

Flussi informativi e politica internazionale.

L'Italia "Televisiva" e l'esodo degli Albanesi¹

Beatrice Orlandini

1. Flussi migratori dall'Albania all'Italia

I flussi migratori dall'Albania verso l'Italia occupano le pagine dei giornali italiani dal 1991. La maggior parte dei giornalisti e dei commentatori di fatti albanesi sembrano ritenere che la televisione italiana sia uno dei fattori che hanno determinato l'esodo verso il nostro paese. Mostrando le immagini di un paese ricco come l'Italia, la televisione avrebbe fatto conoscere agli albanesi un mondo prima impensabile, questo sarebbe stato percepito da loro come reale e idilliaco e quindi gli albanesi avrebbero deciso in massa di raggiungerlo. "Scrive Attilio Giordano, inviato speciale del *Corriere della Sera*: 'L'Albania è un laboratorio naturale che i sociologi non riuscirebbero mai a realizzare. Tre milioni e mezzo di persone improvvisamente uscite di prigione, ognuna con il suo bunker, hanno imparato a conoscere il mondo attraverso cinque reti televisive italiane e una sola albanese. Un mondo fatto di notiziari democratici, ma soprattutto di ballerine e di lustrini, di lussuose pubblicità, di ruote della fortuna e di karaoke. Nessuno ha spiegato agli albanesi che è un mondo che non esiste, che è autentica realtà virtuale'" (Cit. in Vehbiu Devole 1996,30)

In particolare la pubblicità, sembra essere stata una delle molle che ha fatto scattare l'esodo: "i messaggi [pubblicitari] sono stati recepiti come se fossero una specie di pubblicità totale e gratuita del cosiddetto 'mondo libero'. L'esodo, ovvero il viaggio per raggiungere questo Eldorado, è stato considerato, in tal senso, come una risposta relativamente logica a questi messaggi: 'visto che il mondo da voi è così saturo di momenti euforici, fate partecipare anche noi, i dannati dell'altra sponda, alle vostre feste perpetue'" (Vehbiu - Devole 1996, 32). E ancora: "si intuisce subito che la tv italiana ha avuto un ruolo nella creazione di aspettative in questo popolo" (Perrone 1995, 59).

In effetti, mi pare innegabile affermare che la televisione italiana abbia giocato e continui a giocare un ruolo sociale rilevante in Albania. Se durante il regime comunista è stata una sorta di finestra sul mondo esterno, oggi sembra essere più che altro strumento

¹ Questo articolo riassume i risultati di una ricerca svolta nell'ambito di una tesi di laurea di circa 200 pagine.

di evasione da una realtà pesante e difficile. Mi pare però semplicistico affermare che la tv abbia avuto un ruolo diretto nel determinare l'emigrazione di massa verso l'Italia.

Innanzitutto è necessario sottolineare che l'emigrazione albanese verso l'Italia non è un fenomeno nuovo. Già nella seconda metà del Quattrocento vi sono ingenti migrazioni verso l'Italia meridionale. Nel 1468, infatti, muore l'eroe nazionale albanese Skanderbeg, che aveva guidato la resistenza anti-turca. Le violenze dovute all'invasione ottomana spingono circa 200 mila albanesi verso la Calabria e la Sicilia. Nascono così gli insediamenti arberesh, tuttora presenti. Gli spostamenti continuano poi nel XIX secolo e si accentuano agli inizi del nostro, anche verso gli Usa e la Grecia.

Nel periodo del regime comunista, l'emigrazione è non solo ufficialmente vietata, ma anche demonizzata come tradimento alla patria. L'ondata migratoria recente inizia tra il '90 e il '91 quando, a seguito degli sconvolgimenti politici e della drammatica crisi economica, migliaia di albanesi lasciano il loro paese, e continua tuttora, a fasi alterne di maggiore o minore intensità.

Avendo avuto la possibilità di essere spesso in Albania in questi ultimi anni mi è parso che l'esodo fosse determinato da una serie di fattori molto più complessi di quanto veniva generalmente presentato. Nel maggio del 1999 ho svolto una ricerca nella città di Elbasan e nel villaggio di Mollas (Albania centrale) volta a sondare quale immagine i ragazzi albanesi abbiano del loro paese, per capire quanto pesino nella scelta di emigrare l'insoddisfazione verso le possibilità offerte dal paese d'origine e la percezione di un'eventuale mancanza di prospettive. Mi sono chiesta inoltre quale sia il richiamo dell'Italia ed eventualmente se questo sia determinato semplicemente dalla vicinanza geografica o se altri fattori pesino ed entrino nella scelta di emigrare verso il nostro paese. In particolare quale sia il grado di penetrazione della televisione italiana e quanto essa incida nella creazione di un'immagine del nostro paese. E' veramente una presenza forte? Come interagisce con la cultura locale? Influisce sulla scelta di emigrare? Esporrò qui, per ovvi motivi di spazio, solo parte dei risultati della ricerca.

2. La ricerca

2.1 Il campione

Ho distribuito circa 370 questionari tradotti in albanese in alcuni licei della città e nel liceo di un villaggio. Nella maggior parte dei casi ho affidato i questionari ai direttori delle scuole, che si sono preoccupati di farli avere ai ragazzi. Nel villaggio, invece, ho presentato la ricerca classe per classe, accompagnata dal vice-direttore.

E' risultato un campione di 334 studenti tra i 15 e i 20 anni: 60 maschi, 273 femmine. La prevalenza femminile può essere attribuita in parte alla maggiore collaboratività delle ragazze, in parte al fatto che l'età delle superiori è quella in cui i ragazzi iniziano ad emigrare in Grecia o in Italia o comunque a lavorare saltuariamente; anche quando

frequentano la scuola (a meno che non provengano da una famiglia che li potrà mantenere all'università), la loro presenza in classe non è certamente assidua (salvo poi offrire da bere al direttore della scuola per farsi cancellare le assenze).

2.2 Immagine dell'Albania

Una parte del questionario contiene domande volte a rilevare l'immagine che i ragazzi hanno del loro paese. Questa è importante per capire quanto nell'eventuale scelta di emigrare incidano i fattori di espulsione, determinati dalle condizioni del loro paese d'origine. E' stato loro chiesto di giudicare i seguenti aspetti della vita nel loro paese attribuendo a ciascuno di essi un valore da 1 a 10:

- Condizioni di studio (scuole, insegnanti...)
- Possibilità di lavoro
- Opportunità di distrazione e divertimento (bar, locali, ritrovi, discoteche, cinema...)
- Vita culturale (biblioteche, teatri, manifestazioni...)
- Possibilità di fare acquisti (varietà e qualità dei prodotti...)
- Libertà/opportunità di realizzazione personale
- Ospedali/sanità
- Strade e mezzi di trasporto pubblico
- Distribuzione dell'acqua
- Sicurezza dal crimine (diffusione dei criminali, affidabilità della polizia...)

Nell'analizzare i dati è necessario considerare che in Albania, a differenza che in Italia, la sufficienza a scuola si ottiene con 5, che quindi verrà interpretato come valore indicante un giudizio sufficiente alla modalità considerata.

TAB. 1 *Valutazioni di alcuni aspetti delle condizioni di vita in Albania*
(punteggi medi su una scala da 1 a 10; N min/max= 326/334)

Condizioni di studio	5,3
Distribuzione dell'acqua	5,1
Possibilità di fare acquisti	4,9
Libertà/opportunità di realizzazione personale	4,7
Opportunità di distrazione e divertimento	4,5
Sicurezza dal crimine	4,3
Ospedali/sanità	3,9
Vita culturale	3,6
Strade e mezzi di trasporto pubblico	3,3
Possibilità di lavoro	2,9

Risulta evidente già da una prima lettura il giudizio pessimo dato alla vita in Albania (tabella 1). Solo due aspetti vengono considerati appena sufficienti: **le condizioni di studio** (5,3) e la distribuzione dell'acqua (5,1). Per quanto riguarda il primo, parlando con i ragazzi si percepisce che, nonostante possano considerare preparati i loro insegnanti e quindi dare un giudizio non troppo negativo sulla scuola albanese, non considerano la scuola veicolo del loro successo futuro o strumento di preparazione in vista della loro professione. Tant'è vero che, come accennato nella presentazione, i ragazzi maschi abbandonano spesso la scuola per emigrare oppure la frequentano in modo saltuario.

In effetti la situazione della scuola albanese non è delle più rosee. La maggior parte degli edifici manca di vetri alle finestre, attrezzature di base (come le lavagne e i gessi). L'aggiornamento di insegnanti formati sotto il regime pone problemi seri, specialmente in ambito umanistico. I libri di testo sono superati o di basso livello. (Io stessa, aiutando una ragazza nello studio dell'inglese, ho corretto molti errori presenti nel testo dal quale avrebbe dovuto imparare)

Riguardo invece la **questione dell'acqua**, questa è ancora razionata. “L'acqua è ancora un problema fondamentale nelle città, problema che coinvolge la famiglia in maniera determinante. [...] La vita dell'albanese è ancora regolata dagli orari del razionamento dell'acqua. Bisogna essere in casa quando arriva l'acqua per raccoglierla” (Del Re 1997, 71). A Elbasan l'acqua è distribuita un paio d'ore la mattina, un paio d'ore a metà giornata e un paio d'ore la sera.

Nelle campagne la situazione è ancora più difficile, perché molte famiglie devono recarsi ad una delle fonti del villaggio per raccogliere l'acqua che servirà nel corso della giornata. La mattina presto è così consuetudine vedere capannelli di donne e ragazze che con grosse taniche si avvicinano alle poche fontane presenti. Il giudizio non troppo negativo può essere attribuito al fatto che la distribuzione è lievemente migliorata rispetto a qualche anno fa; in particolare nel villaggio è stato moltiplicato il numero delle fontane, alleviando così le donne di una buona dose di fatica quotidiana, visto che è diminuita la strada da percorrere con le grosse taniche e il tempo di attesa prima di poterle riempire.

Il valore più basso è comunque attribuito alla **possibilità di trovare lavoro**, con una media del 2,9 che riflette la percezione da parte dei giovani di una totale mancanza di prospettive per il futuro, in un'economia instabile e disastrosa come quella albanese. Per quanto riguarda la zona di Elbasan, questa era uno dei poli industriali del paese durante il regime. Oggi, per la chiusura di industrie non competitive sul piano internazionale, le prospettive di lavoro per i giovani di questa zona sono davvero poche: insegnamento, professione medica, settore dei trasporti e commercio. Da qui la percezione della quasi impossibilità di trovare lavoro.

Un altro giudizio estremamente basso è attribuito alle **condizioni delle strade e dei mezzi di trasporto pubblico** (3,3 su una scala da 1 a 10). In Albania solo le strade che collegano le città principali sono asfaltate, e comunque la manutenzione è praticamente inesistente. I collegamenti all'interno sono costituiti in prevalenza da strade sterrate (che a volte letteralmente attraversano il corso di un fiume) che si trasformano in acquitrini anche solo a causa di una pioggia più abbondante. Questo fatto, oltre ad essere un disagio non piccolo, incide sull'economia. Ad esempio i contadini del villaggio di Mollas non hanno la possibilità di vendere la frutta che coltivano al mercato cittadino, perché nel trasporto se ne rovinerebbe una parte consistente. Questo aspetto assume risvolti drammatici nei casi di urgenze sanitarie, com'è facile immaginare.

Giudizi molto negativi vengono assegnati a **ospedali e sanità** (3,9 su una scala da 1 a 10). Problema ricorrente dell'Albania è l'assoluta fatiscenza delle strutture e la mancanza di strumentazione adeguata. A Elbasan l'ospedale è in via di ristrutturazione grazie a un progetto dell'Unione Europea: sono presenti alcuni macchinari moderni (per eseguire ecografie, radiografie...) e laboratori per le analisi, ma le condizioni igieniche e la preparazione professionale hanno ancora ampi margini di miglioramento da attuare per arrivare ad un livello accettabile.

L'ospedale di Mollas è ancora molto arretrato, un po' per la mancanza di qualsiasi tipo di attrezzatura, un po' per il livello di preparazione non troppo alto dei medici (soprattutto dal punto di vista civico). Comunque, grazie anche all'intervento di alcune suore italiane, le condizioni igieniche sono molto migliorate e sono stati ben avviati il reparto di maternità e un poliambulatorio, ai quali si rivolgono persone di tutta la zona.

Resta un'altra difficoltà, che probabilmente ha influenzato il giudizio dei ragazzi: il diverso trattamento che ricevono i pazienti che possono pagare bene dagli altri, che nuovamente riflette la debolezza di un apparato statale poco in grado di attuare controlli efficaci e l'immaturità del sistema.

Anche la **vita culturale** riceve un giudizio medio molto negativo (3,6 su una scala da 1 a 10): teatri e biblioteche sono praticamente inesistenti e per i giovani studenti è molto difficile soddisfare eventuali aspirazioni intellettuali, anche minime. Pure le **opportunità di distrazione e di divertimento** ricevono un punteggio molto basso. La città di Elbasan offre un paio di cinema e qualche locale, ma ovviamente molto lontani dalle aspettative che i ragazzi si creano guardando quelli presentati in tv.

Molto al di sotto della sufficienza anche il giudizio sulla **sicurezza dal crimine** (4,3 su una scala da 1 a 10). L'Albania è un paese in cui le istituzioni ancora faticano ad affermarsi pienamente; il cittadino è ancora lontano dal sentirsi tutelato dallo stato e dagli organi di sicurezza, che ancora presentano casi troppo frequenti di corruzione o incapacità di intervento e disorganizzazione.

2.3 Immagine dell'Italia

Se confrontiamo questi dati con quelli riguardanti l'Italia (tab. 2) non possiamo che essere colpiti dalla forte differenza. Il giudizio sulla vita in Italia è più che positivo. Il quadro che ne emerge è quello di un paese con condizioni di vita ottime da tutti i punti di vista. Il punteggio medio più basso è il 7,0 attribuito alla sicurezza dal crimine, mentre la quasi totalità dei punteggi medi si aggira attorno o addirittura supera il 9.

TAB. 2 *Valutazioni di alcuni aspetti delle condizioni di vita in Italia (punteggi medi, su una scala da 1 a 10; N min/max = 319/323.; differenza rispetto ai punteggi attribuiti all'Albania)*

	Italia	Differenza
Opportunità di distrazione e divertimento	9,3	+4,8
Strade e mezzi di trasporto pubblico	9,1	+5,8
Ospedali/sanità	9,0	+5,1
Vita culturale	8,9	+5,3
Distribuzione dell'acqua	8,9	+3,8
Possibilità di fare acquisti	8,8	+3,9
Condizioni di studio	8,8	+3,5
Libertà/opportunità di realizzazione personale	8,7	+4,0
Possibilità di lavoro	7,4	+4,5
Sicurezza dal crimine	7,0	+3,7

Il punteggio medio più alto è attribuito alle **opportunità di distrazione e divertimento** (9,3 su una scala da 1 a 10). I ragazzi albanesi sembrano considerare l'Italia un paese ricco di possibilità di evasione. Chiedono spesso come ci si diverte qui in Italia oppure quali locali si frequentano e come sono. Esiste una forte attrazione verso la sfera “festosa” dell'Italia, evidente anche nella scelta dei programmi televisivi, aspetto questo non privo di implicazioni contraddittorie.

Giudizi molto elevati ottengono anche gli aspetti relativi a **strade** (9,1) **ospedali e sanità** (9,0), e **vita culturale** (8,9). Gli albanesi sembrano infatti credere anche nella capacità dello stato italiano di fornire infrastrutture efficienti, che invece sono negate agli albanesi. Dalla tabella 2 si può notare come questi aspetti siano quelli in cui la differenza tra i punteggi medi è maggiore (rispettivamente +5,8; +5,1; +5,3). Di nuovo, mentre

L'Albania sembra aver poco da offrire ai suoi cittadini, l'Italia sembra essere garanzia quantomeno di servizi pubblici efficienti.

Alla **possibilità di lavoro** è attribuito un punteggio medio di 7,4, più basso di quasi tutti gli altri, ma significativamente alto se confrontato con il 2,9 assegnato all'Albania. L'Italia sembra quindi essere considerata un paese con opportunità lavorative piuttosto buone, al contrario dell'Albania, che ne viene giudicata quasi priva (la differenza tra i punteggi medi è 4,5).

Emerge quindi con grande evidenza l'insoddisfazione nei confronti del paese di provenienza, a cui si contrappone una concezione molto elevata dell'Italia e delle opportunità che sembra offrire. La positività dell'immagine dell'Italia risulta in modo palese dalle risposte di questo questionario, sotto tutti gli aspetti proposti, e viene confermata anche dalle risposte alle domande seguenti.

Quando viene chiesto agli intervistati di giudicare **l'Italia da un punto di vista economico** (tab. 3), la maggior parte la definisce un paese abbastanza (47,7%) o addirittura molto ricco (5,5%). Il 45,0% lo definisce un paese con risorse sufficienti e solo una minoranza (4,0%) il più povero tra i paesi ricchi e un paese non ricco (0,3%). L'Italia sembra quindi essere giudicata un paese con ottime risorse, sia di tipo simbolico che materiale.

TAB. 3 *Distribuzione di frequenza della variabile: "definizione dell'Italia da un punto di vista economico"*

	%
Un paese molto ricco	5,5
Un paese abbastanza ricco	47,7
Un paese con risorse sufficienti	45,0
Il più povero tra i paesi ricchi	4,0
Un paese non ricco	0,3
Totale	100,0
(N)	(327)

2.4 Guardando all'esterno

E' stato poi chiesto ai ragazzi quali paesi ritengano il luogo migliore in cui stabilirsi. Alla domanda "potendo scegliere liberamente, in quale paese ti piacerebbe vivere" (tab. 4), la maggior parte degli intervistati ha risposto gli Usa (45,7%). Gli Stati Uniti sono stati già in passato meta privilegiata dell'emigrazione albanese e oggi sono molto presenti nelle rappresentazioni e nei programmi della televisione italiana. Gli Usa sembrano essere paese dei sogni per eccellenza, a cui sono attribuite qualità quasi mitiche, ma che,

per quanto emerge dai discorsi dei ragazzi, restano nella sfera dell'irraggiungibilità, di un lontano sognato che mai si potrà toccare.

In linea con i risultati precedenti, l'Italia è meta ambita per una percentuale alta dei ragazzi (29,7%), di gran lunga superiore a quella di tutti gli altri paesi europei (la Gran Bretagna viene indicata dal 14,2%, la Germania dal 13,6% degli intervistati, e sono le percentuali più alte).

L'Albania viene indicata da una percentuale consistente degli intervistati (35,6%), segno delle spinte contraddittorie presenti: da un lato l'insoddisfazione verso le condizioni di vita offerte dal proprio paese, dall'altro un forte attaccamento verso di esso. Nonostante tutto, quindi, molti dei ragazzi non solo si sentono legati al loro paese, ma sceglierebbero di viverci, pur potendo accedere a paesi con maggiori possibilità.

TAB 4 *Distribuzione di frequenza delle risposte alla domanda "potendo scegliere liberamente, in quale paese ti piacerebbe vivere?" (valori percentuali; era possibile dare due risposte; N = 317)*

Stati Uniti	45,7
Albania	35,6
Italia	29,7
Gran Bretagna	14,2
Germania	13,6
Francia	11,0
Canada	4,4
Svizzera	3,8
Spagna	3,2
Austria	1,6
Grecia	1,3
Altro	15,1

E' comunque da tenere presente che gli intervistati avevano due opzioni, e che quindi in molti casi la scelta dell'Albania si affianca a quella di un altro paese più ricco. Mi pare interessante notare che l'altro paese verso cui è diretta la gran parte dell'emigrazione degli albanesi, la Grecia, è stato indicato come meta ambita solo dall'1,3% degli intervistati, segno di una differente concezione dei due paesi e di una diversa spinta verso di loro. La Grecia viene scelta come meta di tentativi migratori, soprattutto clandestini, ovviamente per la vicinanza geografica cui vanno aggiunti la relativa facilità con cui è possibile varcare il confine e i bassi costi del tentativo. Anche dai racconti dei molti ragazzi che ho incontrato, non rientra mai come meta caratterizzante i loro sogni. Molto spesso, anzi, è descritta come l'alternativa concretamente attuabile al sogno di emigrare in Italia.

2.5 richiamo dell'Italia

2.5.1 Conoscenza della lingua italiana

Un indicatore della propensione dei ragazzi albanesi verso l'Italia è la conoscenza da parte della quasi totalità dei ragazzi della lingua italiana (98,5%). Solo 5 ragazzi su 330 dichiarano di non conoscere l'italiano. E' stato chiesto ai ragazzi di giudicare il loro livello di conoscenza della lingua, assegnando un punteggio da 1 a 10 a quattro aspetti diversi: capacità di capire italiani che parlano, di capire l'italiano scritto, di parlare italiano, di scrivere italiano.

TAB. 5 *Distribuzione di frequenza delle risposte alla domanda "Come giudichi il tuo livello di conoscenza dell'italiano?" (punteggi medi, su una scala da 1 a 10; N = 321)*

	media
Capacità di capire italiani che parlano	8,5
Capacità di capire l'italiano scritto	7,6
Capacità di parlare italiano	7,7
Capacità di scrivere italiano	6,4

Osservando la tabella 5, si può notare come le capacità relative alla lingua orale abbiano punteggi maggiori rispetto a quelle relative alla lingua scritta. Infatti la capacità di capire italiani che parlano ottiene un punteggio medio di 8,5 mentre quella di capire l'italiano scritto un punteggio medio di 7,6. Nello stesso modo, alla capacità di parlare italiano è attribuito un punteggio medio di 7,7; a quella di scriverlo un punteggio medio di 6,4.

Si può inoltre mettere in evidenza come le capacità di comprensione ("passive") ottengano punteggi più alti rispetto a quelle di produzione ("attive"). Infatti alla capacità di capire l'italiano parlato viene assegnato un punteggio medio di 8,5 mentre a quella di parlarlo 7,7. Alla capacità di capire l'italiano scritto 7,6; a quella di scriverlo solo 6,4. Ciò può essere attribuito al modo in cui la lingua è stata appresa dai ragazzi.

Alla domanda "come hai imparato l'italiano?" era possibile rispondere scegliendo anche più modalità tra quelle presentate (tab. 6); ben l'87,6% dei ragazzi ha indicato la televisione come uno degli strumenti di apprendimento della lingua. La scuola, modalità tra le rimanenti con la percentuale più alta, è stata indicata dal 35,7% degli intervistati. E' ovvio quindi che prevalga l'abilità a parlare e capire la lingua orale, piuttosto che la capacità di scrivere.

TAB. 6 *Distribuzione di frequenza delle risposte alla domanda "Come hai imparato l'italiano?" (valori percentuali; erano possibili due risposte)*

Guardando la televisione	87,6
A scuola	35,6
Altro (libri, riviste...)	13,0
Da amici/parenti	12,1
Andando in Italia	2,7
(N)	(331)

2.5.2 Il lavoro

E' stato poi chiesto ai ragazzi di esprimere un giudizio sulla facilità o meno di trovare lavoro in Italia; le risposte sono in apparente contrasto con l'immagine quasi idilliaca che emerge dalle risposte precedenti (tab. 7). E' vero che quasi la metà degli intervistati considera non troppo difficile (45,1%) o addirittura facile (1,8%) trovare lavoro in Italia, ma la maggioranza lo giudica invece difficile (50,6%) e qualcuno addirittura quasi impossibile (2,5%).

TAB. 7 *Distribuzione di frequenza delle risposte alla domanda "Secondo l'idea che ti sei fatto, trovare lavoro in Italia è..." (percentuali di intervistati che indicano i giudizi seguenti)*

Facile	1,8
Non troppo difficile	45,1
Difficile	50,6
Quasi impossibile	2,5
Totale	100,0
(N)	(326)

Se confrontiamo questi risultati con quelli relativi alla tabella 2, notiamo un'evidente contraddizione: il 56,6% attribuisce un valore tra l'8 e il 10 alla possibilità di lavoro in Italia. Questo cambiamento può essere attribuito al fatto che qui la domanda sulla facilità a trovare lavoro è stata interpretata come riferita agli albanesi; sembra quindi emergere un maggiore realismo riguardo le effettive possibilità degli emigrati in Italia.

Osserviamo però i dati della tabella 8, riguardanti i motivi delle difficoltà per gli albanesi a trovare lavoro in Italia. Gli intervistati potevano scegliere una o due modalità da un elenco dato.

TAB 8

Distribuzione di frequenza delle risposte alla domanda “Per un albanese che è emigrato in Italia, le eventuali difficoltà a trovare lavoro dipendono soprattutto...” (percentuali di intervistati che indicano le ragioni sottostanti.. Erano possibili più risposte; N=328)

Dai pregiudizi degli italiani nei confronti degli albanesi	72,3
Da un basso livello d'istruzione	32,9
Dalla scarsa conoscenza dei modi normali in cui ci si mette in contatto con i datori di lavoro	23,2
Dal fatto che non si conoscono le persone	22,6
Dall'attuale crisi economica italiana	19,5
Altro	1,2

La modalità nettamente predominante è quella che imputa le difficoltà ai pregiudizi degli italiani (72,3%). Questo risultato sembra confermare una sensazione che io stessa ho avuto spesso parlando con i ragazzi albanesi: l'Italia sembra essere percepita come un paese con effettive possibilità, ma spesso precluse agli albanesi, più che altro per una specie di diffidenza diffusa nei loro confronti, che viene a volte imputata alla scarsa conoscenza che in Italia si ha del loro popolo, a volte al comportamento di coloro che sono entrati in giri loschi, danneggiando così anche i tentativi delle persone oneste.

Di fronte ai racconti sulle difficoltà che anche gli italiani incontrano quando si immettono nel mondo del lavoro, i ragazzi reagiscono a volte con diffidenza (come se si parlasse per convincerli a non venire), a volte affermando che di fronte alla totale mancanza di prospettive, tanto vale provare.

Altro motivo indicato da una percentuale significativa è il basso livello di istruzione (32,9%). E' interessante notare come prevalgano nettamente le motivazioni “esterne” alla situazione economica italiana: pregiudizi, basso livello d'istruzione, scarsa conoscenza dei modi normali in cui ci si mette in contatto con i datori di lavoro, mancata conoscenza delle persone “giuste”. L'attuale crisi economica è scelta solo dal 19,5% degli intervistati, valore percentuale più basso.

2.5.3 Fonti di conoscenza dell'Italia

Dopo aver sondato il richiamo dell'Italia, si è voluto studiare come gli intervistati si siano formati un'immagine del nostro paese. E' stato chiesto agli studenti da dove derivasse la loro conoscenza dell'Italia (tab. 9); ben il 95,5% ha indicato la televisione come una delle fonti. Sembra quindi confermato anche da questa indagine il ruolo della televisione come finestra sul mondo. La televisione è stata e in molti casi continua ad essere uno strumento per entrare in un mondo altrimenti inaccessibile. In seguito emergerà come spesso sia anche mezzo di evasione da una realtà insoddisfacente.

TAB 9 *Fonti di conoscenza dell'Italia: percentuale di intervistati che indicano le fonti sottoelencate*

Televisione	95,5
Amici/parenti	33,8
Scuola	26,9
Viaggio in Italia	5,0
Altro	4,5

Se la televisione è la fonte principale di conoscenza del nostro paese, non trascurabile mi sembra anche il 33,8% di chi indica amici/parenti. L'Italia è oggetto di discorso in Albania ed è importante considerare anche l'incidenza dei racconti degli emigrati che ritornano e riportano la loro esperienza. Un altro elemento spesso trascurato è che anche la presenza di italiani in Albania non è priva di conseguenze molto forti. Va ricordato che per decenni l'Albania è stato un paese impenetrabile in cui la presenza straniera era pressoché inesistente. La possibilità di avere contatti con i numerosi italiani che si recano in Albania (dai missionari agli imprenditori ai militari) ha avuto e continua ad avere un impatto notevole, soprattutto sui più giovani.

Anche la scuola è indicata come una delle fonti (26,9%); in particolare in alcune sezioni dei licei in cui ho distribuito i questionari, l'italiano è una delle lingue straniere studiate e anche la cultura e la società italiane sono ovviamente oggetto di studio.

2.6 Propensione ad emigrare

Ho in seguito preso in esame la propensione ad emigrare dei ragazzi e dei loro genitori; i risultati riguardano sia il giudizio sulla possibilità di emigrare verso l'Italia, sia l'indicazione dei modi più probabili in cui l'emigrazione potrebbe aver luogo.

Per quanto riguarda la possibilità di emigrare verso l'Italia, i risultati sono riportati nella tabella 10. Se si tiene presente una percentuale piuttosto alta di "non so", quelli che

escludono la possibilità sono solo il 4,8% (2,4% sicuramente, 2,4% probabilmente). Molti la ritengono un'eventualità addirittura certa: (sicuramente sì: 8,4%) o concretamente attuabile (probabilmente sì: 21,3%). La maggior parte, comunque, la ritiene semplicemente possibile (forse sì forse no: 38,9%). Com'è già emerso più volte, quella di emigrare è una delle possibilità che i ragazzi albanesi (soprattutto i maschi) prendono normalmente in considerazione, pensando al loro futuro, appunto perché faticano a trovare sbocchi nel loro paese. E' interessante sottolineare che nessuno dei ragazzi maschi ha risposto "sicuramente no" a questa domanda.

TAB 10 *Distribuzione di frequenza delle risposte alla domanda: "Pensi che a te potrebbe mai capitare di emigrare verso l'Italia?" (valori percentuali)*

Sicuramente sì	8,4
Probabilmente sì	21,3
Forse sì, forse no	38,9
Probabilmente no	2,4
Sicuramente no	2,4
Non lo so	26,6
Totale (N)	100,0 (334)

2.6.1 Propensione ad emigrare dei genitori degli intervistati

L'ipotesi di emigrare sembra essere stata presa in considerazione anche da una percentuale rilevante dei genitori (v. tabella 11). Escludendo i 'non so' numerosi soprattutto rispetto alla variabile riguardante l'emigrazione verso l'Italia (28,4%), quasi la metà dei genitori sembra aver pensato ad emigrare (15,0% sicuramente, il 31,1% probabilmente).

La propensione ad emigrare da un paese che non offre prospettive sembra già consolidata nella generazione precedente a quella degli attuali giovani. Per quanto riguarda l'Italia, il 18,4% ha sicuramente preso in considerazione tale possibilità e il 38,1% lo ha probabilmente fatto. Se consideriamo il fatto che all'interno la televisione italiana si riceve solo col satellite e che quindi non è entrata in modo massiccio prima degli anni '90, questi dati mi sembrano quanto meno porre un punto interrogativo in più al legame dato per scontato tra tv ed emigrazione. Di nuovo, gli effetti della televisione sono più complessi di quanto un approccio ipodermico piuttosto diffuso tra i commentatori italiani sembra voler far passare.

TAB 11

Distribuzione di frequenza delle risposte alla domanda: "Che tu sappia, quando erano giovani, i tuoi genitori hanno mai pensato di emigrare" (valori percentuali)

	Al- l'estero	Verso l'Italia
Sì, sono sicuro che ci hanno pensato	15,0	18,4
Non sono sicuro, ma credo che ci abbiano pensato	31,1	38,1
Non sono sicuro, ma non credo ci abbiano pensato	22,0	12,1
No, sono sicuro che non ci hanno mai pensato	31,9	31,4
Totale (N)	100,0 (334)	100,0 (334)

2.7 La televisione

Ho cercato poi di capire quanto la televisione entri nella quotidianità degli albanesi e quali siano le loro abitudini di consumo, soprattutto in riferimento alla televisione italiana. Ho preso in esame le abitudini di consumo sia dal punto di vista quantitativo che qualitativo.

2.7.1 Il tempo di fruizione

La quasi totalità del campione dichiara di possedere un televisore (98,5%), la maggior parte da più di 10 anni (71,7%). Solo pochi l'hanno acquistata negli ultimi quattro anni (5,7%) e comunque di questi circa la metà afferma che, prima di acquistarla, capitava che la guardasse presso qualche amico o familiare più di una volta alla settimana.

La frequenza di fruizione della tv è molto alta, sia tra i giovani che tra gli adulti: l'81,9% degli intervistati dichiara di guardarla tutti i giorni, che il 78,2 dei loro padri e il 77,7% delle madri fa lo stesso. Questo è un aspetto tipico dei paesi poveri in cui, essendo poche o comunque inaccessibili le alternative di svago, la tv diventa la principale attrazione del tempo libero. Accendere la tv è spesso considerato un gesto di ospitalità; mi è quasi sempre capitato, entrando nelle case albanesi, di vedere compiere questo gesto, seguito dall'offerta di scegliere io il programma preferito. Anche il tempo di fruizione quotidiana è molto alto. Quasi un terzo dei ragazzi (26,1%) dichiara di guardare la televisione più di sei ore al giorno e un altro 30,0% di accenderla dalle 4 alle 6 ore.

Il panorama televisivo albanese è molto vario, grazie all'enorme diffusione delle antenne paraboliche. Per quanto riguarda la televisione albanese, oltre alla rete nazionale (Tv-sh), esistono molte piccole emittenti locali. Nell'agosto 1998 ho intervistato un

giornalista di una tv locale di Elbasan (Dardan Tv). Questa rete dedica circa l'80% del palinsesto a programmi nazionali, il restante 20% a programmi regionali. Il giornalista ha affermato che la rete, come molte altre, è legata tramite apparecchiatura digitale ai canali privati italiani, cosicché alcune ore del palinsesto giornaliero sono prese direttamente dall'Italia, con la sola aggiunta dei sottotitoli. Così avviene anche per quasi tutti i film. L'ingerenza straniera è molto forte; un'altra rete privata (E-TV) è ad esempio finanziata dalla Coca-Cola. La televisione di stato (Tv-SH) è fortemente politicizzata, sempre legata al partito di governo.

Mi ha descritto il tentativo fatto dalla sua rete per evidenziare le difficoltà della vita in Italia, soprattutto per gli immigrati. Mi ha parlato di alcuni servizi sulla difficoltà a trovare lavoro, sul costo della vita, sui pregiudizi, ecc. Intanto io pensavo che era piuttosto ironico che una rete legata all'Italia e che diffondeva i suoi programmi cercasse di convincere che l'Italia era anche altro rispetto a ciò che poi quotidianamente mostra.

2.7.2 La televisione italiana

E' interessante notare che, se è vero che sia i ragazzi che i loro genitori guardano quotidianamente la tv, la percentuale dei giovani che scelgono quotidianamente programmi italiani è significativamente più alta rispetto a quella dei genitori (tab. 12). La distribuzione riguardante i più giovani presenta valori alti attorno alle modalità con tempi di fruizione più alti: l'80,7% dichiara di fruire tutti i giorni della televisione italiana; le percentuali diminuiscono man mano che ci si avvicina a tempi di fruizione più bassi.

L'andamento delle distribuzioni riguardanti i genitori è più irregolare, con una quota significativa che dichiara di non guardarla mai. Quasi la metà degli adulti, comunque, fruisce della televisione italiana tutti i giorni e un'altra percentuale piuttosto alta tre o quattro volte la settimana.

Durante l'incontro con il giornalista di Dardan tv, egli ha più volte sottolineato la preferenza che gli albanesi accordano ai canali italiani, citando anche alcune ricerche secondo le quali gli albanesi utilizzano il satellite nella stragrande maggioranza dei casi per captare programmi italiani e solo in piccole percentuali per vedere programmi di altre nazionalità (da quelli inglesi a quelli arabi).

TAB 12

Frequenza di fruizione della televisione italiana (valori percentuali)

	Tu	Tuo padre	Tua madre
Tutti i giorni o quasi	80,7	48,8	48,8
3 o 4 volte alla settimana	9,3	21,0	17,0
1 o 2 volte alla settimana	6,3	10,4	11,2
Meno di 1 o 2 volte alla settimana	2,1	8,2	10,6
mai	1,5	11,6	12,4
Totale	100,0	100,0	100,0
	%	%	%
(N)	(332)	(328)	(330)

I programmi italiani sembrano dunque essere entrati a far parte della routine degli albanesi, delle loro abitudini di consumo, fatto che alimenta una partecipazione mediata all'immaginario di una comunità nazionale diversa dalla loro. Questi modelli, attraenti e lusinghieri, si inseriscono in una realtà in cui la Nazione non sembra in grado di (ri)produrre un'immagine di sé forte, che sappia far presa sulle persone; il mondo culturale fatica a trovare modelli forti da contrapporre a quelli proposti dalla tv e la presa della tradizione sembra spesso indebolirsi, mentre sarebbe necessario trovare nuove mediazioni.

Molti (54,4%) dichiarano di guardare la tv italiana o perché amano molto la lingua italiana, o perché la vogliono imparare meglio. La televisione diventa uno strumento importante per conoscere l'Italia, in particolare appunto la lingua, percepita anche come strumento per avvicinarsi al mondo desiderato, magari in modo indiretto.

La tv è comunque vista principalmente come fonte di svago, che accompagna le occupazioni quotidiane o le serate che i ragazzi sono generalmente costretti a trascorrere in casa. Questo risulta evidente se si considera il tipo di programmi preferiti dagli intervistati (tab. 13)

TAB 13 *Trasmissioni preferite della televisione italiana: percentuali di intervistati che indicano i programmi seguenti (si potevano indicare fino a tre programmi; N=292)*

In bocca al lupo	44,2
Furore	25,3
Per tutta la vita	25,3
Telenovelas	20,2
Film	20,2
Domenica In	19,2
Quiz	14,4
Quark, documentari	14,0
Programmi musicali	14,0
Sport, trasmissioni sportive	8,6
La casa dei sogni	8,2
Festa di classe	7,2
Solletico, Bim bum bam	5,1
Porta a porta	4,1
Sceneggiati italiani	4,1
(Un medico in famiglia, Commesse, Le ragazze di Piazza di Spagna)	
Festival di Sanremo/Festivalbar	3,8
Segreti e bugie	3,8
TG	2,7
Friends, Il principe di Bel Air	2,1

Emerge con chiarezza (tab. 13) la preferenza accordata a programmi di evasione. La trasmissione preferita è “In bocca al lupo” (44,2%); si passa poi da “Furore”, sempre incentrata sul gioco e la festa (25,3%) a “Per tutta la vita”, che a quanto ne so fa gareggiare fidanzati, unendo all’ottenimento con pochi sforzi di denaro il motivo dell’amore.

Altro posto importante nelle preferenze è occupato dalle telenovelas (20,2%), di cui le ragazze albanesi parlano tanto, dato che descrivono amori passionali e intricati a donne che vivono in un contesto ancora patriarcale in cui la famiglia ha un ruolo spesso inscindibile nella scelta del compagno per la vita. Chiaramente l’entrata di queste rappresentazioni e i sempre maggiori contatti con il mondo occidentale non sono senza conseguenze, a volte drammatiche.

Ho assistito al funerale di una ragazza che si è suicidata per non sposare il fidanzato scelto dai genitori. Una suora mi ha raccontato di una ragazzina che ha rischiato di morire per avere ingerito delle pasticche; ha detto di avere imitato le donne delle telenovelas, che tanto non muoiono mai, attirano solo l’attenzione. Ovviamente questi sono esempi macroscopici di un disagio che però è tangibile e che nasce spesso da aspettative disilluse, dal confronto tra ciò che potrebbe essere e ciò che in realtà è.

Quasi tutti i programmi indicati come prediletti alimentano la propensione ad evadere dalla realtà verso un mondo immaginario, fatto in larga misura di soldi elargiti con facilità, gioco, musica, storie di personaggi fuori dal comune.

Gli unici programmi di stampo diverso che vengono indicati sono Quark e Porta a Porta, e comunque con percentuali non molto alte (rispettivamente 14,0 e 4,1%). Solo il 2,7% degli intervistati, inoltre, sceglie il telegiornale italiano. Anch'io ho potuto notare che gli albanesi sembrano preferire la televisione albanese per l'informazione, mentre per gli altri tipi di programma si rivolgono alle reti straniere, soprattutto quelle italiane.

A conferma dei risultati precedenti, i personaggi italiani più conosciuti riguardano il mondo dello sport e dello spettacolo, noti quasi a tutti gli intervistati (tab. 14). Le percentuali sono davvero molto alte. Possono sorprendere meno il 96,7% di intervistati che conoscono Roberto Baggio o il 93,4% che conosce Alessandro Del Piero: il calcio italiano è famoso in tutto il mondo (anche se bisogna tenere presente che il campione è prevalentemente femminile). Ma che l'81,9% dichiara di sapere chi è Pippo Baudo, il 78% Fiorello e il 72,6% Fabio Fazio è quanto meno significativo. Anche personaggi strettamente legati alla produzione filmica italiana, come Sabrina Ferrilli e Massimo Dapporto sono conosciuti da una percentuale molto alta di intervistati: rispettivamente 51,2% e 50,6%. Con l'eccezione di Lilli Gruber (48,5%) che supera Debora Compagnoni (40,4%), le percentuali decrescono in riferimento ai personaggi del mondo dell'informazione, dal 36,1% di Michele Santoro al 14,5% di Gad Lerner.

Anche la musica italiana è molto conosciuta in Albania, tant'è vero che Nek e Laura Pausini sono noti praticamente a tutti gli intervistati (rispettivamente al 94,0% e al 96,4%); ciò è dovuto anche alle trasmissioni di Radio Tirana, che diffonde musica internazionale di vario tipo (oltre a quella italiana, quella greca, quella turca e quella americana).

TAB. 14

Conoscenza di alcuni personaggi italiani: percentuale di intervistati che hanno risposto di conoscere i personaggi sottoelencati

Roberto Baggio	96,7
Laura Pausini	96,4
Nek	94,0
Alessandro Del Piero	93,4
Pippo Baudo	81,9
Fiorello	78,0
Fabio Fazio	72,6
Alex Britti	70,8
Alberto Tomba	59,0
Sabrina Ferrilli	51,2
Massimo Dappporto	50,6
Lilli Gruber	48,5
Deborah Compagnoni	40,4
Michele Santoro	36,1
Giampiero Galeazzi	34,3
Piero Angela	32,8
Maria Luisa Busi	26,5
Marino Bartoletti	25,0
Enrico Mentana	19,6
Gad Lerner	14,5

Questi risultati sembrano mostrare che la televisione italiana entra nella formazione dell'immaginario degli albanesi, che quindi è popolato di pubblicità e quiz, “amici mediali”, cantanti e calciatori italiani. L'impressione che io ho quando mi reco in Albania, è che gli albanesi vivano in parte nel nostro paese, pur essendone nella vita quotidiana molto lontani. Tifano per squadre di calcio italiane, parlano dei personaggi italiani, cantano la musica italiana.

Gli albanesi sembrano cercare nella televisione italiana immagini di un mondo diverso da quello in cui si ritrovano a vivere. I risultati mostrano una netta propensione verso quei programmi che trattano del disimpegno e del gioco oppure di vite psicologicamente complesse, in cui i problemi sono fatti di amori intricati, tradimenti, misteri e avventura. La televisione viene usata come strumento di fuga da una realtà limitata da numerosi problemi materiali, da relazioni sociali che difficilmente possono spaziare oltre la comunità d'origine.

Il problema mi pare sia che questa spinta non è priva di conseguenze. Fruendo di un flusso televisivo, si attua una negoziazione, non sempre facile. Il mondo mostrato dalla televisione e i modelli che propone sono lontani anni luce dalla società albanese; soprattutto sono sradicati da essa. Eppure in questo momento l'immaginario degli albanesi è popolato da personaggi italiani o americani. I sogni delle ragazzine degli amanti passionali e ricchi delle soap opera; quelli dei maschi di grandi macchine e uomini invincibili (uno dei miti è ad esempio Jean Claude Van Damme). Come si concilia tutto

questo con l'acqua da prendere alla fontana, la mucca da mungere, la disoccupazione, gli ospedali che non funzionano?

2.7.3 Le immagini televisive vengono percepite come rappresentazioni fedeli della realtà?

Nel questionario è stata inserita una domanda per sondare se i ragazzi percepiscono come reali le condizioni di vita rappresentate dalla televisione (tab. 15). I telegiornali sembrano essere giudicati molto affidabili: ben il 78,8% degli intervistati ritiene che diano una rappresentazione molto fedele della realtà.

TAB. 15 *Distribuzione di frequenza delle risposte alla domanda "Secondo te le condizioni di vita rappresentate nella pubblicità televisiva italiana rispecchiano fedelmente la realtà del paese? E gli sceneggiati televisivi? E i telegiornali?" (valori percentuali)*

	pubblicità	sceneggiati	telegiornali
Molto poco fedele	35,4	16,1	6,8
Poco fedele	48,6	58,4	14,5
Molto fedele	16,0	25,5	78,8
Totale (N)	100,0 (325)	100,0 (322)	100,0 (325)

Anche la percentuale dei ragazzi che pensa gli sceneggiati siano uno specchio fedele della realtà mi pare molto alto: il 25,5%. L'apertura verso modelli di vita proposti dalla televisione italiana è un elemento fortemente presente negli adolescenti albanesi; il confronto tra tali modelli e quelli della società in cui si ritrovano a vivere è tanto più lacerante, quanto più i primi sono percepiti come reali. Il fatto quindi che un quarto degli intervistati consideri molto fedeli le rappresentazioni della realtà italiana date dagli sceneggiati mi sembra di grande interesse, proprio per mettere in evidenza la forza di tale interazione.

Anche il risultato riguardante la pubblicità mi sembra degno di nota. Il 16,0% degli intervistati ritiene il mondo persuasivo e indorato per eccellenza uno specchio molto fedele della realtà italiana; sembra esserci una percentuale non trascurabile dei ragazzi che vuole credere all'idea dell'Italia come paese dei sogni. Tra l'altro la differenza tra le percentuali riguardanti la pubblicità e quelle riguardanti gli sceneggiati non sono così distanti tra loro. L'atteggiamento con il quale una buona percentuale dei ragazzi albanesi

si accostano ai programmi italiani non sembra essere particolarmente critico. Proprio perché la televisione viene usata soprattutto come strumento di svago, diventa probabilmente mezzo per farsi coinvolgere in un mondo dorato a cui si vuole, almeno in parte, credere. Solo che il risveglio diventa poi molto brusco.

2.7.4 Televisione e percezione di sé

Un altro aspetto interessante da considerare è come gli albanesi percepivano le condizioni del loro paese prima dell'introduzione della televisione (tab. 4.40). Una percentuale piuttosto alta dei ragazzi sembra cedere che molti albanesi fossero già piuttosto consapevoli dell'arretratezza dell'Albania: il 27,4% credevano che le condizioni di vita in Albania fossero molto peggiori rispetto a quelle degli altri paesi europei, un altro 25,6% che fossero un po' peggiori rispetto a quelle degli altri paesi europei. Altri avevano un quadro più roseo della situazione: il 17,0% credeva che le condizioni di vita in Albania fossero circa uguali a quelle degli altri paesi europei. Molti però (sempre secondo il parere degli intervistati) sembrano aver creduto alla propaganda del regime: il 6,3% credeva che le condizioni di vita fossero un po' migliori rispetto a quelle degli altri paesi europei, e ben il 23,7% addirittura molto migliori.

TAB. 16 *Distribuzione di frequenza delle risposte alla domanda: "secondo te, prima che fosse introdotta la televisione, gli albanesi come percepivano le condizioni del loro paese?" (valori percentuali)*

Credevano che le condizioni di vita in Albania fossero molto migliori rispetto a quelle degli altri paesi europei	23,7%
Credevano che le condizioni di vita in Albania fossero un po' migliori rispetto a quelle degli altri paesi europei	6,3%
Credevano che le condizioni di vita in Albania fossero circa uguali rispetto a quelle degli altri paesi europei	17,0%
Credevano che le condizioni di vita in Albania fossero un po' peggiori rispetto a quelle degli altri paesi europei	25,6%
Credevano che le condizioni di vita in Albania fossero molto peggiori rispetto a quelle degli altri paesi europei	27,4%
Totale (N)	100,0 (317)

In effetti, era molto difficile per un albanese accedere a fonti di informazione che dessero un quadro diverso da quello proposto da Hoxha. E' quindi probabile che molti

albanesi credessero davvero a ciò che veniva raccontato riguardo ai paesi stranieri. E' su questa parte della popolazione che probabilmente più dirompenti sono stati gli effetti della televisione e delle immagini di benessere che ha diffuso in molte case.

TAB. 17 *Distribuzione di frequenza delle risposte alla domanda "il cambiamento nel modo di vedere il loro paese che è conseguito dall'introduzione della televisione ha accresciuto negli albanesi il desiderio di emigrare?" (valori percentuali)*

Sicuramente sì	62,9
Probabilmente sì	27,4
Probabilmente no	2,1
Non so	7,6
Totale (N)	100,0 (329)

Alla domanda se il cambiamento nel modo di vedere il loro paese che è conseguito dall'introduzione della televisione abbia accresciuto negli albanesi il desiderio di emigrare (tab. 17), ben il 62,9% degli intervistati ha risposto che sicuramente sì. Un altro 27,4% che probabilmente sì.

La televisione sembra aver ricoperto e ricoprire un ruolo riconosciuto nell'aumentare la consapevolezza che gli albanesi hanno della loro condizione. In questo senso si può dire che abbia effetti dirompenti. Ma non secondo il modello semplicistico "immagini paese della cuccagna \Rightarrow decisione di emigrare".

3. Conclusione

Credo invece che questo fenomeno vada inquadrato in un contesto più complesso e costituito di molti altri fattori. Vanno innanzi tutto ribaditi la situazione drammatica in cui versa il paese nel momento della caduta del regime (scarsità di cibo, razionamento dell'acqua e dell'energia elettrica, inflazione al 260%) e l'aspetto di rivincita che l'emigrazione assume nei confronti di una dittatura che l'aveva demonizzata. La disperazione porta alla fuga e l'Italia dista solo pochi chilometri di mare. Tant'è vero che l'emigrazione continua si ha anche verso la Grecia, che pure non è indicato dai ragazzi da me intervistati come paese dei sogni e la cui televisione non è guardata quasi da nessuno.

Gli effetti della televisione mi pare ci siano stati e continuano ad esserci, ma più complessi, intersecati con quelli di altri attori sociali, e forse ancora più dirompenti. Le immagini festose della televisione italiana vengono lasciate entrare in un contesto non solo povero e arretrato, ma in cui ogni costruzione simbolica del passato si rivela come falsa. Gli albanesi faticano a vedere prospettive e possibilità di miglioramento, non hanno schemi interpretativi e valori a cui rifarsi; qualsiasi rappresentazione alternativa viene quanto meno presa in considerazione.

Non è solo la televisione, ma è tutto l'Occidente che celebra la vittoria del suo modello economico di fronte alla caduta dell'ultimo baluardo comunista in Europa. Onofrio Romano, nel suo libro *L'Albania nell'era televisiva*, espone a questo proposito una tesi piuttosto interessante. Egli parte dall'assunto che il capitalismo attuale sia caratterizzato da due aspetti: da un lato la macchina produttiva, con tutto il suo contorno di etica del lavoro e organizzazione sociale, dall'altro l'immaginario consumista. Queste due sfere sono reciprocamente funzionali. "L'esistenza di due sfere rette da principi tendenzialmente opposti gli uni agli altri ha permesso all'uomo occidentale di non rimanere schiacciato sotto il peso insostenibile della macchina, di evadere sistematicamente dalla gabbia d'acciaio di weberiana memoria" (Romano 1999, 159). Nello stesso tempo, l'organizzazione del lavoro limita gli impulsi al consumo e all'evasione, permettendo al sistema di non scivolare nell'anarchia. In Albania si vuole adottare il capitalismo occidentale prescindendo dalle sue strutture fondanti che di fatto ne rendono possibile la realizzazione.

La televisione ha probabilmente contribuito ad esportare questo modello parziale, di cui viene evidenziato solo l'aspetto "festoso", in un paese che si spalancava a qualsiasi sollecitazione esterna, visto che per troppo tempo ne era stato privato. Le immagini televisive hanno anche contribuito ad aumentare la consapevolezza degli albanesi riguardo le loro condizioni; ha costituito una fonte d'informazione alternativa rispetto alla versione del regime. Come risulta anche dalle risposte ai questionari, molti albanesi sembrano aver creduto alla visione del mondo esterno data da Hoxha; la tv può aver avuto un ruolo importante nell'incrinare tali certezze. Come abbiamo visto, la maggior parte degli intervistati crede che l'introduzione della televisione abbia accresciuto negli

albanesi la consapevolezza della loro condizione e che questo abbia rafforzato la spinta ad emigrare.

E' in quest'ottica che va visto il contributo televisivo all'esodo. In un contesto di povertà data per scontata entrano immagini di uno stile di vita totalmente diverso, basato su valori diversi, in cui sembrano prevalere il benessere e la gioia. Questo può aver contribuito ad accrescere l'insoddisfazione e quindi la spinta ad andarsene. Mi sembra diverso però dal dire che gli albanesi sono emigrati pensando di trovare Capitan Findus nei supermercati (aneddoto cit. in Romano 1999, 169) In realtà mi pare necessario cogliere altre dimensioni del fenomeno. Gli effetti del medium televisivo vanno appunto, contestualizzati, ponderati sul lungo periodo e messi in relazione con i molteplici agenti di socializzazione compresenti. "Tale impostazione inibisce di per sé ogni comoda ipotesi di influenza automatica, diretta ed ipodermica del medium, che va quindi ricollocato nel vasto ventaglio di fattori sociali e di circostanza storiche che, insieme, contribuiscono a dar forma specifica alla cultura e all'immaginario sociale istituyente" (*Ibid.*).

Si può quindi affermare che la televisione contribuisce a mutare la percezione della realtà (insieme ai contatti con gli italiani, ai racconti degli emigrati). Diverso però è affermare che migliaia di albanesi, attratti dalle immagini di un Occidente che credono simile al paese delle meraviglie, decidono di lasciare tutto, attraversare l'Adriatico (con tutti i pericoli che questo comporta) per raggiungerlo.

Non va inoltre tralasciato un altro aspetto importante. Il 1991 è sì l'anno dell'esodo degli albanesi, ma è anche il periodo in cui molti occidentali si recano in Albania: missionari, politici, imprenditori, militari. Il contatto con gli stranieri, per una popolazione che raramente ne aveva incontrati prima, non è sicuramente stato scevro di conseguenze, anche per la maggiore forza che i rapporti faccia-a-faccia continuano ad avere rispetto a quelli mediati. Anche questo elemento è entrato nel far sì che gli albanesi percepissero in modo differente le loro condizioni di vita.

Nella scelta concreta di emigrare mi sembra pesino molto di più quindi gli aspetti legati alle disastrose condizioni economiche del paese, alla sensazione di insicurezza e alla percezione di totale mancanza di prospettive piuttosto che quelli attrattivi esercitati dalla tv italiana. Tant'è vero che l'altro grande esodo si è avuto dopo l'ennesima disillusione sulle possibilità di ripresa del paese (il 1997, anno del crollo delle finanziarie).

La tv, però, mi sembra abbia avuto e continui ad avere un altro effetto, più sottile e penetrante. Come abbiamo visto, gli albanesi sembrano cercare nella tv italiana soprattutto svago e divertimento; si aprono cioè alle rappresentazioni di benessere, amore e gioco. Le loro trasmissioni preferite sono i quiz, i varietà, le telenovelas; conoscono molto bene i personaggi del mondo dello sport e dello spettacolo. Si aprono alla percezione di modelli e stili di vita molto diversi dai loro, sia dal punto di vista economico (stili di consumo, vestiti, macchine...) che da quello simbolico (libertà

d'azione e di scelta, amori passionali...). Come sottolineava Thompson (1999), oggi gli individui possono costruire la propria immagine di sé ed elaborare le proprie prospettive per il futuro, utilizzando anche materiali "mediati" (quelli appunto offerti dalla tv). "Il processo di autoformazione si lega in misura sempre maggiore all'accesso a forme di comunicazione mediata [...] La conoscenza locale è integrata e progressivamente sostituita da nuovi tipi di conoscenza non locale; [...] accedendo a forme di comunicazione mediata, gli individui possono costruire il loro sé utilizzando un insieme di risorse simboliche sempre più abbondante. [...] Il problema cui la maggior parte delle persone si trova oggi di fronte è un problema di dislocazione simbolica: in un mondo in cui la capacità di fare esperienze non è più legata all'incontro attivo, come si possono collegare le esperienze mediate ai contesti pratici della vita quotidiana?" (Thompson 1999, 291-95).

La televisione italiana offre modelli culturali e simbolici di riferimento molto lontani da quelli albanesi tradizionali. Se le ragazze si lasciano attrarre da attori gentili, storie d'amore intricate, vestiti e trucchi, i ragazzi da eroi invincibili, calciatori osannati, macchine e soldi facili.

Si generano così aspettative non realizzabili, puntualmente frustrate; più duro diventa il contatto con il contesto quotidiano. E' molto difficile per dei giovani albanesi che hanno acquisito una consapevolezza (chiara o confusa che sia) di ciò che è all'esterno, fare i conti con la società tradizionale, ancora in larga parte contadina, povera di risorse materiali e culturali, patriarcale. L'aspetto più evidente di questo disagio, come ho più volte sottolineato, mi pare si rifletta nella sfera affettiva. I giovani creano le loro speranze per il futuro a partire da modelli occidentali fondati sulla libertà di scelta e si trovano a dover mediare con una realtà in cui i genitori, quando non decidono arbitrariamente, entrano comunque in modo forte nella scelta del compagno e della compagna. Io stessa ho partecipato più volte alle vicende difficili di ragazze che hanno rischiato di essere cacciate di casa per aver rifiutato il fidanzato proposto dai genitori. Questo fenomeno è più marcato nelle zone rurali, perché in città si è già assistito ad un'evoluzione, ma ancora la mediazione non è sempre facile. Qui, ad esempio, è molto presente il tentativo di imitare uno stile di vita occidentale e si è diffuso un certo snobismo nei confronti degli abitanti della campagna. La fruizione della televisione italiana diffonde la sensazione di partecipare ad una comunità nazionale che in realtà resta preclusa, ma alla quale spesso si attinge per avere modelli di riferimento. Questo può favorire l'acuirsi dell'insoddisfazione nei confronti di un contesto come quello albanese già parco di offerte. "Lo scontro tra la cultura tradizionale e la modernità (i cui simboli vengono per la maggior parte dall'Occidente) [...] può produrre un senso di alienazione dovuto all'improvvisa presa di coscienza della situazione del paese, coscienza che era stata a lungo anestetizzata dall'ideologia (Del Re 1997b, 57). L'unica prospettiva può apparire davvero l'emigrazione.