dei concorrenti diretti.

**Leggendo tra le righe di quello che ha appena detto, nel suo programma vi occupate di tematiche e programmi diversi inclusi al loro interno. Quali sono i target di TV Klan? Ovviamente cambiano durante l'orario giornaliero, ma in generale la maggior parte dei programmi a quali target sono riferiti?**

Prima mi stavo riferendo all'informazione, ma Tv Klan ha alcuni programmi che vengono seguiti da tutti i gruppi di età. Escludendo la tv pubblica, in quelli privati mancano trasmissioni per bambini. Non ti so spiegare il motivo perché non è il mio campo di competenza, ma altre trasmissioni come quelle investigative, quelle d'intrattenimento, quelle che trattano la cultura – scoprire il nostro e altri paesi – è un fatto molto positivo quello che stiamo attraversando, prodotti che il pubblico ricerca sempre. Quindi il nostro canale tocca tutti questi temi: abbiamo programmi di cucina, abbiamo una trasmissione come *Verissimo* in Italia, trattano anche la cultura ma sono soprattutto *gossip*. I nomi dei programmi sono *Rudina* e *Jo Vetem Moda*: il primo è quotidiano, va in onda ogni pomeriggio, il secondo viene trasmesso solo un giorno a settimana. Principalmente parlano di *gossip* con un target group femminile.

**Questi programmi li avete scelti per portare qualcosa di nuovo al pubblico albanese o perché sono programmi di successo in Italia e avete deciso di riproporli in Albania?**

Penso che *Jo Vetem Moda* sia stato preso – anche il nome – dall'Italia, ma penso che anche *Rudina* abbia qualcosa di simile ai programmi italiani, è una sorta di *Verissimo*.

**Mi può fare gentilmente un esempio di elementi in comune che hanno questi programmi?**

Hanno alcuni elementi in comune, ma posso aggiungere che non sono copiati al 100%. Magari nella struttura e nella forma abbiamo preso alcuni elementi dai programmi italiani, su come trattano il *gossip* o questioni legate al mondo, o varie problematiche sociali attuali. Io ho partecipato alla realizzazione della prima stagione di *Rudina* e abbiamo preso dai programmi italiani il modo di trattare i problemi e il modo di esporli all'interno del programma. Quindi abbiamo preso questo schema e lo abbiamo adattato al nostro programma per il pubblico albanese, tenendo sempre conto che abbiamo un pubblico molto più ristretto, e anche gli argomenti sono più ristretti se paragonati all'Italia. Tutta la tv albanese è stata influenzata dal modello italiano, perché è la tv che abbiamo sempre seguito, che abbiamo sempre avuto vicino. La radiotelevisione italiana ha influenzato tutte quelle generazioni che hanno a capo o dirigono le televisioni albanesi oggi, quindi, la mia generazione ne fa parte. Una differenza con i programmi italiani è che in Italia si possono utilizzare le parolacce, cosa che qui non si può fare: c'è un tabù, una forte censura, cosa che succede non solo nei programmi ma anche nei film. Non ti so dire, non voglio giudicare se sia giusto o sbagliato, non è questa la parte che noi abbiamo adattato, ma quello che conta è l'idea centrale della costruzione del programma, i temi trattati e come vengono trattati. Magari abbiamo preso anche elementi dalla tv inglese, ma le tematiche trattate principalmente sono *gossip*, cantanti, attori, personaggi pubblici in vari campi... storie sui Vip in parole povere, o quelli che si scoprono nelle reti sociali e quindi sono una novità per il pubblico. Quindi racconta una parte della vita che noi non riusciamo a vedere tutti i giorni; raccontiamo anche vita quotidiana di queste persone: cantanti, attori... cose che non si vedono tutti i giorni... dove è stato in vacanza questo o quell'attore.

**Quindi questo programma, trattando di queste persone già famose a priori, è un modo per attirare altra audience, o è legato a qualche altro aspetto?**

No, penso sia legato principalmente ai target group che vogliamo raggiungere – questi sono costruiti per raggiungere i giovani – o sono tematiche che a loro interessano tanto. Nello specifico magari questo non è proprio per i giovani ma tratta il target dai 30 anni in su, fino a 50 perché racconta la vita di questi personaggi famosi. La domanda che ci facciamo sempre è: chi guarda la tv in quest'orario? E in base a ciò costruiamo la nostra programmazione giornaliera. Se dovessimo fare una trasmissione per bambini alle dieci del mattino, in realtà non sarebbe per bambini a quell'ora perché vanno a scuola. Quindi tutti i programmi vengono costruiti in base a un target group specifico e all'orario. Adesso qualcosa è cambiato perché con le nuove tecnologie, quando stai anche fuori casa

per lavoro o altro, puoi vedere i nostri programmi dalla nostra applicazione, riusciamo quindi a raggiungere anche quel target che prima non potevamo raggiungere per questioni di orario. Se la trasmissione *Opinion* di Fejziu fosse stata alle undici di mattina non la guarderebbe nessuno, ma alle 21-22 di sera diventa uno dei programmi più seguiti in Albania perché sono tutti a casa; tutti sono interessati alla politica quindi tutti seguono questo programma perché l'orario del prime time è il più importante avendo la maggior parte del pubblico che ci guarda perché tutti sono a casa. È il posto dove “pescare” di più. Anche in questo programma i temi sono scelti accuratamente per raggiungere un target group specifico, per aumentare l'audience sempre di più.

**Prima mi ha nominato alcuni elementi citati nei due programmi presi dalla tv italiana. Ci sono altri format simili a Klan o negli altri canali che hanno preso elementi dalla tv italiana?**

Credo di sì, non mi voglio soffermare nello specifico ma tutti i canali tv albanesi sono stati influenzati da quella italiana e ancora oggi continuano ad avere una grande influenza.

**Perché succede questo?**

Perché quelli che dirigono oggi la tv albanese sono cresciuti con quella italiana. Anche oggi succede la stessa cosa perché la tv italiana è la tv dello spettacolo, delle notizie, delle sensazioni... e questi vengono scelti da tutto il pubblico. Non è come il modello della BBC che è più tranquillo, profondo, per le tematiche che tratta, quello italiano è costruito per la maggior parte sullo *show*.

**Negli ultimi anni abbiamo visto un numero sempre crescente di emittenti televisive nel nostro paese. Questo numero ha aumentato la democratizzazione? D'altra parte, quali sono le tematiche che trattano più spesso? Sono simili tra loro o ci sono differenze nell'offerta?**

Per me è tutta una questione di mercato. Secondo il mio punto di vista anche i canali funzionano come un'azienda commerciale, se funzionano allora vengono creati sempre nuovi canali, perché magari un proprietario ha un budget finanziario alto, quindi, vuole aprire un canale tutto suo. Da qualche analisi pubblicata di recente risulta che solo pochi canali sono autosufficienti e sono sorti dubbi su alcuni canali tv o giornali che vengono utilizzati per soddisfare interessi specifici dell'imprenditore proprietario, quindi, spesso vengono utilizzati come armi per proteggere le loro aziende, anche se non sono autosufficienti. Spesso vengono utilizzati come armi per proteggere le loro aziende di diversa natura, ma anche per prendere fondi pubblici dallo stato. Si tratta di una situazione che avviene spesso nei canali albanesi. Se mi devo soffermare su quello che fanno gli altri media – togliendo la parte di come si autofinanziano – ognuno di questi canali, ad esempio nel campo

dello spettacolo, cercano di avere una maggiore audience possibile. Nessuno costruisce un canale affinché non sia guardato da nessuno, quindi, ognuno al suo interno cerca di trovare la formula vincente.

**C'è una separazione netta tra i temi che trattano o sono più o meno gli stessi?**

Più o meno quasi tutti trattano le stesse tematiche, per esempio tre canali che hanno tutti e tre una trasmissione investigativa dello stesso modello, come *Striscia la notizia* in Italia, in Albania ne abbiamo tre. *Fiks Fare*, *Stop* e *Boom*. Questi mi vengono in mente ma potrebbero essercene altri. Lo scopo di questi programmi è riportare l'informazione o una questione dove ognuno pensa che quel determinato problema lo tratta nel modo migliore, con più qualità o professionalità. C'è una forte concorrenza tra questi tre programmi, dove ognuno cerca di fare un lavoro migliore degli altri.

**Quindi visto che il numero di questi programmi è alto, questo è un modo per rappresentare i problemi dei cittadini là dove le istituzioni non arrivano a risolverli?**

Assolutamente sì. È un bene dare voce sempre ai cittadini che hanno bisogno di risolvere i loro problemi. Anche riprendendo le trasmissioni politiche che noi abbiamo, abbiamo alcune molto simili tra loro, dove all'interno cercano di dare voce ai cittadini, come magari anche in Italia, nei programmi di Bruno Vespa o di Mentana a Canale 5. All'interno della tv albanese però troviamo anche alcune trasmissioni che sono uniche nel loro genere, come ad esempio, *Chi ha incastrato Peter Pan*, in onda tutt'ora, un'idea nata in Italia e presa da essa, con i bambini in studio che cercano di mettere in difficoltà i personaggi.

**Mi può fare un esempio di altri format che avete comprato dalla tv italiana? Ovviamente se mi può rispondere...**

Certamente. Abbiamo comprato tanti format da Endemol, come *Affari tuoi*.

**Invece quelli proprio italiani?**

Non ricordo.

**Riguardo l'aspetto culturale, oggi nella tv albanese troviamo più prodotti culturali albanesi o stranieri?**

Penso che la maggior parte parlano dell'Albania, perché oggi la tendenza è scoprire tutte quelle regioni in giro per l'Albania e raccontare la loro vita e abitudini... quindi questi non raccontano



solo la bellezza della natura ma anche la loro vita quotidiana. La cosa bella di queste trasmissioni è che magari tu ci sei anche andato in questi posti ma senza neanche raccontare nello specifico la natura di quel posto, e quando tu lo rivedi in tv dici “wow, ci sono stato e non sapevo tutte queste cose”... quindi la prossima volta che ci tornerai sarai una specie di cicerone per i tuoi amici che ti accompagneranno.

**Ricordo che prima di partire per l'Italia, vedendo Tv Klan ma anche altri canali, vedevo anche film in lingua italiana sottotitolati in albanese che abbondavano nelle emittenti. Oggi non è più così. È legato a un aspetto che i canali privati sono più forti economicamente; quindi, in grado di produrre loro programmi, o è legato a qualche altro aspetto?**

Credo di sì, può darsi sia legato anche all'aspetto economico ma anche a quello delle idee. Oggi abbiamo più a disposizione esperti nel settore perché bisogna avere anche persone specializzate e competenti nella realizzazione di un determinato programma.

**All'interno di Tv Klan ci sono alcuni bravissimi giornalisti, ma anche nelle altre emittenti troviamo alcuni giornalisti bravi. Negli ultimi anni il giornalismo albanese verso che tendenza ha proceduto? Verso un *trend* positivo oppure no?**

Klan ha giornalisti professionisti di ottima qualità, ma al nostro interno ne abbiamo anche con poca esperienza a cui diamo la possibilità di crescere. Non posso fare un paragone con altri canali, perché penso che anche là troviamo la stessa situazione. I problemi però non sono legati alla formazione professionale dei giornalisti ma sono più profondi. Sono problemi legati alla censura, autocensura... è il modo di funzionare di tutti i media, non solo la televisione, sono anche problemi che toccano direttamente i giornalisti e la loro organizzazione dei diritti, il loro funzionamento. Un'associazione dei giornalisti, possiamo dire. Lo status dei giornalisti manca o non viene riconosciuto perché non sono messi in regola con il contratto. Quindi c'è un numero assai elevato di problemi legati ai media in sé. Tutti questi problemi sono reali, li conosciamo bene, ma ci conviviamo e in pochissimi “combattono per la causa”. Anche la formazione professionale gioca un ruolo: secondo me è meglio che un giornalista non sia tanto professionale dal punto di vista lavorativo, ma dice la verità, al posto di uno professionale che invece nasconde la verità.

**Spesso in Albania si parla di un forte legame di clientelismo tra il proprietario e i politici. Quanto influenza la censura dei proprietari o un'autocensura dei giornalisti sapendo il legame**

**di questi proprietari con la politica? Quindi secondo la sua percezione influenza tanto o poco nella costruzione della notizia?**

È uno dei problemi maggiori che abbiamo oggi, ma penso anche in tutto il mondo.

**Mai collaborato con giornalisti o qualche canale italiano?**

Abbiamo avuto nei nostri studi televisivi – sono stati costruiti – il regista e scenografo della Rai, poi anche altri diversi specialisti della Rai sull'illuminazione degli studi.

**Con quale frequenza li chiamate in Albania?**

Tutte le volte che dobbiamo realizzare un nuovo studio o cambiare il modello scenografico. Castellani ha ricostruito lo studio di *Opinion*, poi ha fatto *Dance with me*, *Chi ha incastrato Peter Pan*, *E djela shqiptare*, quindi, tutti questi programmi sono stati realizzati di suo pugno. Una collaborazione molto frequente.

**Agon Channel. Cosa ha portato al pubblico albanese? Quale impatto ha avuto sul pubblico?**

Ha avuto una durata molto breve per capire il suo vero impatto sul pubblico. Riguardo i giornalisti, ha dato loro una possibilità in più dal punto di vista economico, con i suoi programmi investigativi è stato percepito come un programma distaccato dalle questioni di stato. Questo canale è stato realizzato da un imprenditore proprietario di altre aziende in Albania, alcune delle quali sono andate in conflitto con il governo albanese perché facevano concorrenza ad altre aziende. Non so fino a che punto questa sarebbe stata un'emittente indipendente o sarebbe stata utilizzata per stare dalla parte delle aziende private. Per il tempo che è durato Agon Channel, questo è il grande dilemma che qualunque giornalista si faceva: "Cosa sta costruendo? In che direzione sta andando?" Ha portato alcune delle figure più importanti della tv italiana, molto confermate negli anni, ma era solo un modo per fare rumore, attirare l'attenzione del pubblico, però, non so... si ferma là perché come canale non ha avuto molto share. Al suo interno hanno lavorato alcune delle figure migliori del giornalismo albanese e del mondo dello spettacolo, ma l'impatto che ha avuto non ti so dire se era alto o meno perché è durato molto poco.

**La sua programmazione era composta solo da contenuti albanesi o anche alcuni simili a quelli italiani?**

In realtà è stato un mix, c'erano prodotti tipici albanesi ma anche altri particolari che somigliavano a quelli della tv italiana.

**Mi può fare un esempio delle tematiche che trattava, se le viene in mente qualcosa?**

Uno di Sonila Meco trattava nella sua trasmissione la vita privata del politico, quello che non diceva in pubblico, quindi, conoscerlo nella sua vita privata e non quella pubblica, quella che tutti già conoscono. Poi a dir la verità non ho seguito molto questo canale perché nell'ambito che tratto, nell'informazione non vedevo una grande differenza sia nel focus della notizia sia nella costruzione e il modo di costruire l'informazione.

**Altro da aggiungere?**

Buona ricerca.

**Mi parli della sua formazione professionale.**

Mi chiamo Dëfrim Methasani, sono giornalista presso RTSH Sport, ma ci sono diverse redazioni all'interno: RTSH è il dipartimento dove lavoro come primo giornalista, caporedattore per la parte storica di programmi tv, documentari, reportage eccetera, e caporedattore per i programmi sportivi in Radio Tirana. Nei primi passi ho lavorato per Radio Tirana, dove ho diretto alcuni programmi sportivi negli anni '83-'84: durante questo periodo, nella città di Dibra a nord dell'Albania, ho fatto il corrispondente per diverse discipline, tra cui calcio, basket e volley ma anche altre come alpinismo, judo, tirassegno, scacchi, eccetera. In quegli anni questi sport erano tra i più seguiti, poi ho fatto un concorso e sono entrato a Radio Tirana. Nella prima fase non parlavo solo di sport ma facevo anche programmi di musica; nel '93 ho fatto un altro concorso in televisione per quello che riguarda i commentatori e giornalisti sportivi, che dovevano fare i corrispondenti per le partite di calcio da varie parti dell'Albania. Per mia fortuna ho partecipato e ho vinto. Dopo la vittoria del concorso mi hanno assegnato a Elbasan, insieme ad altri quattro colleghi; all'epoca non c'era il telefono, quindi, non c'era modo di sapere se il materiale di cronaca preparato sarebbe stato accettato per andare in onda, quindi, toccava aspettare la sera per vedere se era fatto bene scoprendo così se fossi vincitore o meno. La prima partita di cui ho scritto la cronaca era Elbasani - Partizani, mi ricordo molto bene che è finita 1 - 1 e quella fu la mia prima cronaca sportiva, che mi fece entrare come giornalista nella tv albanese. Fu l'inizio della mia collaborazione con la radiotelevisione albanese per me.

**La passione per questo lavoro è nata durante gli studi universitari o è dovuta ad altro?**

La passione è nata a Peshkopi, durante i miei studi al liceo, perché ero un tifoso accanito e quindi seguivo ogni tipo di sport, nazionali e internazionali. Da quel momento capii che nella vita dovevo fare il giornalista perché era una grande passione per me. Dagli anni '81-82 ho scritto i primi articoli e riguardavano la squadra Korabi, nel giornale locale *USHTIMET E MALEVE*. Dopo, visto che gli articoli piacevano e quindi ebbi un *feedback* positivo dallo staff e dai dirigenti del giornale, ho cominciato a scrivere anche per i giornali più importanti. In seguito, ho iniziato a collaborare con il giornale sportivo albanese, che veniva distribuito nelle regioni periferiche molto raramente. Quindi quando arrivava il giornale era una festa. Ho scritto anche presso altri giornali come *Bashkimi*, *Zëri i rinis*, *Drita*... lo sport era prioritario per i miei articoli ma scrivevo anche su altri temi quando c'era bisogno. In classe quando stavo al liceo imitavo sempre il grande commentatore Ismet Beholla,

leggenda del microfono albanese: siccome era della mia stessa zona avevamo un timbro vocale simile. Faceva alcuni paragoni che mi piacevano tanto, quando diceva “Cari ascoltatori vi saluto dallo stadio nazionale Qemal Stafa che è strapieno di tifosi, non si sa dove mettere i piedi...” quindi queste sue telecronache mi piacevano molto e hanno contribuito alla mia passione per questo lavoro. Oltre a lui c’erano anche tanti altri in diverse aree dell’Albania, tanti altri commentatori, e cercavo di imparare da tutti loro, tipo Scutari o Korça. Tutte le volte che facevo queste imitazioni ero applaudito, quindi mi sentivo predisposto per questo mestiere, con un talento naturale; volevo crescere professionalmente e la scrittura è stata un passo fondamentale, imparando a scrivere bene e a progredire. In questa prima fase mi sono creato un certo nome a Peshkopi; quando sentivo Radio Tirana per me era qualcosa di sacro, perché non avevi altre informazioni e tutto quel che si divulgava a livello nazionale avveniva grazie a questa radio. Ero molto eloquente quando parlavo e la voce veniva bene in radio, e questo fu l’inizio del mio percorso verso Radio Tirana.

**Vista la sua grande passione per lo sport sono molto curioso di sapere, quando doveva commentare la sua squadra del cuore, se le emozioni vincessero o meno sulla professionalità.**

Da quando ero bambino, fino a che non ho raggiunto l’età adulta, diventando giornalista, tifavo per la Dinamo, una grande squadra con un tridente micidiale: Ballgjini, Palasca e Zeri, una delle migliori nel calcio albanese. Da quando sono diventato giornalista professionista ho spento la lampada del tifoso, cercando di avere sempre una sorta di equilibrio per avere una maggiore credibilità tra i tifosi, forse anche perché negli anni ‘90 la Dinamo non era più la squadra di una volta, stava sempre in basso nelle classifiche. Ho sempre cercato in questo lavoro di comportarmi da professionista perché se dimostri il tuo lato da tifoso nei commenti, allora perdi credibilità come giornalista professionista. Ho quindi cercato di riportare sempre l’informazione pulita senza metterci la parte del tifoso all’interno della notizia, diversamente dalla politica o l’economia, dove puoi sbagliare le cifre... ma qua bisogna essere molto diretto perché devi trasmettere il risultato affinché il tifoso lo sappia; quindi, non puoi intervenire coi tuoi pensieri. Non ci sono manipolazioni, non puoi metterci un tuo giudizio. Il giudizio personale, in questo caso del giornalista sportivo, può esistere solo nel caso della moviola, sostenere che sia rigore o meno in un caso specifico. Dal mio punto di vista posso dire che lo sport è realista: bisogna essere sé stessi altrimenti perdi tanti punti e credibilità, e questo mi è servito per arrivare dove sono arrivato.

**Le sue telecronache sono state principalmente nell’ambito dello sport albanese o anche per lo sport straniero?**

Su tutto. Qui non puoi scegliere in televisione, quando lavori, ma al primo posto rimane lo sport albanese. Ho diretto la rubrica sportiva, che mi è servita molto per imparare tante cose sul calcio, ma anche su altri sport in generale, per essere sempre preciso e professionista, perché in studio avevo diversi specialisti del calcio e di altri sport; quindi, quando loro parlano tu cerchi di imparare le cose tecniche del loro mestiere. Per esempio, capisci che il calcio non è solo un gioco, è più di un gioco, che tutti lo vogliono, ma non tutti possono parlare da professionisti. Tutti possono giocare a calcio ma non tutti si rivelano bravi a giocarlo. Sono i piedi quelli che parlano, a prescindere dal desiderio. Desiderio e pratica sono due cose diverse. Ovviamente ho commentato tantissime partite internazionali, ho diretto tanti Europei e Mondiali di calcio, ma la mia priorità, soprattutto dopo gli anni 2000-2005, sono stati i programmi che raccontavano la parte storica di diversi sport. Oggi non a caso sono caporedattore di programmi storici e documentari che vengono trasmessi nella tv pubblica, non solo di calcio ma tutti i tipi di sport, raccontando le diverse storie dei protagonisti, ovviamente quelli che hanno avuto più successo, ma localizzandosi sempre sul calcio perché è lo sport il più popolare in Albania e ha avuto più figure che hanno avuto più successo. Uno degli ultimi documentari sportivi che ho fatto risale al '72, dove la squadra femminile di volleyball della Dinamo ha raggiunto un risultato storico arrivando ad essere tra le prime quattro squadre d'Europa. Un altro programma che ho fatto è su Petrit Muzaka, che è stato uno sportivo universale e al tempo stesso esercitava sette tipi di discipline sportive in Albania, durante gli anni '50. In quel periodo non c'erano tante regole in diverse discipline, quindi non molta gente le praticava: le sue discipline erano atletica, basket, volley... era irraggiungibile dagli altri. Un altro evento che ricordo molto bene è nel '67 dove la nazionale di calcio albanese nello stadio Qemal Stafa pareggiò 0-0 con la Germania dell'Est eliminandola così dall'Europeo: è stato un grande risultato calcistico per l'Albania. Per la squadra tedesca fu invece una vergogna nazionale perché non riuscì a eliminare una piccola squadra come l'Albania, calcisticamente parlando. Secondo me la trasmissione che ha lasciato ricordi più vivi tra i cittadini albanesi era quella che parlava di uno sport della città. Andavo in ogni città del paese raccontando tutto quello che succedeva in quella località riguardo lo sport, così tutti tramite lo schermo potevano vedere cosa succedeva in un'altra zona del paese, e allora mi resi conto del potere che aveva il piccolo schermo. Una volta sono andato in una zona, Erseka, dove per la prima volta andava una troupe televisiva; il sindaco aveva fatto una sorta di cerimonia con quaranta persone ad aspettarci nella piazza del paese, e appena misi piede in città pensai ci fosse una sorta di manifestazione... si parla degli anni 99-2000. Si erano messi in fila uno dopo l'altro e ci aspettavano, persino una ragazza si fece avanti a darci dei fiori perché per loro era un evento speciale. In serata ci

offrirono anche la cena e in nostro onore si esibì uno dei cantanti migliori di quella zona. Le altre città venendo a sapere di quanto accaduto a Erseka ci chiamarono per rifare la stessa cosa presso di loro.

**Nei suoi programmi ha avuto modo di parlare della nazionale italiana, di calcio o di altri tipi di sport?**

Ne abbiamo parlato ma non in modo prioritario. Il calcio italiano piace molto al pubblico albanese: se fai un sondaggio in giro tutti ti risponderanno che seguono il calcio italiano, io stesso sono un tifoso del calcio italiano (la mia squadra del cuore è il Milan) e tifo per la nazionale italiana. Questo perché il calcio italiano è un calcio elitario, di un Paese che sta vicino a noi e che noi abbiamo sempre seguito attraverso il piccolo schermo. Discutiamo molto di più del calcio italiano che di quello di altri Paesi. Anzi, di più: in passato ogni lunedì pomeriggio c'era un programma esclusivo specifico che parlava di tutto quello che era successo nella serie A nel *weekend* precedente.

**Mi può dire intorno a quali anni?**

Dopo gli anni 2000. Oltre all'Italia si trasmettevano anche gli altri campionati, come quelli inglese, tedesco e spagnolo, ma quello italiano stava al primo posto occupando quindi lo spazio maggiore all'interno della trasmissione.

**Quanto durava questo programma?**

Circa un'ora, un'ora e qualcosa. Condotta da Erga Kruja, che oggi fa la rubrica sportiva nella radio, io ero caporedattore e si trasmettevano tutte le sintesi delle partite di calcio italiano della settimana e di altri campionati. Adesso non li diamo più perché con le nuove regole bisogna comprare i diritti, non ne abbiamo più la possibilità: non abbiamo l'esclusività nel trasmettere le sintesi, le cronache delle partite, i goal... i prezzi sono alle stelle e noi non abbiamo la disponibilità economica per includerli nei nostri programmi. Purtroppo, non dipende da noi, son sempre scelte dei dirigenti dove tu lavori, loro scelte commerciali. Il calcio italiano comunque è sempre stato tra i preferiti del pubblico albanese, soprattutto le partite della nazionale.

**Quanti anni è durato questo programma?**

Adesso non ricordo bene, ma comunque un paio d'anni sicuramente. Volevo aggiungere che noi abbiamo tante cose in comune con l'Italia, anzi di più, gli insegnanti dell'UEFA che vengono in Albania sono per la maggior parte italiani, anche adesso, perché la scuola italiana del calcio, la famosissima Coverciano, dove si sono formati tantissimi allenatori albanesi, era il punto di

riferimento di come allenare una squadra di calcio per le nostre squadre. Da questa scuola sono usciti tantissimi nomi di allenatori famosi albanesi.

### **Questo ha portato a un innalzamento del livello del calcio albanese, secondo lei?**

Assolutamente sì, i nomi usciti da questa scuola, oltre a dirigere le squadre del calcio albanese, hanno diretto anche la nazionale. Ricordo che il primo fu Agron Sulo, il quale appena finito a Coverciano divenne subito allenatore della nazionale albanese, portando un nuovo respiro, un'altra forma di allenamento, un altro modo di lavorare e tantissime novità riguardo il calcio. Un altro stile che viene utilizzato spessissimo nel calcio albanese, sia nelle squadre di calcio sia nella nostra nazionale, e non a caso il nostro CT oggi è italiano: Edoardo Reja. Non a caso con un altro allenatore italiano, De Biasi, per la prima volta siamo riusciti a qualificarci e partecipare all'europeo del 2016: un traguardo storico per il calcio albanese. Questo è stato un grande successo visto che i grandi traguardi dell'Albania si contano sulle dita di una mano. Nel '46 siamo diventati i campioni dei Balcani in un torneo svoltosi solo tra queste squadre, per darti un'idea. Nel '78 siamo stati campioni dei Balcani under21, poi di nuovo nel 1981; nell'84 abbiamo battuto il Belgio 2-0, una grande vittoria storica; nel 2004 abbiamo battuto la Grecia, appena diventata campione d'Europa, per 2-1, una grande vittoria, e nel '67 il pareggio con la Germania 0-0, eliminandola. Riguardo le squadre abbiamo avuto nel '70 il pareggio tra Tirana e Ajax 2-2. L'apice è stato nel 2016 quando l'Albania ha giocato la sua prima partita europea in Francia. Dopo De Biasi nella nazionale albanese si è seduto un altro CT italiano come Panucci, che non ha avuto lo stesso suo impatto; i rapporti si sono incrinati, quindi se n'è andato in modo spiacevole dall'Albania. Invece Edi Reja, attuale CT, sta riportando il clima d'entusiasmo che c'era all'epoca di De Biasi, e questo forse deriva anche dall'esperienza di questi CT, anche l'età, poiché Panucci al confronto era molto giovane.

### **Mi ha parlato prima dell'impatto che la tv italiana ha avuto su quella albanese. Oltre allo sport ci sono altri programmi albanesi che sono simili a quelli della tv italiana?**

Sì, tornando a prima la nostra ispirazione è stata sempre basata su programmi italiani, non solo riguardo lo sport ma i media in generale: lo stile, la forma, specialmente lo spettacolo, sono stati sempre punti d'ispirazione. *Sanremo* è stato seguito, metaforicamente parlando, come uno di quei programmi che aspetti come i primi raggi di sole che illuminano la giornata; è così che il pubblico albanese aspettava *Sanremo*, festival al quale, nel corso degli anni, hanno partecipato due albanesi e hanno vinto. Lo stesso vale per altri programmi tv: negli ultimi anni vedo anche un grande prestito di diversi programmi dall'Italia, o per meglio dire copiati, riprodotti e adattati in Albania per il pubblico.



### **Mi può fare gentilmente un esempio?**

C'è stato un programma per le persone scomparse, simile a *Chi l'ha visto*. Adesso uno per i ragazzi che cercano l'amore della loro vita, *Përputhen*, e poi un altro è *Dua të të bëjë të lumtur*. Arjan Cani del Tv Klan cerca di imitare qualcosa dai canali italiani, *Opinion* di Blendi Fejziu che cerca di imitare il programma di Bruno Vespa *Porta a Porta*, e ci sono tanti altri. Tanti altri programmi come quello di Maria de Filippi che si cerca di riprodurre in Albania... si capisce subito che i programmi italiani sono di tutt'altro livello, ma quelli albanesi cercano di stare al passo.

### **Questa scelta avviene per un motivo economico visto che questi programmi hanno avuto successo in Italia? O per portare una novità nel piccolo schermo albanese?**

Secondo me il pubblico albanese cerca questi programmi, sono format molto particolari.

### **Questi vengono trasmessi nella loro forma originale o vengono adattati per il pubblico albanese?**

No, vengono adattati. Ci sono alcuni elementi comuni ma si capisce subito che sono presi dal modello italiano perché sono identici. Per esempio, della maratona *E djela shqiptare* di Ardit Gjebrea, è uguale a *Domenica In*: al suo interno troviamo *Shifemi në gjyq* che somiglia a *Forum*. Solo le telenovelle non sono più italiane ma vengono prese da altri paesi, tutto il resto viene preso dalla tv italiana.

### **Com'è cambiata l'offerta televisiva italiana dal comunismo ad oggi? Ci sono più programmi che parlano della cultura albanese o che sono programmi stranieri?**

In questi anni sono avvenuti tantissimi cambiamenti: si raccontano alcune storie ma c'è da dire che alcuni stranieri sono venuti in Albania per girare alcuni film o documentari per narrare la situazione della guerra civile del '97. Spesso vengono e girano documentari sulla vendetta che è una tradizione molto antica in Albania, ma che in Italia e in altri paesi dell'occidente non esiste, quindi, qualcuno dall'Italia è venuto per girare e capire al meglio questo fenomeno. Anche per scoprire le nostre tradizioni e usanze. Quindi la cultura italiana secondo me oltrepassa ogni immaginazione perché è onnipresente, nei nostri film e programmi, e noi cerchiamo sempre di rifarci al modello italiano. È il modello migliore e piace tanto, è variegato.

**Avevo una grande curiosità che volevo togliermi da anni. Visto che lei è uno specialista sportivo, guardando i programmi italiani di calcio ci sono delle analisi tecniche che fanno riguardo le partite, i movimenti degli attaccanti, dove hanno sbagliato i difensori, mostrando dal punto di vista tecnico tanti elementi che nei programmi albanesi non troviamo. Nei programmi albanesi perché non viene fatta la stessa cosa? Cosa manca?**

Purtroppo, non abbiamo i mezzi tecnologici per effettuare queste analisi, ma negli ultimi anni qualcosa sta cambiando. Stiamo lentamente aggiungendo qualcosa del genere nei programmi albanesi, dove stiamo cercando anche noi di spiegare meglio la posizione dei calciatori, i movimenti e le azioni più specifiche che hanno portato a goal o situazioni particolari. Per il calcio albanese questo non si può fare perché necessitiamo più telecamere per osservare da più punti di vista e fare un'analisi mirata. Quindi non bisogna riprendere solo una porzione del campo dove c'è il pallone ma anche tutti i giocatori per vedere soprattutto i movimenti di quelli che s'inseriscono senza palla. Adesso si è iniziata a fare questa analisi perché il numero di telecamere a disposizione è aumentato. Prima le nostre partite erano riprese da 3-4 telecamere, oggi sono molte di più; le partite della nazionale oggi vengono riprese da una dozzina di telecamere posizionate in punti diversi. Oggi abbiamo delle condizioni lavorative migliori, quindi ci si può permettere questo tipo di analisi e approfondimenti. Un'altra differenza è che il commentatore di una partita in Albania è da solo, mentre in Italia è affiancato da uno specialista che parla di tattiche o spiega movimenti e azioni svolte dal giocatore in campo... cosa da noi non disponibile per questione di costi. Solo negli ultimi anni, a partire dal 2000, queste cose le facciamo anche noi, riprendendo sempre dal modello italiano.

### **Ha qualcos'altro da aggiungere?**

Ho sempre avuto il desiderio e la passione di diventare giornalista sportivo, ma professionista sono diventato grazie allo stile italiano, per come scrivono gli articoli sportivi. Che vuol dire? Collaborando con il giornale albanese nel '93-94 ho imparato là come puoi dire tante cose in poche righe perché il nostro stile di fare giornalismo era diverso: si basava su una descrizione generale dei fatti e poi solo alla fine si comunicava il risultato e i fatti più importanti della partita. Quindi io sentivo che dovevo leggere cinque minuti di articolo per capire il risultato solo alla fine. Invece seguendo lo stile del giornale italiano ho modificato il mio modo di scrivere perché dicevo "al minuto 92 quel giocatore facendo questo goal ha deciso la partita" ...quindi si partiva dal momento decisivo della partita per poi spiegare tutto il resto. Dal particolare al generale. Non come lo stile precedente che descriveva la partita dall'inizio fino al risultato finale. Quindi si partiva da chi ha segnato, chi era il

giocatore, com'è finita la partita, descrivendo già nelle prime 2-3 righe e facendo un riassunto di tutto quello che è successo, catturando l'attenzione del lettore.

### **Questo perché leggeva i giornali italiani?**

Anche, però il caporedattore del giornale albanese era italiano, Carlo Bollino, quindi ci ha insegnato questo nuovo stile di scrittura diverso da quello da noi utilizzato in precedenza. Ha portato un'evoluzione nel modo di scrivere gli articoli, e tanti giornalisti famosi sono usciti dalla scuola da lui creata in quegli anni, preparati, professionisti del settore. In questa sede ho imparato la frase che ripeteva sempre il famoso commentatore italiano Sandro Ciotti: “Devi tenere sempre presente, per fare un buon giornalismo, le cinque W: Chi, Quando, Dove, Perché, Cosa”, e da quel momento ho cercato di tenerla sempre presente quando scrivevo gli articoli. Partendo da questa premessa, ho poi cercato di riprodurre lo stesso stile nei miei programmi televisivi, iniziando proprio la telecronaca con un *goal*, o con l'azione più importante della partita, e non più con la descrizione della discesa in campo, con i giocatori che entravano e si salutavano prima dell'inizio vero e proprio della competizione. Io ho cambiato questa prospettiva trasmettendo le prime immagini di un giocatore che festeggiava buttandosi a terra o dei tifosi esultanti dopo un goal segnato. Partendo da un caso particolare o da un giocatore che piangeva di gioia, per poi raccontare il resto della partita, per emozionare e catturare l'attenzione dei telespettatori. Cercando sempre di utilizzare un linguaggio molto metaforico come nel caso in cui vedevo tante persone che riempivano le strade muovendosi verso lo stadio: “oggi un fiume è uscito dagli argini”. Un altro elemento preso dal giornalismo italiano, che prima da noi non esisteva, è la presenza a bordo campo di un giornalista che ci racconta durante la partita le mosse degli allenatori, la fase di riscaldamento e tutto quello che succede in panchina. Questo ci ha permesso di descrivere anche le emozioni del pre e del dopo partita. Quindi loro scoprivano per primi cosa fosse successo in campo – sostituzioni per infortunio o per scelta dell'allenatore – scoprendo sempre di più sulla partita. Il modello italiano è stato seguito quasi al 90% in tutti i nostri programmi tv.

## Caporedattore TV Melsi Qirici – intervista 27 maggio

### **Mi parli della sua formazione professionale.**

Ho studiato lettere e lingue, poi ho conseguito il master in relazioni internazionali. Durante gli anni di questo percorso di studi, quando avevo vent'anni ho lavorato presso alcune redazioni; ho lavorato presso una rivista per bambini che era anche casa editrice. Poi per cinque anni ho lavorato come caporedattore presso una rivista che parlava per i giovani, *Trendy*, e nel 2007 ho iniziato a lavorare per Top Channel. All'interno del canale avevo un format mio, musicale: il mio ruolo era sia autore che di produzione, oltre che caporedattore del programma. Nei successivi nove anni ho lavorato sempre all'interno dello stesso canale in format che erano patenti-esclusivi, comprati da altri paesi, come *Big Brother*, *The voice of Albania*, *Master Chef*, *Albanian's got talent*, tutti format comprati da Endemol, Shine e Talpa. Tutti i diritti sono stati comprati in esclusiva da Top Channel: il più lungo è stato *Big Brother*, comprato per sei anni. Nel 2016 mi sono spostato presso TVSH come caporedattore del canale. Qua svolgo un ruolo diverso, mi occupo di un profilo più editoriale che di produzione.

### **In che cosa consiste il suo lavoro giornaliero? Come si svolge?**

Scelta e approvazione della programmazione giornaliera/settimanale; in pratica decido cosa mandare in onda e cosa no. Mi occupo di tutta la struttura del palinsesto, in breve, creo la linea editoriale del primo canale. Mi occupo anche della scelta degli spot pubblicitari e controllo ognuno di quelli che vengono trasmessi sul primo canale.

### **In base a quale principio avviene la scelta dei contenuti trasmessi?**

Abbiamo alcuni principi editoriali. Esiste anche un libro che abbiamo pubblicato che illustra proprio questi principi editoriali: non sono regole ferree da seguire per forza, ma piuttosto indicazioni, che non valgono solo per noi ma anche per gli altri. Come primo canale nazionale abbiamo costruito la nostra linea editoriale, strutturata e basata sull'informazione, l'educazione e l'intrattenimento per cogliere un pubblico sempre più eterogeneo. È uno dei principi a cui teniamo – e in primis io ci tengo tanto – l'utilizzo di lingua albanese pulita in programmi e trasmissioni, escludendo parole straniere. Essendo canale nazionale è un obbligo di legge e rispetto di questi principi, poiché all'interno dei nostri programmi si deve parlare esclusivamente in albanese.

### **Gli altri canali invece utilizzano tante parole straniere all'interno dei loro programmi?**

La piattaforma dei canali è diversa, perché ognuno è indipendente e segue la sua linea editoriale. Al nostro interno noi abbiamo il primo, il secondo e il terzo canale – sempre nazionali – in cui cerchiamo di rispettare le regole editoriali. Questo principio vale non solo nelle trasmissioni dirette ma anche nelle nostre applicazioni. Ogni testo scritto, ogni programma viene trasmesso esclusivamente nella lingua albanese.

**Prima mi ha nominato alcuni programmi con cui ha lavorato in Top Channel. Quali erano i criteri per la scelta di questi programmi?**

I canali privati hanno anche altre specifiche diverse da quelle del canale dove sto adesso. Loro vogliono aumentare le audience e hanno altri target group di riferimento. Durante gli anni di lavoro presso quel canale, l'audience era molto alta. Prendevamo una media di share di telespettatori, il nostro target group erano per lo più giovani, a differenza del canale nazionale che ne occupa un altro più generalista. I format nel Top Channel venivano scelti in base al *trend* mondiale. Quando abbiamo preso la licenza per trasmettere The Voice, se non erro nel 2009, questo programma era appena uscito negli USA, era un format nuovo ma in un breve periodo aveva ottenuto un successo enorme. I dirigenti di Top Channel fiutavano sempre l'occasione del successo di questi programmi per riprodurli e trasmetterli in Albania. All'epoca non c'era YouTube, era di certo un altro modo per far conoscere questi programmi in diverse parti del mondo, ma il gruppo di Top Channel aveva un fiuto eccezionale nell'individuare e poi decidere di investire e comprare la licenza per riprodurli in Albania. Il tempo ha dato ragione alle loro scelte perché quando hanno trasmesso *Big Brother* o altri format, dove il costo per la licenza andava fino a un milione di euro, il numero dell'audience è stato molto elevato. Comunque, queste scelte le può fare solo un'emittente privata, dotata di un'elevata potenza economica. Si è cercato in questi ultimi anni nella tv pubblica di riprodurre qualche format di successo ma i costi sono molto alti da sostenere, al di là della nostra disponibilità economica. Quindi i canali privati sono andati sempre in direzione del *trend* del momento, creando così programmi di un interesse molto alto e di un successo garantito, perché quando compri una licenza, una patente di un programma già testato, non hai paura di comprare questo format e riprodurlo, anche per una seconda e una terza stagione... anche se queste sono più difficili da realizzare perché devi mantenere vivo l'interesse del pubblico. Con la prima stagione è molto più facile trattandosi di una novità. I costi erano sempre alti ma le emittenti private li potevano sostenere senza problemi, ovviamente attraverso marketing e gli sponsor.

**Come cambia l'offerta televisiva della tv nazionale rispetto a quella dei canali privati?**

Ci sono differenze, in effetti. Noi diamo un grande spazio alle tematiche legate all'attualità. Il nostro punto debole è l'intrattenimento, il fatto che non trasmettiamo tantissimi programmi se paragonati a quelli privati, perché legato al discorso che ho appena detto, perché le capacità finanziarie non ti permettono di produrre questi programmi perché costosissimi. Oltre alla licenza per comprare questi bisogna avere a disposizione grandi studi, e invece la tv nazionale opera ancora negli studi vecchi, lo spazio è ristretto, piccolo... negli anni ci sono state migliorie e ristrutturazioni, anche le scenografie sono migliorate, anche lo spazio grafico, ma la struttura è rimasta invariata. Quindi le nostre capacità restano molto limitate, non riusciamo a realizzare un'opera ben più grande come fanno questi canali.

**Oltre ai format di cui hai parlato in precedenza, avete comprato anche la licenza per trasmettere format italiani?**

Per quanto riguarda i format italiani, Top Channel ne ha riprodotti ma senza comprare la licenza, quindi, li ha riprodotti in modo indiretto. Come per esempio *Fiks Fare*, simile a *Striscia la notizia*, e continua a farlo anche oggi, ma non so se con le patenti comprate o meno – sono andata via anni fa – come, per esempio, il programma diretto da Arbana Osmani, simile a *C'è posta per te* di Maria de Filippi, di cui appunto ignoro la questione legata all'acquisto della patente. Si dice che ci sono state delle questioni irrisolte tra le parti italiana e albanese, ma non so darti maggiori dettagli in merito. Durante il mio periodo di lavoro a Top Channel, tutte le riproduzioni dei format erano con la licenza e i nostri produttori e conduttrici andavano in questi paesi anche per sei mesi di formazione, per apprendere tutte le fasi della produzione e per acquisire e mantenere una maggiore fedeltà all'opera originale. La realizzazione tecnica. Il primo format realizzato a Top Channel era originale, di mia invenzione, io l'ho proposto e poi la dirigenza ha approvato e realizzato. I format successivi però erano tutti patenti-esclusivi.

**Che cosa ha da dire invece in merito ai format simili a quelli italiani che oggi troviamo in onda?**

Queste sono mutazioni. Non lo ha fatto solo Top Channel, ma anche altri canali, tutti quelli privati. Prendono questi format e li adattano per il pubblico albanese. C'è un programma domenicale che fa Manushi, che è stato preso da una versione spagnola ma senza alcun diritto di farlo. Se non erro lo ha preso da un canale pubblico spagnolo ma non ricordo bene... ma questo lo fanno senza problemi tutti i canali privati. In RTSH una cosa del genere tu non lo puoi fare. Questi programmi non possono far parte del nostro palinsesto, prenderli e riprodurli senza pagare la licenza. Si possono

prendere alcuni elementi superficiali, come ad esempio nella trasmissione di martedì, Lutfi Dervishi, il nome del programma è *Përballë*, ha preso alcuni elementi dalla BBC, *HARDTalk*, ma il modo in cui è strutturato è completamente diverso. Senza causare nessun danno al programma originale, come per dire non ci sono litigi in studio ma un modo molto approfondito e pacato di affrontare problemi senza litigi.

**I format stranieri hanno portato una democratizzazione maggiore nella tv o hanno portato a un degrado culturale? Cosa pensa a questo proposito?**

Il problema della nostra tv è che producono quello che il mercato vuole, e questo non lo fa soltanto il nostro paese ma tutti i paesi del mondo. Ad esempio, in Italia da anni gira Uomini e Donne, che non è il massimo dei programmi, eppure ha un'audience molto alta, penso. Perché le persone sono attratte da relazioni che si creano tra i giovani, tra i concorrenti di questo programma, le persone sono stanche dei programmi complicati e cercano la semplicità in televisione. Quando certi programmi riprodotti da un canale per 10-12 anni si ritrovano a non avere nessuna novità, le persone si stancano di seguirli, per questo i programmi che trasmettono trash propongono sempre le stesse cose d'interesse per il pubblico, questo perché il pubblico si identifica con i concorrenti, li segue sempre senza mai perdere interesse. Personalmente non sono contro questi programmi, ma mi schiero sempre a favore della qualità televisiva, perché bisogna educare il pubblico e offrire contenuti di un certo tipo per mantenerlo sui binari della qualità. Oggi ogni produttore vuole generare profitti dal marketing e dagli *sponsor* all'interno del suo programma, soprattutto quando è il più seguito, come nel caso di *Përputhen*, però è sempre una scelta che si fa in qualità di produttore: la scelta di inseguire i *click*, come nel caso di quel programma, o puntare verso programmi di qualità. Esiste sempre un compromesso che ti porta a decidere cosa produrre, e in questo, secondo me, risiede la differenza tra tv pubblica e privata. BBC ha fatto un compromesso di non trasmettere programmi trash, ma di produrre serial televisivi con un'audience molto alta. *Killing Eve* aveva un'audience spaventosa, polverizzando ogni record di ascolti, e rimane il più seguito della Gran Bretagna, è molto *trendy*, ha un costo elevato di produzione e loro hanno adottato per seguire questa strategia. Secondo me è meglio produrre un serial originale a un costo elevato piuttosto che magari fare un programma a basso costo ma trash, e loro hanno adottato questa formula. Condivido in pieno questo modello e mi piace tanto.

**Tanti anni fa la tv albanese nazionale aveva un'offerta variegata di vari prodotti italiani: film, telefilm... cosa è cambiato dal passato poiché ora non troviamo più un'offerta così grande?**

Non conosco molto bene quel periodo, non sono quindi molto informata sui diritti di compravendita di questi prodotti all'epoca, non so quindi se erano trasmessi in modo legale o illegale. Però so molto bene che RTSH in passato aveva un'audience molto alta grazie a film ma soprattutto telefilm di produzione italiana, in particolare quelli Rai. Poi non so se avevano comprato la licenza per l'acquisto di questi contenuti, questo argomento non mi compete ma non desidero parlare di questo, non lavoravo per la RTSH in quel periodo e non sono informata. Alcuni prodotti italiani sono sempre richiesti dal pubblico albanese ma abbiamo sempre un problema di tipo strutturale; adesso che siamo passati al digitale, nonostante siano stati comprati non si possono trasmettere perché dapprima vanno convertiti dai vecchi supporti analogici in digitale, ma il macchinario adibito a questa conversione è molto costoso e non ne siamo forniti, quindi, non possiamo trasmettere questi prodotti seppur molto amati dal pubblico albanese. Il nostro canale oggi ha un altro problema: non produce prodotti originali, trasmettiamo anche prodotti che provengono da EBU, ma non sono sufficienti. Quello che fa la RAI, produce sempre prodotti originali, come per esempio Montalbano, prodotto da molti anni ma è sempre seguito dal pubblico italiano. Noi non abbiamo i mezzi per fare produzioni del genere, o meglio forse li abbiamo ma non lavoriamo nel modo giusto per arrivare a questi risultati. Qua non entrano solo le risorse economiche, ma anche i mezzi, le capacità professionali del nostro personale per raggiungere questi risultati. Bisogna avere la capacità di attirare i produttori, o magari dare la possibilità ai nuovi produttori di mettere in pratica le loro idee, con il centro del film albanese, ma per tutto questo occorre una dirigenza e un'organizzazione che possa creare le condizioni necessarie. Questa struttura fondamentale da noi manca. Ci sono film di coproduzione con altri paesi che noi finanziamo, ma non c'è la possibilità appunto di fare produzioni con registi di un certo nome o prestigio. Noi produciamo trasmissioni di cultura, tantissime, ma ci manca una strategia per attirare spettatori e quindi audience. La strategia, per me, è produrre qualcosa di nuovo. Compriamo spesso dall'estero prodotti che sono già pronti, per i quali non possiamo intervenire sul contenuto, e questa è una disgrazia per noi perché quando il prodotto viene dall'estero lo trasmetti così com'è.

### **Quindi sono strategie sempre decise dai dirigenti, sulla direzione da prendere...**

Certamente. Sono situazioni prese dall'amministrazione, non dipendono da noi, le nostre decisioni restano sul piano editoriale, non su quello delle decisioni.

### **Perché manca la comunicazione? O dipende da qualcos'altro?**

No, per fortuna la comunicazione c'è ma manca sempre la parte finanziaria. Per questo anche se le idee ci sono purtroppo non si possono mettere in atto.



**Visto che il numero dei canali in Albania è così alto, ha bisogno il pubblico albanese di tutti questi canali? Dove cambia l'offerta tra uno e l'altro?**

È un fenomeno molto strano. Non ti so dire se il pubblico albanese ha bisogno di tutti questi canali, perché essi nascono come bisogno del mercato, e quello mediatico in Albania è molto particolare, è strano. Non so dirti altro perché questo non è il mio campo di competenza e non so darti una risposta. Ogni canale sceglie di trasmettere quello che vuole, e finché il mercato permette la loro convivenza hanno il loro posto all'interno del mercato. Il problema però è un altro: cosa offrono. Questo è preoccupante. Il modo di offrire, cosa offrire e cosa no. Oggi in televisione si dà voce a moltissime persone e tanti di loro non hanno "posto", non sono all'altezza della situazione... e talvolta in questa categoria rientrano anche i giornalisti. In Albania il mercato televisivo è molto piccolo ma ci lavora tantissima gente; quindi, questo è anche un problema professionale, diciamo, nel senso che non tutti sono professionisti all'interno dei media.

**Capitolo Agon Channel, cosa ha portato al mercato albanese? Che impatto ha avuto sul pubblico?**

Da un punto di vista di una persona che ha lavorato per un'emittente privata, perché sono cambiate le condizioni lavorative nel tempo, per noi era una sorta di paura perché stava spazzando via Top Channel in un certo modo. Quindi ha inglobato giornalisti di altri canali albanesi, offrendo un salario molto alto. Nato come una grande novità, ma anche minacciosa per il tempo riguardo gli altri canali. Offrendo questi salari così alti tanti giornalisti si sono spostati verso la sua emittente. Se però ti devo parlare dal punto di vista editoriale che conosco molto meglio, non mi è piaciuto il modo come hanno cercato di imitare alcuni programmi, come Le Iene, alcuni programmi di Rai 2 e di Mediaset, un po' il Moby Dick di Santoro, volevano prendere un frame da tutti questi canali per fare una produzione loro. Anche se i loro studi erano piccoli, ma al loro interno hanno preso i maggiori conduttori della tv italiana: Sabrina Ferilli, Simona Ventura, Mara Venier, ma non è bastato. Secondo me non basta che tu prenda queste figure all'interno dei tuoi programmi, perché in realtà tu queste figure le potresti vedere all'interno dei programmi italiani. È stata una novità ma a lungo andare non ripaga, perché ancora oggi noi continuiamo a seguire canali italiani quindi questi personaggi li seguiamo là. Dal punto di vista della qualità è stato un tentativo di produrre programmi di qualità.

**Lei personalmente ha avuto collaborazioni con canali o giornalisti italiani?**

Quando lavoravo a Top Channel ho avuto diverse collaborazioni, perché nella realizzazione dei grandi format era necessaria la partecipazione di qualche esperto italiano; si pensava che loro fossero più bravi e di conseguenza il programma sarebbe stato costruito ad hoc, ovvero nel modo migliore. E (si pensava) nel frattempo che noi avessimo la stessa mole di lavoro, pur non avendo la stessa esperienza: se la nostra paga era X, la loro era moltiplicata all'ennesima potenza, cioè guadagnavano molto di più. Da questa collaborazione, a mio parere, abbiamo imparato tantissimo in termini di esperienza, nel caso del *Big Brother* ma anche nel caso delle trasmissioni della domenica gli autori e produttori erano sempre italiani. Nei primi 5-6 anni della nascita di Top Channel, negli anni migliori secondo me, i producer venivano direttamente dall'Italia, soprattutto nei format di Big Brother che erano direttamente i produttori del Grande Fratello italiano, noi tutti i trucchi del mestiere li abbiamo imparati da loro. Non ero d'accordo sul fatto che decidessero loro i programmi da trasmettere, come nel caso del programma di Albana Osmani, *Dua të të bëjë të lumtur (C'è posta per te)*, nella prima stagione è venuta una ragazza italiana che poteva ricoprire il suo ruolo, ma ci hanno scartati perché la dirigenza aveva deciso che puntare su di lei era meglio. Ma in generale i produttori italiani hanno un'esperienza spaventosa anche se guadagnavano tantissimo, erano più privilegiati di noi. Il nostro lavoro si fermava al "dietro le quinte".

### **La tv italiana ha quindi avuto un impatto su quella albanese, dal suo punto di vista?**

Non su un canale specifico ma su tutti. Anche dalla parte del contenuto, delle interviste, della musica, non capita mai nel Voice americano che si cantano canzoni in altre lingue. Nella nostra versione, albanese, è avvenuta una sorta di mutazione: i concorrenti cantavano canzoni in lingua italiana e inglese, e pochissime canzoni albanesi. Lo stesso fenomeno succede nel Voice russo, perché sono una fan accanita di questo programma, dove metà del repertorio è italiano. Quindi l'Italia ha una grande influenza, culturalmente parlando, straordinaria, soprattutto per noi che è sempre stata un punto di riferimento. In questi format ma anche nel *Big Brother* c'era l'influenza indiretta italiana, le presentatrici albanesi nel modo della conduzione del programma prendevano spunto sempre dalla versione italiana: dallo stile ad altri elementi importanti. Ciò è dovuto anche alla partecipazione di altri autori italiani nella prima fase di queste produzioni, soprattutto quelli del Grande Fratello. Poteva venire qualcun altro dalla sede centrale del programma, perché Endemol è molto grande e ha rappresentanti in tutto il mondo... quelli venuti in rappresentazione del nostro programma erano italiani. Tutta la loro influenza, i loro suggerimenti per l'emissione del programma erano secondo i loro parametri. E quindi dovevi sempre seguire le linee guida che loro ti forniva. Perciò sono sempre stati un punto di riferimento per noi.

### **Qualcosa da aggiungere?**

Per il momento non ho altro da aggiungere, se mi dovesse venire in mente qualcosa ti scriverò per *e-mail*.

## ALTIN BASHA – Intervista del 28 maggio

### **Mi parli del suo percorso formativo e professionale.**

Mi sono laureato all'accademia di regia e sceneggiatura presso l'università di Tirana. Ho conseguito gli studi post-universitari a Londra presso l'accademia angloamericana del dramma, la British American Drama Academy; in seguito, ho fatto un altro corso di specializzazione in arte della regia a Salisburgo negli anni 2000, infine sono tornato a Tirana, dove lavoro come insegnante nell'università delle arti. Sono inoltre direttore del teatro nazionale sperimentale. Dal 2000 ho avuto diverse collaborazioni in televisione come autore e regista di diversi programmi, come *Portokalli* a Top Channel; ho fatto un altro varietà che si chiama *Kosherja* nel canale abc News, poi anche uno *show* notturno nella tv pubblica TVSH. Ho realizzato alcuni progetti indipendenti riguardanti film, due telenovele seriali con DigitAlb – quindi la mia carriera spazia tra tv e teatro – inoltre ho realizzato alcuni progetti con Top Channel che venivano trasmessi ogni domenica, ovvero un programma settimanale di cui sono stato autore e regista. Ho anche lavorato in alcuni progetti estivi con Top Channel che sono sempre stati legati a *Portokalli*, che è un varietà, e ho diretto altri programmi che ora non mi vengono in mente... comunque queste sono le produzioni più importanti.

### **Quando è nata la passione per questo lavoro?**

La decisione di lavorare nel teatro è stata una passione che mi ha sempre accompagnato perché mio padre andava sempre a teatro. Per me era un luogo di divertimento, per questo motivo non ho mai visto la mia vita lontana dal teatro, perché è una cosa che mi ha sempre accompagnato... è stata quindi una decisione molto naturale. I bambini di solito da piccoli giocano a diversi giochi, il mio gioco era invece il teatro nazionale. Mio padre era impiegato presso quel teatro. L'Albania non offriva ai bambini tante possibilità per divertirsi all'epoca, quindi, trovavo nel teatro il mio divertimento: ho vissuto sempre in mezzo agli attori, ai costumi, alle sceneggiature che provavano prima dello spettacolo, intorno a me c'erano sempre figure famose... e ho avuto così sempre la possibilità di passare un'infanzia molto felice e bella. La decisione di passare dal teatro alla tv è stata invece una necessità, perché con la nascita dei canali privati è diventata un'attività molto importante e intensa, molto redditizia. Durante questo periodo il teatro era fuori dai giochi: non aveva possibilità perché non aveva risorse, a causa del difficile periodo economico che attraversava l'Albania. Obbligato perciò dalle condizioni economiche ho operato questa scelta lavorando in entrambi i settori. Infatti, il programma più famoso in Albania che ho creato, *Portokalli*, è ispirato a *Zelig*, una versione teatrale girata per la televisione. Insieme ad altri colleghi giovani abbiamo quindi sostituito le generazioni

all'interno, portando qualcosa di nuovo. La tradizione di fare comicità nella radiotelevisione albanese era a un livello molto basso, non aveva possibilità economica, quindi, offriva poco al pubblico... invece la televisione dove sono stato reclutato era nuova, con una forte influenza dalla tv italiana. Il suo proprietario era un fan sfegatato della tv di Berlusconi, e voleva costruire una Mediaset albanese; le sue richieste televisive erano molto chiare, voleva un *Maurizio Costanzo Show* che poi è stato realizzato da Alban Dudushi, *Top Show*, e una trasmissione investigativa come *Striscia la notizia*, realizzata e chiamata *Fiks Fare*. Voleva anche un cabaret televisivo perché il pubblico albanese lo richiedeva: in un Paese in piena crisi e con tante difficoltà le persone avevano necessità di ridere... lui voleva quindi creare un programma simile a *Zelig* e in questo modo ha realizzato *Portokalli*. Nella sua prima fase la televisione ha iniziato come canale informativo e subito dopo è stato arricchito di questi programmi. Attraverso di essi il canale ha avuto un boom straordinario, creando anche una certa autorità nel pubblico; in seguito, trasmettendo anche altri format, Top Channel è arrivata a diventare un'emittente totalmente europea, che è riuscita a comprare anche i format di Endemol, come *Big Brother*, *Albania's got talent*, *Tu si que vales*, *The Voice*, eccetera.

**Per alcuni dei programmi che prima ha nominato avete preso spunto da programmi italiani. Quali sono gli elementi in comune e come sono stati riadattati per il pubblico albanese?**

Innanzitutto, vorrei fare una premessa: io sono cresciuto con i canali italiani, non solo io ma tutta la mia generazione; conosco tanti giornalisti, registi, autori di diverse trasmissioni che per la loro costruzione si sono appoggiati al modello delle trasmissioni italiane. Come sapete, l'Albania per tanti anni è stata un paese isolato: durante il comunismo, anche se non si poteva, di nascosto si vedevano i canali italiani, quindi guardandoli, sia prima che dopo il comunismo, ho imparato la lingua italiana attraverso la televisione. Non ho fatto nessun altro corso per imparare l'italiano. Tutto questo nasce dal bisogno di capire quella determinata figura televisiva o quell'immagine molto curata: sapere cosa dicevano le persone sul modello italiano, capire il personaggio di Raffaella Carrà, o Maurizio Costanzo... quest'ultimo per noi è stato un modello straordinario di giornalismo; non aveva la spettacolarità di Pippo Baudo ma si appoggiava alle parole sul dibattito e sulle domande. Non solo questi che ho nominato ma anche tutti gli altri programmi tv italiani sono stati di particolare interesse per me, specialmente il cabaret. Il collegamento e la voglia di integrarsi in un modello televisivo come quello italiano erano cose che venivano molto naturalmente; la tv italiana era la prima scelta come modello; quindi, per la creazione di *Portokalli* noi abbiamo scelto due programmi, *Zelig* e *Bulldozer*, per vedere come si sceglie uno spettacolo televisivo in base alla durata dei numeri, il rapporto con il pubblico, il modo in cui il conduttore si rapporta con gli attori e con gli spettatori, sia in studio che

davanti alla tv. Un'attenzione particolare era dedicata all'apertura del cabaret, la fase che noi chiamiamo "editoriale", nella quale il conduttore utilizzava un linguaggio satirico per raccontare alcuni degli eventi politici e di attualità più importanti. Per fare questo abbiamo studiato attentamente tutto il linguaggio utilizzato, a partire dalle parole scelte per fare battute divertenti, in programmi di cabaret italiani come *Bucce di banana* o *Crème caramel* di Pippo Franco, osservando attentamente il suo modo di fare comicità sulla politica. Visto che la politica esercita una forte pressione su tutta la società albanese, dominando in modo indiscusso, la satira politica occupava un ampio spazio nell'attenzione del pubblico; questo non sempre è contento della politica e di questa pressione che esercita sulle persone. Trasformandolo in una versione comica noi volevamo attirare l'attenzione del pubblico. Quindi è stato un modo di rispondere alla politica tramite satira e comicità, e ci siamo resi conto durante il nostro percorso che il pubblico, essendo impotente per rovesciare la politica, vedeva nella nostra satira come una sorta di vendetta nei confronti di essa. Ovviamente non era un'impresa facile, perché l'Albania degli anni 2000 non è l'Albania del 2021, e allora toccare le vene della politica comportava tanti rischi. A dir la verità, essendo comici non abbiamo avuto tutti questi rischi, ma una forte pressione esterna sì: stare attenti su tutto quel che dicevamo, battute comprese, perché certi argomenti toccavano direttamente diverse figure politiche... quindi bisognava essere forti mentalmente per sopportare tutte queste pressioni. Devo aggiungere che la politica non ci ha visti come rivali diretti, però durante la fase delle elezioni la pressione diventava sempre maggiore. La preoccupazione cresceva quando tu colpivi direttamente una o più figure politiche a cui potevi rovinare l'immagine in periodo elettorale. Abbiamo sempre cercato di essere indipendenti e di non essere influenzati da alcuna forza politica, e quindi si trattava di scherzare o fare comicità su tutti i partiti politici. Però devo aggiungere che tante volte il governo, poiché detiene il potere politico, detiene anche la responsabilità su tutto quello che succede nel Paese; quindi, è stato quello che abbiamo colpito di più, esponendolo quindi maggiormente alle critiche. Per tornare alla sua domanda, oltre ai modelli televisivi noi abbiamo studiato anche il modo di trattare la comicità sulle varietà politiche: l'Albania ha sempre avuto una tradizione in comicità che è stata sempre appoggiata a quella della comicità italiana come Ravanelli, Totò, Alberto Sordi, Gigi Proietti... anche se poco li guardavamo durante il comunismo. Nella costa ovest del Paese si vedevano sempre i canali italiani; quindi, abbiamo sempre conosciuto attori e comicità italiani, anche la commedia all'italiana, il cinema... tutte le trasmissioni televisive. In questo modo tutta la programmazione tv albanese è stata costruita sul modello italiano. Le tv greche e jugoslave hanno avuto un'influenza minima, perché quelle non sono mai state al livello della tv italiana: essa trasmette entusiasmo e un'atmosfera positiva, spettacolo, intrattenimento... anzi ti posso pure dire che la musica leggera albanese ha

copiato il modello italiano, arrivando al punto che il nostro festival nazionale si rifà al modello di *Sanremo*. Non sto parlando quindi solo della televisione ma di tutte le produzioni artistiche e culturali in Albania, li abbiamo presi e ci siamo ispirati al modello italiano. Dall'inizio degli anni '90 fino al 1995 era difficile trovare persone nelle grandi città che non capissero o parlassero italiano. Non dico solo i laureati o intellettuali che senza dubbio lo capivano – loro non lo consideravano una lingua straniera – quindi nelle discussioni tra amici ci chiedevamo come mai, con l'emigrazione di massa verso l'Italia, venivamo disprezzati così tanto dagli italiani quando noi eravamo fatti soltanto di cultura italiana... ma questo è un altro discorso. L'Italia era per noi il posto dei sogni, la nostra immaginazione per l'Italia era una rappresentazione delle immagini televisive e non la realtà sociale del paese. Tutti gli albanesi che sono andati là hanno capito che non era il paese perfetto, e quello che passa in tv non sempre riflette la realtà; vedi tutto bello in tv, vai poi di persona e ti rendi conto di tante altre cose.

### **Nelle sue trasmissioni oltre alla politica ha trattato altri temi come vita sociale o attualità?**

Un aspetto molto importante degli studi, degli schemi e delle strutture televisive dei miei programmi, è quello che si può definire “stand up” o un monologo davanti allo spettatore, che in Italia è molto conosciuto e ricercato. Noi in questa parte avevamo una tradizione di livello inferiore al modello italiano; il dialogo tra attori e altre parti le avevamo anche noi, ma ci mancava il monologo nei nostri spettacoli, per questo figure come Gigi Proietti, Claudio Bisio, che sono autorità di un certo spessore, o l'autore di *La vita è bella* Roberto Benigni, sono sempre seguite da noi essendo viste come autorità in questo campo. Da loro abbiamo cercato di imparare come funziona il monologo e come loro trattano un determinato tema riportandolo per il pubblico, come si vede il rapporto col tuo vicino dal punto di vista comico. La nostra comicità tradizionalmente era basata sull'ideologia legata strettamente alla politica, ma adesso la comicità prende un'altra forma perché riporta altri problemi che possono nascere anche tra vicini di casa, in una coppia o a scuola. Ricordo molto bene quelle pubblicità che ha fatto la nazionale di calcio, con Totti e Del Piero, sul CEPU, allo scopo di combattere la conoscenza “superficiale”, e abbiamo preso anche noi quello stesso modello perché abbiamo un livello molto basso di istruzione, capendo che la comicità non è semplice satira in sé che tratta un solo problema o un tema, ma che può trattarne diversi, estendendosi in diversi ambiti. Quando dico che abbiamo preso da loro diversi modelli intendo dire che abbiamo studiato tutto questo: il loro modo di riportare e trattare i fatti. Abbiamo preso alcuni numeri che sembravano semplici conversazioni tra attore e conduttore, ma in realtà quella scena era parte dello spettacolo:

funzionava da introduzione per il prossimo numero, non erano inseriti là a caso. Per farti un altro esempio abbiamo preso dal modello italiano il numero del cittadino provinciale – napoletano o comunque meridionale o altre parti ancora dell’Italia – inserendo il dialetto che ognuno di questi attori aveva come modo di esprimersi, per portare la comicità anche da diverse zone dell’Albania. Quindi i nostri personaggi nelle loro performance provenivano da diverse regioni dell’Albania: li cercavamo di proposito in base al loro modo di parlare, ognuno aveva una diversa filosofia di fare comicità e di raccontarla. In questo modo i modelli italiani sono stati sempre importanti. Questo era anche un modo che il pubblico da casa, da diverse zone dove ci guardavano, s’identificava in ognuno di loro, diventando un gioco con i target group di diverse zone in Albania per allargare sempre di più l’audience. Quindi affinché il pubblico s’identificasse al meglio con il nostro programma, oltre agli attori presi da diverse regioni, abbiamo inserito bambini, studenti o altri elementi per allargare ulteriormente l’audience. Non può mancare in un varietà la figura del poliziotto, come in quelli italiani si vedono i carabinieri... quindi anche per noi era una cosa normale includerli nei nostri programmi. C’erano anche tanti ospiti d’onore, Vip, guest star, invitati soprattutto nella prima fase di questi programmi, poi in seguito abbiamo inserito anche qualche elemento di altri paesi, per esempio, visto il mio percorso di studi in Gran Bretagna abbiamo studiato il *Saturday Night Live*, creato da un albanese, James Belushi – quindi la creazione di questi programmi è stato un mix di idee – a questo punto, una volta raccolta un po’ di esperienza, abbiamo messo in atto la nostra creatività. Continua tutt’oggi, infatti siamo alla diciottesima edizione. Ovviamente cerchiamo di seguire sempre quello che succede nella versione italiana o le novità che introducono e prendere i valori più alti di qualità che essi trasmettono. Oggi *Zelig* non c’è più ma speriamo che riprenda presto. Abbiamo letto anche i libri scritti su *Zelig*, perché oltre che lavorare in tv i suoi attori pubblicavano libri e li abbiamo letti per apprendere di più sull’argomento, come Paolo Rossi, Bisio... raccontavano il modo in cui fu realizzato *Zelig*, la sua nascita. M’interessavano le storie raccontate in primis da questi attori per scoprire anche i minori dettagli che guardando in tv non era possibile cogliere. È stato uno studio molto approfondito, una sorta di sorveglianza continua perché anche il nostro ex proprietario ci consigliava sempre di cercare di arrivare al livello italiano e di starci. Questa è stata una sorta di scuola per tutti noi e là è sorta anche la nostra tradizione di “filoitaliani”.

**Avete parlato per le parti che riguardano la struttura narrativa... per quanto riguarda invece lo studio, gli elementi fissi? Avete avuto collaborazioni con tecnici italiani che venivano ad aiutarvi per allestire l’ambiente ideale?**



Sì, abbiamo avuto una sorta di referenza continua. La nostra ultima scenografia dello studio di *Portokalli* è stata presa da un modello italiano, non ricordo ora il nome della trasmissione, comunque ci siamo sempre ispirati a modelli italiani perché anche dal punto di vista della costruzione scenografica non abbiamo avuto una tradizione forte, siamo carenti. Non abbiamo avuto direttori di fotografia, specializzati su quel campo; quindi, ci siamo sempre basati sul modo in cui gli italiani realizzavano i loro studi o le scenografie. Cosa molto interessante, la percezione per le scenografie orizzontali – o al primo piano, come vengono chiamate diversamente – è caduta perché gli italiani utilizzavano sia due che tre livelli, per creare diversità; quindi, non esisteva più un solo piano per la scenografia ma anche di più, due o tre. Questo dà la possibilità alla trasmissione di essere più bella per fare coreografie spettacolari, ma anche per dare possibilità alla regia televisiva di produrre contenuti di maggiore qualità. Questi nuovi elementi ci permettevano di vedere meglio gli elementi fotografici e di illuminazione; la nostra esperienza era zero perché tutti questi canali privati non avevano esperienza pregressa; quindi, sono stati realizzati con lo staff uscito dall'università delle arti, o da persone andate via dalla tv pubblica albanese... quindi, ripeto, abbiamo imparato tutto dalla tv italiana.

**Oltre a quanto detto, oltre ai programmi che ha prodotto e condotto, basati su quelli italiani, ci sono altri format televisivi simili a quelli italiani presenti oggi nella tv albanese?**

Senza dubbio. Volevo aggiungere un altro elemento: il nostro direttore della fotografia è stato per lungo tempo un italiano, ora mi è venuto in mente, sempre nel varietà *Portokalli* – in Albania nella tv Klan è uno scenografo italiano che lavora da tanti anni – se non erro si chiama Castellani. Sì, ci sono tanti altri programmi ma per il momento non mi vengono in mente... per dire, il *Maurizio Costanzo Show* noi lo abbiamo riprodotto nel *Top Show* di Dudushi, *Fiks Fare* sulla logica di *Striscia*, *E djela shqiptare* di Tv Klan, *E Djell* di Top Channel che hanno preso a modello Raffaella Carrà, Pippo Baudo e Gerry Scotti, ma anche elementi di *Domenica In*.

**Questi format italiani cos'hanno portato al pubblico albanese dal punto di vista culturale?**

Sì, finora abbiamo sempre parlato degli aspetti positivi, ma ci sono anche programmi oggi nella tv italiana che trasmettono che hanno aspetti meno positivi in senso di cultura. C'è molta superficialità o modelli televisivi costruiti solo per attirare audience e i clic, quindi i canali albanesi, seguendo sempre quella strada del modello italiano, la loro evoluzione nei canali, di conseguenza anche nei nostri canali possiamo trovare programmi del genere, di bassa cultura, rispecchiati

nell'ambiente albanese. Penso che l'influenza dei social network abbia portato un grado di superficialità maggiore in questi programmi, visto che i contenuti vengono condivisi attraverso la rete; oggi troviamo pochi programmi che trattano davvero argomenti in profondità riuscendo a trovare soluzioni o a dare qualcosa di utile al pubblico... perché serve un grande impegno da parte dei giornalisti ma anche tante risorse. Quei programmi che trasmettano valori pedagogici o culturali per la società. Siccome oggi il mercato punta sull'economia, negli ultimi giorni per esempio abbiamo *product placement*, il quale sta distruggendo il contenuto dei programmi televisivi in Albania ma anche in Italia. Ci sono tantissime interruzioni pubblicitarie, in Italia se ricordo bene ai tempi di Berlusconi c'è stata una "battaglia" a riguardo, sul mettere un annuncio prima dell'interruzione pubblicitaria o meno. Purtroppo, in Albania questo dibattito non esiste, perché le regole sulla pubblicità all'interno di un programma non vengono rispettate e quindi talvolta all'interno di un programma troviamo molta pubblicità. Non esiste questo dibattito perché la politica ha molto potere sulle tv, sulla loro linea editoriale, gli imprenditori hanno bisogno della politica – quindi c'è un collegamento tra imprenditori e politica per portare avanti le loro aziende – quindi finché gli imprenditori sono legati alla politica, l'indipendenza della televisione sarà minacciata da questo legame. La messa in scena del *product placement* è un bisogno necessario dei canali televisivi per sopravvivere; quindi, i dirigenti fanno sempre pressioni sugli autori di questi programmi, nel senso che, anche nel caso non volessi fare un programma del genere, la scelta che ti viene data è "o chiudi o li fai così".

### **Questo vale anche per esperienza personale?**

Sì, senza dubbio, purtroppo. Noi siamo stati una trasmissione con tanti attori confermati e altri giovani; quindi, funzionava anche come una scuola per quei giovani che entravano nell'ambito televisivo. Ma non sempre il nostro humour ha avuto un grande successo, quindi, non sempre si è ottenuto il massimo dalle entrate pubblicitarie. I nostri contenuti poi venivano venduti anche sulla piattaforma DigitAlb o su YouTube ma una crisi continua ha fatto sì che i dirigenti del nostro canale ci chiedessero di essere sempre creativi, ma negli ultimi tempi ci chiedevano di fare pubblicità a noi direttamente e di fare i "marketer". Personalmente ho fatto tanto marketing per questo programma, obbligato dai dirigenti presso cui lavoravo; ho incontrato anche altri imprenditori per convincerli come i loro prodotti si potessero pubblicizzare all'interno di questo programma, per bilanciare un po' le perdite. Questo elemento riguarda l'entrata dei prodotti da pubblicizzare all'interno del programma. Lo stress quotidiano accumulato dal pubblico ha bisogno di risate la sera, quindi, con format di varietà le persone si rilassano, la sera o nel *weekend*. A partire da questa premessa, negli ultimi tempi sono

andati in onda programmi più leggeri che richiedono meno impegno, come *Përputhen* (*Uomini e Donne*), *Big Brother*, che non offrono contenuti importanti ma solo qualcosa a scopo di intrattenimento. Sono questi quindi i nuovi programmi che portano soldi alla televisione. Oggi il dibattito che si svolge è se i programmi di qualità sono la risposta migliore alla crisi o è arrivato il momento di scordarci di essi e trasmettere soltanto questi tipi di programmi senza qualità ma che aumentano il guadagno... quindi trasmettere solo programmi di basso livello. Un altro esempio di questa scelta, ad esempio, sono le telenovele turche, che non sono solo un fenomeno albanese ma anche in altri Paesi, come in Grecia e in Italia, o le telenovele brasiliane. Non richiedono un impegno per seguirle. In Italia abbiamo un rialzo negli ultimi anni delle telenovele o delle serie tv, per esempio sulla mafia o una certa resistenza contro la malavita. In Albania questa tradizione purtroppo non esiste; i tentativi dei diversi canali di riprodurre questi contenuti sono usciti con un costo altissimo, insostenibile, per questo noi siamo obbligati ad accettare telenovele brasiliane e turche. Con la trasmissione nei canali albanesi di queste ultime abbiamo scoperto un altro aspetto psicologico-emozionale simile al mondo orientale, soprattutto con la Turchia. Alcune sono girate veramente bene, quindi si è creata una affinità con il pubblico albanese, che quindi si è trovato bene. Perciò questo fenomeno nasce prima in Kosovo, in Macedonia e poi in Albania. Il loro costo è così basso che noi ci siamo trovati in difficoltà se paragonati a tutte le produzioni dei programmi che facciamo. Alcuni canali hanno scelto di abbracciare le telenovele turche, invece quelli con più qualità come Top Channel sono messi in difficoltà da queste telenovele trasmesse su Tv Klan. Quindi Top Channel cercava prodotti per fare audience per combattere quella delle telenovele turche, e la scelta è ricaduta su *Përputhen*. Quindi all'interno di Top Channel, in questo momento, tra i dirigenti, è nato un forte dibattito: perché dobbiamo creare prodotti di qualità – quando creiamo format come *Përputhen*, che ha battuto ogni record di clic e di audience – per guadagnarci di più? Non so quale strada questi sceglieranno per il futuro, ma stiamo attraversando delle condizioni veramente difficili; mi riferisco a me stesso o ad altri colleghi come me perché ci riteniamo professionisti del settore.

**Negli anni '90 e 2000 la tv albanese trasmetteva molti più contenuti italiani rispetto a oggi. Questo è dovuto alla crisi che hanno attraversato i canali italiani e il cinema?**

Senza dubbio, ottima osservazione. La tv italiana e il cinema oggi non hanno più quella brillantezza di una volta; c'è da dire che noi abbiamo imparato da loro e oggi riusciamo a produrre anche nostri prodotti originali, come ad esempio i programmi musicali *Këngë Moj*, però se vogliamo fare riferimento alla programmazione verticale o alla creazione del palinsesto, il nostro modello rimane sempre quello italiano. Top Channel, ad esempio, trasmette notiziari, *Fiks Fare* (*Striscia la*

notizia) e poi un *talk show* o un programma d'intrattenimento, quindi è uguale a quello italiano. O uno dei programmi mattutini che venivano trasmessi anni fa in Italia, cosa che oggi produciamo anche noi. Anche la trasmissione del meteo l'abbiamo presa dal modello italiano e i programmi di cucina. All'interno però dei programmi presi dall'Italia c'è da dire che non tutti sono originali italiani ma alcuni sono stati comprati da Endemol o da altre case produttrici, come ad esempio *Master Chef*, che sono prodotti costosi, di alta qualità, portando la tv albanese a fare un passo più in avanti in quanto costosi, ma anche molto seguiti. Ci sono stati anche diversi autori venuti a lavorare in Albania, due di questi a Top Channel... la figlia di uno dei dirigenti di Sanremo, di cui ora non ricordo il nome, Alessia... la quale ha creato e formattato il programma della domenica *E djell*. C'è stato un altro autore italiano che ha lavorato sempre nello stesso programma di Alessia, ma diverse volte, quando abbiamo comprato prodotti da Endemol, quelli che ci dovevano seguire su tutte le fasi e pratiche della realizzazione del programma, tanto per cambiare, erano italiani. Alessia ha fatto un altro programma, *Chi ha incastrato Peter Pan*, la sua versione originale è nata in Top Channel e poi Tv Klan l'ha comprata.

### **Come si differenziano TVSH, Klan e Top Channel l'uno dall'altro? In base alle tematiche e ai contenuti che trasmettono?**

Klan è stato sempre focalizzato sulle telenovelle, quindi va molto sulla cultura turca, e trasmetteva in passato più musica. Top Channel ha dato invece la priorità allo spettacolo, quindi era molto più forte questa direzione; inoltre vanta la tradizione di aver comprato il maggior numero di prodotti da Endemol, a paragone con gli altri canali. Quindi in definitiva c'è stata un'unificazione dello stile e della qualità più forte in Top Channel, nei programmi che trasmetteva, se paragonato agli altri canali. Ti può sembrare ridicolo, ma tante volte l'ex proprietario Artan mi scriveva a mezzanotte o all'una di notte dicendomi "guarda Canale 5", quindi trovavo che si trasmetteva qualcosa di maestoso, un programma molto bello, e lui mi chiedeva "Perché noi non abbiamo questa qualità di contenuto che hanno loro?" E io gli rispondevo: "Eh ma noi non abbiamo le loro telecamere di ultima generazione..." E lui: "Ma io lo voglio così". La pressione positiva che esercitava su di noi in termini di qualità era sempre altissima. La prima trasmissione di *Top Show* l'abbiamo girata tutta quanta in studio con diversi ospiti, ma alla fine la qualità non era quella che Artan si aspettava e non l'abbiamo mandata in onda, tanto lui era esigente e ossessionato sulla qualità. Noi, come i miei colleghi, aspettavamo che la maggior parte degli altri canali albanesi terminassero i loro programmi verso le 11-11:30 per poi focalizzarsi sui media italiani. Per dire, tra i miei preferiti rimangono sempre

Raffaella Carrà e Pippo Baudo, perché cercavo sempre di rubare dettagli nel loro modo di condurre questi programmi.

**Agon Channel. Cosa ha portato al pubblico albanese? Ha portato qualche novità? Cosa ne pensa? Vorrei una lettura generale di questo capitolo in base a quello che lei ne pensa.**

Agon Channel per primo ha tagliato il mercato degli stipendi, facendo offerte irresistibili alle figure migliori della tv albanese, lavorando sulla scelta delle figure migliori per avere una qualità maggiore all'interno dei suoi programmi. Nella sua televisione hanno lavorato alcune delle icone della tv albanese, non posso dire di essere un'icona ma mi hanno fatto un'offerta che non potevo rifiutare. Quello che questo canale ha portato è stato un vero mix tra professionisti d'alto livello che fanno televisione, italiani e albanesi; ha portato quindi in Albania tutte quelle figure che noi guardavamo tramite il piccolo schermo, utilizzando una strategia aggressiva per occupare il mercato albanese. Un elemento, diciamo, molto dominante e forte, che ho notato già dall'inizio, ha raggiunto un risultato in poco tempo molto preoccupante per il mercato televisivo, tutte le offerte fatte alle icone televisive hanno in poco tempo creato un deficit nel bilancio del canale. Dall'altra parte Klan e Top Channel avevano creato una sorta di egemonia sul pubblico, e questo ha comportato le sue conseguenze. Quindi Agon Channel ha rotto il mercato delle paghe, in definitiva. Era aggressivo come canale, aveva un'altissima qualità di produzione. Ha attirato l'attenzione di tutto il pubblico albanese ed è arrivato in un momento in cui si era creato una sorta di conformismo dei canali principali con il governo. In un contesto in cui gli interessi tra proprietari e politica sono sempre molto stretti, Agon Channel si è presentato come un elemento di ribellione, e ha trovato impreparati gli altri concorrenti. Perché gli interessi tra proprietari e politica sono sempre connessi tra di loro e Agon Channel si è presentato come una sorta di ribellione, quindi ha trovato impreparati gli altri concorrenti. Quindi mantenendo questa idea, perché un canale appena entra nel mercato albanese ti fa capire subito se è pro o contro il governo... in parole povere ti fa capire da che parte sta. Questo, essendo neutrale, includendo al suo interno in nomi più grandi delle tv italiana e albanese, accrescendo la qualità televisiva molto velocemente perché l'investimento effettuato era molto aggressivo, ha attirato l'attenzione di tutto il pubblico albanese. E questo è stato un fatto preoccupante per il mercato televisivo, per la concorrenza. Aveva solo uno svantaggio: non era molto seguito, non si poteva vedere su tutte le piattaforme come DigitAlb, ma dove si vedeva andava veramente forte.

**L'offerta televisiva di Agon Channel era basata su contenuti albanesi o al suo interno c'erano anche contenuti di cultura italiana?**

Dalle conversazioni che ho avuto con Becchetti, la sua ambizione era di creare un cabaret in Agon Channel, perché il suo scopo era entrare anche nel mercato italiano. Quindi è stato una sorta di ponte tra i prodotti televisivi da una parte e dall'altra. Lui voleva che un giorno attori albanesi e italiani partecipassero nello stesso varietà; era molto entusiasta, tra l'altro, dal fatto che io parlassi italiano, e quindi aveva grandi ambizioni. Creare quindi prima una versione per gli albanesi e poi un'altra anche per gli italiani. Guardando anche alle tematiche in comune tra le performance degli attori, voleva creare uno spettacolo sia con gli uni che con gli altri. Quindi nello stesso programma potevano trovarsi sia attori italiani e albanesi e lì si poteva doppiare in diretta per un pubblico o per l'altro. Purtroppo, è stato un progetto lasciato a metà, è durato poco... c'è stato dunque un intervento molto energico da parte del governo in quanto fu chiuso in poco tempo. L'offerta che aveva Top Channel è molto buona, però quella ricevuta da Agon Channel non è mai andata in porto per questo motivo. Quindi Becchetti aveva in mente la creazione di un canale basato su quattro pilastri: varietà, investigazione, informazione imparziale e spettacolo. Questa erano le basi per costruire tutto il palinsesto e per raggiungere un grande successo.

**Come vede le collaborazioni cinematografiche tra Italia e Albania? Cosa ne pensa? Quali elementi vede in comune?**

Ho lavorato per un breve periodo con Gianni Amelio e Teresa Ludovico, partecipato in Italia presso un festival chiamato *Stregatto*, festival dove veniva assegnato il premio Stregatto per giovani e adolescenti, di cui sono stato membro di giuria. L'istituto italiano della cultura ha fatto un lavoro straordinario per portare questi festival anche nel nostro paese, che doveva essere un processo molto naturale, viste le somiglianze che abbiamo, ma purtroppo dovuto allo stereotipo che hanno sugli albanesi, è stato un processo secondo me molto rallentato. Ma ora che lo stereotipo è diminuito, penso che ci siano grandi possibilità per realizzare questo progetto. Dall'altra parte ci sono tanti elementi in cui ci possiamo identificare tra di noi, nella collaborazione per la creazione di diversi contenuti; una di queste tematiche, i problemi legati alla malavita, immigrazione, i problemi di comunicazione tra due paesi – come Italia e Albania – si possono raccontare anche dei successi di immigrati albanesi giunti in Italia, che sono tanti. Sono tutti elementi che possono portare a diverse collaborazioni tra i due paesi nell'ambito cinematografico o altro. Un altro aspetto è quello sulla religione, quindi si può creare qualcosa, tipo un documentario o un film, con tema centrale la religione. Sono tutte possibilità queste che ho detto, aggiungo anche Madre Teresa, che possono essere tutte basi per idee che conducano alla realizzazione di contenuti cinematografici. Ci sono state collaborazioni ma non abbastanza, credo... è sempre un processo legato a un'impresa: se vende viene fatto, altrimenti no.

Quindi la scelta finale gira sempre purtroppo sulla base economica, e non sulla scelta di trasmettere contenuti potenzialmente interessanti. Come ho già detto, l'Italia era ed è un modello d'ispirazione e questo non dipende dai rapporti tra albanesi e italiani, che siano intensivi o meno, per me questo dei media è un rapporto inevitabile, anche nel senso culturale. Anche se negli ultimi anni ci sono tanti di ispirazione anglofona, ma l'amore per l'Italia è sempre presente con gli studenti. Tempo fa ci fu un progetto molto significativo, quando in Albania è arrivato Claudio Bagliani, autorità molto importante nel teatro italiano che collaborava con gli albanesi all'università delle arti... abbiamo avuto collaborazioni anche con alcuni registi emergenti italiani giovani, che portavano albanesi in Italia come attori nei loro film o produzioni. Quindi ci sono stati flussi, scambi continui reciproci, ma per la maggioranza italiani verso l'Albania. Oggi, dunque, ci sono molti più spazi per fare queste collaborazioni perché si viaggia più facilmente verso l'Italia, non avendo più bisogno del visto e le condizioni economiche in Albania sono migliori per viaggiare. Per esempio, con l'istituto italiano di cultura si fa un buon lavoro, perché adesso sto lavorando con il teatro nazionale albanese nel mettere in opera un dramma di Shakespeare, e il coreografo che collabora con me è italiano, uno specialista di duelli con le spade, il cui contatto me lo ha assicurato l'istituto italiano di cultura a Tirana. Nel caso in cui hai bisogno di una figura professionale specializzata puoi andare nell'Istituto Italiani di Cultura parlando del tuo progetto che vuoi sviluppare, e loro pensano a trovarti la persona giusta che fa al caso tuo. Adesso abbiamo un progetto in corso sempre con loro sulle produzioni delle maschere, vestiti, *make-up*, o su altri aspetti come illuminazione legati al mondo del teatro. Soffriamo un po' da questo punto di vista, tra altro la loro moda è al top al livello mondiale visto che si presenta come la patria del disegno. Sono la patria di Da Vinci, Dante... abbiamo solo da imparare da loro. Proprio questi giorni è stata fatta una lettura pubblica di Dante a Tirana, quindi, ci sono tanti altri eventi oltre la televisione dove si trasmette la cultura italiana. Ma penso che questi eventi possano essere strutturati ancora meglio, per conoscere meglio la loro cultura. Per la televisione, invece, è una cosa naturale tutta questa influenza, visto che non c'è una forte influenza greca né dalla parte Jugoslava, perché non hanno il livello della televisione italiana e neanche si possono paragonare... al massimo si possono paragonare con i nostri canali. Quindi in conclusione il modello italiano è quello a cui ispirarsi e da cui prendere spunto, e non penso che questo fenomeno abbia portato aspetti negativi. Questo ha permesso alla televisione albanese di offrire al proprio pubblico uno *standard* di contenuti televisivi abbastanza alto in termini di qualità, e credo che ciò abbia un valore molto grande per noi.

**Rimanendo su questo aspetto, la nostra televisione oggi è molto lontana da quella italiana?**

Penso di sì, la loro tradizione televisiva è molto più lunga dalla nostra. Loro hanno sulle spalle settanta anni di esperienza televisiva, noi abbiamo una tradizione di 25-30 anni, calcolo dalla nascita della pluralità mediatica. Questa differenza è significativa, ma il nostro desiderio e ambizioni sono grandi: in questi anni abbiamo fatti tanti passi in avanti. Sono molto fiero del fatto che gli albanesi hanno tanta voglia di fare e di apprendimento, nonostante a volte sono un po' caotici in quello che fanno... ma l'energia che ci mettono è veramente spaventosa.



## **KEL DEMI – intervista 1 giugno 2021**

### **Mi parli della sua formazione professionale.**

Ho terminato gli studi in pedagogia nella città di Scutari prima degli anni '90. Dal punto di vista professionale ho terminato gli studi per la radio all'università del Canton Ticino (Università della Svizzera Italiana). In un certo senso sono anche insegnante per quanto riguarda l'ambiente radiofonico, cosa che non ho mai messo in pratica, ma ho studiato anche per quello. Dal punto di vista pratico ho iniziato a esercitare giornalismo dal 1991, quindi 30 anni fa.

### **Com'è nata la passione di esercitare questo mestiere?**

È stato facile perché non volevo fare l'insegnante, questo è il primo motivo, per cui mi sono buttato sull'ambito della radio. In secondo luogo, quando all'epoca finivi gli studi decidevano dove piazzarti, quindi non eri tu a decidere dove lavorare; in quegli anni poi nasceva la democrazia in Albania; quindi, ho iniziato a scrivere per la stampa dell'opposizione, forte di una vocazione anticomunista. In parole povere quindi non volevo fare il professore, e siccome mi hanno impostato questo ruolo l'ho accettato pur di non insegnare. Dopo il periodo iniziale ho fatto il giornalista in stampa scritta, in radio e televisione.

### **Com'è cambiata la stampa scritta durante il periodo del pluralismo, se si ricorda? Quali sono stati gli eventi più significativi?**

Il cambiamento fondamentale è stato la linea editoriale delle notizie. Un giornale non apparteneva più all'unico partito politico, non era più propagandistico al regime comunista. Nella prima fase si è tentato di riportare alcune novità, come l'analisi – parlo sempre della stampa dell'opposizione – e riportando polemiche sul potere politico che fino a quel momento non si potevano scrivere. In seguito, la stampa scritta ha iniziato a divulgare temi che in precedenza non c'erano, come la cronaca nera, e nell'arco di 3-4 anni è diventata la classica stampa come negli altri paesi, al puro scopo informativo, dove ogni giornale aveva la sua linea editoriale.

### **In quale giornale avete lavorato?**

Ho lavorato presso tantissimi giornali, ma i più importanti sono *Republika Albania*, *Koha jone*, ma anche qualche rivista settimanale dell'epoca.

**Mi parli gentilmente dei programmi più importanti – per il loro impatto sul pubblico – che ha diretto nella sua esperienza come giornalista.**

Noi siamo un piccolo mercato ed io all'interno di questo ho svolto varie mansioni. Ho lavorato nei notiziari come direttore, in diversi spettacoli e programmi di intrattenimento; ho diretto alcuni programmi che sono rimasti nella memoria collettiva, uno di questi è *83 Dite (83 Giorni)* durante la guerra del Kosovo. Questo programma l'ho diretto con una mia collega ed era uno dei più seguiti sia in Albania che in Kosovo, trasmesso su TV Arbëria. In seguito, mi sono occupato di diverse maratone televisive riguardanti le elezioni, e diversi programmi che trattavano principalmente la politica. Dopo queste esperienze ho deciso di cambiare campo, quindi ho deciso di condurre festival e diversi programmi di intrattenimento. Uno di quelli con più successo è stato *Kutia Fundit*, simile all'italiano *Affari Tuoi*; stiamo lavorando a una sua rimessa in onda quest'anno.

**Sempre su TV Klan dove andava in onda prima?**

No, su ABC TV, però con lo stesso collega di allora. Al momento però stiamo lavorando con Endemol per l'acquisto della licenza. Una volta raggiunto l'accordo vedremo di riproporlo come la versione originale.

**Com'è nata l'idea di riproporre questo programma? Dalle condizioni della scelta di portare un programma nuovo? O è legato a qualche altro fattore?**

A dire la verità è stata una novità anche per me, perché vedevo sempre le puntate trasmesse in RAI, ma non avrei mai pensato che un giorno lo avrei condotto io. All'epoca su TV Klan facevo un talk show ogni venerdì, e uno dei registi della prima edizione di *Kutia Fundit* mi ha contattato per dirigere questo nuovo programma. Ovviamente ho accettato subito perché era uno dei miei programmi italiani più seguiti. Altro motivo, visto il suo successo alla RAI ho pensato di poter fare lo stesso in Albania. Abbiamo iniziato ad avviare il programma presso uno studio molto piccolo, modesto, poi ne abbiamo realizzato uno molto più grande.

**Quando avete preso questo format, da dove provenivano i produttori di Endemol? C'era personale italiano al suo interno?**

Quando abbiamo comprato la patente, è venuto da me l'ideatore di questo gioco, un olandese, uno che di professione si occupava di statistica, che ti spiegava il gioco. Per quanto riguarda l'adattamento del format è stato eseguito secondo il modello italiano, e noi abbiamo scelto di farlo simile alle versioni spagnola, italiana, greca e francese, che andava in onda perciò tutti i giorni. Non

abbiamo scelto un modello degli Stati Uniti, che va in onda invece una volta a settimana. Questo per un motivo, perché chi studia televisione studia anche le differenze tra popoli diversi; attraverso diversi studi e report emerge che la tv inglese non ha molto successo con i suoi format e programmi nella zona del Mediterraneo, è seguita molto poco, anche per il modo in cui sono costruiti gli spettacoli. Ci sono tanti colori e altri elementi, ma non hanno *talk show* tipo Letterman o di questa natura. Se guardassimo la tv dal centro e dal nord Europa sarebbe un po' diversa, soprattutto nel mondo anglosassone: la televisione si costruisce più sul parlato e con una battuta diversa da quelle a cui siamo abituati nel Mediterraneo. I tedeschi, gli inglesi e gli americani hanno un altro concetto di fare televisione: parlo dei ritmi, noi abbiamo altri ritmi e quindi è diverso. Noi viviamo di fronte all'Italia ma abbiamo intorno anche altri paesi dei Balcani e non riusciamo a cogliere tanta differenza; invece, chi ha cercato di imitare i programmi statunitensi sia in Italia che in Albania ha fallito miseramente. Uno di questi fallimenti clamorosi in Italia è il programma di Fabio Volo, il suo *Late Night show*, che non ha avuto proprio successo poiché le persone sono state abituate con un altro tipo di televisione.

### **Qual era il target del suo programma?**

Era diretto a tutte le età, come succede ad ogni programma il nostro obiettivo principale era di raggiungere un target di età dai 35 ai 55 anni, ma la nostra trasmissione era seguita anche da altre fasce. Preferivamo questa fascia poiché è quella che ci fa raggiungere più guadagni, grazie anche alla pubblicità trasmessa tra i programmi. Gli spettacoli televisivi e i giochi sono quelli che generano più marketing intorno a loro nella tv albanese.

### **Troviamo altri format presi da Endemol o dalla tv italiana per il pubblico albanese?**

In questo momento non si possono "piratare" più, ci sono casi dove vengono presi alcuni programmi poi riadattati per il pubblico albanese come *Stop* o *Fiks Fare*, simili a *Striscia la notizia*; anzi, se non ricordo male durante la mia permanenza lavorativa a Top Channel, *Fiks Fare* ha ricevuto una denuncia da parte di *Striscia* ma non so come sia andata a finire questa storia. Però ci sono altri format di Endemol: *Deal or not Deal* (un altro *Affari Tuoi*) trasmesso anche su Top Channel ma senza riscontrare un grande successo perché forse il pubblico albanese si era abituato con me e il mio collega sulla prima versione. Un altro format, *Big Brother*, che se non sbaglio è sempre di Endemol, poi ci sono altri adattamenti di *C'è Posta per te*, *Dua të të bëjë të lumtur*; adesso il conduttore Ardit Gjebrea fa un altro quiz all'interno del suo programma domenicale *Të pa dukshmit*, uguale a *I soliti ignoti* che fa la Rai. Viene trasmesso tutte le sere sulla Rai, mentre la versione albanese solo una volta a settimana. So che ha comprato la licenza e non è stato plagiato o rubato, penso che anche questo

programma ma non ne sono sicuro. C'è un altro programma ma non so se hanno la licenza o meno: *Shifemi në gjyq*, simile a *Forum* ma la pirateria più grande è stata fatta su *Përputhen* (*Uomini e Donne* di Maria de Filippi), ci sono anche questi casi di pirateria ma in generale la licenza viene comprata.

**Perché viene fatta questa scelta di format italiani? È dovuta alla grande influenza politica economica esercitata dall'Italia nei nostri confronti? O perché il pubblico guarda questi format della televisione italiana?**

Primo, quando prendi un format italiano hai un pubblico già pronto perché una buona parte del pubblico già segue questi programmi nella versione italiana, quindi automaticamente cogli quel pubblico nel tuo programma come prima causa. Secondo, quando un programma ha colto un certo successo in Italia coglie lo stesso successo in Albania. Terzo, lo stesso pubblico ha gli stessi gusti, le stesse preferenze, gli stessi modi di seguire televisione, i programmi di intrattenimento... perché il pubblico, diciamo, fa parte di un unico gruppo mediterraneo. Tra l'altro abbiamo sempre subito una forte influenza della tv italiana durante la nostra storia televisiva. Non siamo mai stati indipendenti dall'Italia dal punto di vista televisivo; anche quando realizziamo programmi di varietà o umoristici utilizziamo battute molto simili a quelle italiane.

**Per quanto riguarda i programmi principali albanesi, come si differenzia l'offerta televisiva al loro interno? Come si differenziano per macrotemi?**

Il canale nazionale e la sua linea editoriale standard con i primi due canali privati, mettendo insieme anche qualche canale privato importante, hanno una linea editoriale "pro-governo"; in generale le loro trasmissioni sono basate su programmi in studio, questo è fatto soprattutto per una questione di costo di produzione. Un programma realizzato in studio o un *talk show* che parla di politica sono molto meno costosi se paragonati alla produzione di uno spettacolo o di altre produzioni televisive come film o *telenovelas*. Quindi questo, diciamo, è il macrotema più diffuso. In secondo luogo, abbiamo le telenovele.

**Dal punto di vista culturale, cosa dà la televisione albanese al pubblico?**

Riguardo la cultura, la televisione non dà niente al pubblico. I programmi che devono propagare conoscenza o cultura riguardano ovviamente la televisione pubblica, non parlo di documentari o diversi programmi storici, in generale i *talk show* quotidiani si occupano dell'attualità del giorno, o anche di molto *gossip*. Quindi c'è una tendenza di andare verso la commercializzazione. Dal punto di vista culturale non vedo programmi del genere.

**Avete avuto qualche collaborazione con giornalisti o canali italiani durante la sua lunga carriera?**

Ho avuto qualche collaborazione saltuaria, non permanente, ma per il momento, siccome sono passati tanti anni, non mi ricordo più il nome di queste persone. Ci sono stati casi quando sono venuti loro in Albania, ma quando sono stato anch'io in Italia a titolo informativo ci sono state collaborazioni brevi, o qualche scambio di informazioni.

**Questi giornalisti hanno dato, in termini di esperienza, qualcosa di nuovo al giornalismo albanese?**

Nella mia esperienza universitaria nel Canton Ticino, quando alcuni professori erano italiani, si sono formati tanti professionisti della tv albanese che oggi troviamo nella radio e nella televisione, al tempo stesso questi italiani erano giornalisti o figure molto nominate nella tv italiana. Hanno dato un grande contributo al giornalismo albanese ma non sono consapevoli di quello che è successo dopo questo periodo, perché neanche io ho seguito alcun tipo di formazione professionale successivamente.

**Per quanto riguarda Agon Channel, cosa ha portato questo canale alla tv albanese?**

Secondo me non ha portato tante novità. È successa una cosa strana, la chiusura immotivata di questo canale, e questa ingiustizia va a spese dei contribuenti, e sono 120 milioni di euro. Ma la costruzione di questo canale aveva un concetto rivoluzionario per l'Italia, non per l'Albania: c'è un imprenditore come Becchetti che ha cercato di costruire un'isola televisiva in Albania, in modo da produrre programmi con un basso costo per poi trasmetterli in Italia. Durante quel periodo il suo canale si trovava al 33 del digitale terrestre, si chiamava anch'esso Agon Channel. Ha portato in Albania diverse figure dello spettacolo italiano, con diversi quiz e programmi che produceva Tirana per poi proporli al pubblico italiano. Da questo punto di vista lo schema da lui utilizzato è stato molto intelligente. Non ha avuto modo di elaborare o sviluppare bene questo progetto perché è andato in conflitto con il governo albanese. Per quanto riguarda la versione albanese di Agon Channel, non era uno dei canali più seguiti, quando si misurava l'audience con i nostri mezzi a disposizione aveva solo il 2-3% dello share generale. Non ha lasciato tracce con il tipo di giornalismo che ha proposto e fatto. All'interno c'era un mix di giornalisti italiani e albanesi, con una voglia molto grande di fare il botto con il pubblico albanese, ma in realtà secondo il mio concetto questo risultato non è stato raggiunto, a causa anche della durata molto breve di questo canale. Non siamo riusciti a vedere uno sviluppo completo del concetto di fare televisione che loro avevano in mente, non è riuscito a entrare

prepotentemente nel mercato, perché il nostro pubblico ha delle abitudini difficili da cambiare. Una persona abituata a vedere un notiziario su Rai 1 alle otto è difficile che poi passi a vederle su Canale 5. Da questo punto di vista non sono riusciti a portare sviluppi significativi per vedere un cambiamento generale, ma hanno avuto al loro interno personaggi molto importanti sia della tv italiana che albanese.

**Avete qualcosa da aggiungere non soltanto sull'influenza che passa attraverso la tv italiana ma anche in generale da altri canali?**

Questo secondo me ha a che fare con la vicinanza geografica tra i paesi. Nella parte ovest dell'Albania l'influenza italiana è molto chiara, è visibile, ma se andiamo verso il sud-est o al confine con la Grecia, l'influenza è minore, meno significativa, per quanto riguarda la televisione. Questo concetto non è solo con la tv ma anche ha a che fare in generale con altri aspetti, in quanto sono presenti imprenditori italiani sempre in queste zone con le loro aziende, poiché a sud sono presenti le loro aziende. Negli ultimi anni abbiamo una presenza molto elevata degli studenti italiani de "La Cattolica" a Tirana, la loro presenza ha cambiato la vita nella città.

**Cosa ha portato?**

Ha portato vitalità, la nascita di diverse aziende italiane che si basano sui servizi, perché la richiesta del mercato è aumentata, e questo ha fatto sì che all'interno gli operai albanesi prendessero quelli che parlavano un italiano molto buono. Dobbiamo calcolare che il numero degli studenti italiano è molto alto, all'incirca cinquemila, e parlo di anni recenti, perché inizialmente il numero era basso ma col tempo sono aumentati sempre di più a Tirana, soprattutto nel campo della medicina. Se prima una volta vinto il concorso si trasferivano in Italia alla "Cattolica", ora non fanno più questa scelta e restano a Tirana, perché si trovano bene, si vive bene, non si sentono più stranieri in quanto pieno di italiani, e questo negli anni ha comportato un aumento sempre maggiore del loro numero. Un'altra categoria molto presente è quella dei pensionati che non riescono a vivere in Italia con una pensione bassa, e sono venuti a vivere in Albania per un costo della vita assai minore. Per quanto mi riguarda non riesco a immaginare la presenza di località albanesi prive di italiani, e questa scelta si fa ognuno per i propri motivi. La loro presenza è molto alta.

**Ha qualcos'altro da aggiungere?**

No.

**Come si presenta oggi giorno la situazione dei canali televisivi in Albania?**

Oggi il numero di canali è cresciuto moltissimo, quindi c'è anche un grande movimento di personale che passa da un canale all'altro. Di conseguenza è diventato un po' caotico. Per esempio, a Top Channel, dove io ho lavorato, si cercava sempre di mantenere quelle figure, professionisti del settore, all'interno dell'emittente, ma negli ultimi anni, con il cambiamento della dirigenza, ci sono stati cambiamenti a livello di personale, perché ogni nuova dirigenza porta con sé quelle figure professionali di fiducia, con cui hanno collaborato in emittenti precedenti, ma portano cambiamenti anche in studio. Nuovi progetti, uno che magari lavora da tanto tempo in questo canale va via... quindi c'è un movimento di risorse umane. Per esempio, guardando quei canali italiani – io ne ricordo sei dei principali: i tre canali Rai e i tre Mediaset – tu sapevi la linea editoriale di uno di questi canali; Rai 1 era quello più importante, Rai 2 si focalizzava su serie tv o film, Rai 3 invece su documentari o programmi culturali. Italia 1 è focalizzato sui film, Canale 5 sull'informazione... più o meno sapevi cosa aspettarti da ogni canale quando li guardavi. Nel mercato odierno albanese non si capisce niente tra questi canali, c'è un caos totale. Però in Albania c'è una cosa importante: i due canali importanti sono sempre Klan e Top Channel e si alternano per quanto riguarda lo share e l'audience... chi sta prima o dopo, dipende. Tra loro due e gli altri canali c'è un po' di distanza. Questi due in tutti questi anni non hanno mai perso la loro leadership per i primi posti, la condividono tra di loro in base ai giorni, perché in alcuni giorni, in base ai contenuti trasmessi, ogni canale ha i suoi programmi di punta. Secondo me Tv Klan è superiore durante i giorni feriali, in termini di share, perché al suo interno troviamo una trasmissione, *Opinion*, molto seguita, anche se fino a un certo punto Top Channel gli fa concorrenza con *Open*. Nel *weekend* invece Top Channel ottiene il primato, trasmette varietà e spettacoli migliori di Klan.

**Quali sono i programmi di punta dell'uno e dell'altro canale?**

Penso che al primo posto troviamo programmi di politici, come *Opinion*, superiore in qualità se paragonato a *Open*, poiché esiste da tantissimi anni nel mercato televisivo, e negli anni Top Channel non ha trovato stabilità riguardo l'immagine del conduttore di questi programmi. Quando Sokol Balla è andato via da *Top Story*, l'immagine del programma durante la serata non era più la stessa; ci sono state rotazioni di vari conduttori, e quando fai tante rotazioni in un breve periodo poi gli spettatori non riescono a restare fedeli a quel programma, o a instaurare fedeltà. Nell'ultimo anno si è creata una stabilità con *Open*, la conduttrice è sempre la stessa, è diventato più aggressivo e fa

concorrenza al programma di Klan. Un altro elemento importante è il gioco che si fa con l'ora di inizio trasmissione: *Open* inizia alle 21, *Opinion* alle 22, e se trattano gli stessi temi il gioco per catturare il pubblico si fa sull'orario d'inizio. Quando tu inizi prima dell'altro programma, gli ospiti sono più aggressivi nel dibattito in studio, litigano, si offendono... in questo modo tu hai uno strumento per catturare l'attenzione del pubblico. Quindi se l'altro trasmette gli stessi temi, perché cambiare canale? Si fa quindi spesso leva sul linguaggio utilizzato in studio per catturare maggior pubblico possibile; perciò, (secondo me) il sabato e la domenica Top Channel ha uno share più elevato rispetto a Tv Klan, perché offre *Portokalli*, un varietà che è sempre standard e uno dei più seguiti perché si sa che ogni domenica sera ha il primato in assoluto, tutti lo guardano perché è fisso ogni domenica da anni. Invece riguardo al sabato, in Top Channel ci sono stati diversi cambiamenti perché ogni quattro mesi diverse conduttrici si scambiavano i programmi. Prima per quattro mesi c'era Luana... non ricordo il nome del suo programma... e poi quando è finito il suo ciclo entrava Arbana Osmani, con il programma *Dua të të bëjë të Lumtur (C'è posta per te)* e dopo ancora un altro programma. Quindi ogni quattro mesi una trasmissione lasciava lo spazio all'altra. Quindi secondo me da questa deduzione penso che ogni *weekend* le serate erano di Top Channel a livello di share.

**Visto che mi sta parlando dei programmi più seguiti, com'è nata l'idea di queste trasmissioni? Sono autoctone o l'idea è stata presa da qualche emittente italiana?**

Non credo, la tv italiana ci ha sempre influenzati, abbiamo sempre preso spunto da loro per riprodurre programmi all'interno dei nostri canali. Guardando la maggior parte dei programmi tv di Top Channel sono costruiti sulla stessa filosofia di programmi italiani. Per dire, l'idea di *Portokalli* viene dal famosissimo varietà italiano *Zelig*. Arbana Osmani conduce la trasmissione di Maria de Filippi *C'è posta per te*; Luana invece nei suoi programmi si basa invece su quelli statunitensi, con i diversi giochi che svolge in studio, ma in generale sono i programmi italiani che attirano il pubblico albanese.

**Quindi la scelta di questi programmi è dovuta al fatto che il pubblico albanese li guardava sui canali italiani o è dovuta a qualche altro fenomeno?**

Secondo me il pubblico albanese per tanto tempo seguiva i programmi nella versione originale; quindi, adesso questi canali hanno deciso di riprodurli nella versione albanese, molto simili a quelli italiani... ma ora il pubblico albanese ce li ha a disposizione nella loro lingua. Tutti noi siamo cresciuti con i canali italiani, tra i più seguiti in tutti questi anni, soprattutto a partire dalla fine degli anni '80 e per tutti gli anni '90, anche se in Albania si potevano vedere canali jugoslavi, ma gli



albanesi hanno preferito per tutta la vita quelli italiani. Poi devo ricordare che con l'arrivo di Berlusconi nella tv italiana c'è stato un salto enorme di qualità nell'intrattenimento, con le belle pubblicità che si trasmettevano, per noi questa realtà era così diversa visto che non potevamo vedere tutti questi contenuti, così ci siamo innamorati subito della tv italiana. Quindi il proprietario di Top Channel, per mantenere questa tradizione e per non perdere l'amore che il pubblico albanese nutriva verso i canali italiani – non è che ha fatto qualche invenzione, perché la nostra cultura televisiva era molto bassa – ha preso programmi italiani e riadattati per il pubblico albanese. Fino a un certo punto questa cosa ha funzionato abbastanza bene. Oltre a questi due programmi che ho nominato c'è anche *Fiks Fare*, molto simile a *Striscia la notizia*, che si trasmetteva alle 8:30 su Canale 5, quindi questo programma è stato una riproduzione del format italiano e prosegue tutt'ora.

**Ho sentito da diverse persone che c'è stata una sorta di denuncia da *Striscia* riguardo al format che avrebbero “rubato” ... ma mi hanno confermato che Ezio Greggio ed Enzo Iacchetti sono stati ospiti proprio nello studio di *Fiks Fare*, quindi, mi è stato detto che tutto si è risolto in modo pacifico ed è stato trovato un accordo... ma non ho altre informazioni in merito. Quindi non c'è stata nessuna denuncia per plagio.**

La stessa cosa è successa da parte di Maria De Filippi con il programma di Arbana Osmani. C'è stata una sorta di denuncia riguardo allo stile e lo studio, che è lo stesso della versione italiana. Parlando delle somiglianze, al centro dello studio troviamo la grande busta, la stessa presente nella versione italiana, e tanti altri elementi in comune, come le persone poste una di fronte all'altra divise dalla busta, ma riguarda anche la narrazione del programma, il modo com'è costruito. Quindi hanno tantissimi elementi in comune. Penso ci sia stata una denuncia perché ci sono quelle compagnie che monitorano i programmi tv per vedere se i diritti d'autore sono rispettati o meno... ma non so come sia stata risolta la questione tra le parti. Se c'è stato un accordo non ne so niente, ma il programma va ancora avanti senza problemi. Questo è un programma costruito secondo un ciclo, dura quattro mesi l'anno. A maggio, appena passato, si sono conclusi tutti i cicli della stagione invernale televisiva. C'è una cosa che volevo dire a proposito di quello che sta succedendo oggi: fino al 2005 si guardavano solo contenuti italiani e prendevamo ogni cosa da loro; adesso si è allargata la gamma di scelta, siamo molto più “assetati” anche di altri tipi di televisione da seguire... non guardiamo più solo all'Italia ma anche verso altri paesi. Vogliamo ad esempio programmi più moderni che trattano l'informazione, per esempio il modello delle interviste “uno di fronte all'altro” sono prese dall'America, tipo da Larry King, quindi, ci sono diversi programmi albanesi il cui stile è ispirato al suo. Gli albanesi oggi vogliono oltrepassare i programmi italiani, prendere spunto da altri paesi, crescere ulteriormente il

loro livello per adottare nuovi modelli di programmi televisivi, anche dalla Spagna, dall'Inghilterra, gli USA, che sono veramente tanti. I programmi mattutini sono tutti presi dagli Stati Uniti, vogliono allargare la loro capacità di fare e trattare l'informazione, non ci basta solo l'Italia oggi... e vale per tutti i programmi tv. Anche nello sport noi vediamo come l'Italia sta al primo posto, a un livello altissimo di trasmissione di programmi sportivi. Noi vogliamo qualcosa in più, guardare cosa c'è oltre, oltre il modello italiano: quello che succede in USA e in Spagna, come loro concepiscono il calcio, come costruiscono le diverse trasmissioni sportive. Per farti un esempio, oggi le trasmissioni sportive in Italia si sono allontanate un po' dallo spettacolo, sono diventate un po' più tecniche, per esempio quelli di Sky, Mediaset Premium... al loro interno trattano argomenti più tecnici, basati su un'analisi tecnica delle partite anziché sull'intrattenimento e lo spettacolo. Quindi questi programmi non sono più basati sulla varietà o sul comico, ma molto sulla parte tecnica. Sono diversi da quelli spagnoli dove all'interno dello studio ci sono anche tifosi, per creare un dibattito più forte e di conseguenza anche discussione maggiore tra gli ospiti, quindi, in Albania troviamo anche questa nuova forma di fare programmi sportivi. Negli ultimi tempi in tv è nato questo discorso: perché devono parlare solo gli esperti di quello sport e non possono parlare anche i tifosi visto che ne capiscono molto bene di calcio? Anche un ingegnere può parlare molto bene di calcio perché è molto appassionato, o anche un tifoso qualsiasi che segue ogni partita... quindi attraverso questi programmi tu porti lo sport tra le persone semplici, dove il pubblico si riconosce meglio. Non dai voce solo agli allenatori, agli specialisti o ai calciatori: con questa nuova formula si è allargata la partecipazione nei programmi tv anche delle persone semplici, del pubblico. Questo fenomeno è legato molto anche al livello del calcio italiano: l'Italia non ha più lo stesso livello degli anni 90, che era al primo posto, mettendo una distanza enorme con gli altri paesi. Oggi le differenze e i rapporti con gli altri paesi sono cambiati, il calcio inglese e spagnolo sono cresciuti tantissimo. Questo comporta anche la crescita dei loro format all'interno della tv albanese e dei programmi che loro fanno. Comporta il fatto che tu non guardi più solo il modello italiano ma anche quelli degli altri paesi. Penso che oggi nel ranking dei campionati più seguiti in Europa, l'Italia è al quinto posto, ma non ne sono sicuro... anzi sarà al quarto. Al primo posto sta l'Inghilterra, poi la Spagna, poi forse al terzo posto la Germania e poi l'Italia, ma queste due si contendono il posto... e infine la Francia.

### **Quali sono secondo lei i campionati più seguiti dal pubblico albanese?**

Per tredici anni mi sono occupato del *Processo Sportivo*, la prima trasmissione sportiva in termini d'importanza a Top Channel, per i primi dieci anni se non erro... togliendo questi ultimi anni perché non viene più ritrasmesso. Dai diversi istituti che misurano, dai sondaggi che sono stati

eseguiti è stato uno dei programmi più seguiti: da tutte queste informazioni si deduce che questo è stato il programma più seguito in Albania. In Albania continua a persistere fortemente la cultura italiana – il campionato italiano è assolutamente il più seguito – dopo viene quello inglese, perché ci sono alcuni fanatici del Liverpool, del Manchester... ma le nuove generazioni, soprattutto dopo il 2010, hanno iniziato a seguire tanto anche quello spagnolo. Con il Barcellona e il Real Madrid ha portato il calcio spagnolo nell'élite del calcio europeo. Ciò è legato anche al fatto che in queste due squadre hanno giocato due "extraterrestri" come Messi e Cristiano Ronaldo. In Albania funziona che chi tifava ad esempio per il Brasile, quando giocava Ronaldo, di conseguenza tifava anche per l'Inter. Per dire, chi tifava per l'Olanda negli anni 90 poi in Italia tifava per il Milan perché lì giocavano i suoi migliori giocatori. Quindi la cultura calcistica italiana è molto più forte se paragonata con gli altri paesi: ci sono squadre come Juventus, Milan e Inter che vengono seguite moltissimo dai tifosi albanesi; al quarto posto troviamo poi il Bayern Monaco, squadra tedesca, al nord nella città di Scutari ci sono suoi moltissimi tifosi. Quindi il calcio italiano è stato il più seguito e continua ad esserlo in assoluto dal pubblico albanese. Facendo un giro nel *weekend* in tutti i locali dove vengono trasmesse le partite è pieno di tifosi che le seguono da lì, oltre che a casa. Adesso tra pochi giorni che inizia l'Europeo, saranno allestiti diversi maxischermi nelle piazze dove la gente seguirà la nazionale del cuore, e siccome l'Albania non partecipa saranno in maggioranza a tifare per l'Italia. Voglio aggiungere una cosa importante: noi non abbiamo lo standard tecnico dei programmi tv italiani, che è molto alto: fanno investimenti pazzeschi sulla tecnologia, cosa che noi non abbiamo la possibilità di fare; l'Albania, essendo un paese piccolo, non ci sono grandi risorse per fare questi investimenti, quindi, non ce ne sono tanti sulla tecnologia televisiva. Questa cosa si nota nelle analisi del dopopartita: in Italia un esperto fa un'analisi dettagliata mostrando il movimento dei calciatori, un'azione precisa, ma serve un software particolare che segni la posizione di ogni giocatore per far capire al pubblico tutti i movimenti di quel particolare avvenimento. In Albania questa possibilità purtroppo non l'abbiamo. Questo modo di fare un'analisi specifica spiega al pubblico qualcosa che non puoi sentire da un amico o un collega, perché è una cosa specifica che puoi sentire solo da uno specialista, quindi, non è una cosa che puoi imparare per strada, ma solo seguendo questi programmi costruiti appositamente secondo un aspetto tecnico. Tanti anni fa avevo un abbonamento a Sky, ma non lo usavo per guardare partite, quanto per osservare il modo in cui i giornalisti portavano la partita da te: il modo di costruire i programmi, la struttura narrativa e così via. Analizzavo la costruzione sia del prepartita che del dopopartita, con particolare attenzione alla scaletta degli argomenti. Non volevo vedere la partita in lingua italiana, ma solo come fossero realizzati il prima e il dopo. Tante volte magari durante una partita trasmessa non mi piaceva neppure quello che guardavo, m'interessava solo

come fossero costruiti il prepartita e il dopopartita – come fosse realizzato tutto questo per attirare l'interesse dei telespettatori per poi guardar la partita.

### **Quindi questi programmi sono serviti a una sorta di “corso di apprendimento”.**

Assolutamente sì, lo scopo era proprio questo, tenevo Sky solo per questo. Tanti anni fa si poteva vedere con un *software* tribox, quindi, non so se fosse legale o meno, potevamo vedere tutti i contenuti di Sky; dei contenuti non ci interessava, ma solo il come era costruita la scaletta e cosa dicevano durante questi programmi. Abbiamo imparato come si concepiva e si costruiva un programma tv sportivo, di come loro pensavano il calcio prima e dopo la partita: è questa la vera scuola che troviamo in Albania oggi, perché non se ne trovano che insegnano tutto questo nell'ambito sportivo. Per diventare giornalista sportivo non hai modo d'imparare nei corsi universitari, ma se sei appassionato di sport l'unico modo per imparare è guardare questi programmi italiani. Se non ti piace lo sport scegli un altro campo. Quindi da noi l'unica scuola per diventare bravo è vedere unicamente quello che fanno gli altri... però trasmettere al pubblico anche qualcosa che tu hai dentro: emozioni, non copiare al 100% quello che mandano altri conduttori... se li copi sempre non sei più te stesso. Devi prendere da loro ma aggiungere qualcosa di tuo, allo scopo di mettere qualcosa di migliore, per adattarlo alla realtà albanese e capire i bisogni del suo pubblico. La bravura di un giornalista è anche questo: capire le esigenze del pubblico albanese. Per noi giornalisti sportivi i canali Sky, insieme a tutta la tv sportiva italiana, sono stati una vera e propria scuola. Ancora oggi le piattaforme sportive come DigitAlb e Tring presenti nel nostro Paese sono molto simili a quelle della tv italiana, dal punto di vista tecnico, per l'immagine costruita in studio, ma anche per il loro contenuto interno e la loro organizzazione.

### **Gli studi di questi programmi sono allestiti da tecnici albanesi o italiani?**

Albanesi, perché guardando tanta televisione è facile riprodurre i loro studi o modelli. Quindi avendo più finanziamenti a disposizione si può giocare sulla realizzazione di studi diversi, per fare diversi esperimenti.

### **Avete mai avuto ospiti italiani in studio o collegamenti con l'Italia durante il suo programma?**

Sì, alcuni italiani. In generale sono stati gli allenatori della nostra nazionale di calcio, come De Biasi, ma tante volte, perché ha vissuto per quattro anni in Albania; anche Panucci, ma anche direi

l'ultimo CT albanese. Durante la pandemia, quando non si poteva viaggiare, abbiamo avuto diversi collegamenti con lui via *Skype* non potendo lui muoversi.

### **Con De Biasi si parlava in italiano o in albanese?**

No, con tutti gli allenatori si parlava in italiano anche se ogni tanto cercavano di utilizzare qualche parola o termine albanese. De Biasi era molto diverso dagli altri due perché era una persona estremamente curiosa: faceva domande allo scopo di conoscere o integrarsi sempre di più nella società albanese. Durante la seconda conferenza stampa che ha fatto ricordava i nomi di tutti i giornalisti sportivi albanesi presenti alla prima. Non era un tipo freddo, aveva tanta voglia di calarsi e integrarsi nella realtà albanese. Anche quando finiva le conferenze non faceva come gli altri allenatori che andavano via, era curioso, faceva domande a noi giornalisti allo scopo di conoscere le nostre storie. Tutti gli articoli sportivi scritti su di lui o sulla nazionale li voleva tradotti in italiano per vedere quello che noi scrivevamo su di lui o sulla nazionale. Quindi quando lui ti chiamava per nome già dalla seconda volta creava una forma di contatto diretto tra lui e noi, e quindi anche noi ci sentivamo più importanti per questo; aveva questa grande qualità che purtroppo gli altri due non hanno. Con Panucci, per esempio, il rapporto non era buono perché lui era sempre molto aggressivo con i giornalisti, aveva una personalità basata sul conflitto anziché sul consenso; in Italia si presenta molto tranquillo, ma qui si è presentato molto diversamente, facendo sempre polemiche e litigi con noi, dovuto anche al fatto che questo comportava una critica maggiore dai nostri media nei suoi confronti. Purtroppo, oggi la maggior parte dei giornalisti pensa che siamo ai livelli più alti del calcio europeo, ma non è così, quindi, pretendono pure che anche la nazionale sia a quel livello... ma non è così.

### **Perché prendiamo gli allenatori italiani negli ultimi anni e non quelli albanesi?**

In Albania c'è un corso di formazione per allenatori che ha preso piede da alcuni anni: gli insegnanti sono italiani, tutti quanti; quindi, vuoi o non vuoi la mentalità italiana riguardo il calcio è molto presente. Ogni anno vengono diversi insegnanti italiani, anche Camolese, il direttore della nazionale albanese, è italiano. È stato anche allenatore in serie A per un po' di tempo e poi è diventato amministratore delegato della nazionale albanese. Anche i nuovi allenatori albanesi che si fermano oggiogiorno prendono le basi da insegnanti italiani, e perciò dal calcio italiano. Ovunque ti giri nel calcio albanese, trovi sempre qualche elemento preso da quello italiano.

### **Quindi sono corsi privati fatti da scuole private?**

No no, sono corsi organizzati dalla Federazione Calcistica Albanese, organizza diversi corsi per poi garantire la licenza per diventare allenatori. Ci sono diversi livelli di licenza: Lega Pro, Serie B e Serie A, quindi per dirigere una di queste squadre devi avere la licenza adattata a quel tipo di categoria. Il corso per la Lega Pro ad esempio dura un anno, quello della Serie B tre mesi... dipende da ogni specifico corso... e per tutti questi corsi vengono insegnanti dall'estero che sono sempre italiani. Certificano il corso, che è riconosciuto una volta che hai superato tutti gli esami. Quindi tanti di loro sono ex insegnanti in pensione che vengono solo per insegnare in questi corsi. Come, per esempio, l'allenatore si deve comportare durante una partita, come devono trattare i calciatori. Tutti gli allenatori albanesi che si formano in Albania vengono formati secondo il modello italiano da tutti i punti di vista, calcisticamente parlando. Non troviamo allenatori dalla Francia, dall'Inghilterra o da altri paesi, ma esclusivamente dall'Italia, perché la federazione ha un contratto specifico con loro.

### **Perché solo italiani?**

Secondo me la lingua è l'aspetto fondamentale. Non c'è albanese che non riconosca e parli l'italiano, e questo aiuta meglio gli allenatori a capire quello che gli insegnanti insegnano durante i corsi... per questo scelgono sempre insegnanti italiani. Anche perché il livello dei corsi è molto elevato. O meglio, prima loro erano i primi in assoluto ma oggi ci sono anche altri paesi che si sono avvicinati dal punto di vista tattico.

### **Altro da aggiungere?**

No.

## **Elton Papuçiu regista – intervista del 24 giugno**

### **Mi parli del suo percorso formativo e professionale.**

Ho terminato gli studi presso l'Accademia delle Arti come regista e drammaturgo. Durante la fase dei miei studi non esisteva una scuola per i ruoli che si ricoprono all'interno della televisione. La fase della formazione combaciava con la nascita delle prime emittenti private: parliamo del periodo precedente al 2000, dove alcuni trasmettevano soltanto musica, giorno e notte, e l'unico che dava programmi e contenuti diversi era TVSH. Appena mi sono laureato nel 2001 sono andato a lavorare a Top Channel: è stato il mio primo posto di lavoro e allo stesso tempo un posto dove mi sono formato professionalmente, lavoravo e imparavo allo stesso tempo. Durante questi anni non esisteva il concetto di fare studi per la televisione: sono dovuti passare alcuni anni perché nascessero diverse scuole, anzi, per diventare regista bisognava studiare all'estero. Il mio rapporto lavorativo con la televisione inizia da qui e sono 20 anni che lavoro come regista. A Top Channel volevo sottolineare che il suo ideatore o proprietario – purtroppo è deceduto a causa di un incidente d'auto – era molto all'avanguardia con i suoi pensieri e le sue teorie nel fare televisione. Guardava sempre il mondo che lo circondava per capire come cambiava, andava sempre all'estero per vedere il modo di fare televisione in diversi Paesi, come per esempio nelle diverse fiere che si organizzano in giro. Gli altri qui non sapevano neppure che esistessero. Tutte le sue conoscenze accumulate e il sapere, per se stesso e per la televisione, li portava da noi. Noi che lavoravamo all'interno del suo canale siamo stati cresciuti ed educati con il respiro (principi) di una persona che sapeva molto bene quello che voleva, così siamo diventati parte del suo respiro, della sua visione, perché il suo scopo era trasformare la realtà albanese. Gli albanesi avevano una voglia pazzesca di connettersi al mondo, nonostante venissero tutti dal grande periodo dell'isolamento comunista e vivevano in condizioni economiche disastrose; quasi tutte le case possedevano la parabola nei loro balconi o sui tetti delle loro case. Paradossalmente erano così poveri che neanche avevano da mangiare, ma tutti volevano collegarsi con il mondo attraverso la televisione. Artan Hoxha (ex-proprietario di Top Channel) notando questa specificità degli albanesi investì una grossa somma di denaro per la nascita del suo canale, durante quegli anni erano tanti gli imprenditori che fecero fortuna in un modo o in un altro (in modo lecito o illecito), ma diversamente dagli altri la scelta di creare un'emittente televisiva ha portato in seguito grandi valori.

### **Quali erano questi valori?**

Per prima cosa sono stati abbattuti diversi tabù sulla televisione albanese, per quanto riguarda l'immagine, la qualità e i contenuti trasmessi. La televisione è formata dai contenuti. Esiste un grande problema nei nostri canali: la televisione, essendo un medium, deve avere alta qualità di video, audio e contenuti che trasmette al pubblico. Secondo il mio personale pensiero, quello che oggi lascia molto a desiderare nei nostri canali televisivi è il contenuto trasmesso. Per esempio, prendendo Top Channel, se c'era una cosa che Dritan Hoxha sapeva fare molto bene era cosa stava portando ai suoi telespettatori: si domandava "Cosa sto offrendo a questo popolo?" Durante quel periodo quelli che facevano televisione si basavano proprio su questo: dovevano avere grandi capacità per costruire contenuti di qualità, cercavano di portare al pubblico albanese attraverso i contenuti trasmessi proprio questi programmi utili per la società. Per capire meglio cosa intendo vi faccio un esempio: oggi ci troviamo davanti a un fenomeno a Top Channel, dove succede tutto il contrario di quello che succedeva nella prima fase. In questo canale va in onda una trasmissione, *Përputhen* (Uomini e donne versione albanese), che ha battuto ogni record di *share* e di *click* online... per me dal punto di vista morale è una cosa che mi fa veramente schifo. Cosa insegni ai giovani d'oggi con i suoi contenuti? Voglio paragonare metaforicamente i suoi contenuti con un cibo bello da vedere ma scandente a livello nutrizionale: anche se molto bello esteriormente, perché lo devi mangiare se poi fa male? Perché viene offerto se non fa bene?

### **La scelta di trasmettere questo nuovo programma è legata alla parte economica o a qualcos'altro?**

Ovviamente la scelta legata alla parte economica è molto palese, assolutamente sì, il nostro mercato è molto piccolo per generare guadagno, nessuno guadagna dalla televisione. In prima battuta se ci riferiamo allo stesso canale, ovvero Top Channel o anche altri, di solito sono come le sabbie mobili che ti trascinano sotto – il termine "sotto" è stato utilizzato metaforicamente per perdite – tutti i canali cercano di ammortizzare le perdite, cercando di coprirne il maggior numero. In passato questo canale aveva programmi di punta come i musical *Top Fest*, *Big Brother* o *Portokalli* che va in onda tuttora e tanti altri programmi che necessitavano un numero consistente di lavoro e personale... in altre parole avevano un costo di produzione altissima. Secondo il mio pensiero, se vuoi fare l'imprenditore televisivo con l'unico scopo di guadagnare allora bisogna escludere la televisione. Questo mezzo ha uno spettro molto ampio: tramite esso tu educi tutta la società, per questo ogni contenuto va scelto accuratamente. Un fenomeno che si nota al giorno d'oggi è che, anche se sto passando da un tema all'altro, è il fatto che in tanti canali vengono trasmessi contenuti a un determinato scopo, ovvero aumentare la mentalità mussulmana. Passando da un canale all'altro vedi



telenovele in lingua turca a non finire, che prendono una porzione consistente del palinsesto giornaliero e settimanale.

**Questa scelta è dovuta ai buoni rapporti nati negli ultimi anni tra Rama ed Erdogan? O è legata al basso costo di questi contenuti se paragonati con quelli di altri paesi?**

Assolutamente sì, quelli che esportano questi contenuti li portano a un basso costo. Non conosco gli accordi nel dettaglio, ma dubito che questi contenuti forse sono anche regalati, quindi non vengono proprio pagati, o con un costo bassissimo. Siccome le telenovele hanno un buon mercato nella nostra televisione le persone rimangono attaccate alla tv e le guardano tantissimo. Creando un modello del genere per la società, vuoi o non vuoi, direttamente o indirettamente educi un'intera generazione con questi contenuti. Ma ci dobbiamo interrogare su questo aspetto: che generazione stiamo crescendo?

**Rimando a questo discorso, com'è cambiata l'offerta televisiva dei canali principali negli ultimi anni? Si è andati maggiormente verso programmi di cultura straniera o piuttosto autoctona?**

Secondo me, e lo dico con molta convinzione, troviamo un mix nel nostro panorama: per esempio ci sono canali che dalla nascita a oggi trasmettono solo musica albanese. La loro offerta dal primo giorno ad oggi non è mai cambiata, si vede che non hanno la possibilità economica per cambiare e per questo motivo sono rimasti sempre uguali, come BBF. Negli ultimi anni sono nati alcuni nuovi canali che promuovono le produzioni che altre aziende del medesimo proprietario producono, come UFO (tra le più quotate scuole private in Albania, che partono dal ciclo più basso all'asilo nido per arrivare fino all'università). Un altro canale di cui ricordo bene il nome, si chiama Iliria, trasmette soltanto promozioni sul turismo: spiega tutti le destinazioni e le mete che si potevano raggiungere con l'agenzia di viaggi dello stesso imprenditore con lo stesso nome... aprono un canale per autopromozione. In questo caso si crea un'azienda per promuovere le altre aziende, invece, gli altri canali nazionali sono divisi. Top Channel è il più coraggioso riguardo l'iniziativa che prende: se prima per un lungo periodo il canale era fermo sulle stesse fondamenta, con l'arrivo del nuovo direttore Ben Blushi è cambiato tutto il modo di fare televisione. Adesso prevale in modo significativo la "modalità guadagnare" che il desiderio di portare nelle case degli albanesi, attraverso i contenuti, un mondo costruito sulla moralità, o programmi pedagogici per far in modo che si creino i margini per una crescita culturale.

### **Quindi si bypassa il profilo culturale se paragonato a quello economico?**

Per quando mi riguarda sì, non c'è una capacità o qualità manageriali all'altezza di questi dirigenti che dirigono le emittenti per portare all'educazione del pubblico.

### **Riguardo gli altri canali? Sono rimasti uguali o questo spirito commerciale ha coinvolto anche loro?**

Se guardiamo TVSH è rimasta sempre uguale, sempre sul piano generalista, ma questo dipende dalla capacità che un canale possiede, che non dipende sempre dalla forza economica a disposizione o dalle ultime tecnologie che possiede. La televisione non è soltanto la parte tecnica del mezzo, l'hardware, la maggior parte dei dirigenti non capisce che la parte fondamentale per creare contenuti di qualità dipende direttamente dalle risorse umane che si hanno a disposizione. Il nostro mercato a Tirana, visto che la maggior parte dei canali risiedono nella capitale, quanti registi bravi e capaci ha per svolgere un lavoro di ottima qualità? Quanti sono gli autori o produttori per fare un buon lavoro? Questo vuol dire che il suo ex proprietario ha investito grosse somme di denaro per far in modo che tutti noi, suoi dipendenti, potessimo avere la possibilità di imparare e diventare professionisti del settore di appartenenza. Con l'arrivo della nuova dirigenza ci è stato detto: "O lavorate in queste condizioni o non ci sono problemi perché possiamo trovare altre persone per sostituirvi". Giorno dopo giorno hanno allontanato quasi tutti i veri professionisti per sostituirli con poco abili per fare un lavoro buono e di qualità. In questi anni c'è stato un abbassamento della qualità secondo me. I nuovi autori che sono subentrati, ma preferisco non fare i nomi, hanno portato alcuni nuovi programmi che dal punto di vista economico sono redditizi, ma io personalmente non li avrei mai trasmessi.

### **Si riferisce alla qualità dei contenuti che trasmettono?**

Ovvio, non mi piacciono per niente.

### **Ci sono format televisivi nella televisione albanese che sono stati presi da altri paesi per poi essere adattati per il pubblico?**

Sì, ce ne sono diversi, sono tanti direi.

### **Mi potete fare un esempio?**

Non bisogna nascondere il fatto che esistevano alcuni modi per "prendere" questi format. Noi abbiamo sempre avuto un rapporto molto stretto, sentimentale, con l'Italia. Siamo cresciuti con questa

forte influenza, perciò non bisogna nascondere che una parte dei loro programmi sono stati implementati nella nostra televisione, come per esempio *Fiks Fare*, è stato una copia dell'italiano *Striscia la notizia*, e dopo *Stop che* oggi viene trasmesso su Tv Klan.

**Questi programmi sono rimasti originali alla versione italiana o sono stati adattati per il nostro pubblico? Cos'hanno in comune?**

L'obiettivo ideale era quello di raggiungere il livello della versione italiana, e una volta raggiunto con il passare degli anni c'è stata una sorta di adattamento con il mercato. Qualche programma è stato migliorato a seconda di quello che piace al nostro pubblico, altri sono rimasti fedeli al modello originale. Il mercato è molto variegato, non si tratta solo di fare plagio, la questione è che non c'erano modelli migliori da proporre. Questo non è un problema solo nostro ma internazionale, anche i media greci – dei quali ho una certa conoscenza – hanno preso tanti format dai canali italiani e gli hanno implementati. Nel caso che compri il diritto d'autore e la licenza, ovvero tutto il pacchetto del format, veniva considerato come riproduzione dell'originale.

***Fiks Fare* è stato comprato?**

Non ricordo bene, a dir a verità, so che *Big Brother* è stato comprato; oltre a questo ha comprato altre patenti per diversi programmi. All'interno del canale appena si vedeva qualche programma che piaceva si comprava subito la licenza, l'ex proprietario non voleva seguire il solito copione. Quando è nato *Portokalli* è stato un mix di diverse idee prese dai format italiani come *Zelig* e *Bulldozer*, a causa del fatto che il pubblico aveva bisogno di un varietà settimanale visto che mancava nei palinsesti televisivi; le idee prese sono state poi adattate per il pubblico albanese. A un primo impatto, guardando *Fiks Fare* e *Striscia la notizia* noti che il modo di fare informazione è simile nella struttura: è evidente la somiglianza con la versione italiana, ma con il passare degli anni si è trasformato in un *brand* indipendente. È uno dei primi programmi nati in Top Channel, che ha avuto e continua ad avere un successo straordinario.

**La scelta di questi format è dovuta al fatto di portare qualcosa di nuovo all'offerta televisiva o è legato al fattore economico di cui abbiamo parlato in precedenza?**

Top Channel nei suoi migliori anni ha fatto una grande differenza, perché l'importazione di questi programmi in primis aveva una qualità superiore, se paragonati con tutti quelli già esistenti da noi in quel periodo; la cosa più importante rimane il *brand*. Portando brand del genere in Albania voleva dire che avevi grandi capacità per fare una cosa del genere, era un canale che faceva un'enorme

differenza se paragonato con gli altri. Ciò dimostra che questo lavoro non lo può fare chiunque, Artan Hoxha cercava di essere il numero uno e di fare la differenza con gli altri canali. In seconda battuta, la riproduzione di questi programmi chiedeva un enorme costo economico: le emittenti più piccole non avevano la possibilità di fare una cosa del genere, facendo così la differenziazione all'interno del mercato mediatico albanese. Con questa scelta si cercava di marcare il territorio dicendo che “noi siamo questi e siamo gli unici a riportare questi programmi”.

**Il pubblico albanese cosa si aspetta dall'offerta televisiva? Quali sono i macrotemi che occupano più spazio all'interno dei programmi proposti?**

Noi come popolo abbiamo una caratteristica particolare: consumiamo tanta politica; in base a questo fatto, il 99.9% dei canali televisivi ha trovato pane per i propri denti: vista l'alta richiesta di argomenti politici, anche i loro contenuti sono basati sulla politica, proprio per soddisfare i gusti del pubblico. Nelle nostre emittenti trovi *news* a non finire. Girando da un canale all'altro vedi gli stessi argomenti tutti i giorni, dibattiti, cronaca nera o incidenti di diverse entità. Personalmente questa cosa non mi piace. Non so se sia legata soltanto al bisogno di consumare sempre notizie, che abbiamo come popolo, o se esista un modello che tutti i canali seguono. Personalmente questa cosa non mi piace, non so se è legato soltanto al bisogno che noi, come popolo, abbiamo bisogno di consumare sempre notizie, o se sia anche un modello che seguono tutti i canali per trasmettere solo notizie e politica.

**La scelta di trasmettere tanti programmi con un focus sulla politica è dovuta a un collegamento diretto dei proprietari dei canali con le forze politiche?**

Sì, non so dirti quale canale sia collegato a quel partito, ma ti so dire che esiste una forte collaborazione tra loro.

**Questo aspetto influenza anche la censura nei confronti dei giornalisti o una loro autocensura?**

Sì sì, nel nostro varietà *Portokalli* si faceva sempre una battuta che riguardava gli analisti, che andavano in diversi programmi, e vengono considerati quelli con il livello più alto d'intelligenza che rappresentano il pubblico albanese. Il loro compito è analizzare in modo indipendente quello che le notizie e le informazioni nascondono sotto: si sa da sempre che la politica non è mai trasparente in tutto quello che fa e dice, si presume che queste persone, visto le loro capacità di intuizione devono riferire al popolo che rappresentano la verità e non nascondere i fatti. Noi per scherzo facevamo nome

e cognome di un analista dicendo che è un indipendente che dipende dalla sinistra, o un analista indipendente che dipende dalla destra – “*tutto questo con battute scherzose per ironizzare sulla cruda e difficile realtà*”<sup>628</sup>.

**Visto che ha lavorato al più grande programma di varietà albanese: il modo di fare comicità era anche un modo per rappresentare l’opinione pubblica albanese? Ovvero, dire attraverso la comicità, il sarcasmo e con diverse battute quello che non si poteva esternare diversamente?**

Ci sono tanti modi per reagire alle ingiustizie. Qualcuno quando alza la voce e parla può essere sentito o meno; quando da uno si passa a gruppo di persone, nasce una manifestazione che può essere pacifica o, nel caso peggiore come è successo per tanti anni in Albania, porta anche all’utilizzo delle armi. Nel nostro caso abbiamo tutte le forme di protesta, passando spesso da una forma all’altra, ma il modo più diretto e morale sono la comicità, il teatro o il film. Un popolo senza comicità in sé muore, anzi: più un paese è sviluppato e industrializzato, più porta a una crescita della comicità e della sua qualità, ma anche nella libertà di esprimersi. La comicità anglosassone è molto tipica, il sarcasmo e l’ironia che utilizzano è caratteristico della loro tradizione, ma fare comicità in Albania è, ripeto un’altra volta, il grande merito di Artan Hoxha che è stato il primo a mettere la comicità nella forma istituzionale. Nel 2000 la comicità era arrivata a un punto di degrado totale: in televisione, come in TVSH, quello che andava in onda era registrato, o sporadicamente si dava qualche spettacolo in qualche teatro. Ricordo che durante il regime i programmi di comicità venivano trasmessi soltanto una volta l’anno durante le feste di fine anno. Quest’uomo – si riferisce all’ex proprietario di Top Channel – ha deciso di istituzionalizzare la comicità, prendendo all’interno della trasmissione i comici più bravi dell’epoca, come attori, il regista Altin Basha e Agron Llakaj che è uno dei comici più conosciuti. Ma cosa è successo in questo momento? Cerco di allargare un po’ il discorso per una lettura migliore, per far capire al meglio tutta la storia. Fare comicità in quel periodo, ma anche oggi, non era accettato ben volentieri da tutti, perché il varietà *Portokalli* veniva considerato come uno specchio in cui la politica si riconosceva. All’interno del programma durante l’editoriale veniva espressa la parte più pulita dei pensieri, ovvero dire la cruda realtà senza filtri, colpendo la politica in tutti i sensi, sia di destra che di sinistra. La differenza di quel periodo era che il pensiero trasmesso era indipendente e senza nessun tipo d’influenza; oggi non è più così, secondo il mio pensiero è passato dalla parte sinistra delle forze politiche. E cosa succede? Il popolo (telespettatori) non ti guarda più come prima perché quando trasmetterai una notizia non sarai più indipendente, ma

---

<sup>628</sup> Corsivo dell’autore.

contaminato dal colore della forza politica che appoggi... non secondo il tuo punto di vista ma quello che decide il partito. La comicità stuzzica, ti ammazza nel senso figurativo, ti diverte, include molti aspetti – la politica invece è costruita di sole menzogne, ti promette tante cose finché non prendono i voti e poi pensano ai propri interessi – attraverso la comicità emerge anche l'intelligenza di una nazione dove spesso mette alcune barriere che la politica cerca di oltrepassare. La comicità cerca di colpire proprio questo aspetto e, dove la legge viene violata dalle forze politiche, la comicità ha la funzione di metterti in guardia e rispettare i principi della legge. Notiamo che le persone più abili, i più bravi professionalmente, i più intelligenti stanno lasciando il Paese... allora chi dirà più la verità? Le telenovele turche? Una comicità corrotta? Gli analisti che dipendono dai partiti? Secondo me questo è il nostro maggior punto debole, il tallone d'Achille. Chi dirà la verità nel nostro Paese? L'unica possibilità di espressione sono i media indipendenti, ma nasce una domanda spontaneamente: dicono o no la verità?

### **Perché vengono scelti e trasmessi tutti questi prodotti stranieri nella nostra televisione?**

Esiste una forte influenza dei rapporti politici tra noi e i Paesi che ci circondano, o quelli che chiamiamo i nostri vicini. La Grecia ha la sua influenza, lo stesso vale per la Turchia, e poi abbiamo l'Italia; tutto questo inizia con la beneficenza verso il nostro Paese, costruendo ospedali, creando edifici di culto per pregare come chiese e moschee, diverse scuole... ed elementi fondamentali di questo processo sono i prodotti televisivi. Quando parliamo di influenza lo spettro è molto più ampio di quello che la televisione rappresenta... e si tratta ovviamente delle banche. Noi abbiamo ospedali turchi, greci, italiani e tedeschi, troviamo tante scuole tedesche nel nostro territorio. Quello che non mi piace è il fatto che noi stiamo diventando una forza sperimentale di altri paesi, come una torta, di cui ognuno vuole sempre una fetta più grande.

### **Tutto questo dipende dalle nostre condizioni economiche o perché non abbiamo una forte identità nazionale?**

La parte economica sgretola piano piano la virtù di una nazione: se dal punto di vista economico dipendiamo dagli altri, allora di conseguenza saremmo dipendenti anche dal punto di vista politico ma anche in altre direzioni.

### **Ha mai avuto collaborazioni con canali italiani o giornalisti italiani durante la sua carriera come regista?**

Sì, qualche volta sono venuti alcuni direttori di fotografia nei miei programmi, abbiamo realizzato qualche documentario in diverse zone dell'Albania.

**Perché questa scelta? Manca personale specializzato per svolgere o coprire determinati ruoli?**

Il direttore della fotografia con cui ho collaborato è venuto dall'Italia, offriva un'esperienza notevole, nel suo ruolo siamo carenti, avevamo proprio bisogno di uno del suo spessore. Sono venuti spesso anche autori italiani a Top Channel e hanno creato alcuni programmi...

**Le viene in mente qualche nome?**

Uno è stato *E djell*, altri per la creazione del *Big Brother*, un altro che mi viene in mente è *The Voice Albania*... non sono stato io il regista, ma un mio collega che mi raccontava tutto... ma negli anni abbiamo avuto tante collaborazioni. Con qualcuno ho collaborato in modo indiretto ma all'interno dello staff del canale tanti hanno avuto collaborazioni più strette delle mie. La mia esperienza su questo fatto diciamo che è più povera, perché ho diretto alcuni programmi che erano costruiti bene e hanno avuto sempre successo, per questo non ho mai avuto tempo libero per fare nuove produzioni e stare in contatto con gli ospiti italiani, ma posso dire che sono stati molto importanti per le nostre produzioni visto la loro esperienza.

**Dal 2013 fino al 2015 nasce nel nostro Paese un'emittente italiana, ovvero Agon Channel, in due lingue, albanese e italiano. Cosa ha portato al mercato albanese e che impatto ha avuto sul nostro pubblico?**

Guarda, agli albanesi piacciono sempre le novità televisive, i telespettatori sono molto curiosi. Agon Channel, se c'è stato un fatto che ha provocato un grande rumore, riguarda le paghe altissime che offriva, come succede nei media occidentali, e fino a un certo punto ha portato anche qualche programma che poteva essere interessante.

**Per esempio?**

Quello che mi ha colpito è stato riuscire a prendere i moderatori o altre figure del piccolo schermo da tutti gli altri canali televisivi. Il suo staff era composto da alcuni tra i migliori autori e conduttori della nostra televisione, ma dall'inizio è esistita sempre una preoccupazione: quanto tempo sarebbe durato? Tanto o poco? Com'è stato dimostrato quel canale ha avuto vita breve, è stato molto benvenuto ma è durato pochissimo.

### **Ha portato qualcosa di nuovo per i media albanesi?**

Non penso, se c'è stata un'emittente che battuto tutte le previsioni e ogni record possibile nel nostro paese, che è stato determinante, con un forte impatto e come modello da seguire, è stato soltanto Top Channel; non perché ci ho lavorato, ma all'epoca dietro di esso esistevano tanti posti vuoti e dopo trovavamo gli altri canali. Parlo sempre dei suoi primi anni, quando il suo proprietario era vivo, le sue capacità e le sue energie erano enormi; aveva un desiderio irrefrenabile nel comprare e portare al pubblico tutti i programmi migliori esistenti all'estero. La sua lungimiranza ha portato l'emittente a diventare un vero leader del mercato televisivo in tutti i sensi; il Parlamento, la politica si riferiva a Top Channel, tutti gli altri canali televisivi si riferivano a Top Channel, riguardo le notizie, i programmi e tutto il resto che trasmetteva. Aveva proprio una funzione educativa per tutta la generazione dell'epoca. Tra l'altro è stato il primo a portare il digitale in Albania con la funzione di aprire una finestra nel pubblico albanese per vedere tutti i contenuti degli altri Paesi; vuol dire che potevi benissimo vivere in America, Canada o altri Paesi del mondo, e vedere in tempo reale tutto quello che succedeva in Albania. Ci potevano ovviamente vedere anche i Paesi vicini come la Grecia o l'Italia, tutti gli emigrati avevano la possibilità di seguire tutti i programmi dei nostri media. Questo è stato un impatto fortissimo che lui (si riferisce a Artan Hoxha) ha avuto come idea imprenditoriale.

### **Ha qualcosa da aggiungere?**

Gli albanesi hanno avuto sempre un occhio dall'altra parte dell'Adriatico, ossia l'Italia, sia durante il periodo comunista che con la nascita della democrazia. Ci siamo sempre riferiti al modello italiano, penso che adesso qualcosa è andato avanti o si è evoluto, non c'è soltanto il modello italiano ma anche quelli di altri Paesi: una parte dei programmi si ispirano a quelli spagnoli, alcuni francesi e tedeschi o dagli Stati Uniti. Fino a 10 anni fa gli albanesi erano focalizzati soltanto sul modello italiano, mentre oggi il modello di riferimento si è ampliato.



**Mi parli della sua formazione professionale.**

Ho finito gli studi all'università di Tirana in giornalismo, in seguito mi sono laureato anche in giurisprudenza, sempre a Tirana.

**Perché ha scelto di intraprendere questo lavoro? È stata una scelta maturata durante gli studi universitari o è venuta prima?**

Penso di essere sempre stato predisposto a questo lavoro perché sono sempre stato interessato al mondo dell'informazione; quindi, è sempre stata una mia passione e perciò una mia scelta.

**Mi può raccontare come si svolge il suo lavoro quotidiano? In cosa consiste?**

Uscire dallo schermo – sono un conduttore – è la parte finale del lavoro. Io lo so che durante la giornata bisogna raccogliere tutte le informazioni degli eventi più importanti accaduti, l'importante è che la trasmissione che dirigo tratti l'attualità. Principalmente si basa sulla politica o se parla di attualità è legata a cronaca nera, eventi accaduti durante il giorno o al massimo un giorno prima; eventi molto importanti, di carattere internazionale, come le elezioni in Italia, per esempio, che suscitano un interesse diretto anche in Albania, o le elezioni negli Stati Uniti.

**La scelta di questi temi è dovuta al perché sono tra i preferiti del pubblico, in quanto hanno più audience, o è dovuta a qualcos'altro?**

Entrambe le cose, secondo me, perché il pubblico ha un interesse su questi temi, e poi si aggiungono gli eventi di cronaca quotidiana. Ad esempio, se il tema del giorno è il conflitto tra Berisha e gli USA per forza deve essere parte della discussione della serata. O se in Albania è successo un qualcosa di cronaca nera che inaspettatamente interessa molto al pubblico albanese, soprattutto omicidi. Perciò dal mio punto di vista è un mix tra quello che vuole il pubblico e i temi del giorno.

**Come fa a misurare lo share del suo programma, visto che in Albania ci sono diversi istituti a misurarlo ma non sono riconosciuti da tutti i canali? Su che criteri si basa il gradimento di un tema che lei tratta in una sera?**

Non è vero che non abbiamo un istituto, c'è un'agenzia che si occupa dell'audience dei programmi tv, ed io dopo ogni fine programma riesco a capire soprattutto con i miei rivali diretti, gli

altri programmi informativi, riesco a capire – alla stessa ora dello stesso programma – cosa ha scelto di vedere il pubblico.

**Le ho fatto questa domanda perché parlando con altri giornalisti mi hanno detto che i dati che pubblica Telemetrix o altri istituti non sono affidabili.**

Secondo me è come una partita di calcio: quando ci sono discussioni se è rigore o meno, nel senso che noi abbiamo preso come giuste queste misurazioni, quindi sono affidabili.

**Quali sono i programmi più importanti della rete dove lavora? E perché, per quanto riguarda l'impatto che hanno sul pubblico?**

Come ho detto, i programmi più importanti di Report TV sono quelli legati alle notizie della giornata. Essendo un canale specializzato nelle notizie, si occupa delle notizie della giornata, accompagnato con quello che è successo con una forte analisi per quello che riguarda le notizie più importanti.

**In cosa è diversa l'offerta di Report TV rispetto a quella degli altri canali?**

Penso nell'efficacia di fare e divulgare informazioni, la velocità e le analisi che facciamo in studio in base alle informazioni che riusciamo a recuperare sul fatto accaduto. Sono elementi che ogni canale ha come principi base e si distinguono l'uno dall'altro; chi ha più elementi è meglio.

**Guardando la sua lunga esperienza nel piccolo schermo, com'è cambiata l'offerta televisiva dai primi anni quando lei lavorava ai giorni nostri?**

Vedo che c'è un cambiamento, però riguarda gli altri, in quanto ho sempre lavorato coi media dell'informazione con le notizie e l'analisi... e non è che ci sono stati cambiamenti nell'informazione, perché si parla sempre degli stessi temi. Oggi vedo e sto constatando che questa natura di fare televisione, l'inclusione della notizia della giornata, ha iniziato ad aumentare. Mi riferisco alle tv generaliste, quelle che sono specializzate proprio nelle notizie e nella loro analisi; non so dire se è legato anche all'aspetto economico, non si danno altri programmi per una questione economica, tu dai informazioni e risparmi. Secondo me serve un esperto più specializzato che faccia un'analisi economica per vedere se una tv generalista, che trasmette un po' di tutto, costi di più di un canale che faccia solo informazione. La mia percezione così è che quella generalista costa un po' di più di quella che tratta solo notizie o informazione. Questo può essere secondo me, ma vedo dall'altra parte che sono aumentati sempre di più i canali informativi che trattano solo news. Sono aumentati i canali

informativi, ma se sono aumentati è perché i telespettatori li richiedono, o per la mancanza di reddito sufficiente per creare canali generalisti. Questo non te lo so dire.

**Il pubblico albanese ha bisogno di un numero così elevato di canali?**

No, non ne ha bisogno, credo che un paese così piccolo come il nostro, con un mercato così piccolo, dovrebbe avere un numero più piccolo di canali.

**Se facessimo un'analisi delle tematiche che qui si trattano, non penso che tra tutti questi canali ci sarebbe una grande differenza... o forse c'è altro?**

Più o meno le tematiche trattate sono le stesse, sono soprattutto una cronaca della giornata che succede e viene trasmessa da tutti, ma la differenza a mio parere sta nel modo in cui viene trattato quel caso e la velocità con cui trasmetti quella notizia, ma i temi rimangono gli stessi.

**Il modo di trattare quell'informazione o un determinato tema dipende anche dallo schieramento politico di un determinato orientamento che ha il canale? O da uno specifico giornalista che si occupa del caso?**

Le credenze politiche esistono senza dubbio, ma io nel mio programma ho sempre cercato un'eguaglianza o un equilibrio totale tra le forze sia di destra che di sinistra. Secondo me dipende molto dal giornalista, da come fa il suo lavoro, ma dipende anche dal suo canale, perché ogni canale ha una sua linea editoriale... ma per me anche in questo caso non ci sono problemi perché è il pubblico che fa la sua scelta, se guardare un programma o un altro.

**È mai capitato, visto che parlate principalmente di politica, di non trasmettere o di censurare una notizia o avete sentito di altri colleghi che si sono trovati nella stessa situazione?**

Per quanto mi riguarda non ho mai avuto restrizioni del genere, anzi ho una forte collaborazione col mio proprietario, non amichevole ma lavorativa, che mi lascia perciò un'indipendenza totale sul mio lavoro. Per questo ho cercato di tenere sempre una linea di uguaglianza all'interno del mio programma, perché in questo modo vengono rappresentate tutte le parti. Quando questo succede quando tu hai raggiunto il tuo obiettivo.

**Guardando il palinsesto dei canali, vediamo al loro interno alcuni prodotti tipici albanesi, ma ci sono anche format o prodotti stranieri? Di che paese?**

Ci sono alcuni format stranieri; parlo oltre la notizia adesso, ci sono stati alcuni modelli generalmente presi in prestito dai media italiani, per quello che hanno fatto hanno raggiunto buoni obiettivi, per quanto mi riguarda, perché la differenza tra Albania e Italia è molto grande. Quindi secondo me sono queste patenti che hanno comprato dai media italiani che poi li trasmettono per il pubblico albanese.

### **Mi può fare un esempio per favore?**

*Big Brother*, per esempio, o alcune trasmissioni che Top Channel ha copiato... ma non so se “copiato” è il termine giusto, meglio dire “preso la licenza” ... preso in prestito come quello di Canale 5 *Dua të të bëjë të lumtur*, molto simile a *C'è posta per te* di Maria de Filippi. Non sono un grande estimatore di questi programmi, non li seguo a dir la verità, la mia natura è per l'informazione.

### **La scelta di questi format è dovuta al grande successo nella tv italiana o magari per portare una novità nella tv albanese? O per altro?**

Credo che dopo gli anni '90, subito dopo la caduta del comunismo, l'influenza dei media italiani era molto grande in Albania. Io in primis ho imparato la lingua italiana dalla televisione, soprattutto Italia 1, Canale 5, Rai un po' di meno, ma anche Rai aveva programmi interessanti che seguivo.

### **Quali erano i suoi programmi preferiti della tv italiana?**

Sono tanti, non mi vengono in mente tutti, ma comunque i preferiti erano quelli di sport, calcio... posso dirti per il momento che quello che seguo con molto piacere è *Tiki Taka*, con Piero Chiambretti. Ma in generale ho seguito tanti altri programmi. Ho seguito tanto anche la politica italiana, è un argomento che m'interessa, non perché dovevo fare qualcosa nello specifico con la politica italiana, ma semplicemente è un interesse. Ho visto spesso i programmi di Bruno Vespa, che guardo ancora oggi; una volta guardavo pure Enrico Mentana quando stava a Mediaset, ora non so se lui abbia qualche altra trasmissione.

### **Enrico Mentana adesso lavora a La7, non sta più a Mediaset, è diventato direttore delle notizie.**

Una volta aveva una trasmissione su Canale 5, se ricordo bene, *Matrix*, che faceva concorrenza a Bruno Vespa. Quando guardavo questi programmi poi facevo il paragone con quelli albanesi ma la differenza era enorme. Noi abbiamo tanti programmi che fanno solo rumore e con rammarico si può

ammettere che il pubblico albanese preferisce questo rumore che si crea in studio piuttosto che trattare l'argomento nel modo giusto, quindi argomenti di qualità. Questo ha portato in un'influenza dei media italiani negli anni: dopo gli anni '90 è stato straordinario, perché tutti gli albanesi guardavano questi media italiani... avevano "volto lo sguardo". E a partire da questa premessa sono partiti questi programmi presi in prestito, in primis da Top Channel, che secondo me è campione in questa direzione creando molti *show* dalla prima fase della sua nascita come *Fiks Fare*, che somiglia a *Striscia la notizia*, o *Portokalli*, che somiglia a *Zelig*. Quindi Top Channel è stato promotore di format italiani in Albania. Negli ultimi tempi vediamo che c'è un calo dell'influenza, con tanto dispiacere, lo ammetto anch'io, perché credo che il modello migliore che possiamo prendere sono proprio i media italiani. Oggi troviamo una forte influenza delle telenovele turche, è un fenomeno molto strano: tutti i canali nazionali, per esempio Klan, trasmettono un numero elevatissimo di queste telenovele.

**Questo è legato al fattore del costo basso di questi prodotti o è dovuto a qualche altra causa?**

Non conosco bene questo tipo di mercato, ma sicuramente anche il prezzo è un indicatore importante. Sorprendentemente c'è un grande interesse da parte del pubblico albanese.

**Oggi nella tv albanese, quindi, non abbiamo più quel dominio italiano ma dei prodotti televisivi turchi?**

Sì, oggi penso più di tutti sono quelli turchi a "dominare", poi ci sono alcuni programmi statunitensi che arrivano tramite CNN, quelli francesi e tedeschi penso non abbiano nessuna influenza, ma anche quelli greci. Questo è il fenomeno avvenuto negli ultimi anni, quindi un grande aumento delle telenovele turche. Personalmente possono essere legate alla natura della società o alcune somiglianze che la società albanese ha con quella turca, ma personalmente preferirei tutta la vita i programmi italiani.

**Quindi vengono preferite dal pubblico albanese?**

Sì, e sento spesso anche i giovani parlare in modo sorprendente delle telenovele turche, gli piacciono quindi li commentano. Personalmente non le guardo proprio perché non ho nessun piacere a guardarle, anzi mi sembrano prodotti che non hanno nulla da darti, però la società li cerca. Bisogna accettare il fatto che sono così diffusi, e la società albanese li richiede.

**Invece i programmi con licenza di cui ha parlato prima sono rimasti fedeli al format originale o c'è stato un adattamento per il pubblico albanese?**

Certamente c'è un adattamento, poiché per esempio il *Big Brother* albanese non può essere riprodotto al 100% da quello italiano; ci sono limitazioni e quindi per questo si adatta al pubblico albanese in base alla nostra cultura. Anche per quanto riguarda gli *show* non c'è quella libertà per quanto riguarda gli attori albanesi, come può essere nelle produzioni italiane.

**Le tematiche di cui parlano questi format sono principalmente rivolte all'Albania o parlano anche per l'Italia?**

No, parlano dell'Albania, questo è l'adattamento che è stato fatto, è stata presa solo la parte strutturale del format.

**Avete mai avuto collaborazioni con canali o giornalisti italiani nel suo programma o nella sua esperienza lavorativa?**

Sì, abbiamo avuto – visto che io dirigo una trasmissione che tratta temi politici – tante collaborazioni con l'istituto Piepoli, italiano che si occupa di sondaggi come le elezioni, ad esempio quelle del 2013, 2017 e 2021. Quindi abbiamo collaborato durante questo periodo elettorale e ci siamo trovati molto bene; i dati che l'istituto ha sempre pubblicato dai sondaggi in Albania sono stati molto vicini a quelli finali. Vuol dire che sono professionali.

**Perché avete scelto questo istituto? In Albania non ci sono istituti così affidabili, in grado di azzeccare i risultati finali della campagna elettorale?**

La prima cosa che posso dire è che in Albania non ci sono istituti di questo livello, un'esperienza così lunga; in seconda battuta, gli istituti albanesi anche se fanno un buon lavoro, c'è del pregiudizio nei loro confronti, perché la politica in Albania è molto polarizzata e questo comporta un non riconoscimento da parte nostra del lavoro di questi istituti. Per noi tutto il potere politico è un luogo comune, in quanto abbiamo sempre pensieri negativi vedendo tutta questa polarizzazione della politica anche le istituzioni straniere subiscono del pregiudizio. Ma questa previsione molto vicina al risultato finale dà una grande credibilità e quindi viene riconosciuta. E per questo nasce anche la nostra collaborazione con loro, vista anche la loro professionalità.

**Queste collaborazioni sono solo nel periodo elettorale o riguardano anche altre tematiche?**

No, i sondaggi avvengono specialmente durante le elezioni.

**Avete avuto mai ospiti italiani in studio?**

In studio no, però c'è il rappresentante dell'istituto Piepoli, in collegamento dall'Italia, che spiega tutto lo svolgimento della ricerca nelle sue fasi. È capitato talvolta di intervistare vari politici italiani, ambasciatori, sia per il mio programma ma anche per altri contenuti trasmessi all'interno del Report Tv, quindi, abbiamo un collegamento frequente con l'ambiente italiano, dovuto anche al fatto che il nostro proprietario è albanese/italiano. Tutte queste condizioni fanno sì che noi abbiamo spesso collegamenti con l'Italia, a prescindere dal calo dei legami tra Albania e Italia avvenuti recentemente, non più come nel post-comunismo. Per farti un altro esempio, tutte le notizie di quello che succede nel mondo le compriamo da agenzie italiane, non solo ANSA ma anche dal Corriere della Sera o altre agenzie che pubblicano notizie sui social.

**Perché si scelgono spesso le agenzie italiane?**

Per l'agevolazione della lingua.

**Se dovessimo paragonare Report Tv, a quale canale italiano vorreste assomigliare? Per quanto riguarda la qualità o i contenuti che trasmette.**

Seguo ogni tanto Rai News 24, canale come il nostro che trasmette solo notizie. Questo può essere il paragone dal mio punto di vista secondo me l'influenza maggiore sui canali albanesi è venuta in generale da Mediaset: Canale 5, Italia 1 e Rete 4. Più della Rai, secondo me... anche se la guardo anche adesso, anche quando ci sono programmi importanti in tarda serata, anche meglio per me, non ho capito mai perché il programma di Bruno Vespa è in seconda o tarda serata. Questo è un grande cambiamento perché noi la politica l'abbiamo in prime time e questo può essere una grande differenza tra i nostri media e quelli italiani. Noi li abbiamo nella fascia oraria compresa tra le 21 e le 23, in Italia oltre le 23. Questo dato racconta tantissimo, anche l'interesse della società nel seguire questi argomenti, ma anche l'impatto sul pubblico, perché in *prime time* c'è una concentrazione maggiore di pubblico. Ripeto, questa è una grande differenza tra i nostri programmi politici e quelli italiani. Questo è un altro indicatore che la società albanese consuma e cerca tantissima politica.

**L'esperienza di Agon Channel in Albania, che nasce nel 2013, cosa ne pensate? Cosa ha portato alla tv albanese? Qual è stato il suo impatto?**

Personalmente l'ho guardato semplicemente per curiosità. Non ho mai visto un programma dall'inizio alla fine, mi è sembrato che creassero qualcosa di forzato. Anche perché la maggior parte dei programmi trasmessi non erano in diretta. Io sono un sostenitore dei programmi *live*, non mi piacciono quelli registrati, e la maggior parte dei loro lo erano. Non ho mai avuto alcun interesse per i programmi che proponeva. Questo è dovuto al fatto che il 99,9% dei programmi che ho diretto sono stati sempre live. E quando raramente capita che qualche politico non possa partecipare in diretta al mio programma, la devo registrare, non mi sembra che sia una trasmissione che "trasmetta" adrenalina. I programmi registrati non mi danno soddisfazione allo stesso modo di quelli in diretta. Sinceramente ti dico che finché non ho visto un programma intero l'ho visto solo per curiosità, che ha oltrepassato il limite del salario degli altri canali televisivi. Dal punto di vista professionale non c'è stato niente che mi abbia impressionato.

**Per quanto riguarda i programmi, l'offerta televisiva, non hanno portato nulla di nuovo al pubblico albanese? O un aumento della qualità in termini di contenuti?**

Assolutamente no, non c'è stato nessun tipo d'influenza. Gli albanesi hanno oramai una sorta di stabilità, o meglio i canali presenti da tanti anni sul mercato hanno creato una sorta di stabilità nei telespettatori. E penso che sarà sempre più difficile per un nuovo canale, emittente o operatore che vorrà entrare nel mercato televisivo, perché penso che ormai esso sia molto consolidato, e anche le richieste del pubblico, che si basano su questi programmi già in onda. Mi riferisco sia ai canali generalisti che a quelli di informazione.

**Il target del vostro canale qual è?**

Credo che il programma che io faccio appartenga a un target group sopra i 30 anni, non di giovani, in quanto questi non sono molto interessati a politica o alle notizie.

**Ha altro da aggiungere?**

No.



## Alban Dudushi – Intervista del 30 giugno

### **Buongiorno, mi fa una presentazione del suo percorso formativo?**

Ho terminato gli studi della prima laurea all'università di Tirana, presso l'accademia delle arti, come attore; in verità fare il giornalista l'ho imparato da solo, sono autodidatta. Col fatto che mi piaceva tantissimo scrivere mentre ero studente, ho iniziato a lavorare presso il giornale *Koha jonë*, e curavo la rubrica culturale di questo giornale. Quindi durante questa fase degli studi universitari ho affiancato il lavoro da giornalista. Dopo la laurea ho proseguito in questa doppia vita, ma piano piano il giornalismo è diventato il percorso su cui ho dedicato sempre più tempo. Poi nel '97 ho iniziato a lavorare presso Radio Koha (Tempo), una delle prime radio private albanesi; ricordo che il '97 era il periodo della guerra civile in Albania, (Radio Koha) ha assunto un ruolo importante e la televisione nazionale in quel momento ha avuto un blackout, perché era controllato rigidamente dal partito democratico. Il partito di Berisha al potere, sapendo che avrebbero perso di lì a breve le nuove elezioni, non dava informazioni sul giorno delle nuove elezioni, così la gente non era informata. In questo momento tanto delicato nacque Radio Koha, perché la radio, che prima trasmetteva solo canzoni, iniziò a trasmettere anche informazione. Insieme a un mio carissimo amico ci siamo assunti la responsabilità di fare maratona di 48 ore senza interruzioni di aggiornamenti sulle elezioni che si erano tenute. Tantissimi altri colleghi hanno coperto diverse regioni dell'Albania, in modo che tutte le informazioni o le novità sulle elezioni le riportassero in studio per poi ritrasmetterle in base a quello che i corrispondenti ci riferivano. In questo periodo così delicato la nostra radio ha avuto un ruolo importante perché era l'unico modo per informarsi, perché la tv pubblica TV SH era sotto il rigido controllo del partito di Berisha; questo percorso è durato anche negli anni successivi. I corsi che ho seguito erano più nell'ambito radiofonico che televisivo; ho svolto diversi corsi nell'Istituto Albanese dei Media, con direttore Remzi Lani. Durante la fase dei corsi ricordo che il signor Lani chiamava diversi giornalisti che ci insegnavano come fare il mestiere, come esprimersi, eccetera... uno che ricordo bene si chiamava Piero Scaramucci: veniva da Radio Radicale, è stato in Albania per un po' di tempo. Quando è scoppiata la guerra del Kosovo ho iniziato a lavorare con la BBC e una fondazione svizzera, dove svolgevamo nello stesso tempo sia corsi per la produzione di diversi reportage, ma anche produzioni di diverse trasmissioni che parlavano dei profughi del Kosovo, soprattutto quelli venuti in Albania. Questi corsi basati sulla radio sono durati due anni; quando ho chiuso questo progetto ho iniziato a lavorare in tv come giornalista politico presso il canale TVA, uno dei due più importanti in quel periodo, e dopo ho iniziato a lavorare presso Top Channel. Nella prima fase ho iniziato a lavorare come giornalista di temi politici, come inviato sul campo, e dal 2003 sono diventato

conduttore del programma *Top Show*. In sintesi, questo è stato il mio percorso che mi ha portato nel mondo della televisione.

### **Com'è nata l'idea di *Top Show*?**

L'idea è nata insieme con il proprietario – ormai deceduto – Dritan Hoxha, che aveva appena aperto questo nuovo canale televisivo, nel 2001, mentre la creazione di *Top Show* è avvenuta nel 2003. In quel periodo nella tv albanese c'era una sorta di anarchia per quanto riguarda i diritti televisivi, e fu stretto un accordo chiamato “tra gentlemen” nell'ambasciata americana, secondo cui i canali nazionali come Tv Klan e Top Channel dovessero rinunciare a trasmettere i film “piratati” in Albania. In questa fase, quindi, iniziò a cambiare la tv albanese, perché non potendo più trasmettere questi film in modo illegale, hanno avuto la necessità di creare e trasmettere i propri contenuti al pubblico albanese.

### **I film “piratati” in che lingua venivano trasmessi?**

Per attirare ancor di più il pubblico, la maggior parte dei film veniva trasmessa in lingua italiana perché «era molto semplice registrare i film in VHS mentre venivano trasmessi nei diversi canali: si traducevano in albanese e si ritrasmettevano con i sottotitoli. C'erano anche in lingua inglese, ma erano tutti film registrati senza *copyright*. Tutti i canali albanesi, di conseguenza, li trasmettevano. Il provvedimento di interrompere questo processo ha fatto sì che, nel 2003 se non erro, ha costretto le tv a creare i propri contenuti, le loro produzioni televisive. Nel 2002, in Top Channel è stato creato *Fiks Fare*, identico all'italiano *Striscia la Notizia* di Canale 5. Artani, presidente e proprietario di Top Channel, era un uomo molto legato all'Italia perché emigrò per un lungo periodo nello Stivale e gran parte delle sue aziende le creò in Italia e subito dopo in Albania. Conosceva perfettamente la lingua italiana ancora prima di emigrare, quindi parliamo degli anni 80: parliamo di un personaggio che seguiva tantissimo la tv italiana, e visto che era molto abile a produrre le antenne “clandestine” allo scopo di ricevere i canali italiani all'epoca del comunismo... non dico che fu lui a inventare questo metodo, ma aveva capito come fare per ricevere il segnale e aveva fiutato l'affare... era uno di quelli che nel quartiere produceva queste antenne, aveva l'indole dell'imprenditore. Ovviamente tutto di nascosto, se fosse stato beccato avrebbe rischiato grosso. Sto parlando in un personaggio innamorato della televisione. La differenza tra lui e gli altri imprenditori che fanno televisione è che gli altri sono legati alla politica per interessi personali, mentre lui era innamorato veramente della televisione. Quindi (Artani) ha iniziato con *Fiks Fare*. Oltre ad esso all'epoca c'era una trasmissione politica di Rudina Xhunga, non più disponibile presso TVSH, che si chiamava

*Dritare Tvsh*, che abbiamo recuperato e ribattezzato *Shqip*. Due soli programmi però erano pochissimi per coprire tutto il palinsesto giornaliero, allora il proprietario mi fece una proposta, visto che ogni giorno avevamo lunghe conversazioni, e visto che guardavamo entrambi i canali italiani; io all'epoca guardavo molto il *Maurizio Costanzo Show*, una di quelle trasmissioni che non perdevi mai. Quando non riuscivo a vederlo in diretta la sera, guardavo la replica il giorno successivo, alle 9.15 su Canale 5. Proprio partendo da questa premessa, mi ha proposto di fare un format dello stesso genere. Anche se ero molto giovane all'epoca, avevo 31 anni, non avevo nessuna esperienza di Maurizio, né sull'aspetto televisivo né giornalistico. Al tempo stesso oltre questa proposta ne ha fatta un'altra per la realizzazione di un varietà, che prendeva spunto da *Zelig*. Quindi sono nati *Top Show* e *Portokalli* come format ispirati a quelli italiani.

### **Quali erano gli elementi in comune che avete preso dai format originali?**

(*Portokalli*) è stato un format ripreso da *Zelig* al cui interno si esibivano cabarettisti e diversi comici, quindi, come in Italia è stato uno spettacolo settimanale. Era composto da una troupe di professionisti della comicità, giovani, ragazzi e ragazze, non solo ma anche attori esperti, che producevano i contenuti da trasmettere. Il gruppo dei comici albanesi non trasmetteva tutti i giorni contenuti di comicità in tv ma nei teatri nell'arco di 3-4 mesi uno dall'altro, quindi, la novità che noi abbiamo introdotto si riferisce proprio al fatto che noi abbiamo voluto costruire un programma che trasmette comicità ogni settimana. Quindi tanti elementi di *Zelig* si trovano nel nostro spettacolo. In questo periodo i dibattiti televisivi erano solo due: come per esempio *Opinion*, trasmissione di Fejziu che esisteva dal '97, il quale aveva iniziato in TVSH e dopo un anno è passato a Tv Klan; nel nostro canale invece, che trattava gli stessi programmi politici, era la trasmissione di Rudina *Shqip*. In questi due programmi politici circolavano sempre le stesse facce e gli stessi personaggi politici, massimo dieci, che giravano da un programma all'altro. Era quindi un format molto chiuso, vedendo sempre gli stessi ospiti. All'epoca esisteva una sorta di "freno a mano", una sorta di timore, metaforicamente parlando, perché nel TVSH esistevano dei principi che dicevano che questo tema fa per la tv e questo no. Quello che io avevo capito, guardando il *Maurizio Costanzo Show*, è che ogni tema fa per la televisione. Ogni soggetto lo puoi trasformare in un soggetto televisivo; ogni discussione si può trasformare in una discussione televisiva, basta avere l'intelligenza nella scelta dei personaggi che inviti in studio. Come tradurre il quotidiano per la televisione. E questa referenza l'ho imparata da Maurizio Costanzo. All'epoca, senza presunzione posso dire che abbiamo fatto una rivoluzione all'interno del piccolo schermo albanese, perché abbiamo invitato nei nostri studi persone che non avrebbero mai pensato di partecipare presso uno studio televisivo, per esempio la prima storia che ho

aperto nella prima puntata di *Top Show*. L'ospite era un barbiere, giunto da Berat a vivere a Tirana, così bravo che tagliava i capelli a una parte dei deputati e di altre figure politiche albanesi. Quindi il tema del programma era "barbieri contro parrucchieri". Perché il lavoro del barbiere è molto più semplice di quello del parrucchiere: ti tagliano i capelli e via. I parrucchieri invece ti lavano la testa, ti mettono le lozioni, hanno una maggiore cura nel taglio dei capelli, quindi, il confronto è fra tradizionale e moderno. Mentre Pipi, si chiamava così il barbiere, all'interno della trasmissione ha "rapinato" tutte le nostre attenzioni, creandosi uno spazio al centro del programma. Tutto quello che girava nel programma girava intorno a lui, perché sapeva come raccontare le storie in modo divertente, aveva molto humour. Rispondeva a quelli contrari al suo pensiero in modo così simpatico che era bello sentirlo; tutto questo si è trasformato in uno spettacolo divertente. Questo spettacolo era bello sia in studio ma anche per i telespettatori perché si riconoscevano in questo personaggio, non essendo un politico ma uno di loro. Questo ambiente così positivo si è creato di conseguenza anche nelle case dei telespettatori. È stato una rivoluzione per la tv albanese perché non era mai successo che uno sconosciuto stesse al centro del programma. Quindi anche altre persone comuni che non avevano mai partecipato a programmi televisivi, non è poi così difficile recarsi in tv e dire quello che pensi, basta essere sé stessi ed è tutto facile. Questo modo di fare televisione è stato parte del processo di cambiamento della tv albanese. Le nostre referenze erano quindi *Zelig* per *Portokalli* e *Maurizio Costanzo show* per *Top Show*. Questa parte che è la genesi del programma è stata presa dalla tv italiana, in seguito con il passare degli anni qualche elemento è cambiato.

**Mi ha raccontato della prima fase della nascita del canale dove ha lavorato, e di questi format di ispirazione italiana. Ci sono altri format nella tv albanese che hanno preso ispirazione da quelli italiani?**

Guarda, adesso viene trasmesso un programma che sta facendo "il botto", in Top Channel, chiamato *Përputhen*, il suo riferimento italiano è *Uomini e donne* di Maria de Filippi su Canale 5. Quindi noi spesso ci riferiamo alla tv italiana perché a priori è difficile inventare format autoctoni di successo. Quando nasce un nuovo canale trasmette sempre i contenuti che più o meno vanno per la maggiore in altri canali; dapprima si seguivano esclusivamente programmi italiani, poi via via con il tempo si è esteso l'interesse verso altri Paesi esteri arrivando un giorno a comprare direttamente tramite Endemol le patenti onde poterli riadattare per il pubblico albanese, come il *Grande Fratello...* però nel modo in cui è costruito il nostro palinsesto giornaliero, i nostri riferimenti si rifanno sempre ai canali italiani. Il modo in cui gli italiani guardano la televisione. Questo anche è dovuto al fatto che in Albania non abbiamo un istituto riconosciuto che misura lo share, il quale non misura solo

l'audience ma studia pure gli effetti dei programmi, per esempio la fascia di pubblico che ti segue in un determinato orario o sceglie un determinato programma; chi consuma più televisione tra maschi o femmine, chi segue di più un programma in base all'età... tutti questi elementi te li fornisce un istituto serio che misura i dati televisivi. Ovviamente in corrispondenza la tv paga per questi dati, ma almeno ti dà la possibilità di conoscere il target di riferimento, più o meno. Serve quindi un istituto riconosciuto di cui tu possa fidarti dei suoi dati, cosa che in Albania non esiste. In questo modo è molto difficile studiare il pubblico, il suo comportamento, al fine di capire al 100% i suoi gusti. Al giorno d'oggi questo processo è diventato più complicato perché le persone tante volte guardano i contenuti sui social media, sul pc o dal cellulare. Non avendo a disposizione i dati televisivi ci riferiamo ai contenuti pubblicati sui social e ai click/commenti che generano, come succede in Italia. Quindi, costruendo un modello come quello italiano, che ha un *target* specifico, riusciamo a formare anche in Albania più o meno lo stesso *target group* presente in Italia. In poche parole, si analizza lo *share* italiano di un programma per fare una stima approssimativa equivalente per il pubblico albanese. Questa scelta viene fatta perché l'audience tedesca, francese o inglese si comporta diversamente: hanno altri gusti, diversi dai nostri e da quelli italiani. [...] i canali italiani hanno funzionato come modelli di costruzione del palinsesto televisivo albanese. Questo tipo di organizzazione [...] non si riferisce soltanto a Top Channel, dove ho lavorato per 20 anni, ma anche a tutti gli altri canali che seguono lo stesso modello: anche Vizion Plus, dove mi trovo adesso, Tv Klan, o altre emittenti che nascono oggi, si riferiscono a quel modello. Questo perché nel nostro Paese non sono stati fatti studi approfonditi sul pubblico tali da permettere di cambiare questa condizione.

### **Quali sono i programmi più seguiti dal pubblico albanese e quali sono i temi trattati al loro interno?**

Dal mio punto di vista, secondo la mia esperienza, sono tre le tematiche che attirano di più il pubblico albanese: quella dell'intrattenimento, che genera un numero elevato di audience; i varietà, che tu potresti guardare in famiglia, come *Portokalli*, *Koshere*, *Kalifornia*, *Al Pazar*, quattro programmi molto simili tra loro, in quattro canali diversi, che hanno sempre tanti telespettatori perché sono molto seguiti facendo parte dell'intrattenimento. Questo secondo me è di vitale importanza. La seconda tematica, che però riguarda un pubblico più ristretto, sono le telenovelle, quindi, in generale possiamo prendere soprattutto le femmine ma anche all'interno di questo genere bisogna fare una cernita in base al target group, o meglio si potrebbero dividere tra lavoratrici impegnate, che non le guardano, e le casalinghe, che non avendo un lavoro guardano le telenovelle per passare il tempo. Di conseguenza possono esserci ragazze giovani che insieme alle madri o alle nonne guardano questi

contenuti non avendo impegni, piangendo per i dolori dei personaggi della fiction. Ma questo non esclude che anche le lavoratrici non guardino tutte le serie trasmesse durante la giornata, ma alcune. La terza tematica, senza dubbio, è la politica; essa continua a mantenere gli spettatori incollati allo schermo soprattutto quando ci sono discorsi molto accesi, e questo può capitare in un momento particolare, dove il conflitto politico tra i partiti diventa molto aspro, duro. Di conseguenza, più è forte il dibattito, maggiore sarà l'audience della trasmissione nelle ore serali. Non a caso, Top Channel ha messo in prime time una trasmissione politica alle 21:00 che è una pazzia pensarla, dallo scorso settembre fino a pochi giorni prima delle elezioni del 25 aprile, perché tutta questa fase è stata accompagnata da forti tensioni politiche tra i vari partiti e candidati, con tematiche di base ovviamente riferite alle elezioni di aprile. Lo scopo di questa decisione era quindi quello di incollare davanti allo schermo il maggior numero possibile di spettatori, oltre allo scopo di fare una contro-programmazione perché gli altri concorrenti diretti di *Open* iniziavano prima, invece, *Opinion* di Klan inizia alle 22:30. Credo quindi che queste tre tematiche siano quelle più importanti, non so quanto possa essere veritiero o meno, ma questo è il mio punto di vista. Ovviamente ci sono altre tematiche che attirano molto il pubblico albanese, come la cronaca nera, o anche quando si parla di temi storici che interessano molto al pubblico. Ultimamente vanno molto di moda anche storie di personaggi comuni che raccontano la loro esperienza personale; tu li chiami e loro diventano parte del tuo programma raccontando la loro storia, di come son venuti fuori dal nulla ottenendo magari successo nella vita. Quindi si parla di storie di vite umane che tu includi nel programma, interessano al pubblico albanese. Questa in sostanza è l'offerta televisiva dei nostri canali.

**La maggior parte di questi programmi trasmette cultura albanese o anche cultura straniera? Per esempio, le telenovele, di cui parlavamo prima, sono in lingua turca. I film odierni, invece, sono in lingua italiana o in inglese?**

Oramai in Albania, per quanto riguarda la trasmissione di film, anche se nei canali albanesi ne vengono trasmessi pochissimi, al primo posto troviamo le produzioni americane. È cambiato quel rapporto di una volta dove tutti i film di produzione statunitense li “consumavamo” (guardavamo) doppiati in lingua italiana con sottotitoli albanesi. Oggigiorno “regnano” quelli americani. Invece la maggior parte delle telenovele sono in lingua turca, che vengono trasmesse da TV Klan o Vizion Plus; Top Channel ha resistito per un lungo periodo a questa tentazione ma qualcosa ha ceduto, passando quindi a trasmettere qualcosina, perché cerca sempre di mantenere uno standard alto sulla trasmissione di telenovele, preferendo quelle di altri paesi a quelle turche. Questa tradizione va avanti dai primi tempi, da quando Artan Hoxha ha iniziato a comprare le telenovele brasiliane e venezuelane,

ma che avevano uno standard diverso da quelle turche, e che cercano di mantenere anche adesso. Oggi Top Channel trasmette una serie tv ogni venerdì – un episodio a settimana – per differenziare il palinsesto senza trasmettere le solite telenovele di tutti i giorni, se non ricordo male s'intitola *Narcos*. Quindi cerca sempre di mantenere un alto standard dei contenuti trasmessi; se prendessimo DigitAlb, la piattaforma privata di Top Channel, c'è una varietà impressionante di contenuti, perché a pagamento; al suo interno troviamo un canale che trasmette solo film albanesi, cosa che adesso fa anche TV SH. Poi c'è un altro canale che personalmente mi piace tantissimo: DigiEuro, che trasmette principalmente solo prodotti europei; una serie tv russa che ha trasmesso Netflix che ha avuto molto successo, *Trotsky*, molto bella, fantastica, ma vengono offerti anche altri film come quelli francesi, ma l'offerta della piattaforma privata è molto diversificata, facendo riferimento a diverse culture.

**Durante questi anni di esperienza televisiva ha mai avuto collaborazioni con giornalisti italiani o canali tv italiani? O anche ospiti italiani durante le trasmissioni?**

Esperienze di collaborazioni non ne ho avute, a dir la verità, ma ho avuto ospiti in studio diversi italiani, come giornalisti; 4-5 anni fa fu ospite Ezio Greggio. Ho avuto anche alcune band musicali, in realtà non molto famose in Italia, erano del sud, ma li invitavo al *Top Show*, perché all'interno della settimana organizzavamo una serata basata sul genere *Infotainment*, quindi, prendevamo un personaggio legato alla cultura o all'arte o allo *Showbiz (gossip)*... questa è la scelta del mix di elementi che di solito gli ospiti dovevano avere. Quindi i personaggi venivano in studio a raccontare la loro storia; non c'era un tema centrale ma ognuno di loro raccontava la sua esperienza e poi si discuteva con gli altri ospiti intorno a questo tema. Ora non mi ricordo un numero esatto di ospiti italiani, non dico che c'è stata una frequenza altissima, ma ne ho avuti diversi.

**Agon Channel: cosa ha portato al pubblico albanese? Quale è stato il suo impatto? I temi che trattava con i suoi contenuti?**

Non sarei molto onesto se ti parlassi tanto di Agon Channel, l'ho seguito più sulla storia che Beghetti ha avuto nei vari media riguardo lo scandalo dei rifiuti scoppiato a Roma, di cui lui fu protagonista, e nel conflitto che ha avuto con il governo albanese. Si è sentito parlare molto anche delle offerte da capogiro che lui offriva alle figure albanesi d'élite, dei tanti personaggi italiani che lui ha invitato presso il suo canale. Mi ricordo bene del giornalista che ha sostituito Enrico Mentana alla conduzione di *Matrix*: per un periodo aveva pure lavorato come corrispondente della CNN, quindi, quando Beghetti iniziò le sue trasmissioni lui lasciò Canale 5 per venire in Albania. Non l'ho proprio seguito questo canale, quindi non ti so dare informazioni in merito... ha avuto un pubblico ma

non penso che abbia avuto un impatto molto grande, quindi, magari questo impatto era momentaneo; se veniva Barbara d'Urso dall'Italia nei suoi studi a condurre un programma televisivo, è normale che il pubblico lo seguiva... perché era Barbara d'Urso. Quindi il successo derivava da questi sporadici eventi speciali. Non ti so dire però se ebbe un impatto più grande degli altri canali, che prendevano i format televisivi italiani adattandoli per il pubblico albanese; sono molto riservato sul tema perché non ho conoscenze in merito.

### **Come giornalista, come vedete il rapporto tra politica e i media?**

In verità esiste sempre un'attenzione per quanto riguarda i programmi politici più importanti, o le notizie, quindi, i problemi nascono perché la politica vuole occupare i notiziari e appunto questi programmi per stare al centro dell'attenzione. Perché a loro non interessa di altri programmi come telenovelle o intrattenimento, a loro interessa stare al centro di questi due programmi... e qua si crea una certa tensione, un faccia a faccia tra il giornalista e la figura politica in studio. E poi c'è un altro tipo di tensione che si crea tra i dirigenti, la proprietà o anche il giornalista presente in studio e la figura politica, dove il rapporto tra proprietario e politica può influenzare anche il lavoro dei dirigenti o del giornalista stesso. Quindi esiste. Quello che ritengo più pericoloso è quando si crea un certo rapporto: ovvero quando il giornalista in studio vuole diventare protagonista come lo stesso politico che ha davanti, e quindi quando lui pensa che può decidere chi invitare in studio tra le figure politiche. Quando si crea questa parità di rapporto, nasce anche una sorta di sfida da parte del giornalista verso il politico, perché gli si dice "tu sei diventato famoso perché ti ho invitato in studio facendoti un politico più riconosciuto... quindi se non ti dovessi invitare più in futuro non saresti più quello che sei" – *quindi una forma di ricatto che il giornalista fa il politico*<sup>629</sup> – alcuni dei nostri colleghi purtroppo si sentono così. Senza dubbio non si può ignorare il rapporto che i dirigenti hanno con i giornalisti su determinati argomenti e le direttive che danno in base ai propri interessi. Questo rapporto, diciamo, viene "smussato" dal semplice fatto che quando un giornalista accetta di lavorare per un canale televisivo accetta di conseguenza la sua linea editoriale a priori, quindi, anche il rapporto tra giornalista e politico dipende sempre dalla linea editoriale. Se lavori con uno di sinistra guarderai meglio i politici di sinistra e viceversa. Ovviamente non tutti i giornalisti che lavorano in un canale televisivo hanno questi punti di vista, ma questo succede anche all'interno di un partito politico: si sono sempre elementi più estremisti o più moderati, e questo complica un po' il rapporto giornalismo-politica, perché quando tu intervisti un politico e a tuo dire ti dà una buona impressione, pensi che stia facendo un buon lavoro, o che sia una persona onesta, per forza devi fare certe domande spinose

---

<sup>629</sup> Parole dell'autore.



perché i tuoi dirigenti te lo hanno imposto. Stare da una parte non è in sé e per sé una cosa buona, quando pubblicamente dichiari di approvare un partito o l'altro... ma l'indipendenza esiste quando al politico che hai davanti fai tutte le domande possibili, in base a come le pensi e non a come ti vengono imposte. Penso che questo aspetto sia molto simile a quello dei giornalisti italiani, perché quando si parla di politica tante cose ti vengono imposte.

**Il pubblico albanese ha bisogno di un numero così grande di canali televisivi? Siamo meno di 3 milioni di abitanti e abbiamo circa 70 canali...**

La prima cosa che direi è che non ne abbiamo bisogno. La realtà televisiva albanese non ha bisogno di un numero così alto di canali, penso, ma bisogna trovare la causa perché nasce continuamente un nuovo canale televisivo dopo tutti quelli già esistenti... a che scopo? Ad esempio, Artan Hoxha ha creato Top Channel perché era la cosa migliore che lui sapeva fare, ma un altro nome importante come Alexander Frangaj (proprietario di TV Klan) sa fare molto bene televisione, perché da piccolo lavorava nel giornale *Koha Jone* anche se adesso lui non è solo un imprenditore mediatico, ma le sue imprese raggiungono molti altri campi, anche a causa dei legami politici che ha sfruttato per tutti questi anni. In parole povere, o crei il canale secondo i motivi di cui sopra, o lo crei come un'arma per proteggere i tuoi investimenti dalla politica. Quindi quest'arma tu la utilizzi sia per proteggerti ma anche per attirare vantaggi dal campo politico. Secondo me sono queste le domande giuste da porsi, perché se riprendessimo tutti i canali di fila, da queste tre domande tu potresti trovare le risposte giuste. Ci sono diversi canali che non so chi li segue o che funzione hanno, ma stanno là e trasmettono ogni giorno... non so come sopravvivono, non è il mio campo di competenza, ma ci sono, perché i loro proprietari sostengono che sono importanti, gli servono.

**Questo numero così alto richiede un numero altrettanto alto di giornalisti ed esperti del mestiere. Il mercato albanese riesce a coprire questa richiesta con giornalisti professionisti?**

Assolutamente no. Purtroppo, un numero considerevole di persone che lavorano in questi media hanno poca esperienza, sono poco qualificati. La cosa che mi stupisce è che alcuni canali non hanno proprio seguito, quindi mi domando: "Ma perché questo canale rimane aperto? Perché trasmette?" Ma solo per dire che io possiedo un canale televisivo. Quindi questo comporta secondo me, nelle figure politiche, una sorta di "paura" verso gli imprenditori che hanno un canale televisivo. C'è una frase molto bella di un personaggio che lavora con me, di cui purtroppo non posso dirti il nome, il quale andava e chiedeva soldi all'ambasciatore cinese a Tirana, è una storia vera... per mantenere in vita il suo giornale. L'ambasciatore, dopo questa richiesta, ha iniziato a ignorarlo ma in

modo carino per non fargli pesare questo fatto, ma lo teneva sempre buono con le parole promettendogli “appena ho dei fondi disponibili ti farò un dono”. Questo un giorno andò dall’ambasciatore e gli disse: “Se non mi da questi finanziamenti allora io inizierò a scrivere articoli che minacciano l’immagine della cultura della repubblica comunista cinese”. Un giorno l’ambasciatore incontrò il proprietario di questo giornale, dove il giornalista lavorava, e chiese: “Ma lui quante copie vende con gli articoli che pubblica?” Il proprietario gli rispose che più o meno erano 200-300 copie, allora l’ambasciatore cinese rispose: “Qualsiasi cosa possa scrivere costui nei suoi articoli sulla repubblica cinese, cosa possono fare 200-300 copie? Anche se fossero lanciamissili militari, sarebbero un numero comunque insignificante”. Tutta questa storia per dire che quando uno ha in mano qualcosa lo utilizza per aggredirti, per scopi personali. Quindi i politici albanesi hanno questa sorta di paura da chi possiede un giornale, o un canale televisivo, perché io ti potrei aggredire in qualsiasi momento se non ti comporti bene con me. La cosa peggiore che succede oggi è che i siti web iniziano a parlare e sparlare per un determinato scopo; quindi, metaforicamente parlando, io ho una pistola in tasca: che sia vecchia o nuova, se spara o non spara, il solo fatto che la vedi hai paura. Quindi purtroppo nei media albanesi regna questo principio, dove qualsiasi persona attraverso di essi può colpirti o ricattarti. Purtroppo, non c’è un piano regolativo riguardo i media in generale, ma la cosa che succede spesso è che è il pubblico a creare questo livello dei media. All’interno poi di questo numero così alto di canali esistono anche quelli locali che hanno un peso specifico nell’ambito regionale, ma anche un posto come Gjirokastra, il comune più piccolo in Albania, durante le elezioni elegge soltanto tre deputati e là abbiamo tre canali televisivi... quindi è una scelta inconcepibile.

### **C’è altro da aggiungere?**

Quindi c’è stata un’unica realtà televisiva fino al ‘97 che è stato TVSH, ossia l’unica emittente statale. Siccome la realtà che trasmetteva era molto ristretta per noi, le nostre necessità venivano colmate dalla televisione italiana. Mi riferisco soprattutto alla città di Tirana e tutte le altre che sono in prossimità della costa Adriatica. Notavo che dopo le 22, quando i programmi della televisione albanese finivano chiudendo le trasmissioni, ci poteva raggiungere il segnale della Rai. Quando spariva il segnale di TVSH, in automatico entrava quello della Rai perché trasmettevano sulla stessa frequenza. Scherzando con gli amici, avevamo un modo particolare per chiamare i canali Rai: quando ci s’incontrava, non si diceva “Hai visto il canale Rai?”, ma “Hai visto il 10?”, ovviamente facendo riferimento alla ricezione del segnale del canale italiano. Per noi il numero 10 corrispondeva alla Rai. Dopo gli anni ’90 si potevano guardare liberamente Canale 5, Rete 4, Italia 1, così come si potevano vedere Rai 1, Rai 2 e Rai 3 (mi riferisco sempre alla città in cui mi trovavo, Tirana). Questi canali,

accessibili liberamente, riempivano tutto lo spazio vuoto della televisione albanese. I canali che si vedevano avevano un impatto diretto, non essendoci alcuna intermediazione: dal momento che il segnale che ci raggiungeva era diretto, il pubblico albanese guardava i canali italiani più degli italiani stessi. Il nostro consumo dei loro contenuti era altissimo. L'attenzione del pubblico oggi è maggiore sui canali locali: con questo termine mi riferisco ai canali albanesi, consumando sempre meno gli altri canali stranieri dentro la piattaforma.

**È verissimo tutto quello che appena avete descritto, ma oggi l'attenzione dei nostri canali punta sul riprodurre i loro format televisivi: in Tv Klan troviamo *Shifemi në gjyq (Forum)*, su Top Channel *Dua të të bëjë të lumtur (C'è posta per te)*.**

Sì sì, troviamo anche altri come *Chi ha incastrato Peter Pan* per i bambini, quindi si è passati dal periodo della pirateria e dell'influenza diretta a quello dell'imitazione dei programmi televisivi. A breve in Top Channel inizierà il programma *Grande Fratello Vip*. È prodotto di Endemol, ma l'evoluzione alla versione "Vip" se non mi sbaglio è una produzione tutta italiana. Volevo aggiungere un fatto molto interessante: noi che abbiamo consumato per un lungo periodo la televisione italiana perché gli italiani nel '91 sono rimasti a bocca aperta quando ci sentivano a parlare così bene la nostra lingua. Noi rispondevamo che abbiamo imparato la lingua tramite la televisione; per loro era inconcepibile questo fatto, non riuscivano a crederci. Oggi guardando mio figlio le cose sono cambiate: lui parla inglese, durante il tempo libero i contenuti che guarda su YouTube li guarda nella lingua inglese, come anche film e cartoni animati. In questo senso, visto che è molto piccolo già può essere considerato bilingue; in casa parliamo in albanese e grazie ai contenuti che mio figlio guarda online impara l'inglese... parla anche l'albanese ma con l'accento inglese. Questo esempio dimostra come i media influenzano e come sono cambiati i tempi: io ho imparato la lingua quando ero piccolo a causa della televisione italiana. Mi sono scordato di dire un elemento molto importante: noi guardavamo i canali italiani dalle 22 alle 18 del giorno dopo quando TVSH iniziava le trasmissioni. Durante la giornata non si trasmettevamo programmi da TVSH, l'orario di trasmissione era molto ristretto con solo quattro ore di programmi. Di conseguenza anche durante il giorno noi guardavamo tutto il tempo il canale 10, ossia Rai 1, e altri canali italiani. Se mio figlio vede questi cartoni online io li guardavo sui canali Rai dell'epoca, se non ricordo male verso le 15 o 16 del pomeriggio, come *Dolce Remi*, o leggevo libri di Edmondo De Amicis, famosissimo scrittore per bambini, come quello tradotto in albanese che si intitola *Zemra* ("Cuore"). Un altro che mi viene in mente è *Tarzan o Mazinga Z*, noi ci siamo nutriti di questi contenuti e abbiamo imparato l'italiano, invece, i bambini di adesso imparano l'inglese perché i contenuti che guardano adesso sono in lingua inglese. Se

prendessimo il profilo storico l'influenza italiana è molto recente: non è stata sul territorio albanese soltanto nella Seconda Guerra Mondiale ma anche nella Prima, non in tutta l'Albania ma in alcune zone. Mia nonna mi raccontava che viveva nella zona di Himare, dove la maggior parte sono bilingue perché parlano albanese e greco ma nella piccola campagna dove lei viveva si utilizzavano alcune parole in italiano: invece di dire ha supën (mangia la minestra) diceva ha minestren - utilizzando la stessa parola italiana con suffisso albanese dove la *a* viene sostituito da *en* - alcune parole facevano parte del loro dialetto. Penso che questa forma di contaminazione sia del periodo dell'occupazione fascista e della televisione. Non bisogna dimenticare che le più grandi città costiere come Durazzo, Valona e Scutari, storicamente hanno avuto rapporti commerciali con l'Italia, o gli studenti albanesi che durante il periodo di Re Zog andavano a studiare oltre le sponde dell'Adriatico, che dopo aver finito gli studi e tornavano in patria, ovviamente portavano con sé parte della cultura italiana. Questo è dovuto anche al facilissimo modo per raggiungere il Paese: con la nave la strada era molto più breve verso l'Italia, per andare in Grecia, per esempio, bisognava passare attraverso tutte le montagne portando così alla maggiore difficoltà che quella cultura ci influenzasse come quella italiana, anche nel sud dell'Albania è molto presente. Questo aspetto che ho appena raccontato è legato molto all'aspetto commerciale tra l'Albania e i nostri vicini, per questo l'influenza italiana è stata sempre dominante se paragonata agli altri paesi che ci circondano. Tutta la costiera albanese occidentale è stata da sempre soggetta all'esposizione dell'influenza italiana, si può parlare dal periodo veneziano per dire, dove in alcune città albanesi la loro influenza era veramente fortissima. Un altro esempio è la piccola isola di Corfù, che prima della conquista inglese nel '800 è stata sotto il dominio veneziano per un lungo periodo. I rapporti con l'Italia sono molto più recenti, hanno raggiunto il picco nel '39 e negli anni 90, ma il percorso storico dei rapporti tra i due Paesi è molto più recente.

Un altro fatto interessante che è fino agli anni 70 la televisione italiana si vedeva liberamente in Albania, dappertutto, anzi: nella montagna di Dajt – *“che si trova all'est della città di Tirana”*<sup>630</sup> – hanno montato un ripetitore che serviva a rafforzare il segnale televisivo allo scopo di guardare i canali italiani. Il regime dell'epoca permetteva che i notiziari delle 20:30 di Rai 2 si potessero vedere tranquillamente, il segnale era disponibile soltanto durante il tempo che il notiziario veniva trasmesso e poi veniva interrotto. Secondo l'idea che mi sono fatto è dovuto al fatto che dalle 20:00 alle 20:30 veniva trasmesso il notiziario di TVSH, quindi, lasciavo il segnale libero solo a partire da quell'ora per non fare concorrenza alla televisione albanese. Un fatto molto interessante è che durante il notiziario del canale italiano il segnale si vedeva molto bene; se nel notiziario fosse comparso il Papa il segnale veniva bloccato per tutto il tempo del servizio che parlava di lui, così il segnale si poteva

---

<sup>630</sup> Corsivo dell'autore.

captare un'altra volta. Un altro esempio riguarda il Presidente degli USA Regan: tutte le sue visite o quello che il notiziario trasmetteva veniva subito interrotto il segnale e poi tornava subito disponibile.

Tornando sul discorso dei programmi presi, copiati o imitati dall'Italia, il primo è l'undicesimo Festival della canzone albanese, può essere considerato una copia fedele del *Festival di Sanremo (nda)* con riferimenti molto chiari e netti. Le somiglianze si riscontrano nel modo di fare musica [...], nel modo di vestirsi e di acconciare i capelli. Il cantante albanese Francesk Radi era un grande imitatore di Adriano Celentano: se senti le sue canzoni dell'epoca è chiaro il riferimento al cantautore italiano. Tutto questo modernismo, considerato una potenziale minaccia, ha portato alla decisione di interrompere il Festival stesso. L'influenza italiana inizia dagli albori della nascita di quello albanese, per non parlare anche della radio italiana che sentivamo, ricordo che alle 12 si sentiva il *Long Play Hit* e dopo verso le 13 si sentiva *Hit parade*, o programmi serali della radio. L'Albania aveva tanti buchi che venivano colmati dalla cultura italiana – *metafora per dire che i contenuti di cultura italiana arrivavano da tutte le parti, così come un tetto pieno di buchi che permette di entrare al suo interno la luce del sole da tutte le parti come viene inteso anche l'Albania, come un Paese dove i contenuti entravano* – se ci riferiamo a quel periodo storico.

**Grazie della sua preziosissima testimonianza.**

## LUTFI DERVISHI – intervista 1 luglio 2021

### **Mi parli della sua formazione professionale.**

Ho terminato gli studi al liceo di ingegneria motoristica, poi ho proseguito gli studi nel campo della geologia, nello specifico ingegneria mineraria. Sono entrato in contatto con il mondo del giornalismo nel '91, quindi per me è una passione. Per quanto riguarda invece i corsi di formazione per il giornalismo li ho fatti in Albania da enti stranieri e poi anche all'estero, ad esempio in Inghilterra, dove sono stato presso la BBC. Il master nello specifico riguardava la radio e altri corsi settimanali presso Reuters, però posso dire che, come si dice in inglese, sono *self-made* (autodidatta), quindi il mio percorso in questo campo è più dovuto alla mia passione che alla formazione universitaria.

### **Quali sono i programmi più importanti che ha diretto?**

Ho partecipato a diversi corsi come formatore, e uno dei progetti più importanti è stato la produzione di “giornali ideali” nell'istituto dei media albanesi collaborando con giovani giornalisti. Il titolo del progetto era *Think like a reader (Pensa come un lettore)*, è stato uno dei progetti più interessanti a cui ho partecipato. Al secondo posto metterei la trasmissione *Perballe (Di fronte)* basato sulle interviste. L'idea di questo programma è di fare domande approfondite specifiche con i toni morbidi della discussione, la prima stagione è stata 2007-2009, e poi il secondo periodo va dal 2017 al 2021 che si sta concludendo. Il progetto televisivo più lungo che ho svolto.

### **Quali sono le tematiche più importanti che trattavate più spesso in questa trasmissione?**

La maggior parte delle volte gli ospiti erano personaggi politici famosi o figure specializzate nella politica. Ho intervistato per esempio il presidente della repubblica, il primo ministro dell'Albania, del Kosovo, ma anche di altri paesi balcanici. Ho intervistato anche personaggi politici da tutto il mondo, come Matthew Palmer, vice assistente del segretario di stato USA. Ci sono anche occasioni dove trattiamo altri temi come la pandemia, o casi specifici quando si discute del bilancio nazionale o sull'istruzione, o altre tematiche importanti, ma la maggior parte della trasmissione è basata su tematiche politiche nazionali, senza escludere personaggi stranieri, o del nostro paese quando c'è una questione importante da discutere. Ho intervistato inoltre ambasciatori di diversi paesi come quello italiano qualche anno fa, ma anche altri con una certa influenza sul nostro paese.

### **Com'è nato questo programma? Di chi è stata l'idea?**

È stata un'idea mia personale, collegata al passaggio delle interviste che facevo per i giornali al periodo in cui insegnavo per i nuovi giornalisti, quindi, tutta la teoria che studiavo con loro la volevo mettere in pratica. L'idea è nata da un mix di diversi programmi esistenti, prendendo spunto su diversi elementi, principalmente dal mondo anglosassone, per esempio *Hard Talk*, o un mix di diversi personaggi come Charlie Rose negli USA, il quale fa le interviste con un certo tono. Quindi con il passare del tempo mi è venuta l'idea di creare questo programma. Il suo scopo principale è fare domande mirate e approfondite intervistando persone che hanno un certo spessore pubblico e conoscenze, senza utilizzare un vocabolario volgare e basato sul dibattito. Questo programma non ha proprio a che fare con questi tipi di programmi, è differente... anzi tutto l'opposto. L'idea è proprio di non comportarsi come loro ma di differenziarsi, basandosi su toni bassi e profondità dell'argomento, facendo un'analisi molto profonda del discorso preso in esame o trattato.

**A chi è diretto questo programma? Qual è il suo target?**

Non ai giovani, vedendo certe condizioni specifiche del paese fa riferimento a quella porzione di telespettatori che sono interessati alle notizie giornaliera e ai fatti politici. Quindi dai 35 anni in su. Tutti quelli che sono interessati alla politica si riconoscono in questo programma.

**Negli anni '90 in Albania esisteva un solo canale, poi con la nascita degli enti privati siamo passati a una pluralità mediale. Secondo il suo punto di vista quali sono i canali più importanti in Albania attualmente?**

Prima vorrei fare una piccola divisione. Troviamo tre tappe diverse: il decennio 1990-2000 è stata l'epoca della tv statale TV SH; nel secondo decennio è avvenuta la nascita dei canali privati, oltre che il loro consolidamento, come Top Channel, Klan e Vizion Plus. All'epoca c'era un'altra emittente che oggi non c'è più: TV Arbëria. Nel terzo decennio abbiamo questi canali principali che trasmettono informazioni che si mischiano con le reti sociali che non divulgano informazioni solo attraverso la tv ma anche attraverso piattaforme web e social network. Quindi vediamo una sorta di rivoluzione con il passaggio da un monopolio di un unico canale a 56 canali televisivi, 200 via cavo, e 3 o 4 piattaforme digitali. Quindi siamo passati dal monopolio a una stragrande abbondanza di offerta televisiva, che dimostra che la tv non funziona secondo la legge del mercato perché l'Albania non ha un mercato così grande per giustificare un numero così elevato di canali. La sfida dell'Albania è paradossale: non deve avere più canali ma deve fare in modo di averne di meno, e i canali privati sono molto consolidati. E la sfida in questi anni è che anche il canale pubblico si deve consolidare come loro alternativa. Oggi in Albania i canali regionali sono molto deboli, però tutti vogliono

diventare nazionali, per questo non si concentrano sulle notizie locali ma tutti cercano di trasmettere notizie nazionali. Quindi ogni tanto trovi quelle piccole emittenti nelle piccole città che anziché trasmettere notizie di quella zona cercano invece di trasmettere notizie nazionali, cercando di assomigliare alle tv maggiori, per dare quell'idea che anche noi siamo grandi, perché facciamo grandi cose. Questa secondo me è una questione che va risolta e penso che con il tempo si aggiusterà, dove ognuno troverà il suo posto.

**Visto che abbiamo un numero così elevato di canali, quali sono i macrotemi che trasmettono? I canali sono differenziati tra loro per le tematiche che trattano o sono simili?**

Avviene una cosa mentre noi stiamo parlando, c'è una tendenza in corso, ovvero il fatto che i personaggi politici dei media comunicano molto con i loro social network. Questi social hanno preso la funzione di media perché si autopromuovono; i media albanesi se dovessimo dividerli in tre categorie si dividerebbero in: televisione pubblica, emittenti private nazionali, e quelle locali. I canali e le emittenti private nazionali sono orientati verso l'audience, questo fa sì che si trasmettano tante telenovele come *Cento Vetrine*, prima, ma adesso si trasmettono più quelle turche; il dibattito politico è sempre in "prime time", non è quasi mai in seconda serata come spesso succede in Italia, ma da noi sempre in prima serata. Da lunedì al venerdì da noi in seconda serata vedi solo dibattiti politici.

**Questa scelta viene fatta perché il pubblico vuole questi argomenti o per un altro motivo?**

Secondo me questa scelta si basa su due principi: produrre questi programmi è poco costoso perché con 3-4 ospiti in studio si parla per ore, e poi è un altro modo che i proprietari dei media hanno trovato per stare vicini al potere politico, ovviamente per i loro interessi personali. Per me l'audience viene dopo questi due principi in questa formula. Sembra sempre che nei 10-15 canali più importanti girino sempre le stesse notizie, che succedano sempre tante cose perché vengono riportate in continuazione da questi media, ma in realtà sono le stesse notizie, anche quando succede un incidente tra due persone in bicicletta, e quando avviene un incidente molto più grave parlano allo stesso modo per tanto tempo. Anche di notizie meno importanti ne parlano così a lungo da farle sembrare importanti, perché per ogni minuto di trasmissione bisogna trasmettere qualcosa secondo le direttive aziendali. Questo per me è dannoso per quanto riguarda il consumatore, perché io ora vivo a Tirana, ma cosa m'interessa di un litigio avvenuto in una cittadina a sud del paese? O è successo un incidente o qualcuno ha ammazzato qualcun altro... tutte queste notizie vengono trasmesse anche in tutti i locali dotati di tv, e hanno un'influenza molto stressante per tutte le persone sedute al bar che le seguono.



**Dove si colloca il canale TV SH in questi ultimi anni, con la crescita sempre maggiore del numero dei canali privati? In termini di persone che la seguono.**

Nel secondo decennio – 2000-2010 – si sono allontanati tanti professionisti da questo canale, il quale ha subito un abbassamento della qualità professionale. Solo dopo il 2015 c'è stata una sorta di rivitalizzazione del canale, dovuto anche alla digitalizzazione. Un altro elemento importante è la nascita di 15-18 nuovi canali, attivandone anche diversi altri nelle città più grandi del paese. La sfida attuale di TVSH è che deve dare programmi più aggressivi e più vicini al mercato per entrarci; il problema è che per entrare nel mercato che conta, per fare grandi numeri, i canali pubblici non hanno molti amici, hanno solo il pubblico. Il governo non è mai dalla loro parte; da parte loro i concorrenti vogliono che il canale rimanga arretrato e di basso livello perché resta sempre una battaglia di mercato, per raggiungere un alto pubblico.

**Prima ha parlato delle telenovelle straniere. Abbiamo altri programmi nella nostra tv di cultura straniera?**

All'inizio per stare nell'ambito delle telenovelle le prime sono state quelle messicane, spagnole, brasiliane, venezuelane e italiane. Negli ultimi 10 anni dominano forse quelle turche: è una delle più grosse esportazioni che la Turchia fa, anche negli altri paesi, occupando una bella fetta del mercato. Questo è dovuto al grande investimento che loro hanno fatto nell'intrattenimento, ma hanno anche un'influenza particolare da noi dovuta anche al fatto che l'Albania fu sotto il dominio ottomano da metà del '400 fino al 1912. Hanno avuto un grande successo anche perché gli altri non sono stati così aggressivi all'interno del mercato, quindi, i primi guadagni hanno generato altri investimenti raggiungendo un mercato sempre più grande dei prodotti turchi, in tutti i canali privati tranne quello pubblico, di cui non fanno parte.

**Dai primi anni del pluralismo fino al 2010 nella televisione pubblica si trasmettevano un numero considerevole di prodotti italiani tra film e telefilm, perché oggi il numero è diminuito? Cosa è cambiato?**

Questo è un problema molto ampio, fino agli anni 90 la Rai era l'unica finestra dell'Albania e degli albanesi verso l'occidente. Dopo gli anni 90 l'Italia, causa anche i grandi problemi politici che ha avuto, la ricomposizione del suo sistema politico, non era più "babysitter" o protagonista principale che portava l'Albania nel periodo della transizione verso la democratizzazione. Dopo quei primi anni il ruolo è stato assunto dagli USA; il loro ruolo è cresciuto subito occupando lo spazio vuoto lasciato dal comunismo nel paese e questo ha influenzato in modo diretto sulla lingua, perché nell'ultima fase

del comunismo la lingua più parlata era l'italiano, per poi essere sostituito in seguito dall'inglese. Negli ultimi anni diciamo che l'italiano è rinato in Albania, ma quanto accaduto in precedenza fu a causa di una negligenza dello stato italiano. Poi anche il pubblico albanese aveva voglia di cambiare e provare prodotti nuovi. Nella prima fase la lingua inglese si è sostituita a quella italiana come dominante nel paese, e con la privatizzazione delle piattaforme televisive l'italiano è diventata meno importante. La Rai non era più l'unica finestra sul mondo per gli albanesi, dovuto forse anche ai rapporti tra la Rai e la tv pubblica albanese che non sono stati più come prima. Bisogna tener conto che di solito, in generale, la tv pubblica è povera in termini di budget, soprattutto dieci anni fa; la Rai invece opera in un livello più alto, e si vede che qualcosa in questi rapporti è andato storto. Nella prima fase la Rai era presente nell'etere albanese, oggi invece è disponibile solo via satellite o col via cavo.

### **Ci sono format televisivi italiani presenti negli ultimi anni nella tv pubblica o in altri canali privati?**

Ci sono stati alcuni giornalisti che hanno avuto i format italiani come ispirazione, e diversi giornalisti che seguivano quel modello, conduttori famosi, come Ilva Tare, che è stata molto appassionata e seguiva spesso la tv italiana. I primi importati in Albania sono stati i format del *talk show*, anche ai giorni d'oggi, *Striscia la notizia* è stato ripreso da alcuni programmi albanesi come *Fiks Fare* o *Stop e Boom*, o altre trasmissioni pomeridiane, *Appuntamento alle cinque* che sono stati presi da canali italiani. Non ti so dire in modo specifico perché non seguono questi programmi, ma sono stati presi e si prendono in continuazione i format italiani. Ci sono giornalisti e proprietari di media che sono legati a questi format, sono presenti ma non ti so elencare di preciso tutti quanti.

### **Questa scelta è legata all'aspetto economico?**

È legata molto alla conoscenza per fare televisione, perché quando sono nati i primi programmi non erano professionisti del settore e quindi non riuscivano a produrre programmi autoctoni, di qualità o di successo, per questo hanno preso questi programmi italiani per andare sul sicuro, adattandoli per il pubblico albanese. Ciò è dovuto al *copyright* che purtroppo in Albania non è mai stato rispettato per un lungo periodo. Non sono rispettati i diritti di proprietà intellettuale di chi fa questi format.

### **Questo solo nel primo periodo o anche oggi?**

Nel primo periodo non si prendeva proprio in considerazione, non era immaginabile che tu dovessi pagare per il *copyright* per produrre un programma. Dopo gli anni 2000, a seguito della legge per i media, è stato realizzato l'istituto AMA: la situazione è cambiata, non è più come prima, ma rimane sempre un problema per quanto riguarda la proprietà intellettuale. Non è che tu prendi un film e lo trasmetti, ma anche uno specifico format ha il suo autore e quindi il suo diritto d'autore che bisogna rispettare, dico almeno un minimo. Adesso però notiamo un altro fenomeno che certe patenti le comprano da Endemol: comprano programmi già pronti, sono gli stessi che tu vedi nella tv italiana come Affari Tuoi, Grande Fratello, che sono di proprietà di compagnie internazionali.

**Avete avuto collaborazioni con qualche giornalista o media italiani?**

No, non mi è mai capitato.

**Nella sua trasmissione avete mai trattato temi che riguardano l'Italia?**

Sì, quando abbiamo intervistato l'ambasciatore italiano, o quando ho parlato di temi importantissimi come la tragedia del Ponte Morandi a Genova. Ho scritto tanto durante il periodo della pandemia sull'Italia, ma con una frequenza non molto ampia.

**Nel 2013 nasce Agon Channel, cosa ha portato al giornalismo albanese? Che impatto ha avuto sul pubblico? Volevo un suo giudizio come professore universitario a Tirana ma anche come professionista del settore.**

Non ho avuto una durata molto lunga, per vedere la sua influenza. Certamente era una rinascita dei modelli italiani, ha accolto al suo interno i giornalisti migliori albanesi per il salario molto alto ma per una cattiva sorte, per le cause che oramai tutti conosciamo, la storia dell'aspro confronto tra il governo albanese e il suo proprietario Becchetti, non ha avuto il tempo di trasmettere prodotti che venissero graditi da tutti, non ha avuto un grande impatto nazionale, tranne il fatto che era buono, anzi ottimo, nella concorrenza salutare riguardo ai media. Erano molto professionali perché cercavano un alto livello di giornalisti e conduttori, ma non hanno avuto modo, in due anni e qualcosa di trasmissione, di dimostrare la loro reale influenza. Se fosse rimasto sarebbe stato meglio, avrebbe generato una concorrenza più salutare, migliore, con le altre 4-5 televisioni maggiori.

**Al suo interno lavoravano anche alcune figure di un certo spessore per quanto riguarda la tv italiana. Questo che influenza avuto sul giornalismo albanese?**

Penso di sì, c'è stata un'influenza, perché in Albania sono venuti Maurizio Costanzo, Bruno Vespa, Pippo Baudo, personaggi di un certo spessore che hanno avuto una certa influenza sulle persone che hanno lavorato con loro, ad esempio Ardit Gjebrea, o persone della sua stessa generazione cresciute ispirate dalla Rai. Se prendiamo il festival della canzone dell'ultimo anno, il modello è quello di Sanremo, che è uno dei prodotti unici della tv pubblica. Tale influenza è indispensabile perché continua ad agire su alcune generazioni in Albania.

**Prima ha accennato al rapporto tra i proprietari dei media e la politica. Quanto influenza questo rapporto nel lavoro dei giornalisti?**

Influenza tantissimo il lavoro dei giornalisti perché nei nuovi media, quelli non consolidati, senza tradizione né strutture, non riescono a proteggere il prodotto dei loro giornalisti, e quindi influenza tantissimo il lavoro del giornalista che lavora in questa emittente. Inoltre, aiuta molto in quello che si chiama “autocensura”: i giornalisti conoscono i rapporti tra proprietari e politici – con un ministro, un determinato politico – così non è necessario che il proprietario avverta il giornalista su cosa scrivere e cosa no, o “da che parte stare”. Indubbiamente c'è una forte influenza.

**Ha qualcos'altro da aggiungere?**

No.

## **Laert Miraku – intervista del 5 luglio**

### **Mi parli del suo percorso formativo e professionale.**

Ho finito gli studi della triennale laureandomi in giornalismo, poi ho conseguito la laurea specialistica in Giornalismo e Comunicazione, e di seguito il dottorato in Scienze della Comunicazione e Informazione per le Masse. Attualmente sono nell'ultima fase riguardo il dottorato di ricerca. Riguardo altri corsi formativi sono 10 anni che vado all'Istituto Albanese per i Media, il quale non è l'unico nel nostro Paese ma è il più importante che fa corsi ai giornalisti, su diversi aspetti di questa professione. Tra altro, anche il suo professore che vi segue a Tirana, come mi avete raccontato nella presentazione, fa parte del gruppo dei professori che insegnano all'interno dell'istituto. Ho seguito anche qualche corso con altre organizzazioni giornalistiche per rimanere sempre aggiornato sul tema. Durante il periodo dello studio parallelamente ho lavorato anche in televisione, soprattutto riguarda i media online. Ho lavorato presso Ora News e dopo nell'emittente ABC News, interrompendo provvisoriamente il rapporto a causa dello studio molto impegnativo del dottorato di ricerca. Nell'ultimo canale ho lavorato per due diverse trasmissioni; una che riguarda la politica e l'altra la cultura. La prima era molto simile all'*Opinion* di Tv Klan e *Open* di Top Channel, dove si parlava di politica, temi di attualità o fatti della giornata. Il secondo programma invece è molto interessante perché si basava sulla preparazione culturale del partecipante in studio, le sue capacità nel gestire diverse situazioni e dimostrare i propri valori intellettuali.

### **Questo programma si occupava di cultura albanese o anche straniera?**

Durante il periodo in cui vi lavoravo, i programmi si riferivano alla cultura albanese, ma ci sono stati casi dove trattava anche la cultura straniera. Durante il periodo in cui ho lavorato c'erano due trasmissioni che parlavano di cultura: intervistano personaggi famosi del nostro paese ma anche stranieri, come italiani o di altri paesi, comunque succede raramente.

### **Avete mai avuto ospiti stranieri in studio?**

Sì, ogni tanto, quando si parlava di un tema nello specifico.

### **Mi può fare un esempio di cosa si parlava?**

In generale sugli aspetti culturali di una determinata società, si discuteva spesso dei media e dei new media, anche quelli italiani, visto che la loro influenza è molto grande sui nostri media che rimangono al primo posto dopo quelli inglesi, americani e francesi. Siamo molto vicini all'Italia anche

nel modo di fare giornalismo o televisione. Rimanendo su quest'ultima i suoi programmi sono copie o un avvicinamento dei programmi che vengono trasmessi in Italia.

**Visto che studia ancora, questa influenza esiste solo nell'ambito televisivo? O anche nel mondo accademico?**

No no, esiste anche nella parte accademica, le lezioni seguite con i professori italiani, sia nell'Istituto dei Media che all'università di Tirana, non si basavano su un lungo periodo ma solo di qualche ora durante un breve periodo di solito una settimana o al massimo per due settimane. Tutto questo è facilitato dalla larga comprensione della lingua italiana da parte degli studenti albanesi. Questa scelta così breve è legata alle spese di vitto-alloggio e paga per i professori.

**Le lezioni erano focalizzate sulle teorie delle comunicazioni in generale o sullo svolgimento di corsi pratici sul giornalismo?**

In generale si parte sempre dalle teorie delle comunicazioni e poi scendere nello specifico su casi particolari per analizzare al meglio l'influenza dei media italiani in Albania e fare un paragone di come funzionano quelli italiani e quelli albanesi. I casi italiani vengono raccontati dai professori italiani noi, cioè noi studenti del corso parliamo dei nostri media attraverso un dialogo per raccontare le nostre esperienze. Nella maggior parte dei casi succede questo, ma ci sono stati casi in cui ci siamo occupati dell'analisi dei social media dei vari politici per vedere come costruiscono la loro immagine attraverso queste piattaforme nuove di comunicazione. Da questa analisi sono emersi elementi interessanti: in alcuni casi il profilo costruito dai nostri politici era un profilo molto alto, più di quelli italiani, che significa una grande attenzione al numero dei contenuti per aumentare i fan su Facebook, creando così per ogni post pubblicato un esercito di commenti e tante condivisioni. Ti posso assicurare che anche i professori sono rimasti a bocca aperta da questo fatto, che la comunicazione mediante i social producessero questo effetto in un paese come l'Albania. Questo è legato anche a somme considerevoli spese per arrivare a questo risultato.

**Un fatto del genere si può constatare in Italia per quando riguarda la comunicazione di Salvini, che è passato nell'arco di pochi anni da un partito regionale a un partito nazionale che è andato al governo grazie a un *team* di esperti di comunicazione molto bravi.**

In Albania un caso del genere riguarda Edi Rama, il quale ha uno staff molto professionale che cura fino ai minimi dettagli il suo profilo.

### **Qual è la trasmissione più importante in cui ha lavorato?**

Molto significativo per me è *Refleksion (Riflettere)* perché gli ospiti in studio veramente scoprono qualcosa su un determinato tema che viene assegnato per quella puntata. L'ospite in studio è circondato da nove teleschermi in studio, mentre parla del tema sullo schermo le immagini cambiano in continuazione, che ovviamente sono parte del tema. Quindi mentre l'ospite racconta quello che pensa o la sua esperienza deve tener conto anche delle immagini che lo circondano da tutte le parti.

### **Gli ospiti chi sono di solito?**

Sono personaggi pubblici, persone di una certa rilevanza in campi diversi come politica, arte, cultura, letteratura, economia o filosofia. Raccontano qualcosa di sé stessi diversamente perché si crea una comunicazione diretta tra l'immagine che vedono, non sono foto ma video, quindi circondati da diversi frame in base alla decisione che prende il regista. Lo scopo di tutto questo è cambiare lo stato mentale dell'invitato con lo scopo di entrare in profondità dei suoi pensieri per vedere le sue capacità cognitive o la preparazione; se l'analisi della storia trasmessa era fatta molto bene, allora il programma aveva fatto al meglio il suo lavoro, ovvero creare una forte connessione tra l'ospite e la storia che si voleva approfondire.

### **Di chi è stata l'idea di questa trasmissione molto interessante?**

A dirti la verità il format non è nostro ma è stato preso in Olanda. Andava in onda 10 anni fa su ABC News, oggi non so se vada ancora in onda nel suo Paese di origine. Purtroppo, non mi piaceva tanto il fatto che fosse registrato, quando qualche invitato faceva errori soprattutto politici quelle parti dove si facevano errori o figuracce nel modo di esprimersi, se fosse stato in diretta secondo me sarebbe stato ancora più bello. In realtà sapevano a priori di cosa si dovesse parlare, ma le risposte erano d'intuito e non preparate prima perché si basavano esclusivamente dalle immagini che passavano in quel momento e che non conoscevano prima.

### **A chi era diretta questa trasmissione? Quale Target group?**

Penso in generale a quelli con più di trent'anni, era costruito per un pubblico preparato perché bisognava conoscere l'argomento trattato, visto che gli invitati erano specialisti di quel settore, non dico esperti ma dovevano avere conoscenze in merito. Era diretto in sostanza a quelli che avevano un minimo di bagaglio culturale generale.

**Oltre alla trasmissione che ha appena citato, mi può dire quali sono gli altri programmi che hanno un forte impatto sul pubblico e perché? Sia dei canali dove ha lavorato che in generale su altre emittenti...**

Purtroppo, per noi i programmi che hanno avuto l'impatto più forte sul pubblico albanese sono quelli presi dalla televisione italiana.

**Mi può fare un esempio?**

Per esempio, *Big Brother*, anche se forse è di Endemol, ma la struttura era simile a quello italiano, adesso a breve inizierà anche *Big Brother Vip*.

**Sì, il primo è di Endemol, il secondo invece è un'evoluzione del primo che è stata trasmessa per la prima volta se non erro in Italia.**

Un altro è *Fiks Fare* che è una copia dell'italiano *Striscia la Notizia*, uno di quelli che ha avuto una forte influenza perché molto seguito.

**Era d'impatto per rappresentava una novità o perché era un prodotto italiano? Cosa ne pensa a riguardo?**

C'è un fenomeno importante che riguarda la cultura albanese, dal punto di vista sociologico siamo stati un po' esogeni, ovvero sopravvalutando sempre quello che di buono viene da fuori e sottovalutando quello che è nostro, mettendo sempre uno zero su tutto quello che facciamo di buono (il senso è che vale poco). Anche se oggi qualcosa è cambiato, per fortuna.

**Questi programmi stranieri cosa hanno portato nella televisione albanese?**

Per quanto riguarda l'aspetto culturale abbiamo un abbassamento, i canali in generale si focalizzano di più sulla politica, l'attualità, l'intrattenimento... e dopo viene la cultura. L'unico che fa programmi di cultura buoni è la televisione pubblica TVSH, svolgono un ottimo lavoro ma purtroppo ha un'audience molto bassa. Quindi c'è una divisione tra i canali al suo interno visto che sono 12 se non mi sbaglio, e sono divisi per categorie come generalista, musica, sport, cultura. Per esempio, RTSH 2 è dedicato alle minoranze che vivono in Albania, agli emigrati... le tematiche che vengono trasmesse parlano sempre intorno a questi temi. Sono molto sicuro di quello che dico perché ho dovuto svolgere alcune ricerche per il dottorato e ho seguito abbastanza questo canale; tra altro, sia RTSH che Radio Tirana in alcuni momenti della giornata, in orari specifici trasmettono notizie in



tutte le lingue delle minoranze che vivono nel nostro territorio; un giorno ho sentito le notizie in lingua bulgara.

**Ritornando alla domanda di prima, la scelta dei format italiani è dovuta a una scelta economica visto il successo negli Appennini o per portare qualcosa di nuovo nella televisione albanese?**

Secondo me è legato direttamente al concetto di cultura, gli albanesi sono molto legati alla cultura italiana, anche dopo gli anni 2000 guardavano i canali italiani. Si erano abituati con i programmi che la tv italiana trasmetteva, sia i canali della Rai che quelli Mediaset. Questo ha portato il pubblico albanese a cercare sempre questi prodotti televisivi. Quando tu riproponi un programma molto simile la tendenza è molto alta che questo avrà successo. Ha a che fare con la cultura, come per esempio un programma francese non avrà mai il successo di quello italiano, anche se da noi vivono tanti francesi. La maggior parte del pubblico albanese si riconosce più con la cultura italiana che con quella francese.

**Dopo gli anni 2000 è cambiato questo rapporto? Perché ci sono altri canali stranieri che hanno sostituito quelli italiani?**

Con la stabilizzazione dei media e la nascita di alcune leggi che condannavano la pirateria, i canali italiani non si potevano più vedere come prima con abbonamenti a basso costo, si vedevano sempre via satellite come nel periodo precedente, per questo il pubblico ha rivolto la sua attenzione verso i canali albanesi.

**Ho notato pure che, prima di partire verso l'Italia nel 2004 per proseguire gli studi, i canali albanesi pullulavano di film e telefilm italiani, oggi non è più così. Cosa è cambiato?**

Si trasmettono altri programmi, poi la cinematografia italiana di oggi non è come quella dei tempi d'oro come una volta. Riguardo i film, questo fenomeno è dovuto oggi a una forte influenza nel produrre film legati ai fondi e alla tecnologia, dove il primato senza dubbio lo detiene Hollywood, l'Italia non può paragonarsi a loro. Oggi sono cresciuti anche altri mercati come quello indiano e turco, non esiste più quella magia del cinema italiano. Sì, i format che trasmette è sempre una tv di qualità, ma riguardo la cinematografia non è più quella di una volta.

**A partire da questa premessa, possiamo quindi dire che è cambiata anche l'offerta televisiva negli ultimi anni?**

Sì, è cambiata, ha a che fare anche con il prezzo dei prodotti trasmessi, per esempio Top Channel è da un lungo periodo che mette in onda *Cento Vetrine*, invece, Tv Klan per una questione di costi sceglie di trasmettere le telenovele turche o indiane. Gli albanesi oggi non sono molto legati alla cultura turca ma accettano quello che l'emittente offre, dopo un po' ti abitui anche a questo.

**Ha mai avuto collaborazioni con giornalisti dei media italiani durante la sua esperienza televisiva?**

Personalmente, direttamente con i canali no, però ci siamo scambiati diverse mail nel periodo in cui facevo il redattore dell'informazione. Esistevano collegamenti sia con l'Italia che con la Grecia quando succedevano fatti importanti che dovevamo mandare in onda nel nostro canale. Questi collegamenti erano con diverse agenzie albanesi che lavoravano presso diverse emittenti televisive in Italia per prendere più informazioni possibili sull'accaduto. In casi specifici, quando non abbiamo avuto contatti diretti, ci siamo rivolti via mail per reperire le informazioni che ci servivano.

**Cosa ha portato Agon Channel al pubblico albanese? Che impatto ha avuto sul sistema mediatico albanese?**

Conosco tante persone che hanno lavorato durante quel periodo, come Bruna Qeva, che ha lavorato come speaker nel canale italiano per quasi tutto il periodo nella sua durata, per poi passare dopo la chiusura nella RTSH. Un altro è Ermir Doda che ha lavorato come regista al suo interno, come secondo lavoro, il canale è stato chiuso per un capriccio del Primo Ministro Edi Rama. L'emittente attraverso un'indagine mise in onda una denuncia che riguardava il governo di sinistra per brogli elettorali. Durante le elezioni del 2015, se non ricordo male, a Scutari avevano scoperto che si potevano ottenere delle carte d'identità false. Appena la trasmissione investigativa diffuse questo servizio al governo non è piaciuto per nulla: il loro programma *Ça thu?* (*Cosa dici?*), con i conduttori Saimir Kodra e Gentjan Zenelaj, è stato l'unico a trasmetterlo. Dopo questo accaduto il governo Rama ha chiuso tutti i programmi investigativi, permettendo solo a due di trasmettere visto che facevano soltanto denunce periferiche, molto piccole, che non danneggiavano l'operato del governo. Quando Rama salì al governo il numero dei programmi investigativi era 12 sui diversi canali, oggi ne troviamo solo 3, *Fiks Fare*, *Stop* e *Boom*.

**Questi canali sono stati chiusi con una pressione diretta sui proprietari dei media o in modo indiretto? Cosa ne pensate?**

Al proprietario non si fa pressione direttamente, ma mandando spesso l'ispettorato del lavoro attaccandoli indirettamente. I proprietari dei media hanno anche altre aziende, anzi *molte* altre aziende: attaccando queste aziende danno un forte segnale per dire se sei con noi o contro di noi. In Albania funziona così, se sei dalla nostra parte devi tacere con la divulgazione delle notizie che possono danneggiare l'immagine del potere politico, se sei contro di noi accetti le conseguenze.

**Nel nostro Paese esiste un numero molto grande di canali televisivi se paragonato con il numero della popolazione totale. Il pubblico ha bisogno di un'offerta televisiva così grande?**

L'istituto dei media albanesi ha pubblicato un libro di recente che s'intitola *Peisazhi i mediave online shqiptar (Il panorama dei media online albanesi)*, dove hanno calcolato che il numero dei media online è di circa 800; prendendo anche le emittenti televisive, si tratta di un numero molto grande. Sono necessarie? Mi riferisco ai canali televisivi, se trasmettono programmi di divulgazione culturale certo, la risposta è sì... se nascono invece come mezzo per gli imprenditori di stare dalla parte del governo, per non pagare le tasse, le multe, per interessi personali ed occulti, o per altri motivi, non sono necessarie. Il numero attuale di cui parliamo è molto alto, ma non esiste nessuna legge che vieta ad altri canali di entrare nel mercato attuale... ma c'è da sottolineare un fattore importante: in Albania manca la trasparenza da dove vengono i soldi per creare questi canali e come si mantengono nel tempo.

**Ma le leggi che ci sono a riguardo?**

Le leggi non le rispetta nessuno: chi apre un canale ha anche altre aziende commerciali alle spalle, l'idea è che esiste un consensus che il governo mantiene per tutti, vuol dire che non si attaccano neanche le emittenti dell'opposizione che sono soltanto due, Shijak Tv e Syri Tv; non ci sono altri canali contro il governo, tutti gli altri fanno gli interessi del governo. Questi due canali non vengono mai attaccati dal governo perché questi poi alzeranno la loro voce dicendo che "il governo attacca solo noi perché siamo dell'opposizione e ad altri canali non fa nulla". Per evitare che questi due canali si lamentano creando scompiglio... anche se parlano contro il governo sono soltanto due canali, il governo ha dietro le spalle tutto un esercito di altri canali che stanno dalla sua parte. Calcolando che in Albania oggi ci sono quasi 100 canali, solo quelli pubblici se ne contano 12; due contro cento significa che la tua voce non conta niente. Per il potere politico questi due non presentano nessun pericolo, la loro influenza sul pubblico è minima, sono insignificanti per governo.

**L'Italia durante il secolo scorso e in questi 21 anni, togliendo il periodo comunista, ha esercitato in continuazione una forte influenza politica, economica, sociale e culturale. Questo fenomeno si riflette anche sui mezzi di comunicazione?**

Nei primi anni '20 in Albania sono venute le prime aziende italiane, per facevano ricerche in diverse zone del paese per scoprire e poi commerciare il petrolio verso l'Italia. Oltre a questo, avevano come scopo la modernizzazione del Paese, sia nell'ambito dell'infrastruttura sia quello culturale. In questa fase inizia il forte impatto dell'Italia in tutta la società, che include l'ambito economico, culturale e sociale. Ci sono diversi film che raccontano molto bene la forza dell'impatto della cultura e degli investitori italiani, che riuscivano a entrare anche nell'ambito della politica per vedere al meglio i loro interessi fino al 1939, dove fu preso il controllo totale nel potere politico. Ovviamente a capo del "governo fantoccio" formato con l'addio del Re i dirigenti erano tutti albanesi ma seguivano le direttive del Duce, e il re dell'Albania divenne Emanuele Filiberto III. Con la salita al potere del comunismo la cultura italiana ha cessato di esistere, non soltanto quella italiana; nel sud del paese esisteva un'influenza della cultura greca, e al nord di quella serba, che durò fino agli anni '90. La prima libertà che concede il partito oramai al tracollo è stato quello delle religioni: per la prima volta si può riunire in massa per pregare, prima era assolutamente vietato. Le prime si sono riunite a Scutari nel novembre del 1990 con la partecipazione di migliaia di persone, che non partecipavano perché erano molto credenti ma come primo atto verso la libertà. Nel '91 l'Albania venne "occupata" dai primi missionari stranieri: i primi che raggiunsero le nostre coste furono gli italiani, grazie alla vicinanza geografica ma anche per quello che rappresentava il cattolicesimo visto che nel nord vivevano tanti cattolici. Dopo gli italiani arrivano altri missionari come quelli degli Stati Uniti. Tutti questi non arrivarono soltanto con l'aspetto della religione ma portavano anche la loro cultura. In queste condizioni si creano le prime aziende private, dando vita così ai primi scambi commerciali con altri Paesi stranieri liberi; il commercio esisteva anche durante il regime ma era il partito che commerciava e non gli individui. Adesso l'iniziativa privata poteva commercializzare liberamente, dando via libera ai primi investitori stranieri che ovviamente erano italiani, i quali preferivano costruire sulla riviera albanese. Per esempio, a Durazzo e Valona, dove si trovano i due porti più grandi, l'influenza è stata maggiore, molto forte senza dubbio. Per tanti anni di seguito il partner strategico, sia durante il regime di Berisha che quello di Nano, in ambiti diversi era l'Italia. C'è stata anche un'importanza della cultura greca, con l'arrivo del Janullakosit<sup>631</sup> sono cambiate tante cose, ma oggi è diminuito l'influenza greca come quella italiana. Con l'arrivo della globalizzazione, gli albanesi guardano sempre verso la cultura italiana ma guardano con grande interesse anche quella

---

<sup>631</sup> Tra le più alte figure della religione ortodossa.

globale che regna in tutta l'Europa, quindi si va verso una cultura occidentale per dirlo meglio. Non solo verso un paese come l'Italia o la Francia ma verso tutti i paesi occidentali, creando nuove collaborazioni con più Paesi occidentali, anche se ultimamente si è introdotta fortemente anche la cultura turca. Dopo il 2005 più o meno, la cultura turca ha avuto una divulgazione molto ampia a partire dal commercio, comprando Alb Telekom, la più grande compagnia di telefonia fissa, prendendo anche la maggiore banca commerciale del Paese, espandendosi sempre di più; creando scuole e università hanno preso così anche una fetta della cultura, trasmettendo a tutti noi la loro cultura. Oggi ci sono tante scuole turche dove si insegna la lingua turca, mentre prima esistevano solo quelle di italiano, francese, inglese e il greco al sud-est, da questo periodo a queste si affianca anche la lingua turca. Questo riguarda le lingue straniere; i media invece, sono sempre dirette verso quelli italiani. Abbiamo anche format copiatati da altri paesi ma non più rari. Però i format più seguiti rimangono quelli italiani come *Përputhen*, *Dua të të bëjë të lumtur*, *E djela shqiptare* anche se c'è un problema: non abbiamo un istituto riconosciuto da tutti. Ci sono casi in cui AMA fa misurazioni anche se il suo compito non è questo, ma è capitato che ha fatto delle misurazioni per altri motivi e neanche queste vengono riconosciute. Due giorni fa ho avuto un appuntamento con il suo direttore e mi ha detto che i canali televisivi e i giornali non ti danno nessuna informazione sulle audience o le copie vendute, e non vogliono dare informazioni perché nessuno in Albania accetta di essere il numero due, tutti dicono che noi siamo i primi. Non è come negli altri paesi dove è riconosciuta la classifica dell'istituto che fa la misurazione, da noi ancora non è obbligatorio. Questo comporterebbe conseguenze sui canali che hanno un numero basso di telespettatori dal punto di vista economico; adesso puoi nascondere la verità guadagnando sulla pubblicità e i fondi del governo, se un giorno si spartirà tutto secondo lo share le cose cambieranno. Questo dato nascosto interessa ai canali con l'audience bassa perché così, stando dalla parte del potere politico, possono prendere i finanziamenti del governo anche se non le meritano. In questo modo a nessuno interessano in realtà le misurazioni giuste e corrette, e non possono più approfittarne come adesso.

**Esiste secondo il suo punto di vista un'opinione pubblica? Se sì, è forte o debole? Il numero così alto di canali serve per dare voce attraverso al popolo attraverso i media?**

Non c'è bisogno di idealismo; bisogna essere diretti, chiunque apra un canale televisivo oggi non lo fa per il popolo – mi scuso per la terminologia così brusca – non gli frega proprio nulla. Le emittenti vengono aperte soltanto per interessi personali, e questo per la proprietà significa proteggere le proprie aziende e i propri investimenti. Se il Governo dovesse intaccarli, il fatto di possedere vari canali diventa un mezzo per proteggersi. Un altro motivo per aprire uno o più canali è questo: se un

imprenditore molto potente vuole entrare in un determinato mercato con le proprie aziende, aprire un canale, seppur piccolo, significa al contempo dimostrare la propria ricchezza e creare uno spazio diretto per pubblicizzarsi. Basta guardare chi possiede un media e quali sono le sue imprese per capire che, anche dietro emittenti piccole (come, ad esempio, quelle aperte recentemente: A2 CNN, MCN o Euro News) si “celano” imprenditori di un certo spessore e di grande ricchezza. Questi tre canali sono nati negli ultimi due anni, in precedenza altri media hanno accusato i loro proprietari per corruzione, per aver vinto appalti in modo illegittimo, e ci sono diversi processi giudiziari in corso e tante altre cose non positive. Nel caso di attacchi da parte del governo o del sistema giudiziario possedere dei canali significa avere un modo per difendersi.

**Da quello che ho capito agli imprenditori dei media non interessa nulla del pubblico, giusto?**

Assolutamente no, ho avuto la possibilità di girare sempre quando è stata fatta l’inaugurazione di qualcuno di questi media come *Tirana Today*, aperto per fare gli interessi di una persona. Ho lavorato in un altro giornale dove non avrei mai immaginato chi fosse il vero proprietario; spesso non risultano proprio visto che c’è sempre un amministratore delegato e i nomi dei veri padroni non vengono mai a galla. Lavorando ho scoperto chi fosse il vero proprietario, uno veramente potente. Anche nel caso che qualcuno decidesse di essere indipendente e trasparente dando un’informazione “pulita”, la cosa dura dai 3 ai 6 mesi al massimo, a causa di quelle dinamiche che t’ho raccontato prima. Non ci sono persone in Albania che vogliono fare beneficenza, nel senso che aprono un media di qualsiasi tipo per fare il lavoro che il media deve fare, ovvero informare in modo imparziale.

**L’anno scorso, prima della demolizione del teatro nazionale, le proteste degli attori venivano riportate dai diversi canali televisivi. In mezzo ai protestanti ovviamente non erano tutti attori, c’erano anche persone che amavano il teatro e seguivano tutti gli spettacoli. Nella prima fase il numero dei protestanti era molto ridotto, poi con l’entrata in scena dei partiti politici, o con la polarizzazione del fenomeno, le proteste da qualche decina di persone che partecipavano all’inizio diventano subito qualche migliaio. Questo aspetto può essere un indice che l’opinione pubblica è polarizzata intorno ai partiti politici?**

Ricordo perfettamente tutto quello che è successo: tutti i giorni ero presente in piazza dalla prima fase alla demolizione, dovevo riportare tutta la situazione per il giornale online per cui lavoravo, *Fjala (La parola)*. Il progetto per la demolizione del Teatro Nazionale esisteva già da molto tempo prima, da quanto il Primo Ministro di adesso anni fa ricopriva il compito di Ministro della

Cultura intorno al '98-'99, più di vent'anni fa. All'epoca c'è stata una forte resistenza, ha salvato la demolizione del teatro che è uno dei simboli dell'architettura fascista durante il periodo dell'occupazione. Negli ultimi due anni ci sono state tante proteste e una forte resistenza perché le figure più importanti del teatro albanese protestavano in continuazione: figure come Robert Ndrenika, Bujar Asqeriu, Mehdi Malkaj e Tinka Kurti, questi attori si erano schierati contro la demolizione. Vista la forte influenza che questi hanno sul pubblico allora il governo ha fatto una mossa molto intelligente: li ha comprati, li ha presi uno ad uno... non so cosa offrirono nello specifico, ma tutte queste voci che erano tra le più importanti hanno smesso di parlare. All'inizio erano contro la demolizione e adesso erano diventati favorevoli, il che significa che sono stati comprati. Riguardo le proteste massicce, quando il numero dei protestanti aumentò era dovuto al fatto che il *Partia Demokratike* (Partito Democratico) e LSI (del presidente Ilir Meta) hanno alla base tanti militanti che le seguono in giro per il paese. Le vere figure che protestavano ogni giorno anche prima erano intorno alle cento persone, quando scesero in campo anche i partiti politici il numero passò a qualche migliaio. Gli attori che erano contro la demolizione hanno accusato Robert Ndrenika e gli altri pubblicamente di essere stati venduti al potere politico, facendogli notare che se fossero stati tutti d'accordo per la non demolizione avrebbero vinto anche questa battaglia. Per concludere, il teatro è stato demolito perché le persone che avevano il potere per proteggerlo si sono venduti, e poi, la sera della demolizione – anche se noi dei media avevamo in anticipo l'informazione che sarebbe stato demolito, come i partiti politici, penso – il partito maggiore dell'opposizione Partito Democratico non era presente lasciando da solo LSI. Non si sa come, ma il partito più grande che deve opporsi a chi detiene il potere non era presente in campo a sostenere gli attori e gli interessi nazionali. Il giorno dopo il capo del PD aveva fatto capire in una conferenza stampa per i media che da lì a seguire sarebbero iniziate diverse proteste nazionali contro questa ingiustizia fatta al popolo albanese; tutti i media, sia di destra che di sinistra, hanno pubblicato questa notizia per fare appello a tutti i cittadini per partecipare alla protesta nazionale nei giorni seguenti. Lo stesso giorno nelle ore serali nelle redazioni di ogni media arrivò un messaggio diretto dal PD dicendo che avevano mal interpretato la notizia mattutina e quello che il suo capo Basha aveva detto in precedenza, comunicando ufficialmente che il Partito Democratico non organizzerà nessuna protesta nei giorni a seguire. Non si sa cosa è successo in quelle ore, ma le proteste non si sono più organizzate.

**Ha altro da aggiungere?**

No.

## **Odetta Dume – intervista del 6 luglio**

### **Mi parli del suo percorso formativo e professionale.**

Allora, non ho proprio finito gli studi in giornalismo ma in ambito storico-archeologico presso l'Università di Tirana. Quando ero studente al primo anno sono entrata in televisione per caso, lavorando nel format *Ku je? (Dove sei?)* che si occupava delle persone scomparse, e all'epoca avevo 19-20 anni. L'emittente dove lavoravo si chiama Telenorba, ossia la versione albanese del canale italiano. Da questo programma mi sono spostata in un altro format simile: *Njerëz të humbur (Persone scomparse)* sul canale Vizion Plus, e dopo la chiusura di questo format mi sono spostata a lavorare su altri programmi che si occupavano sempre di temi sulle storie delle persone. Dalla prima trasmissione ad oggi mi sono sempre occupata soltanto di temi che trattano le persone. A settembre 2018 ho avuto una proposta da Carlo Bollino, il proprietario di Report Tv, per condurre una trasmissione che aveva come focus le persone scomparse: *Pa gjurmë (Senza traccia)*.

**Non è stato un percorso lavorativo scelto in precedenza ma strada facendo, da quello che capisco.**

È stato per caso che ho scelto di lavorare nei media, poi quando t'innamori del tuo lavoro, combatti ogni giorno per dare il meglio di te. Per un periodo ho fatto la giornalista investigativa dietro le quinte, sognavo che un giorno sarei diventata una presentatrice ed eccomi qua, sono riuscita a realizzare il mio sogno.

**Come si svolge il suo lavoro nel quotidiano? Si occupa solo della presentazione in studio o svolge anche altre attività?**

Oltre alla conduttrice faccio anche la giornalista sul nostro sito che si chiama *Shqiptarja.com*, ma anche sul sito del nostro canale: *Report-tv.al*. Il mio programma viene trasmesso live dal lunedì al venerdì dalle 15.00 alle 16.30, invece sabato prendo tutte le richieste che giungono nella nostra redazione dei famigliari o parenti che cercano i loro cari scomparsi. Una volta prese tutte le considerazioni, si fa una scaletta per decidere i giorni dove mettere ogni caso per trattarli, scelta che viene fatta in base alla priorità; ovviamente non riusciamo immediatamente a coprire tutti i casi, le persone scomparse sono veramente tante. Durante la settimana, in mattinata, ogni giornalista che collabora con me ha il suo caso che gli viene assegnato a partire dall'intervista che si fa alla famiglia che ha mandato la richiesta di aiuto, iniziando così la prima fase dell'indagine. Dopo si cerca di contattare via telefono tutte quelle persone che hanno avuto rapporti nell'ultimo



periodo per costruire una possibile strada per trovare la persona scomparsa. Ovviamente capita ogni tanto che tutta la scaletta costruita per la settimana successiva si capovolge, quando si ritrova qualcuno all'improvviso la priorità va a quel caso. Oggi, per esempio, vado in diretta alle 15.00 e tratto la scomparsa di due casi; uno lo tratta il caporedattore che sta già lavorando con le informazioni a disposizione, prima di presentare la storia in diretta Tv, le foto ci mandano delle persone scomparse – non appena arriva la denuncia – le mettiamo subito sulla nostra pagina *Facebook* o *Instagram*, in questo modo prima della diretta possiamo già cogliere qualche informazione in più. Spesso le persone interagiscono sulla nostra pagina fornendoci molte informazioni utili per il ritrovamento o piste da seguire. In questo modo, quando iniziamo a presentare la storia in diretta abbiamo ormai più informazioni da dare alla famiglia ma anche ai telespettatori in modo che ci possano aiutare con le loro segnalazioni. È capitato a volte che abbiamo fatto la presentazione nella prima parte della trasmissione prima che finisse la puntata, la persona scomparsa veniva già trovata, non capita spesso purtroppo ma a volte è capitato. Dipende sempre dalle telefonate che ricevi e dalle interazioni che si creano, più crescono più il caso prende una piega verso il ritrovamento.

### **Questo è uno degli aspetti positivi e molto belli del suo lavoro: quelli negativi invece?**

Sì, è vero, quando i casi si risolvono è sempre positivo. Gli aspetti negativi invece sono quando tratti un caso di scomparsa dove al suo interno si nascondono tanti enigmi, o nel caso in cui hai in studio i famigliari che dicono “mio figlio/a è scomparso o ucciso da quella persona” complicando il nostro lavoro di ricerca. Cerco sempre prima della trasmissione di dare loro delle indicazioni e di non fargli dire i nomi dei presunti colpevoli, perché per noi è molto più facile lavorare in questo modo. Appena la puntata finisce ci arrivano messaggi di tutti i generi con insulti, minacce, denunce. Sono dovuta andare spesso davanti al giudice in diverse zone dell'Albania per spiegare la mia posizione e il mio lavoro, essendo temi molto delicati bisogna sempre stare attenti in tutte le fasi del lavoro.

### **Com'è nata l'idea di questo programma?**

È stato un'idea di Carlo, lui in passato ha lavorato come giornalista investigativo per trasmissioni che trattavano proprio queste tematiche durante gli anni '90-'91. Ha sempre voluto fare un programma del genere nel suo canale, credo che trovando la persona giusta, visto che nel passato ho sempre trattato queste storie, mi aveva notata prima per come lavoravo. Al momento

dell'offerta abbiamo contrattato e discusso per la sua versione del programma, ma il punto d'incontro è stato nello stesso punto.

**In un certo modo vi distinguate dagli altri programmi della televisione, vista la tematica diversa dagli altri canali.**

Nella prima fase della nascita del programma esisteva un altro uguale di Aida Shtino –“*che veniva trasmesso su Top Channel*”<sup>632</sup>- che aveva portato questo format per la prima volta in Albania, ed è stato chiuso qualche anno fa, oggi in tutti i media esiste soltanto il nostro format che si occupa della scomparsa delle persone. Ci differenziamo dagli altri proprio per questo.

**Che effetto produce nel pubblico il suo programma?**

È stato sempre accolto bene, a dir la verità, ci sono tanti modi per misurare lo share, che in realtà è sempre quello che chiedo al tutto il gruppo; non voglio le masse per fare lo *show* ma con lo scopo di avere la possibilità in questo modo di raccogliere più informazioni sul caso. Solo così, con un numero sempre più alto di telespettatori e con il loro aiuto, i casi si possono risolvere prima e con un lieto fine. Spesso mi scrivono tante persone dicendomi di allungare il minutaggio del programma visto che è molto corto: per esempio durante le elezioni di aprile il minutaggio è stato ridotto per dare spazio ai candidati dei partiti politici. I messaggi che arrivavano ci chiedevano di togliere la politica perché “siamo stanchi, vogliamo le tue storie”. Un ruolo fondamentale nel nostro programma lo occupano le persone che vivono in emigrazione: le persone scomparse dentro il territorio nazionale sono pochissime se paragonate con quelli dispersi all'estero; noi come giornalisti non possiamo andare in ogni Paese a fare le ricerche di persona, e il loro aiuto diventa fondamentale.

**Lei personalmente ha mai collaborato con i media italiani per trovare le persone disperse in Italia?**

Con i media italiani abbiamo avuto diversi contatti per quanto riguarda una coppia...

**Con quale canale?**

Rai uno, “la coppia scomparsa che poi sono stati trovati massacrati e fatti a pezzi dentro le valigie, nei dintorni di Firenze”<sup>633</sup>. Ricordo molto bene che il caso lo abbiamo trattato dopo un

---

<sup>632</sup> Parole dell'autore.

<sup>633</sup> La conduttrice si riferisce alla storia dei coniugi Pasho che scomparvero nel 2015, ritrovati morti il 10 settembre del 2020 vicino Firenze. Disponibile online presso l'URL <https://bit.ly/3H31BhH> (ultimo accesso dicembre 2021).

mese dalla nascita del programma nel 2018, ci siamo focalizzati e ritornati spesso sul caso, per questo motivo anche i media italiani monitoravano spesso Shqiptarja.com per prendere le ultime informazioni che pubblicavamo. Siamo stati sempre in contatto con i figli della coppia, eravamo gli unici che concedevano interviste, anche quando hanno trovato i corpi ai media italiani non è stata mai concessa nessun'intervista, per questo i media italiani ci chiamavano per sapere di più del caso oltre a monitorare il nostro sito web. Altre collaborazioni le abbiamo fatte con *Chi l'ha visto?* riguardo alcune ragazze scomparse nel periodo 1997-1998, dove si dubita che siano state trafficate. Dall'altra parte abbiamo trattato anche storie di cittadini italiani scomparsi in Albania; non presumo che il mio programma deve essere visto in Italia, ma sono molto contenta che nel momento in cui noi cerchiamo le informazioni queste storie escono su *Chi l'ha visto?* Le nostre collaborazioni sono importanti sia per trovare gli albanesi scomparsi in Italia, sia gli italiani scomparsi in Albania. Lo stesso fenomeno succede anche tra noi e un format di un canale di Atene che cerca le persone in Grecia. Questa formula è sempre vincente perché ogni paese ha i suoi *missing people*, ogni paese ha un formato del genere visto che le persone purtroppo scompaiono.

**Questo è anche un modo per aiutare le istituzioni di competenza nella ricerca delle persone scomparse.**

Per esempio, quando abbiamo un disperso in Italia la prima cosa che facciamo è contattare la nostra Ambasciata a Roma, purtroppo spesso deve passare tanto tempo prima che rispondano, invece, *Chi l'ha visto?* risponde subito, è più facile passare le informazioni tra di noi che tra noi e le istituzioni. Un'altra cosa molto interessante che volevo aggiungere è legata al fatto che nel '92 in Albania è arrivato un giornalista italiano e ha portato con sé una forte esperienza del giornalismo italiano. Per quanto mi riguarda sono molto legata ai media italiani, ma soprattutto a quelli greci da quando ero bambina.

**Ha vissuto in Grecia?**

No, però ci vado spesso per visitare i parenti che vivono là da tempo. Secondo me i gusti degli albanesi sono divisi come una torta, vista l'emigrazione, quelli che vivono in Grecia o nei pressi dei confini preferiscono i prodotti greci, il resto è focalizzato su quelli italiani.

**Questo dipende dalla comprensione della lingua?**

Secondo me non è legato alla lingua ma alle abitudini, andando spesso in un determinato Paese ti abitui alla loro cultura, i parenti che ti raccontano la loro vita in quel posto, volendo o non

volendo t'innamori della sua cultura e le sue tradizioni. Quando parlo con Carlo nelle nostre riunioni per il nostro format di come migliorarlo portando sempre delle novità, lui si riferisce come punto di riferimento a *Chi l'ha visto?* Forse ha anche lavorato con loro per un periodo. Invece io mi riferisco sempre alle novità che la versione greca introduce, la base del programma, comunque, rimane sempre la stessa. Il giornalismo investigativo in tutto il mondo è quasi uguale, può cambiare qualcosa in ambito personale ma il modello lavorativo è quasi simile. Negli ultimi tre anni guardo con più frequenza la versione italiana per vedere le novità che inseriscono all'interno della trasmissione.

**Quali sono gli elementi in comune? Sia nella costruzione dello studio che dal punto di vista narrativo.**

Il nostro format è adattato per il pubblico albanese ma abbiamo tanti elementi presi dalla versione italiana.

**Mi può fare qualche esempio per favore?**

Negli ultimi tre anni guardo con più frequenza *Chi l'ha visto?* In primis la cosa che guardo è come presenta, quando c'è un caso specifico che viene presentato in un certo modo cerco di prendere ispirazione dalla struttura narrativa del racconto che fa del caso. Ti faccio un esempio concreto: su *Chi l'ha visto?* è stato trattato il caso della scomparsa di una ragazza minorenni in Sicilia, la notizia ha fatto molto clamore su tutti i canali televisivi italiani; nel frattempo salta fuori nella trasmissione russa *Missing people* una ragazza che cercava i suoi genitori dicendo che era arrivata da un Paese europeo. Un caso simile lo abbiamo in Albania con Bleona Mata, la quale è scomparsa in circostanze simili come la ragazza siciliana, il modo in cui la conduttrice ha presentato il caso e come ha costruito tutto il programma che raccontava di questa ragazzina che oggi più o meno avrà 20 anni. Questo modo mi ha ispirata a trattare la storia della ragazza albanese nello stesso modo, passo dopo passo. Un altro consiglio che Carlo ci suggerisce spesso è quello di guardare spesso il format italiano, per come costruire le nostre cronache delle investigazioni che facciamo in quel modo, di seguire passo dopo passo i casi simili e non solo, dovuto alle altre esperienze che i giornalisti italiani possiedono.

**È vero che in Italia i giornalisti sono di un livello più alto vista l'esperienza, ma bisogna tener conto anche le condizioni e i mezzi con cui si ha la possibilità di lavorare, senza togliere nulla ai canali albanesi.**

Assolutamente sì, è tutto vero quello che dici, se paragoni il numero dello staff e le condizioni economiche a nostra disposizione siamo di un livello più basso.

**Le vengono in mente altri programmi che vengono trasmessi da Report Tv o da altri canali simili ai format italiani?**

I programmi mattutini di tutti i canali principali, a cominciare da Report Tv, News 24, Ora News, A2 e altri canali nuovi, hanno in palinsesto alcuni format di cucina, *gossip* e intrattenimento chiaramente ispirati a quelli italiani, e riadattati per il pubblico albanese.

**Nei programmi di cucina, per esempio, si preparano solo piatti tipici albanesi o anche quelli italiani? Come pizza, pasta o altri generi...**

Li guardo ogni tanto per curiosità, diciamo un misto, la struttura è copiata ma il contenuto cambia in base a chi cucina, il format viene adattato per il pubblico albanese.

**La scelta di questi format è legata al successo che hanno avuto in Italia? O non avendo a disposizione un budget sufficiente i canali albanesi vanno sul sicuro con questi format imitandoli?**

Nei nostri canali ci sono programmi che sono tipici albanesi e non sono stati copiati da alcun format straniero; la maggior parte dei programmi però sono stati copiati dai media italiani, partendo dai grandi spettacoli ai programmi mattutini che hanno un'audience molto alta. Nella prima fase sono stati testati dalle emittenti maggiori, come Top Channel e Tv Klan, avendo un successo; di conseguenza gli altri canali, se li guardi la mattina, trasmettono tutti lo stesso format. Il successo si traduce in denaro grazie alla pubblicità, per la proprietà e per i dipendenti.

**Quali sono i programmi più importanti di Report Tv in termini d'impatto sul pubblico per quello che rappresentano?**

Il primo è la trasmissione politica *Repolitix* di Denise Minga, che va in onda dal martedì al giovedì alle 21.00, e l'altro è *5 Pyetje nga Babaramo (Le 5 domande di Babaramo)* che viene trasmesso una volta a settimana... mi sta parlando solo di programmi politici? In realtà in Albania i programmi politici sono i più seguiti.

**Oltre alla politica quali sono i temi che troviamo nei canali principali?**

Sono divisi per fasce orarie: in mattinata abbiamo generalmente *gossip*, all'ora del pranzo, secondo il trend, troviamo trasmissioni che raccontano storie umane, tutti i canali hanno un format che ne trattano diverse, nel pomeriggio di nuovo *gossip* e la sera troviamo soltanto programmi di politica.

**I canali principali come si differenziano in merito all'offerta proposta al pubblico? Ci sono canali polarizzati su determinati temi o più o meno trattano tutti gli stessi argomenti?**

Posso dire che ci sono due o tre canali, che sono quelli maggiori e più seguiti, riferendosi anche al Telemetrix, ovvero quello con l'audience più grande.

**Mi può dire quali siano i canali più seguiti?**

Hmmmm... (ci sta pensando, esita un momento a dare la risposta).

**Ripeto che se ci sono domande a cui non vuole rispondere non ci sono problemi.**

No no, li posso dire, sono Top Channel e Tv Klan, questi canali non fanno i miracoli, per intenderci, riprendendo i programmi del pomeriggio che trasmettono, gli stessi tipi di ospiti e temi li trovi anche su altri canali come Ora News e News 24.

**È necessario un numero così alto di canali televisivi se paragonato al numero così basso della popolazione albanese? Cosa ne pensa al riguardo?**

Questa è una cosa assurda a dir la verità, ho sentito che a breve prenderanno vita altri due nuovi canali. (Ride in modo ironico).

**Perché questo fenomeno? Quali sono le cause?**

Secondo il mio punto di vista è veramente assurdo, quando guardi un numero così alto di emittenti televisivi se paragonato al numero della popolazione. Come dicevo, stanno per nascere anche altri canali.

**Ma chi guarda tutti questi canali?**

Per me il problema non è chi li guarda, le domande che mi pongo sono altre. Stanno nascendo nuovi canali mediali o nuove aziende commerciali? Nascono con lo scopo di guadagnare soltanto soldi? O con lo scopo di costruire e dare un'informazione come si deve e di qualità? Non so cosa dire.

**Nascono perché sono legati alla politica e vogliono fare gli interessi della politica o solo a scopo di guadagnare attraverso il libero mercato?**

Possono anche avere forti collegamenti con la politica... (pausa, ci pensa) tutte le volte che in Albania ci sono elezioni prima di ogni campagna elettorale nasce sempre un nuovo canale... (ride in modo ironico) dalle mie informazioni e da quello che sento ci posso essere questi collegamenti, non penso che sia soltanto un fattore economico.

**Questo può influenzare anche il lavoro dei giornalisti? Voi vi sentite “frenati”<sup>634</sup>nello svolgere il vostro lavoro?**

Per la mia fortuna in tutti i canali dove ho lavorato non ho mai avuto impedimenti nello svolgere il mio lavoro. Anche oggi che mi occupo di *Pa gjurmë (Senza tracie)*, quando vedo che certe istituzioni come la Polizia di Stato o qualche Ministero che non svolgono il loro lavoro come si deve, o quando constatiamo attraverso i famigliari che hanno fatto errori, noi abbiamo sempre reso pubblici tutti i documenti senza nessun problema, mi sento molto libera nel fare il mio lavoro. Quando mi confronto con altri colleghi e si discute forse qualche caso esiste; il giornalista non ha un’influenza diretta dal suo superiore, quando un inviato del partito X o Z sta sempre nella sede per trasmettere le notizie dall’interno in automatico diventa parte di quel determinato Partito, ovviamente dalle informazioni che mi arrivano e che sento. Conosco tanti giornalisti che facendo questo lavoro per un lungo periodo vicino ai Partiti Politici sono diventati membri dello stesso partito.

**Un po’ come i giornalisti sportivi del calcio che seguono una squadra per un lungo periodo, spesso sono loro stessi i simpatizzanti di quell’equipe.**

Bravo, bravissimo, è così ma non tutti, ci sono quelli che fanno questa scelta e altri che hanno come scopo la trasmissione solo delle notizie.

**Si può dire che questa è la differenza tra giornalisti di partito e professionisti?**

È giustissimo, la parte professionale è molto importante in questo mestiere, la scelta rimane sempre soggettiva.

---

<sup>634</sup> La parola esatta in albanese è frenuar (rallentati), si usa quando una macchina frena per non fare un incidente, è stato utilizzato di proposito metaforicamente perché ha un significato più morbido della parola censura.

**Se dovessimo paragonare il professionismo dei giornalisti albanesi con quello di altri paesi, siamo a un livello alto, medio o basso? Che percezione avete?**

Per confrontare i media albanesi anche con quelli greci, senza nominare l'Italia, siamo molto lontani, non solo nell'ambito investigativo ma anche quando si trattano alte tematiche come intrattenimento o programmi di divertimento.

**Cosa ci manca per fare questo salto in avanti?**

Forse non abbiamo ancora giornalisti in ogni settore che possiamo chiamare professionisti veri, ci sono alcuni *show* diretti da bravi giornalisti, ma se dobbiamo parlare in generale siamo molto lontani dagli altri Paesi. Penso che servirà ancora un bel po' di tempo e molto lavoro affinché i media albanesi si possano paragonare con quelli italiani.

**Nell'offerta televisiva troviamo più contenuti che parlano dell'Albania o che parlano di altre culture?**

Abbiamo un mix, direi, troviamo sia uno che l'altro, dipende sempre dal contenuto e i temi che questi trattano. Penso che ogni emittente abbia almeno un programma che parla della cultura e delle tradizioni del nostro Paese, anche Report Tv ne ha uno del genere che si chiama *Veri jug (Nord sud)* che racconta le abitudini e la vita di una determinata regione.

**Nel 2013 nasce Agon Channel con i suoi studi a Tirana. Che ne pensa in merito e che impatto ha avuto sul pubblico albanese?**

Volete l'impatto che ha avuto su di me o sul pubblico?

**Tutti e due, soprattutto il suo punto di vista, essendo una professionista del mestiere il suo giudizio è molto importante per la ricerca.**

Allora, l'impatto che ha avuto sul pubblico è stato molto positivo senza dubbio, ha preso una bella fetta di audience dal pubblico; dal punto di vista personale ha rovinato il mercato dei giornalisti albanesi. Offriva un salario altissimo a tutti i giornalisti, la versione albanese del canale era composta principalmente da albanesi con l'apertura più tardi della versione italiana, sempre a Tirana era formato da italiani. L'apertura della seconda versione non ha avuto un impatto molto grande perché si produceva qui da noi, ma i contenuti venivano trasmessi in Italia. La versione albanese ha avuto un buon impatto.



### **La differenza con gli altri canali?**

Dal punto di vista tecnico, l'infrastruttura, le luci, le scenografie erano di un altro livello, molto più alto, per quanto riguarda la produzione che trasmetteva era uguale agli altri canali della televisione albanese.

**Se l'offerta era uguale agli altri canali albanesi, questo impatto così positivo è dovuto alle figure che ha coinvolto all'interno? Nel senso che il pubblico ha un conduttore preferito del suo cuore e lo segue sempre a prescindere dal canale dove lavora. Se i contenuti erano uguali allora la carta vincente è stata la scelta di prendere i migliori giornalisti sul mercato?**

Questa scelta senza dubbio ha influenzato tantissimo l'impatto sul pubblico. Ha preso le figure migliori del piccolo schermo al suo interno, ma volevo aggiungere quello che è piaciuto a me: ha portato molto *show* e divertimento, bellissimi colori degli studi, e quanto tornavi a casa in quelle poche ore libere seguivi questo canale e ti rilassavi veramente. Il lato che non mi è piaciuto, se da una parte ha preso i migliori giornalisti albanesi, dalla mattina alla sera vedevi sempre tre figure, per tutto il giorno, senza giudicare ovviamente, Sonila Meço è una giornalista molto conosciuta per il nostro Paese, tutte le volte che aprivo Agon Channel vedevo solo lei che conduceva 4 o 5 programmi diversi. Questa è una di quelle cose che non apprezzato particolarmente in quel canale.

**La sua nascita ha portato il giornalismo albanese verso una democratizzazione maggiore?**

Purtroppo, è durato molto poco, non abbiamo avuto modo di vedere gli effetti a lungo termine.

**La lunga influenza politico-economica dell'Italia nei nostri confronti si è riflessa anche sui mezzi di comunicazione?**

Sono fenomeni molto legati tra di loro, per questo i media vengono chiamati "il quarto potere", i media hanno sempre un'influenza in tutta la vita sociale di un paese.

**Altro da aggiungere?**

Niente.

## Indice tabelle

Tabella 1.2 – elaborazione propria dei dati. Fonte: <i>Report Without Borders - index</i> della libertà di stampa albanese	p. 58
Tabella 1.3 – elaborazione propria dei dati. Fonte <i>Freedom House – index</i> della libertà di stampa albanese	p. 59
Tabella 2.1 – Dati <i>Albanian National Center of Cinematography</i>	p. 133
Tabella 2.2 – Dati <i>Albanian National Center of Cinematography</i>	p. 134
Tabella 2.3 – Dati <i>Albanian National Center of Cinematography</i>	p. 135
Tabella 2.4 – Dati <i>Albanian National Center of Cinematography</i>	p. 135
Tabella 3.1 – Analisi del contenuto del III tipo dei format TV	p. 155
Tabella 4.1 – elaborazione propria dei dati. <i>Gazeta Tomori</i> periodo di riferimento 1940-1943	p. 165
Tabella 4.2 – elaborazione propria dei dati. <i>Gazeta Tomori</i> , periodo riferimento 1940-1943	p. 166
Tabella 4.3 – Divisione dei macrogeneri televisivi e cluster di appartenenza	p. 189

## Indice grafici

Grafico 1.1 – elaborazione propria dei dati, Fonte: <i>Komisioni Qëndror i Zgjedhjeve KQZ</i> (Comissione Centrale per le Elezioni)	p. 55
Grafico 2.1 - elaborazione propria dei dati. Fonte INSTAT: piano del commercio in Albania in Mil. LEK	p. 123
Grafico 2.2 - elaborazione propria dei dati. Fonte INSTAT: disavanzo commerciale in Albania in Mil. LEK	p. 123
Grafico 2.3 - elaborazione propria dei dati. Fonte INSTAT: esportazioni dell'Albania con altri Paesi	p. 126
Grafico 2.4 - elaborazione propria dei dati. Fonte INSTAT: importazioni dell'Albania con altri Paesi	p. 127
Grafico 2.5 - elaborazione propria dei dati. Fonte Ministero della Difesa, Dipartimento per l'emigrazione	p. 129
Grafico 2.6 - elaborazione propria dei dati. Fonte INSTAT: stranieri entrati in Albania	p. 131
Grafico 2.7 - elaborazione propria dei dati. Fonte INSTAT: Italiani entrati in Albania	p. 132
Grafico 2.8 - elaborazione propria dei dati. Fonte: <i>Arkivi Qëndror Shtetëror i Filmit</i> (Archivio Centrale Statale del Film)	p. 139
Grafico 4.1 – elaborazione propria dei dati. Fonte: archivio della Radiotelevisione albanese	p. 190
Grafico 4.2 – elaborazione propria dei dati. Fonte: archivio della Radiotelevisione albanese	p. 193
Grafico 4.3 – elaborazione propria dei dati. Fonte: archivio della Radiotelevisione albanese	p. 194
Grafico 4.4 – elaborazione propria dei dati. Fonte: archivio della Radiotelevisione albanese	p. 195
Grafico 4.5 – elaborazione propria dei dati. Fonte: archivio della Radiotelevisione albanese	p. 196
Grafico 4.6 – elaborazione propria dei dati. Fonte: archivio della Radiotelevisione albanese	p. 206
Grafico 4.7 – elaborazione propria dei dati. Fonte: archivio della Radiotelevisione albanese	p. 207
Grafico 4.8 – elaborazione propria dei dati. Fonte: archivio della Radiotelevisione albanese	p. 208
Grafico 4.9 – elaborazione propria dei dati. Fonte: archivio della Radiotelevisione albanese	p. 213

Grafico 4.10 – elaborazione propria dei dati. Fonte: archivio della Radiotelevisione albanese	p. 214
Grafico 4.11 – elaborazione propria dei dati. Fonte: archivio della Radiotelevisione albanese	p. 215
Grafico 4.12 – elaborazione propria dei dati. Fonte: archivio della Radiotelevisione albanese	p. 216
Grafico 4.13 – elaborazione propria dei dati. Fonte: archivio della Radiotelevisione albanese	p. 219
Grafico 4.14 – elaborazione propria dei dati. Fonte: archivio della Radiotelevisione albanese	p. 220
Grafico 4.15 – elaborazione propria dei dati. Fonte: archivio della Radiotelevisione albanese	p. 221
Grafico 4.16 – elaborazione propria dei dati. Fonte: archivio della Radiotelevisione albanese	p. 226
Grafico 4.17 – elaborazione propria dei dati. Fonte: archivio della Radiotelevisione albanese	p. 227
Grafico 4.18 - elaborazione propria dei dati. Fonte: AMA ( <i>Autoriteti i Mediave Audiovisive</i> )	p. 228
Grafico 4.19 - elaborazione propria dei dati. Fonte: AMA ( <i>Autoriteti i Mediave Audiovisive</i> )	p. 229
Grafico 4.20 - elaborazione propria dei dati. Fonte: AMA ( <i>Autoriteti i Mediave Audiovisive</i> )	p. 231
Grafico 4.21- elaborazione propria dei dati. Fonte: AMA ( <i>Autoriteti i Mediave Audiovisive</i> )	p. 232
Grafico 4.22 - elaborazione propria dei dati. Fonte: AMA ( <i>Autoriteti i Mediave Audiovisive</i> ) e archivio della Televisione Albanese	p. 233
Grafico 4.23 – elaborazione propria dei dati. Fonte: archivio della Radiotelevisione albanese	p. 234
Grafico 4.24 – elaborazione propria dei dati. Fonte: archivio della Radiotelevisione albanese	p. 235
Grafico 4.25 - elaborazione propria dei dati. Fonte: AMA ( <i>Autoriteti i Mediave Audiovisive</i> )	p. 236
Grafico 4.26 - elaborazione propria dei dati. Fonte: AMA ( <i>Autoriteti i Mediave Audiovisive</i> )	p. 238
Grafico 4.27 - elaborazione propria dei dati. Fonte: AMA ( <i>Autoriteti i Mediave Audiovisive</i> )	p. 239
Grafico 4.28 - elaborazione propria dei dati. Fonte: AMA ( <i>Autoriteti i Mediave Audiovisive</i> )	p. 240

Grafico 4.29 – elaborazione propria dei dati. Fonte: AMA ( <i>Autoriteti i Mediave Audiovisive</i> ) e l’archivio della Televisione Albanese	p. 242
Grafico 4.30- elaborazione propria dei dati. Fonte: <i>GPF – Inspiring Research</i> ; rapporto 2019 in Albania, assegnazione canali	p. 258
Grafico 4.31 - elaborazione propria dei dati. Fonte: <i>GPF – Inspiring Research</i> ; rapporto 2019 in Albania, assegnazione canali	p. 258
Grafico 4.32 - elaborazione propria dei dati. Fonte: <i>GPF – Inspiring Research</i> ; rapporto 2019 in Albania, assegnazione canali	p. 259
Grafico 4.33 - elaborazione propria dei dati. Fonte: <i>GPF – Inspiring Research</i> ; rapporto 2019 in Albania, assegnazione canali	p. 260
Grafico 4.34 - elaborazione propria dei dati. Fonte: <i>GPF – Inspiring Research</i> ; rapporto 2019 in Albania, assegnazione canali	p. 261
Grafico 4.35 - elaborazione propria dei dati. Fonte: <i>GPF – Inspiring Research</i> ; rapporto 2019 in Albania, assegnazione canali	p. 262
Grafico 4.36 - elaborazione propria dei dati. Fonte: <i>GPF – Inspiring Research</i> ; rapporto 2019 in Albania, assegnazione canali	p. 263
Grafico 4.37 - elaborazione propria dei dati. Fonte: <i>GPF– Inspiring Research</i> ; rapporto 2019 in Albania, assegnazione canali	p. 264
Grafico 4.38 - elaborazione propria dei dati. Fonte: <i>GPF – Inspiring Research</i> ; rapporto 2019 in Albania, assegnazione canali	p. 265
Grafico 4.39 - elaborazione propria dei dati. Fonte: <i>GPF – Inspiring Research</i> ; rapporto 2019 in Albania, assegnazione canali	p. 266

## Indice immagini

Immagine 4.1 - <i>Gazeta Tomori</i> versione italiana anni '40	p. 163
Immagine 4.2, - Fonte: Biblioteca nazionale, <i>Gazeta Tomori</i> edizione albanese	p. 168
Immagine 4.3 - Fonte Biblioteca nazionale: <i>Gazeta Koha Jonë (Il nostro tempo)</i> , 20 aprile a sinistra e 21 aprile a destra, 1996	p. 211
Immagine 4.4 – Immagini degli studi di <i>Forum</i> e <i>Shifemi në gjyq</i> tratte da <i>Google</i> e video di <i>YouTube</i>	p. 250
Immagine 4.5 – Immagini degli studi di <i>C'è posta per te</i> e <i>Ka një mesazh për ty</i> tratte da <i>YouTube</i>	p. 252
Immagine 4.6 – Immagini degli studi di <i>C'è posta per te</i> e <i>Dua të të bëjë të lumtur</i> tratte da <i>YouTube</i>	p. 254
Immagine 5.1 – Elaborazione delle co-occorrenze presenti nelle interviste agli <i>Opinion Leader</i>	p. 295

## Bibliografia

I testi riportati in bibliografia sono ordinati per autore alfabeticamente e, in subordine, cronologicamente.

Abrahams F.C., *Modern Albania. From Dictatorship to Democracy in Europe*, University Press, New York, 2015.

Abram M., Bassi J., *Carcerazione politica e comunismo Albania e Jugoslavia, due modelli a confront*, *Diacronie Studi di Storia Contemporanea*, N. (1) 2 | 2010.

Alberoni F., *Risultati di un'indagine sperimentale sui contenuti dei principali mezzi di comunicazione di massa negli anni 1969-70*, *Quaderni del Servizio Opinione* N. 23, by ERI Edizioni RAI, 1973.

Almond G.A., Powell G.B., *Politica Comparata. Sistema, processi e politiche*, trad. it. di G. Baldini, Il Mulino editore, Bologna, 1970.

Altheide D.L., Snow R.P., *Media Logic, Sage Library of Social Research*, Volume 89, USA, 1979.

Amaturo E., G. Punziano, *I Mixed Methods nella ricerca sociale*, Carocci editore, Roma, 2016.

Ambrosini G., *L'Albania nella Comunità imperiale di Roma*, Roma, Istituto nazionale di cultura fascista, 1940.

Anderson V. R., *Introduction to Mixed Methods Approaches, in Handbook of Methodological Approaches to Community-Based Research. Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods*, edited by Jason L. A. and Glenwick D. S., Oxford University Press, USA, 2016.

- Appadurai A., *Modernità in polvere. Dimensioni culturali della globalizzazione*, trad. it. di Piero Vereni, versione digitale Ocr e conversione a cura di Natjus, editore Meltemi, Roma, 2001.
- Aristofane, *I Cavalieri*, a cura di G. Paduano, edizione digitale, G. BUR Rizzoli, Milano, 2013.
- Bailey K.D., *Methods of Social Research*, The Free Press, New York, 1994.
- Balbi G., Magaudda P., *Media digitali. La storia, i contesti sociali, le narrazioni*, editori Laterza, Bari-Roma, 2021.
- Bandura A., *Social Foundations of Thought and Action*. Prentice Hall, Englewood Cliffs, New York, 1986.
- Barile N., Vagni T., *Lo-fi politics. Il brand del politico e lo stile amatoriale in bassa fedeltà*, *Comunicazione politica*, Fascicolo 1, aprile 2019.
- Barthes R., *Miti d'oggi*, trad. it. di L. Lonzi, Einaudi, Torino, 2005.
- Bassi J., *Carcerazione politica e comunismo Albania e Jugoslavia, due modelli a confronto*. *Diacronie Studi di Storia Contemporanea*, N. (1) 2 | 2010.
- Becherelli A., Carteny A., *L'Albania nella politica estera italiana, in L'Albania indipendente e le relazioni italo-albanesi (1912-2012)*, Atti del Convegno in occasione del centenario dell'indipendenza albanese, Sapienza 22 novembre 2012.
- Beck U., *Che cos'è la globalizzazione. Rischi e prospettive della società planetaria*, trad. it. di E. Cafagna e C. Sandrelli, Carocci editore, Roma, 2009.
- Bego F., *La storia dell'Albania dal 1997 e l'identità albanese del post-comunismo*, *Laboratorio di Storia*, Numero 10, Art. 26, 2014.
- Beigbeder F., *Lire 26.900*, trad. it. di A. Ferrero, Feltrinelli, Milano, 2016.
- Bennato D., *Il computer come macroscopio. Big Data e approccio computazionale per comprendere i cambiamenti sociali*, Franco Angeli editore, Roma, 2015.
- Bentivegna S., *Teorie della comunicazione di massa*, Editori Laterza, Bari-Roma, 2003.
- Bentivegna S., Artieri G. B., *Le teorie della comunicazione di massa e la sfida digitale*, Editori Laterza, Bari-Roma, 2019.



- Bertrand C. J., *Deontologia e mediave*, përktheu në shqip M. Marku, botues Instituti Shqiptar i Medias, Tiranë, 2007.
- Biagini A., *Storia dell'Albania dalle origini ai giorni nostri*, Bompiani, Milano 1998.
- Biagini A., *Storia dell'Albania contemporanea*, Bompiani, Milano 2007.
- Biberaj E., *Albania in Transition. The Rocky Road to Democracy*, Westview press, Colorado, 1998.
- Bichi R., *Le interviste biografiche*, a cura di L. Cannavò, L. Frudà. *Ricerca sociale. Dal progetto dell'indagine alla costruzione degli indici*, Carocci, Roma, 2007.
- Bolter J.D., Grusin R., *Remediation. Competizione e integrazione tra media vecchi e nuovi*, a cura di A. Marinelli, editore Guerini e Associati, Milano, 2002.
- Boni F., Perleka A., *Studime shqiptare. Gli studi culturali in Albania tra post-colonialismo e postsocialismo*, Il Mulino – Rivisteweb, Fascicolo 2, agosto 2017.
- Bourdieu P., *Mbi televisionin, shtypshkronja*, përktheu në shqip D. Vrioni, West Print, Tiranë, 2015.
- Cardano M., *La ricerca qualitativa*, Il Mulino, Bologna, 2011.
- Carelli P., *Italianization Accomplished. Forms and structures of Albanian Television Dependency on Italian Media and Culture*, Journal of European Television History & Culture, volume 03 issue 05/2014.
- Carelli P., *Media Transition in Eastern Europe after 1989-Albania and Poland in Comparison*, Journalism and Mass Communication, Vol. 4, No. 12, December 2014.
- Castellan G., *Storia dell'Albania e degli albanesi*, trad. it. di F. Cezzi, ARGO, Lecce, 2012.
- Castells M., *Comunicazione e potere*, trad. it. di B. Amato Università Bocconi Editore, Milano, 2017.
- Cattaneo C., *Le rimesse degli emigrati*, Il Mulino - Rivisteweb, Fascicolo 1, aprile 2009.
- Cavagnuolo M., *Digital Sociology: il passaggio dalla sociologia dei media alla sociologia attraverso i media*, CNDSS, a cura di Brancato G., D'Ambrosio G., De Marchis E., Gallo R., Stolfi M., Tedesco M., Atti della IV Conferenza Nazionale delle

Dottorande e dei Dottorandi in Scienze Sociali, Sapienza Università editrice, 5-6 settembre 2019, pubblicato a luglio 2020.

Cazeneuve J., *I poteri della televisione*, trad. ita di A. Marhaba, Armando editore, Roma 1980.

Chindea A., Majkowska-Tomkin M., Pastor I., *The Republic of Albania Migration Profile, International Organization for migration (IOM)*, Ministry of the Interior of the Republic of Slovenia, 2007.

Christopher A.T., *Ferdinand Tonnies Utopian Visionary*, American Sociological Association, vol. 13, no. 1, 1995.

Cialdini R.C., *Le armi della persuasione. Come è perché si finisce col dire di sì*, trad. it. di G. Noferi, Giunti, Firenze, 1995.

Çipuri R., *Vetëcensura. Realitete të gazetarisë shqiptare*, botimet Papirus, Tiranë, 2016.

Comba E., *Introduzione a Lévi-Strauss*, Laterza, Roma-Bari, 2000

Conzen K. N., *Thomas and Znaniacki and the History of American Immigration*, Journal of American Ethnic History, Vol. 16, No. 1, The Poles in America (Fall, 1996).

Corbetta P., *Metodologia e tecniche della ricerca sociale*, Il Mulino Bologna, 2014.

Cotta M., D. Porta D., Morlino L., *Scienza politica*, Il Mulino editore, Bologna 2001.

Creswell J.W., *Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*, AGE Publications, USA, 2014.

Cuche D., *La nozione di cultura nelle scienze sociali*, trad. it. di Monica Negro, a cura di Cristiana Natali, Il Mulino, Bologna, 2006.

Cwalina W., Falkowski A., Newman B.I., *Political Marketing: Theoretical and Strategic Foundations*, by Routledge, New York, USA, 2015.

DeFleur M.L., *Mass Communication Theory. Explaining Origins, Processes, and Effects*, Published by Routledge, USA, 2016.

Della Rocca R.M., *Albania. Le radici della crisi*, editore Guerini e Associati Spa, Milano, 1997.

- Diamond J., *Armi, acciaio e malattie. Breve storia del mondo negli ultimi tredicimila anni*, trad. it. di L. Civalleri, Einaudi, Torino, 2014.
- Di San Savino F.J., *La politica dell'Italia in Albania nelle testimonianze del Luogotenente generale de re F. J. Di San Vito*, Cappelli editore, Bologna 1965.
- Doksani A., Hysa D., Bozo K., *Mediat në tranzicion: reflektime pas tri dekadash, Instituti Shqiptar i Medias*, Friedrich-Ebert-Stiftung, Tiranë, 2020.
- Domachowska A., *Albanian Migration as a Post-Totalitarian Legacy*, SMPP, Migration Studies, nr 2 (172) / 2019.
- Dubar C., *La Socializzazione. Come si costruisce l'identità sociale*, trad. it. di C. Bertone, il Mulino editore, Bologna, 2004.
- Eco U., *Apocalittici e integrati. Comunicazione di massa e teorie della cultura di massa*, Giunti Editore, Firenze, 2017.
- Eco U., *Estetica e teoria dell'informazione*, Bompiani Editore, Milano, 1972.
- Eco U., *I limiti dell'interpretazione*, La nave di Teseo, Milano, 2016.
- Eco U., *Il superuomo di massa. Retorica e ideologia nel romanzo popolare*, Bompiani editore, Milano, 2015.
- Eco U., *Lector in fabula. La cooperazione interpretativa nei testi narrativi*, La nave di Teseo, Milano, 2020.
- Eco U., *Opera aperta. Forma e indeterminazione nelle poetiche contemporanee*, Bompiani editore, Milano, 2018.
- Eisenstein E., *Le rivoluzioni del libro. L'invenzione della stampa e la nascita dell'età moderna*, a cura di G. Arganese, il Mulino, Bologna, 1995.
- Faina A.M., Pacilli M.G., Pagliaro S., *L'influenza sociale*, il Mulino editore, Bologna, 2012.
- Featherstone M., *Consumer Culture and Postmodernism*, SAGE Publications Ltd, London, 2007.
- Ferrari G.A., *Libro*, Bollati Boringhieri editore, Torino 2014.
- Fiacco A.M., *Fare televisione. I format*, Laterza, Bari-Roma, 2018.

- Fischer B.J., *Albania at War, 1939-1945*, Purdue University Press, 1999.
- Foucault M., *L' archeologia del sapere. Una metodologia per la storia della cultura*, trad. it. di G. Bogliolo, BUR Biblioteca Univ. Rizzoli, Mondadori editore, Milano, 1999.
- Foucault M., *Sorvegliare e punire. Nascita della prigione*, trad. it. di A. Tarchetti, editore Einaudi, Torino, 2014.
- Frankovic K., T. Jonhson, M. Stavrakantonaki, *Freedom to Conduct Opinion Polls. A 2017 Worlwide Update*, ESOMAR-WAPOR, 2017.
- Fromm E., *Arratisja nga liria*, përkthyer në shqip Gj. Sinani, Plejad, Tiranë 2011.
- Fuga A., *Media, politika, shoqëria (1990-2000). Ikja nga kompleksi i Rozafës*, Dudaj, Tiranë, 2008.
- Fuga A., *Monolog. Mediat dhe propaganda totale*, Shtypshkronja Guttengerg, Tiranë, 2010.
- Fuga A., *Shoqëria piramidale*, Botimet Papirus, Tiranë, 2019.
- Gabriella M., Stefano B. D., *La coesistenza delle religioni in Albania. Le religioni in Albania prima e dopo la caduta del comunismo*, Rivista telematica Stato, Chiese e pluralismo confessionale, 17 febbraio 2014.
- Gadamer H. G., *Verità e metodo*, a cura di G. Vattimo, editore Bompiani, Milano, 2000.
- Galimberti U., *Dizionario di psicologia*, UTET, Torino, 2006.
- Galimberti U., *Il segreto della domanda. Intorno alle cose umane e divine*, Feltrinelli editore, Milano 2008.
- Gavrila M., *La crisi della tv. La tv della crisi. Televisione e Public Service nell'eterna transizione italiana*, Editore FrancoAngeli, Milano, 2010.
- Gavrila M., *La tv nell'Italia che cambia. Qualità e innovazione nell'esperienza televisiva*, prefazione di F. D. Domenico, postfazione M. Morcellini, Angelo Guerini e Associati Spa, Milano, 2006.
- Gavrila M., Morcellini M., *Rai narrates Italy: Current affairs, television information and changing times*, Sapienza University of Rome, Journal of Italian Cinema & Media Studies, Volume 3, Numbers 1 & 2, 2015.

- Giannantoni G., *Dialogo Socratico e nascita della dialettica nella filosofia di Platone*, a cura di B. Centrone, Bibliopolis, Napoli 2005.
- Giannini A., *L'Albania dall'indipendenza all'Unione con l'Italia*, ISPI, Milano, 1940.
- Giovannini E., *Scegliere il futuro, conoscenza politica al tempo di Big Data*, Il Mulino editore, Bologna, 2014.
- Godole J., *Gazeta shqiptare në tranzicion. Struktura, aktorët dhe tipologjia profesionale*, Papirus, Tiranë, 2014.
- Grasso A., *Televisione*, Garzanti, Milano, 2002.
- Griswold W., *Sociologia della cultura*, trad. ed edizione italiana a cura di M. Santoro, Il Mulino, Bologna, 2005.
- Gurtvich G., *Il controllo sociale*, a cura di A. Giasanti, Armando Editore, Roma 1997.
- Habermas J., *Storia e critica dell'opinione pubblica*, trad. it. di A. Illuminati, F. Masini, W. Perretta, Laterza editore, Bari-Roma, 2006.
- Hallin D.C., Mancini P., *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics*, Published in the United States of America by Cambridge University Press, 2004.
- Hannerz U., *Cultural Complexity. Studies in the Social Organization of Meaning*, Columbia University Press, digital version, New York, 1992.
- Hannerz U., *When culture is everywhere: Reflections on a favorite concept, Ethnos*, Journal of Anthropology, Swedish Collegium for Advanced Study in the Social Sciences, Stockholm University, Sweden Published 20 Jul 2010.
- Havelock E., *Cultura orale e civiltà della scrittura da Omero a Platone*, trad. it. di M. Carpitella, Laterza, Bari-Roma, 1973.
- Hjarvard S., *The mediatization of culture and society*, by Routledge, New York, 2013.
- Huisinga D., *Consolidation of democracy and the rule of law in Albania: OSCE assistance efforts*, Helsinki Monitor, Vol. 9; Iss. 4/1998, 1998.

- Ireton C., Posetti J., *Gazetaria, Lajmet e Rreme & Dezinformimi: manual për Trajnimin dhe Formimin e Gazetarëve*, botuar nga UNESCO, Instituti Shqiptar i Medias, Shqipëri, 2020.
- Jaeger W., *Paideia. La formazione dell'uomo greco*, trad. it. Luigi Emery, Vol. 1, La Nuova Italia, 1967.
- Jakubowicz K., Sükösd M., *Finding the Right Place on the Map. Central and Eastern European Media Change in a Global Perspective*, Intellect Books, The University of Chicago Press, USA, 2008.
- Jason L. A., Glenwick D. S., *Handbook of Methodological Approaches to Community-Based Research. Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods*, Oxford University Press, USA, 2016.
- Jeřábek H., *Paul Lazarsfeld and the Origins of Communications Research*, Routledge, New York, 2017.
- Jorgaqi K., *Seminari i XVII ndëkombëtar për gjuhën, letërsinë dhe kulturën shqiptare. Përmbledhje e ligjëratave, referimeve, kumtesave dhe e diskutimeve*, Biblioteka Akademia e Shkencave, I Shq S314, 16-31 gusht, Tiranë, 1995.
- Jürgen F.B., *Albania at War, 1939-1945*, Purdue University Press, 1999.
- Kaiser A., *Types of Democracy: From Classical to New Institutionalism*, in *Journal of Theoretical Politics*, 9, n. 4, 1997.
- Kelly P., *Quarantatrë teorie e concetti per un modello geopolitico*, in "Che cos'è la geopolitica"?, Rivista dell'istituto di alti studi di geopolitica e scienze ausiliarie, Vol.1, N° 3, 2012.
- Lazarsfeld P. F., B. Bereison, H. Gaudet, *The People's Choice. How The Voter Makes Up His Mind in A Presidential Campaign*, Columbia University Press, USA, 1944.
- Le Goff J., *Gli intellettuali nel medioevo*, trad. it. di C. Giardini, Mondadori, Milano, 2008.
- Leavy P., *Research design: Quantitative, qualitative, mixed methods, arts-based, and community-based participatory research approaches*, The Guilford Press, New York, 2017.

- Leberknight C. S., Poor H. V., Wong F., Chiang M., *A Taxonomy of Internet Censorship and Anti-Censorship*, Princeton University Department of Electrical Engineering, 31 December 2010.
- Lévi-Strauss C., *The Elementary Structures of Kinship*, Beacon Press, Boston, 1969.
- Levy P., *L'intelligenza collettiva. Per un'antropologia del cyberspazio*, trad. it. di D. Feroldi e M. Colò, Feltrinelli Editore, Milano, 2002.
- Lijphart A., *Le democrazie contemporanee*, trad. it. di L. C. Papavero, a cura di L. Verzichelli, Il Mulino editore, Bologna 2001.
- Lippman W., *The Phantom public*, Transaction Publishers, New York, 1925.
- Lippmann W., *L'opinione pubblica*, trad. it. di C. Mannucci, prefazione di N. Tranfaglia, Donzelli editore, Roma 2018.
- Londo I., *Legislation on media ownership*, Southeast European Media Journal, Special Report, 2004.
- Londo I., *Limited Assistance for Limited Impact: International Media Assistance in Albania*, Albanian Media Institute (Instituti Shiftare i Medias), Analitika Center for Social Research, Sarajevo/Tirana, 2013.
- Lorusso A.M., *Postverità*, Laterza, Bari-Roma, 2018.
- Losito G., *L'analisi del contenuto nella ricerca sociale*, FrancoAngeli, Milano, 2002.
- Losito G., *La ricerca sociale su media. Oggetti d'indagine, metodo, tecniche*, Carocci, Roma, 2009.
- Luca M.D., *Partiti di carta. Leader, iscritti ed elettori nella politica contemporanea*, Carocci editore, Roma, 2018.
- Lucidi F., Alivernini F., Pedon A., *Metodologia della ricerca qualitativa*, Il Mulino, Bologna, 2008.
- Luku E., *Talk Show para dhe pas ekranit*, Botime Pegi, Tiranë, 2017.
- Lyotard J. F., *La condizione postmoderna. Rapporto sul sapere*, trad. it. di C. Formenti, Feltrinelli editore, Milano 2017.
- Machiavelli N., *Discorsi sopra la prima deca di Tito Livio*, editore Paravia, Torino, 1944.

- Machiavelli N., *Il Principe*, a cura di G. Inglese, Einaudi editore, Torino, 2005.
- Mancini P., *Manuale di comunicazione pubblica*, Laterza, Bari-Roma, 1996.
- Mandi O., *La codificazione del diritto penale in Albania tra tradizione nazione e modelli stranieri*, Università degli Studi di Firenze, Settore Scientifico Disciplinare IUS/02, Dottorato di Ricerca in Scienze Giuridiche (Diritto Comparato) 2013-2016.
- Mangone E., Ieracitano F., Russo G., *Processi culturali e mutamento sociale. Prospettive sociologiche*, Carocci editore, Roma 2020.
- Marcuse H., *L' uomo a una dimensione*, trad. it. di L. Gallino e T. G. Gallino, Giulio Einaudi editore, Torino, 1999.
- Marradi A., Pavlic R., Pitrone M. C., *Metodologia delle scienze sociali*, Il Mulino, Bologna, 2007.
- Martel F., *MAINSTREAM. Come si costruisce un successo planetario e si vince la guerra mondiale dei media*, trad. it. di M. Schianchi, Feltrinelli, Milano, 2010.
- McLuhan M., *Gli strumenti del comunicare*, trad. it. di E. Capriolo, Garzanti, Milano, 1986.
- McLuhan M., *La Galassia Gutenberg. Nascita dell'uomo tipografico*, trad. it. di S. Rizzo, Armando Editore, 1999.
- McQuail's D., *Mass Communication Theory*, first edition published 1983, SAGE London, 2010.
- Mead H., *Mente, Sé e società*, trad. it. di R. Tettucci, Giunti editore (versione digitale), 2010.
- Mëhilli E., *From Stalin to Mao. Albania and the Socialist World*, Cornell University Press, New York, 2017.
- Menduni E., *I media digitali. Tecnologie, linguaggi, usi sociali*, editori Laterza, Bari-Roma, 2007.
- Menduni E., *Televisioni. Dallo spettacolo televisivo alle piattaforme multimediali*, Il Mulino (versione digitale), Bologna, 2009



- Micheletta L., *Diplomazia e democrazia. Il contributo dell'Italia alla transizione dell'Albania verso la libertà*, Rubbettino, Calabria, 2013.
- Miller D., *Material cultures. Why some things matter*, University College London UCL Press, 1998.
- Mills C. W., *La élite del potere*, trad. ita di P. Facchi, Feltrinelli editore, Milano, 1973.
- Mingo I., *Le fonti statistiche nella ricerca sociale*, in Cannavò L., Frudà L., *Ricerca sociale. Dal progetto dell'indagine alla costruzione degli indici*, Carocci, Roma, 2007.
- Mittell J., *Genre and Television. From Cop Shows to Cartoons in American Culture*, by Taylor & Francis Books, New York, 2004.
- Molinari M., *L'interesse nazionale. Dieci storie dell'Italia nel mondo*, Laterza, Bari-Roma, 2000.
- Montanari M., *Le truppe italiane in Albania, (anni 1914-20 e 1939)*, SME, 1978
- Monteleone F., *Storia della radio e della televisione in Italia*, Marsilio, Venezia, 1999
- Montesperelli P., Diana P., *Analizzare le interviste ermeneutiche*, Carocci, Roma, 2005;
- Montesperelli P., Ruggiero R., Marini M., Sofia C., Fatelli G., *Interpretare i testi*, Maggioli Editore, Santarcangelo di Romagna, 2020.
- Moran A., *New Flows in Global Tv*, Intellect Bristol, UK/Chicago, USA, 2009.
- Moran A., *TV Formats Worldwide Localizing Global Programs*, Intellect Bristol, UK/Chicago, B. USA, 2009.
- Morancon A., Malbon J., *Understanding the Global TV Format*, by Intellect Books, Bristol UK, 2006.
- Morcellini M. (a cura di), *La tv dell'abbondanza. Strategie di palinsesti e percorsi del consumo*, a cura di, Sociologia e Ricerca Sociale, rivista quadrimestrale – anno X – 1989 – nuova serie n. 30, ristampa 1992.
- Morcellini M., *La TV fa bene ai bambini*, Meltemi, Roma, 2009.
- Morcellini M., *Passaggio al futuro. Formazione e socializzazione tra vecchi e nuovi media*, Franco Angeli editore, Milano 1997.
- Muka A., *70 radio shqip në 70 vite (1938-2008)*, ABC Media center, Tiranë, 2008.

- Muka A., *Mediat shqiptare në periudhën e pushtimit nga Italia fashiste*, Istituti Shqiptare i Medias (ISHM), Tiranë, 2010.
- Mutz D.C., *Impersonal Influence: How Perceptions of Mass Collectives Affect Political Attitudes*, Editorial Board Stanley Feldman, Cambridge University, State University of New York, 1998.
- N. Signorielli, Morgan M., *Cultivation Analysis. New Directions in Media Effects Research*, Sage, Newbury Park, 1990.
- Niglia F., *L'Albania verso l'Unione Europea: il ruolo dell'Italia*, a cura di Istituto Affari Internazionali, DOCUMENTI IAI 09/12- giugno 2009.
- Noelle-Neumann E., *La spirale del silenzio. Per una teoria dell'opinione pubblica*, a cura di S. Cristante, Meltemi editore, Milano, 2017.
- Ong W.J., *Oralità e scrittura. Le tecnologie della parola*, trad. it. di A. Calanchi, Il Mulino, Bologna, 1986.
- Orecchini F., *Appendice documentaria: La cooperazione italiana in Albania*, in F. Niglia, *L'Albania verso l'Unione europea: il ruolo dell'Italia*, Istituto Affari Internazionali, a cura di, Documenti IAI 09 | 12 – giugno 2009.
- Oren T., Shahaf S., *Global Television Formats: Understanding Television Across Borders*, Taylor & Francis Group, 2011.
- Paccagnella L., *Sociologia della comunicazione*, Il Mulino, Bologna, 2004.
- Pagani E., *INFOALBANIA. I media albanesi dal XX secondo a oggi*, Salento Books 2018.
- Pearson O., *Albania in the Twentieth century: A history*, Centre for Albanian Studies, vol. 3, 2004.
- Pellicano F.M., *Istituti di democrazia diretta*, GIUSTAMM – Rivista di diritto pubblico, 12 gennaio 2021.
- Perrone L., Barjaba K., Lapassade G., *Naufrazi Albanesi. Studi, ricerche e riflessioni sull'Albania*, Sensibili alle Foglie, Roma 1996.

- Pezzini I., *L'autunno della tv: i generi*, in Domenico F. D., Gavrilu M., Preta A. (a cura di), *Quella deficiente della TV. Mainstream television e multichannel*, FrancoAngeli, Milano, 2012.
- Piazzoni I., *Storia delle televisioni in Italia. Dagli esordi alle web tv*, Carocci editore, Roma, 2014.
- Pittau F., Ricci A., *Gli albanesi in Italia. Oltre vent'anni prima della tranquillità*, in Becherelli A., Carteny A., *L'ALBANIA INDIPENDENTE E LE RELAZIONI ITALO-ALBANESI (1912-2012)*, Atti del Convegno in occasione del centenario dell'indipendenza albanese Sapienza, «Nuova Cultura», 2012.
- Planapl S., *Communicating Emotion. Social, Moral, and Cultural Processes*, Cambridge University Press, 1999.
- Pompeo F., *Elementi di antropologia critica. Edizione ampliata*, editore Meti Edizione, Torino, 2018
- Popper K.R., Condry J., *Cattiva Maestra Televisione*, a cura di Giancarlo Bosetti, Marsilio, Milano, 1994.
- Ragnedda M., *La società postpanottica. Controllo sociale e nuovi media*, Editore Aracne, Roma, 2008.
- Riesman D., *La folla solitaria*, trad. it. di G. Sarti, Il Mulino, Bologna 2009.
- Rosselli A., *Italy and Albania: Financial Relations in the Fascist Period*, I. B. Tauri, New York, 2006.
- Rothschild J., *East Europe between the Two World Wars*, University of Washington Press, 1974.
- Ruggiero C., *La macchina della parola. Struttura, interazione, narrazione nel talk show*, Collana diretta da Livosi M. e Morcellini M., FrancoAngeli, Milano, 2014.
- Rush M., *Politica e società-Introduzione alla sociologia politica*, trad. it. di L. Cigognetti, a cura di G. Baldini, Il Mulino editore, Bologna 1994.
- Russo M., *Scusi, lei che ci faceva in Albania*, Vannini Editrice, Brescia, 1971.
- Sartori G., *Homo videns. Televisioni dhe postmendimi*, përktheu në shqip A. Nexhepi, Shtëpia e botimit Dituria, Tiranë, 2013.

- Savino F. J. S., *La politica dell'Italia in Albania nelle testimonianze del Luogotenente generale de re F. J. Di San Vito*, Cappelli editore, Bologna 1965.
- Scialla L., Torrioni P.M., *Sociologia dei processi culturali. Cultura, individui, società*, il Mulino, Bologna, quarta edizione 2020.
- Selznick B.J., *Global Television: Co-Producing Culture*, Temple University Press, Philadelphia, USA, 2008.
- Shumpeter J.A., *Capitalismo, socialismo e democrazia*, trad. ita di E. Zuffi, Edizioni di Comunità, Milano 1964.
- Sigismondi P., *La glocalizzazione digitale dell'audiovisivo. Nuovi paradigmi del panorama mondiale*, FrancoAngeli, Milano, 2014.
- Silverman D., *Doing Qualitative Research*, SAGE Publications Ltd, London, 2013.
- Sorice M., *Programmi in scatola. Il format nella tv globale*, Effatà editrice, Torino, 2009.
- Sorokin P.A., *La dinamica sociale e culturale*, a cura di C.A. Marletti, UTET, Torino 1975.
- Statera G., *La svolta dell'Ottantanove*, Angeli editore, Milano 1991.
- Statera G., *Problemi della sociologia*, Palumbo Editore, Palermo, 1992.
- Stocchetti M., *L'Albania e le responsabilità internazionali dell'Italia*, Il Mulino – Rivisteweb, Fascicolo 2, marzo-aprile 1997.
- Stocchiero A., *Alla ricerca del sistema Italia nei Balcani Occidentali*, Rapporto per il CeMiSS, 2007.
- Szlezák T.A., *Platone e la scrittura della filosofia. Analisi di struttura dei dialoghi della giovinezza e della maturità alla luce di un nuovo paradigma ermeneutico*, trad. it. di G. Reale, Vita e Pensiero, Milano, 1988.
- Tare I., *Shpërthimi i Kanaleve Televizive Private në Shqipërinë Pas Komuniste*, Polis, Revistë Shkencore e Fakultetit të Shkencave Sociale, Nr. 8 – 2009.
- Testa A., *La pubblicità*, il Mulino editore, Bologna, 2007.
- Thomai J., *Leksiologjia e gjuhës shqipe*, Shtëpia Botuese e Librit Universitar, Tiranë, 1999.

- Thompson J.B., *Mezzi di comunicazione e modernità. Una teoria sociale dei media*, trad. it. di P. Palminiello, il Mulino editore, Bologna, 1998.
- Timberg B.M., *Television talk. A History of the talk show*, University of Texas Press, USA, 2004.
- Todorov T., *The Kosovo War*, published by: Skidmore College, No. 128/129, Fall 2000 - Winter 2001.
- Tolson A., *Television Talk Shows: Discourse, Performance, Spectacle*, Lawrence Erlbaum Associates, Inc., London, 2000.
- Tönnies F., *Comunità e società*, trad. it. di G. Giordano, a cura di Maurizio Ricciardi, Laterza, Roma-Bari, 2014.
- Trani S., *L'Unione fra l'Albania e l'Italia*, Censimento delle fonti (1939-1945) conservate negli archivi pubblici e privati di Roma, Ministero per i beni e le attività culturali, Dipartimento per i beni archivisti e librari, Direzione generale per gli archivi, Edimond s.r.l., Città di Castello (PG), 2007.
- Triggiano D., *Introduzione a Max Weber*, Meltemi Editore, Milano, 2008.
- Turnock R., *Television and Consumer Culture. Britain and the Transformation of Modernity*. I. B. Tauris, London – New York, 2007.
- Tylor E., Murray J., *Primitive culture: Reseach into the Development of Mythology, Philosophy, Religion, Language, Art and Costums*, London 1871.
- Vedovato G., *L'elaborazione del Trattato di pace con l'Italia*, Rivista di Studi Politici Internazionali, luglio 1946 - ottobre 1947, Vol. 13/14, Anno 13, n. 3-4/Anno 14, n. 1-4, (luglio 1946 - ottobre 1947).
- Vickers M., Pettifer J., *Albania: From Anarchy to Balkan Identity*, C. Hurst & Co., London, 1999.
- Vickers M., *The Albanians. A Modern History*, I. B. Tauris & Co Ltd, New Work, 2001.
- Watzlawick P., *La realtà inventata. Contributi al costruttivismo*, a cura di A. Ancora e A. Fischetti, Feltrinelli editore, Milano, 2018.
- Winniffrith T., *Prespectives on Albania*, St. Martin's Press, New York, 1992.

- Wolf M., *Teorie delle comunicazioni di massa*, Bompiani editore, Milano, 2001.
- Zaller R. J., *The nature and origins of mass opinion*, Cambridge University press, 1992.
- Zarrilli L., *Albania. Geografia della transizione*, Franco Angeli, Milano, 1999.
- Zguri Rr., *Marrëdhëniet mes medias dhe politikës në Shqipëri*, Instituti Shqiptar i Medias, Fondacionit Friedrich Ebert, Tiranë, 2017.
- Zguri Rr., Pavli D., *Raportimi i reformës në drejtësi nga mediat shqiptare: mes interest public dhe klientelizmit politik*, Instituti Shqiptar I Medias, Tiranë, 2018.
- Zguri Rr., *Imazhi i medias te publiku dhe media trust në Shqipëri*, Istituti Shqiptar i Medias, Tiranë, 2019.

### **Sitografia**

- Agon Channel, mandato d'arresto per Francesco Becchetti. Accusa di riciclaggio*, in «Huffpost – fonte Ansa», 12 giugno 2015 (<https://bit.ly/32gNGFJ>)
- Ambasciata Italiana Tirana, cooperazione politica tra i due paesi (<https://bit.ly/3nEPwHY>)
- Ambasciata Italiana Tirana, cooperazione politica tra i due paesi (<https://bit.ly/3KqHdcF>)
- Ambasciata Italiana Tirana, cooperazione politica tra i due paesi (<https://bit.ly/3nGD0HS>)
- Aureli E., *Agon Channel. La strana storia della tv albanese alla conquista dell'Italia*, UpGo, 19 marzo 2021. (<https://bit.ly/3GRYqti>)
- Bucolo S., *La vergine puritana*, puntata del 16 gennaio 2020, ospite Diego Fusaro. (<https://bit.ly/3ihqzQd>)
- Camporese M., *In Albania Edi Rama punta al terzo mandato*, in «Lo Spiegone», 23 aprile 2021. Disponibile online presso <https://bit.ly/3GFRbEG>)
- Commissione Centrale per le Elezioni in Albania. (<https://bit.ly/3GXAk0p>)

Costituzione della Repubblica albanese, sito ufficiale del Parlamento (<https://bit.ly/3tSKVps>)

Dalmazzo P., *Albania: un cammino verso la democrazia*, in «rivista Pandora», 3 luglio 2017 (<https://bit.ly/3IjDv2H>)

Definizione di “ontologia”, in Enciclopedia Treccani (<https://bit.ly/3f5t5ap>)

Dervishi L., *Intervista e plotë e Presidentit Meta, për emisionin Përballë*, e trasmetuar në RTSH1- HD, publikuar online në datën 08 dicembre 2020. (<https://bit.ly/3qHhwgf>)

Ferberberg E., *In-Flagranti-Videos beenden nicht immer Polit-Karrieren*, Die Presse, 19 maggio 2019. (<https://bit.ly/3Ae1RrR>)

*Firenze, coppia fatta a pezzi: ex fidanzata del figlio resta in carcere*, in «Adnkronos», 24 dicembre 2020 (<https://bit.ly/3H31BhH>)

Freedom House Albania (<https://bit.ly/3FFJ4Xn>)

Freedom House Albania (<https://bit.ly/3KnvUBY>)

Freedom House Albania (<https://bit.ly/3KqUx0F>)

Freedom House Albania (<https://bit.ly/3qIHAHL>)

*Guideline on Opinion Polls and Published Surveys*, Relationship Esomar-Wapor, Issued August 2014, page. 4. (<https://bit.ly/3tVppRa>)

Immagini Google Forum foto studio Canale 5 (<https://bit.ly/39NiE8J>)

infoMercatiEsteri, *Accordi Economico-commerciali con l'Italia (Albania)* (<https://bit.ly/33sZi9t>)

infoMercatiEsteri, *Focus sulla situazione Coronavirus* (<https://bit.ly/3GWXtQn>)

infoMercatiEsteri, *Outlook economico Albania* (<https://bit.ly/32sv9GJ>)

infoMercatiEsteri, *Perché scegliere di investire in Albania* (<https://bit.ly/3KpuxCM>)

infoMercatiEsteri, *Rapporto Ambasciata Italiana sull'Albania 2021* (<https://bit.ly/3tSeVCa>)

INSTAT albanese (<http://www.instat.gov.al/>)

INSTAT: dati sulla popolazione albanese (<https://bit.ly/3KxVc0b>)

INSTAT: dati sulla popolazione albanese 2019 (<https://bit.ly/3H3Y15K>)

Italian Network – Prospettive/import-export e dogane (<https://bit.ly/3rzJ9Xv>)

Jakubowic K., *Post-communist media development in perspective*, Internationale Politikanalyse Europäische Politik | Politikinformation Osteuropa, Fridrich Eberto Stiftung, März, 2005 (<https://bit.ly/3G4ksHZ>)

Kulla P., *Rama ik apo Rama rri!?*, «Gazeta Tema», 19 aprile 2021. (<https://bit.ly/3Kue4NB>).

La costruzione del sistema democratico in Albania e lo sviluppo della cooperazione di polizia italo-albanese (<https://bit.ly/3nIE4eu>)

*La storia di Agon Channel non è finita*, in «Il Post», 13 gennaio 2021. Disponibile online (<https://bit.ly/32h9fGb>)

Likmeta B., *L'Albania colpita dal video scandalo di corruzione*, in «BalkanInsight», 12 gennaio 2011, Tirana. (<https://bit.ly/3tIfOgy>)

Marcello G., *Le Chiavi dell'adriatico. I rapporti tra Italia e Albania dall'inizio del secolo alla Seconda guerra mondiale*, «Il calendario del Popolo», Milano, 1997. Disponibile online presso l'URL <https://bit.ly/3InGGpW> (ultimo accesso maggio 2021).

*Media në Shqipëri, përpara pasqyrës*, Komiteti Shqiptar i Helsinkit, 25 novembre 2017. (<https://bit.ly/3A7K2dX>)

*Media Ownership Monitor Albania*, dati sul panorama della televisione albanese (<https://bit.ly/3FLaawq>)

Mediaset Infinity: *C'è posta per te* (<https://bit.ly/3ogGLFm>)

Mehillaj O., *L'immigrazione albanese in Italia: Accordi bilaterali Italia - Albania nella lotta contro l'immigrazione clandestina*, in «Adir – L'altro diritto», 2010 (<https://bit.ly/3qKkZdH>)

Ministero della difesa, Operazioni Internazionali, Albania, "Alba" (<https://bit.ly/3KEBTCL>)

Naso D., *Agon Channel, fermato a Londra il patron Francesco Becchetti*, in «Il fatto quotidiano», 3 novembre 2015 (<https://bit.ly/3FKKGiv>)



Obiettivo Albania: Una guida per le imprese italiane (<https://bit.ly/3rwzC3t>)

Obiettivo Albania: Una guida per le imprese italiane (<https://bit.ly/3tI2MPN>)

OSCE/ODIHR Misioni Ndërkombëtar i Vëzhgimit të Zgjedhjeve, Republika e Shqipërisë, Zgjedhjet Parlamentare, 25 aprile 2021 (<https://bit.ly/3IIAVcw>)

Pjesë nga intervista e kryetarit të Pd, Lulzim Basha me gazetaren Sonila Meço në emisionin *Tempora*, 25 marzo 2020 (<https://bit.ly/3FDG9P7>)

Qendra Kombëtare e Kinematografisë (QKK) (Centro nazionale della cinematografia) (<https://bit.ly/3Kth7pl>)

*Report dell'Osservatorio Social TV Centro interdipartimentale di Ricerca e Servizi di Sapienza - Università di Roma (Direttore Fabio Grasso). Coordinamento scientifico Alberto Marinelli, Romana Andò, 2015* (<https://bit.ly/3IqmaF9>)

Reporters Without Borders Albania (<https://rsf.org/en/albania>)

Scalfari E., *L'opinione pubblica è rimasta senza voce*, in «la Repubblica», 17 agosto 2008 (<https://bit.ly/3qEJvwW>)

Skënderaj E., *Media në Shqipëri, përpara pasqyrës*, Komiteti Shqiptar i Helsinkit (KShH), stafi i organizatës L. Dervishi, E. Gjermani, K. Risto, 25 novembre 2017 (<https://bit.ly/3raHE35>)

*Tërmeti shkatërrues i 26 nëntorit në Shqipëri, më vdekjeprurësi në botë për vitin 2019*, «Redaksia», 5 Janar 2020 (<https://bit.ly/3KCYEqH>).

The Cambridge Analytica Files, *Un'indagine durata un anno su Facebook, i dati e l'influenza sulle elezioni nell'era digitale* (<https://bit.ly/3KPXuZ1>)

Top Channel: *Dua të të bëj të lumtur* (<https://bit.ly/3m7u6BQ>)

*Trans Adriatic Pipeline. Gasdotto Albania-Italia*, in «Rapporti economici Albania-Italia», (<https://bit.ly/3rN6h5c>)

*Tregu i reklamave në median shqiptare*, Intituti Shqiptar i Medias, Tiranë 2019. (<https://bit.ly/34nlguh>)

Trungu A., *Un video fa dimettere il Vice Primo Ministro albanese Ilir Meta*, Albanianews, pubblicato il 16 gennaio 2011 (<https://bit.ly/3L9A80D>)

YouTube: *Kontrata*, ospite in studio Sabrina Ferilli, Agon Channel, 1 novembre 2014 (<https://bit.ly/3AkaPnp>)

YouTube: *C'è posta per te, Erica chiude la busta al padre, Maria s'indigna*, 1 marzo 2021 (<https://bit.ly/2Zx082m>)

YouTube: *Forum*, Canale 5 puntata 7 febbraio 2020 (<https://bit.ly/32IPVI2>)

YouTube: *L'amore ai tempi dei social*, 15 gennaio 2018 (<https://bit.ly/3unMoST>)

YouTube: *Surprizë nga nëna për djalin që nuk shikon, Dua të të bëj të lumtur*, Top Channel, 3 aprile 2021 (<https://bit.ly/3ofE5aL>)

YouTube: *E diela shqiptare, Shihemi në gjyq!*, Tv Klan, Puntata 9 luglio 2017 (<https://bit.ly/3kKADTA>)

YouTube: Tv Klan, *Ka një mesazh per ty, Surprizon shokun dhe jep 5 mijë dollare për bamiresi*, 25 aprile 2021 (<https://bit.ly/2ZII9Y7>)

Zërit të Amerikës (La voce dell'America) (<https://bit.ly/3qJAwKX>)

Zgjedhjet për Kuvend 25 prill 2021 (Le elezioni dei deputati del 25 aprile 2021) (<https://bit.ly/3IjutTd>)