



ANALISI DEL RAPPORTO INSTAURATO TRA MEDIA E SISTEMA POLITICO IN ALBANIAⁱ

Lorena Liçenjiⁱⁱ

PhD, Faculty of Education and Social Sciences,
European University of Tirana, Albania

Astratto:

Il presente lavoro si pone l'obiettivo di analizzare il rapporto instaurato tra media e sistema politico in un paese con una democrazia ancora giovane come l'Albania. Il tema del rapporto tra media e politica ha assunto una nuova centralità in Albania nei primi anni Novanta quando si realizzò la particolare convergenza tra mass media, classe politica e nuovi capitalisti. La televisione è stato il mezzo che ha avuto un profondo effetto sulla scena politica albanese, cambiando la società e la politica attraverso la sua capacità non solo di raggiungere milioni di cittadini e di elettori, ma anche quella di formare le opinioni e le scelte di voto.

La storia Ventennale del sistema mediatico albanese conferma che la classe politica albanese ha usato i media in funzione delle loro azioni, specialmente nei momenti in cui il dibattito pubblico è stato particolarmente acceso come quello delle campagne elettorali.

L'obiettivo di questo lavoro sarà proprio quello di delineare attraverso un'impostazione qualitativa le caratteristiche complesse e ambivalenti che assume oggi l'interrelazione tra sistema mediatico e quello politico.

Questa ricerca è stata condotta attraverso un approccio qualitativo con l'obiettivo di comprendere, attraverso l'analisi diacronica, l'evoluzione del sistema dei media in Albania e il suo impatto sul sistema politico.

Parole chiave: politica, media, società, comunicazione, Albania

ⁱ ANALYSIS OF THE RELATIONSHIP BETWEEN MEDIA AND POLITICAL SYSTEM IN ALBANIA

ⁱⁱ ⁱ Correspondence: email lorena.licenji@uet.edu.al

Abstract:

This paper aims to explore the relationship between media and political system in a country with a still young democracy such as Albania. The relationship between media and politics has assumed a new centrality in our society as a consequence of the affirmation of the new communication technologies. The importance that television has taken in society has profoundly changed the way of relating politics with the information system. The television was the medium that had a profound effect on the Albanian political scene, much to change society and politics itself. Therefore, it has changed the society, and policy through its ability not only to reach millions of citizens and voters, but also to shape the opinions and the voting choices. This research was conducted through a qualitative approach with the objective of understanding, through diachronic analysis, the evolution of the media system in Albania and its impact on the political system.

Keywords: politics, media, society, communication, Albania

1. Introduction

Il sistema dei media nasce e si sviluppa in stretta connessione con l'affermazione della democrazia rappresentativa, e ancora oggi continua a mantenere, in tutti i paesi industriali a regime parlamentare, un rapporto significativo con le istituzioni politiche e statali. Un rapporto che di volta in volta può essere simbiotico, di dipendenza o conflittuale ma che comunque assegna ai principali canali di comunicazione il ruolo d'interlocutore principale del sistema politico (Grossi, 1985).

Il principale canale di comunicazione tra il sistema politico e i cittadini è costituito dal sistema mediale e principalmente dalla televisione. La politica si basa sulla comunicazione e sulla capacità di quest'ultima di influenzare le menti degli individui.

Il rapporto tra mass media e politica, insieme allo specifico problema dell'influenza dei media sulle opinioni politiche dei cittadini, è stato oggetto di studio della *Communication Research*. Pur se molto diverse, le posizioni dei ricercatori possono essere riassunte in tre paradigmi principali (Wolf, 1985):

- Il primo paradigma considera i media come subordinati al sistema politico, controllati e usati da quest'ultimo per mantenere il potere e influenzare i cittadini. I media sono utilizzati come dei semplici canali per diffondere il messaggio politico.

- Il secondo paradigma, invece, considera i media come indipendenti e con una forte influenza sul sistema politico. Si considerano interlocutori attivi, addirittura dotati del potere di opporsi alla politica, di esserne l'antagonista.
- Il terzo paradigma considera i due sistemi, quello politico e mediatico, in una continua collaborazione.

Entrambi i paradigmi appena citati sono utili poiché rilevano ciascuno un aspetto importante del rapporto tra media e politica: è vero, infatti, che il potere politico ha spesso tentato di controllare i media è che in alcuni periodi storici essi sono stati usati come strumenti di acquisizione del consenso. Ed è vero anche che, in certi casi i media hanno imposto la propria visione della realtà e si sono opposti al sistema politico, facendo valere la propria logica. Per questo motivo, entra in campo un terzo paradigma che considera il rapporto tra media e politica in una continua negoziazione e orientati a esercitare un'influenza reciproca (Abruzzese, 1995).

2. Il ruolo dei media nel sistema politico albanese

Analizzare le interrelazioni tra sistema politico e sistema mediatico, tra professionisti della politica e professionisti dei media, significa riconoscere innanzi tutto una identità specifica ed una riconoscibilità organizzativa e culturale dei due gruppi di attori.

Faccendo riferimento alla teoria degli effetti della comunicazione di massa si possono individuare tre principali aree d'influenza in cui si possono raggruppare i vari effetti che i mezzi di comunicazione di massa producono nella sfera politica di un paese (Grossi, 1995):

- Effetti sulla natura e sul funzionamento del sistema politico.
- Effetti sulla percezione della politica da parte dei cittadini.
- Effetti sulla configurazione della sfera pubblica politica nel suo complesso.

In relazione a queste tre aree i mass media possono esercitare un tipo d'influenza che intende definire l'agire politico, oppure entrare in concorrenza diretta con gli attori politici (Grossi, 1985).

Per quanto riguarda la diffusione dei mezzi di comunicazione di massa in Albania, il periodo che va dagli anni Cinquanta agli anni Novanta è un periodo che costituisce l'epoca della scarsa penetrazione dei mezzi di comunicazione sul pubblico di massa, ed è un periodo caratterizzato dal forte controllo sull'informazione televisiva, considerata, di fatto, uno strumento di rassicurazione sociale a uso del potere politico.

Il sistema dei media, durante gli anni del totalitarismo, era totalmente in funzione della propaganda. Era la politica che gestiva i media, a tal punto che non si poteva distinguere la televisione dall'ufficio stampa del partito, oppure un articolo giornalistico dal comunicato stampa (Yzeiri, 2006).

Il sistema dei media in Albania replicava il modello sovietico il quale prevedeva una totale dipendenza dei media dal potere autoritario del partito unico, un alto grado di politicizzazione dei contenuti e delle organizzazioni mediatiche, una scarsa differenziazione e innovazione del sistema mediatico, con una storica prevalenza della carta stampata sui media elettronici.

Un modello in cui i media non avevano nessuna possibilità di costruire una sfera pubblica, intesa come un insieme d'istituzioni comunicative attraverso le quali far circolare liberamente i fatti e le opinioni ed entro la quale formare l'opinione pubblica (Gritti, 2001).

I media erano tutt'altro che indipendenti e la politica aveva il monopolio dell'informazione (Sparks & Reading, 1998). Il regime albanese esercitava un forte controllo e censura sull'informazione, mantenendo molto alta l'attenzione verso l'informazione estera che poteva superare le barriere del controllo. La propaganda esercitava una forte influenza sugli individui, utilizzando e manipolando i meccanismi dei loro comportamento, provocando le loro reazioni o rendendoli prevedibili.

La propaganda non era indirizzata solo a soggetti passivi, ma intendeva coinvolgere anche quelli considerati attivi operando nei loro confronti un'operazione di persuasione. Il regime albanese ha usato sia la propaganda *persuasiva*: che agisce rivolgendosi a soggetti attivi tramite il ragionamento e la logica, sia la propaganda *emotiva*: rivolgendosi ai cittadini passivi tramite simboli o azioni, cercando di suscitare le emozioni della massa (Cedroni, 2010).

Durante il comunismo, in tutti i paesi dell'Europa centrale e orientale la televisione è stata utilizzata come portavoce del partito al governo ed è servita solo a glorificare le autorità del paese. Con il crollo del comunismo nel 1989-1990 ed il passaggio dello Stato da isolato a libero anche il sistema mediatico si è radicalmente rinnovato.

Nei primi anni, dopo la caduta del regime comunista, la classe politica albanese ha continuato per abitudine ad approcciarsi ai media con una visione meccanicistica. La maggior parte della popolazione erano ex lavoratori delle fabbriche, lavoratori nell'agricoltura e intellettuali, cittadini che potevano creare il proprio orientamento politico non basandosi solo sugli interessi economici ma anche sulle opinioni formate dalla fruizione del mezza televisivo.

Gli elettori erano anche lettori frequenti dei quotidiani ed è per questa ragione che la propaganda avveniva attraverso i giornali che nella maggior parte dei casi erano sotto il diretto controllo dei partiti politici (Krasniqi, 2009). Gli studiosi affermano che nella maggior parte dei paesi post-comunisti, le élite postcomunistiche invece di impegnarsi nei processi di democratizzazione del sistema mediatico, hanno preferito esercitare su di esse un controllo politico (Onofrio, 1999).

In Albania a causa dell'assenza della cultura politica di servizio pubblico, si sono verificate due condizioni estreme; forte controllo statale sui media ed elevata liberalizzazione.

Nei sistemi post-comunisti come l'Albania, il servizio pubblico non affrontava solo il problema della proprietà e del finanziamento dei media, ma anche la mancanza dei requisiti indispensabili per definire una responsabilità pubblica dei mezzi di comunicazione

3. Il rapporto instaurato tra i due sistemi prima e dopo la caduta del regime comunista

In un paese con una nuova democrazia come l'Albania, i media e la politica hanno affrontato grandi sfide e trasformazioni. L'equilibrio di potere tra sistema mediale e sistema politico è cambiato continuamente, a seconda delle variabili normative, politiche, economiche, sociali e culturali. Il pluralismo politico ha contribuito a cambiare il clima sociale e i rapporti tra media, politica e pubblico. Rapporto il quale può essere sintetizzato facendo riferimento a due posizioni estreme: i media si considerano come una variabile dipendente dal sistema politico istituzionale, oppure come una variabile indipendente (Mancini, 2002).

Dall'analisi del rapporto instaurato tra sistema mediatico e politico nell'Albania postcomunista, si può asserire che il sistema dei media ha esercitato e continua ad esercitare una forte influenza sulla percezione della società. I media albanesi hanno influenzato fortemente la società e sono stati considerati intermediari della politica.

Dall'inizio degli anni Novanta, data la fragilità delle nuove formazioni politiche e l'opacità degli interessi economici, il sistema dei media ha assunto un ruolo di primo piano nella comunicazione politica albanese, rispecchiando le caratteristiche della politica di questo periodo.

Anche se oggi il sistema dei media si è liberato dal controllo totalitario dello Stato, questo non ha significato il distacco totale dal potere.

Nei primi anni Novanta, il governo iniziò a cambiare i loro sistemi nazionali di trasmissione, attraverso l'apertura del mercato anche alle emittenti private, adottando nel frattempo misure per trasformare l'emittente statale in un'unità più indipendente (Gritti, 2001).

I primi anni della transizione sono stati caratterizzati dalla costruzione dei nuovi mercati della comunicazione, dalla fine del monopolio statale, deregulation, soppressione della censura, privatizzazione e apertura ai capitali stranieri. Per quanto riguarda le televisioni, oltre a quella pubblica, in un ambiente non regolamentato dalla legge, sono nate piccole emittenti di scarsa qualità a diffusione locale (Ferrato, 2001).

Dall'inizio degli anni in Albania si realizzò la particolare convergenza tra mass media, classe politica e nuovi capitalisti (Voltmer, 2001). Il settore dei media postcomunisti è stato caratterizzato da una proliferazione di strumenti e forme di comunicazione prima sconosciute, favorita da un entusiastico clima di libertà d'espressione (Bianchini, 1992). Il mercato dei media si è modificato in modo rilevante introducendo una forte competizione tra i diversi tipi di media e anche all'interno dei singoli settori.

Come riportato poco fa, dopo il 1990, il sistema dei media in Albania si è sottoposto a un lungo processo di trasformazione. Se prima non esistevano i media privati, ma solo quelli controllati dallo Stato, dopo il 1991 si entra in un periodo di veloce evoluzione.

Jakubowicz ricorda che: *“Quando nell'Europa dell'Est gli individui pianificavano un nuovo ordine mediatico, loro immaginavano un'arena mediatica, dove tutte le persone potevano esprimere le proprie opinioni. Il sistema dei media sarebbe stato controllato dalla società e sarebbe servito come luogo di dibattito pubblico”* (Jakubowicz, 2008). La difficoltà di un paese post-comunista come l'Albania è stata quella di accettare e applicare i principi dell'economia capitalistica al sistema dei media.

Come accade nella maggior parte dei paesi post-comunisti, anche in Albania, le élite invece di impegnarsi nel processo di democratizzazione, hanno preferito esercitare un controllo politico sul sistema dei media. I diversi studi internazionali affermano il rischio che il legame tra gli interessi della classe politica post-comunista e la nuova imprenditoria capitalistica può determinare nuove forme di monopolio nei media (Xhixho, 1992). Situazione la quale si verificò in Albania.

Lo sviluppo del settore mediatico in Albania ha sofferto gli stessi problemi della società albanese. In alcuni casi si è assistito a un'eccessiva commistione tra media e interessi politici, e dall'altro, l'attendibilità del giornalismo albanese è stata minata da una diffusa corruzione (Sparks, & Reading, 1998). Il ruolo dei giornalisti come figura determinante nella selezione delle notizie da far passare come particolarmente rilevante è venuto a mancare.

La storia Ventennale del sistema mediatico albanese conferma che la classe politica albanese ha usato i media in funzione delle loro azioni, specialmente nei momenti in cui il dibattito pubblico è stato particolarmente acceso come quello delle campagne elettorali. Il sistema mediatico albanese in generale, e i giornalisti, in particolare sono stati più interessati a descrivere e commentare la vita politica del paese piuttosto che interpretare le dinamiche sociali mostrando un timido interesse verso il giornalismo d'indagine.

Nel ventennio trascorso, la televisione in Albania ha registrato un altissimo tasso di penetrazione nella vita quotidiana, nelle attività sociali, culturali, educative e politiche, modificando i bisogni, gli stili di vita del cittadino.

I rapporti instaurati tra la politica e i media in Albania si possono sintetizzare in tre categorie distinte:

- Le relazioni che esistono tra la stampa, i giornali di carattere socio-politico e i partiti, con le organizzazioni politiche che agiscono all'interno della società.
- Le relazioni che esistono tra lo stato e i mezzi d'informazione, che sono direttamente sotto il suo controllo, come RTSHⁱⁱⁱ e ATSH^{iv}.
- Le leggi che regolano il sistema dei media durante il periodo di transizione, e quanto queste leggi sono rispettate nelle relazioni che si creano tra il potere politico e mediatico?

L'influenza della politica sulla stampa si manifesta nelle attività giornaliere della stampa, nei tentativi dei giornalisti e delle associazioni mediatiche di replicare le linee politiche e ideologiche dei partiti sostenitori (Fuga, 2008).

Basandosi sull'esperienza occidentale possiamo affermare che i media indipendenti sono quelli privati e commerciali. Quest'affermazione non trova riscontro nella società albanese, dove il fatto che un media è una proprietà privata non garantisce la sua oggettività.

In un paese come l'Albania, dove il sistema mediatico non è ancora regolato completamente e la democrazia è ancora fragile, gli studiosi si mostrano critici e scettici verso il complicato rapporto instaurato tra i due sistemi.

4. Il sistema dell'informazione in Albania

Con l'avvento e la diffusione della televisione, i media costituiscono un complesso sistema che incide in maniera rilevante sulla realtà sociale, economica, politica e culturale delle moderne società industriali.

Ogni atto politico è comunicato in televisione che sembra essere ancora oggi il mezzo di comunicazione preferito dalla politica. Tale forma di comunicazione è attualmente la risorsa primaria dei soggetti politici: partiti, leader, coalizioni. In questo senso, assume un valore decisivo, proprio perché, interessando direttamente la funzionalità e le prestazioni delle organizzazioni politiche al loro interno e nel rapporto con la società esterna, diventa una risorsa strategica a cui i partiti ricorrono per rifondare il proprio ruolo.

ⁱⁱⁱ La Radio Televisione Albanese.

^{iv} L'agenzia Telegrafica Albanese.

Il sistema dei media in Albania, come appena citato, è stato caratterizzato da molte complicazioni. In confronto agli inizi degli anni '90 l'intero settore mediatico ha attraversato grandi problemi finanziari comportando un forte squilibrio tra televisione e stampa (O'Neil, 1997).

La stampa dei partiti negli anni Novanta, e anche dopo, era dipendente e fortemente controllata dai gruppi politici. La dipendenza dai partiti faceva sì che al pubblico arrivassero il messaggio del partito che gestiva il giornale e non l'opinione del giornalista come persona informata sui fatti. La libertà limitata dei media rifletteva la situazione politica in cui si trovava il paese (Voltmer, 2001). La guerra politica, i rapporti conflittuali tra i partiti, le campagne elettorali accese, richiedevano una struttura politica forte e anche un forte controllo sugli organi dei media.

Dal 1990 la Radio Televisione Pubblica e l'Agenzia delle Notizie sono state sotto il diretto controllo dello Stato, nello specifico del Parlamento e della maggioranza alla guida del paese. Queste istituzioni sono state sempre pro governo e sempre in conflitto con i giornali dell'opposizione (Londo, 2004).

Il quadro legale e deontologico dell'attività dei mass-media è sempre stato il risultato delle scelte pragmatiche e non del principio che il sistema mediatico serve per la stabilità della democrazia, indipendentemente dal partito che sta al governo (Londo, 2004).

Le caratteristiche che assume oggi l'interrelazione tra informazione e sistema politico diventano sempre più complesse e ambivalenti. A fronte di campagne elettorali e d'informazione sempre più orientate verso i mezzi di comunicazione alternativi, la centralità televisiva nell'imporre temi e personaggi di primo piano nella scena politica sembra sostanzialmente confermata (Morcellini, & Prospero, 2009).

Radio, televisione e giornali godono di un alto livello di fiducia nel pubblico albanese, in ragione di questo fatto, la concentrazione delle proprietà mediatiche nelle mani di pochi individui, per lo Stato non è mai stato considerato un problema.

Per i critici dei media, nonostante la mancanza di trasparenza evidenziata negli uffici della pubblica amministrazione, i giornalisti stessi non chiedono che sia applicato il proprio diritto di avere libero accesso all'informazione. Altri problemi che meritano attenzione sono la censura e l'autocensura, che hanno entrambe contribuito a una mancanza di professionalità all'interno della scena mediatica albanese. Una delle cause dell'autocensura si può individuare anche nel fatto che molti giornalisti lavorano senza contratti, il che li rende più vulnerabili alle pressioni dei proprietari. Inoltre il Codice Etico approvato nel 2007 dall'Associazione dei Giornalisti e dal Consiglio della stampa non è mai stato messo in atto.

Il fatto che l'Albania, raggiunga i record mondiali per quanto riguarda la presenza mediatica per persona, non riflette un pluralismo mediatico ma un intreccio

d'interessi economici e politici. Il giornalismo oggi è in profonda crisi di trasformazione, in ricerca di una propria autonomia professionale che sia interamente esterno al sistema politico.

La crisi economica del 2009 ha fatto sì che le emittenti diventassero dipendenti dai fondi statali, riducendo in questo modo il pluralismo mediatico e facendo diminuire gli interessi dei potenziali investitori stranieri. Secondo gli osservatori locali, si notò una forte influenza del governo nel servizio pubblico radiotelevisivo, specialmente durante la campagna elettorale.

I rapporti delle istituzioni internazionali confermano che i media in Albania sono generalmente visti come un'estensione della politica. Ciò vale soprattutto per l'emittente pubblica. La radio televisione pubblica è stata caratterizzata da una leadership instabile, dalle continue accuse di parzialità politica e di scarsa qualità, dalla mancanza di trasparenza finanziaria, corruzione e cattiva gestione^v. Tuttavia, i budget pubblicitari e il finanziamento d'impianti radiotelevisivi commerciali generali sono tutt'altro che trasparenti e questo problema è diventato un punto focale del dibattito pubblico.

5. Conclusioni

Alla luce delle osservazioni condotte sul rapporto tra sistema mediatico e politico nell'Albania postcomunista si ritiene plausibile affermare che i media hanno influenzato fortemente la società e sono stati considerati intermediari della politica. La televisione, durante il primo periodo della transizione ha inciso profondamente la scena politica albanese trasformando il modo di relazionarsi della politica con il settore mediatico.

Dall'analisi del contesto sociale e politico in Albania, in particolare dopo la caduta del regime comunista, risulta che in diverse occasioni i canali di comunicazione hanno assunto il ruolo d'interlocutore principale con il sistema politico.

Anche se oggi i media si sono liberati dal controllo totalitario dello Stato, questo processo non ha significato l'effettivo distacco dal potere. Questo deficit di autonomia si nota nel tipo di rapporto instaurato tra i due sistemi.

Il fatto che l'Albania abbia raggiunto record mondiali per quanto riguarda la presenza mediatica per persona, non ha comportato la costruzione di un pluralismo mediatico ma un intreccio d'interessi economici e politici. I dati a riguardo la descrivono come un settore tecnologicamente avanzato, anche se continua a soffrire la mancanza di una logica di mercato e di autonomia rispetto al sistema politico. Su

^v Open Society Foundations. Report; *Television across Europe: Regulation, Policy, and Independence*. 27 Maggio 2009. <http://www.opensocietyfoundations.org>

questo contesto l'applicazione del diritto dell'informazione dalle pressioni delle istituzioni pubbliche rimane ancora problematica.

Per quanto riguarda la fruizione dei media da parte dei cittadini, la televisione si conferma il principale mezzo d'informazione per la maggior parte della popolazione. I sondaggi affermano che il pubblico dedica alla televisione un terzo del tempo libero, tempo che viene sottratto alle attività di partecipazione civica e politica.

I risultati del presente studio hanno evidenziato che la classe politica albanese abbia usato i media in funzione delle loro azioni, specialmente nei momenti in cui il dibattito pubblico è stato particolarmente acceso come quello delle campagne elettorali. Come conseguenza di questo affiancamento da parte del sistema mediatico verso il sistema politico, anche il ruolo del giornalista si è sottoposto al processo di trasformazione, sempre di più intenzionato a descrivere e commentare la vita politica del paese piuttosto che interpretare le dinamiche sociali.

Nel futuro occorre costruire un rapporto più equilibrato e non conflittuale tra i due sistemi. Il sistema mediatico deve far valere la propria logica e non essere considerate come un semplice strumento di trasmissione delle informazioni.

Bibliografia

1. Abruzzese, A. (1995). *Lo splendore della tv*. Genova, Costa Nolan.
2. Bianchini, S. (1992). *La transizione postcomunista in Jugoslavia, Albania e Romania* (pp.117-121). Milano, Franco Angeli.
3. Cedroni, L. (2010). *Il linguaggio politico della transizione: tra populismo e anticultura* (P. 98). Roma, Armando Editore.
4. Ferrato, R. (2011). *Albania, sguardi di una reporter*. Torino, Lexis.
5. Fuga, A. (2008). *Mediat, politika, shoqeria*, Tirane. Ora.
6. Gritti, R. (2001). *Postcomunismo e media* (p. 97). Roma. Meltemi.
7. Grossi, G. (1985). *Rappresentanza e rappresentazione. Percorsi di analisi dell'interazione tra mass media e sistema politico* (p.87). Milano, Franco Angeli.
8. Jakubowicz, K., & Sukosd, M. (2008). *Finding the right place on the map: Central and Eastern European media change in a global perspective*. Chicago, The University Press of Chicago.
9. Krasniqi, A. (2009). *Sistemet politike ne shqiperi 1912-2008*. Tirane, Ufo Press.
10. Londo, I. (2004). *Report on Albania, Media ownership and its impact on media independence and pluralism*. Ljubljana, June.
11. Mancini, P. (2002), *Manuale di comunicazione pubblica*. Bari, Laterza.

12. Morcellini, M. & Prospero, P. (2009). *Perché la sinistra ha perso le elezioni?* Roma, Ediesse.
13. Onofrio, R. (1999). *L'Albania nell'era televisiva. Le vie della de modernizzazione.* Torino, Harmattan.
14. O'Neil, P. (1997). *Post-communism and the media in Eastern Europe.* London, Frank Cass.
15. Sparks, C. & Reading, A. (1998). *Communism, capitalism and the media.* London, Sage.
16. Voltmer, K. (2001). *The mass media and transitions to democracy.* *European Political Science*, vol. 1, n. 1.
17. Xhixho, A. (1992). *Albanian's radio and television*, in Hester A.L. Reybold L. Conger K a cura di *The post-communism press in Eastern and Central Europe.* Atlanta, The University of Georgia Press.
18. Yzeiri, I. (2006). *I media albanesi tra crisi economica e libertà vigilata.* *Osservatorio sui Balcani*, settembre 2006 in: www.osservatoriosuibalcani.org
19. Wolf, M. (1985). *Teorie delle comunicazioni di massa* (p.130). Milano, Gruppo Editoriale Fabbri, Bompiani.

Creative Commons licensing terms

Authors will retain copyright to their published articles agreeing that a Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0) terms will be applied to their work. Under the terms of this license, no permission is required from the author(s) or publisher for members of the community to copy, distribute, transmit or adapt the article content, providing a proper, prominent and unambiguous attribution to the authors in a manner that makes clear that the materials are being reused under permission of a Creative Commons License. Views, opinions and conclusions expressed in this research article are views, opinions and conclusions of the author(s). Open Access Publishing Group and European Journal of Economic and Financial Research shall not be responsible or answerable for any loss, damage or liability caused in relation to/arising out of conflict of interests, copyright violations and inappropriate or inaccurate use of any kind content related or integrated on the research work. All the published works are meeting the Open Access Publishing requirements and can be freely accessed, shared, modified, distributed and used in educational, commercial and non-commercial purposes under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License \(CC BY 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).