

# Diasporaa ja meedia

## Mare Kõiva

18. märts 2008

VTK-seminar diasporaa meediast ja Interneti suhtlemisviisidest: a) Roger Silverstone'i ja Myria Georgiou koostatud "Journal of Ethnic and Migration Studies" erinumbris avaldatud artiklite, b) M. Fitzgeraldi ja R. Debski 2006. aasta uurimuse "Interneti kasutamisest Melbourne'i poolakate poolt", c) Austraalia eestlastest uusmigrantide blogide põhjal.

Seotud ETF grandiga 6824



Austraalia päeva tähistamine Sidneys, infoaustralia foto.

1. Diasporaa kogukondade meediast.
2. Meedia- ja keeleuurijate uurimistulemused: Myria Georgou, Roger Silverstone, Robert Depski jt uurimistulemused.
3. Näiteid eesti hilisrändajate Austraalia blogide keelest ja stiilivõttest.

# 1. Diasporaa kogukondade meediakasutusest. Vähemuste meedia

- Suur hulk hiljutisi meedia-uuringuid on keskendunud diasporaa kogukondade väljundite vaatlemisele. Kodumaa ja sama rühma teiste diasporaakogukondadega ühenduses olemiseks kasutavad transnatsionaalsed rühmad mitmesuguseid meediakanaleid ja kommunikatsioonivõimalusi.
- Meedia loob uusi domeene vähemuskeelte kasutamiseks.
- Oluline on leida odavaid võimalusi informatsiooni levitamiseks, keele kasutamiseks, samuti selle õppimiseks.
- Meediasüsteemid kuuluvad harilikult riigile, teostatakse riigivõimu ja avalike saadete kaudu. Kõikjal on ka erakanaleid, kuid nende jõudmine laia auditooriumini ei ole nii ühemõtteline.

# Vähemuste meedia

- Vähemused loovad erinevat niššimeediat: trükised, raadio- ja telesaated ning veebikeskkonnad. Meedia toetab või taasloob sidet vana kodumaaga, julgustab uuel kodumaal hakkama saama, toetab diasporaa liikmete eneseteadvust.
- Oluline on vähemuste pääsemine põhikanalitesse, vähemuste oma kanalid peavad olema riiklikult tagatud.
- Vähemuste erinevuste esiletoomise asemel peavad/toovad põhikanalid esile loominguliselt huvitavaid kultuurinähtusi.
- Vähemusmeedia töötajad vajavad head väljaõpet, et olla professionaalsed.

# Vähemuste meedia

- Vähemusrühma meedia loojate puhul on etniline enesemääratlus ja eesmärgid rõhutatult olulised.
- Osa diasporaa trükistest ja meediast võib saada majanduslikku tuge emamaalt, mis seob ideoloogiliselt teatavate seisukohtadega.
- Vähemusauditooriumi majanduslikud võimalused ja sihtrühma suurus/väiksus mõjutab omanike ärilist huvitatust (Imparja TV Austraalias). Isegi riiklike ja näiliselt vähemuskuulajaskonda toetavate kontsernide puhul on märgatav püüe kasvatada auditoorium võimalikult suureks (SBS Austraalia).
- Kuuljaskonna suurendamine on sageli otseses seoses vahendatava keelega – enamusrühmad aktsepteerivad *lingva franca* kasutamist.

# Vähemuste meedia

- Paljud vähemusrühmad on sisemiselt fragmenteeritud, sh keeleliselt. Saamidel laialdane asuala, erinevad keeled, väike kõnelejaskond. Pragmaatikast lähtudes valitakse auditooriumi laiendamise huvides enamasti 1-2 keelt meedia jaoks. Valitud keel(ed) mõjutavad endast väiksemaid – vastuolu kultuuri püsimiseks vajaliku ning meedia loomise ja levitamise loogikaga.
- Ka Euroopa riikide meedia on tihti üsna väikese arvuline (vrd Ameerika hispaaniakeelset või afroameerika meediat), töötab väikese auditooriumi jaoks.
- Meedia töökohad on hinnatud, liiaga ettevalmistatud töötajaid, kuid minorityteedi esindajal võimalusi vähe, nad on diskrimineeritud.

# Vähemuste meedia

- Vähemused kasutavad vabatahtlike ja ajutiste töötajate abi, kui ei suuda maksta kvalifitseeritud tööjõule. Tekib konflikt professionaalsusega.
- Karismaatilised isikud on olulised, sest suudavad luua finants- ja poliitilise keskkonna vähemusmeedia loomiseks ja arenguks. Ei taga aga tihti edaspidiseks edu ja majanduskatet.
- Kogukonnad, nende huvid, majanduslikud võimalused ja huvid muutuvad pidevalt, mistõttu meediapoliitika peab olema paindlik.
- Poliitilised taotlused ja meedia võrgustik võivad olla seotud. Sel juhul tekib läbipõlemisoht, sest ajakirjanikult eeldatakse poliitilist vabatahtlikku aktiivsust, samas tuleb tagada oma tööga rutiinne kirjastamine või saated.



## 2. Meedia- ja keeleuurijate tulemusi:

Myria Georgou

Roger Silverstone

Eugenia Siapera

Robert Depski



# Myria Georgiou

**BA (Panteion, Ateena), MSc (Boston), PhD (LSE)  
Lecturer in International Communications; Director of  
Postgraduate Studies**

- **RESEARCH INTERESTS**

My research focuses on transnational communication, migration, diaspora, audiences, cosmopolitanism and the city. I have studied media and communications' role in cultural and political participation, as well as in processes of identity construction. I am interested in the ways culture and politics become tightly interlinked in transnational communication practices and I am increasingly intrigued by the formation of mediated cultural politics in urban spaces of diversity. In my empirical research, I use ethnography and other qualitative methods, while I have been involved in three cross-national research projects that allowed me to develop my methodological and conceptual contribution in the field.

Research keywords: diaspora, migration, cultural diversity, transnationalism and cosmopolitanism, the city, audience, identity.



# Myria Georgiou

- Diasporic media cultures are expressions of the universalisation of particularism as they are expected to form part of the diverse and multicultural media settings:
- The ideological articulation: As a rule, media rely on ideologies of universalism--freedom of communication, democracy, media autonomy--but minority media translate the ideological basis of universalism from a particularistic viewpoint.
- The functionalist articulation: This relates to the ideological articulation, but it is primarily related to the actual tactics adopted by minority media in their attempt to develop and function as institutions, especially in the local and national contexts.
- The experiential articulation: Most minority media rely on diverse sources, forms of production and agendas for their outputs. Minority audiences seek information from the country of origin, the broader diasporic space, and from the national and local contexts where they are embedded. Media output becomes a combination of repertoires reflecting the universalistic and particularistic interests of their global audiences.



# Myria Georgiou

- The analytical articulation: There is a growing recognition of the urgency of rearticulating and re-conceptualising binary oppositions (i.e. the local versus the global; the national versus the transnational; the universal versus the particular) within the present understanding of globalisation.
- Diasporic Media Cultures: Spatial, Cultural and Ideological Continuums :

Transnational: The Other Satellite Television, homologous to the transnationalism of diasporic experience. Satellite television has radically altered transnational mediascapes as it has encouraged simultaneity and richness in the circulation of images and texts consumed by diasporic populations across the globe. With satellite technology, television produced in the homeland has become available across the globe. A) Dispersed audiences watch the same news and the same comedies, they know what the weather is like and what kind of music is popular in their country of origin. B) New satellite television channels, which are not rooted in any one homeland but they specifically address transnational audiences.



# Myria Georgiou

National: Constructing Multiple Communities in Mediated Spaces, Challenging the binaries between minorities and majorities - many specific projects become by themselves spaces for the expression of such continuities, dialogue and negotiation.

Local: Interpreting the Mainstream, the continuing loyalty of the migrant generation to such media, uses minority languages, members of diasporic and migrant groups feel more comfortable with their native language. Many of the local and national minority media pay special attention to publishing and broadcasting relevant information about access to and understanding of information about services, rights (e.g. social benefits, training, jobs) and political developments in the country of residence in minority languages and in popular and simple language.



# Rodger Silverstone

(15 June 1945 – 16 July 2006)

- My research and teaching interests have been and still are, unfortunately, wide-ranging extending from the study of narrative to that of new media users and the relationship between media, technology and social change. Perhaps with the benefit of hindsight I have tried to address some of the key dimensions of media scholarship and research, focusing sequentially on textual analysis, production and consumption over the last twenty or so years.
- (2006) ‘Media and Communication in a Globalised World’ in Clive Barnett, Jennifer Robinson and Gillian Rose (eds.) *A Demanding World*, Milton Keynes: The Open University, 55-102



# Rodger Silverstone

- We can only grasp the meaning of a particular minority media initiative, and assess its significance, in its contrapuntal relationship to the presence of other media and media texts which it addresses, contradicts or seeks to bypass. Likewise we can only grasp the meaning of dominant mainstream media insofar as we register their contrapuntal relationship to the experiences, voices and practices of both the included and excluded (but still present) minorities. These draw on and in sounds, images and values from outside the boundaries of the mainstream and the national. In so doing, of course, they draw on other mainstreams. And in so doing they also challenge the integrity of the claimed boundaries around European culture and add a further contrapuntal layer to it, through their relationships to transnational media (Silverstone 2003: 18).



# Eugenia Siapera

University of Leicester, UK. Co-editor (with Joss Hands) of *At The Interface: Transformations in Culture and Politics*.

- Refugee websites were directly addressing the general public, both those who may entertain some interest in the cause of refugees, as well as those who just happened to come across these websites.
- A social and historical analysis and background to the case at the centre of the groups' existence.
- Refugee websites provide detailed practical information.





# Eugenia Siapera

- Refugee websites also impart a more symbolic type of communication, evolving around the provision of narratives of refugee success in seeking employment, and personal testimonials. This symbolic communication has a very clear purpose, that of encouraging and supporting refugees in their quest for resettlement, but it can be argued that it further serves to validate the support groups themselves. In other words, these narratives of success are also testimonials of the successful contribution of the support groups, thereby symbolically offering these groups a congratulatory pat on the back. A social and historical analysis and background to the case at the centre of the groups' existence.



# Eugenia Siapera

- The more informational use of the Internet, through the provision of news and updates, ranging from diaries of events, news concerning countries of origin, immigration policy changes, to classifieds, including information on births, deaths and items for sale.
- Refugee webpages: taking into account their communicative character, can be re-classified along three dimensions: instrumental, symbolic and informational.

# Austraalia meediakanalid poolakeelsete saadete jaoks

**Raadiojaamad, ajalehed, TV :**

- - [SBS TV](#)
- - [Radio SBS](#)
- - [Radio Siedem](#)
- - [Magazyn Siedem](#)
  
- <http://www.pumamedia.com.au/>



# Michael Fitzgerald, Robert Debski

Debski - Director, Horwood Language Centre, School of Languages, The University of Melbourne, Australia

- As a factor mediating human communication and relationships, the Internet is having a significant impact on language use in the world, affecting the prospects for and status of languages. Information technologies grant languages allied with technologically-advanced countries, such as English, new powers of influence.
- On the other hand, it is obvious that the same technologies create new domains in which minority languages can be employed, support the development of inexpensive and widely available language maintenance and learning resources, and extend the global reach of languages hitherto confined to local speech communities.

# Michael Fitzgerald, Robert Debski

- Poola keel – oluline identiteedi osa. Kultuuriväärtuste kese. Sellele vaatamata kuulub poola keel kahaneva kasutusega ja madalalt hinnatud keelte hulka. 1996 Census osutas keelekasutuse vähenemisele koduse keelena, samuti langes poola keel populaarsete keelte seas üheksandalt kohalt kaheteistkümnendale. 2001 Censuse tulemused osutasid poola keele hääbumistrendile.
- M. Fitzgeraldi ja R. Debski küsitlus poola keele kasutusalade kohta. Osales 56 Melbourne'is elavat austraalia poolakat, kellest 57,1% olid naised ja 42,9% mehed. Osavõtjate vanus ulatus 14 kuni 63 eluaastani ja kaks kolmandikku neist olid nooremad kui 35 aastat.

# Michael Fitzgerald, Robert Debski

- Kõrgharidus oli 42 isikul 56 vastajast (75.1%). Enamik vastajatest kuulus Solidaarsuse immigratsioonilainega 1980. saabunute või hilismigrantide hulka või sel ajal lastena Poolast lahkunute hulka.
- 56 vastajast kaks ei räägi poola keelt kunagi, 76% räägib seda kodus enamiku ajast või kogu aeg. Üle 69% räägib poola keelt mõnikord väljaspool kodu, üks kasutab tööl kogu aeg poola keelt, kodus lastega inglise keelt, kaks ei kasuta seda üldse kodus, kuid vahel tööl.
- Lastega kasutati tihti inglise keelt (kontrollimaks, kas saadi aru jm praktilistel põhjustel), lapsed saavad aru, kuid vastavad tihti inglise keeles.

# Michael Fitzgerald, Robert Debski

- Kolmandikul hea või väga hea poola keel.
- Mõned nooremad polnud oma kirjutamisoskuses kindlad. 12. eluaastani poola keelt kõnelnud ja õppinud oskasid seda ka kirjutada. Poola keeles lugemine mõjutas kirjutamisvõimet. 14.3% ei suuda poola keeles lugeda, 12.5% neist väitis, et kirjutavad kehvalt või ei suuda seda üldse. Poolast vanemana kui 12 emigreerunutel on kõrgem kirjutamisoskus.

# Michael Fitzgerald, Robert Debski

Table 9. Technology Usage by those Raised in Poland through Age 12 and those Who Were Not ( $N=56$ )

<b>Technology used in the Polish language</b>	<b>Raised in Poland through age 12</b>	<b>Not raised in Poland through age 12</b>
E-mail	90.9	64.7
Newsgroups	40.9	23.5
SMS	18.2	11.8
E-greeting	40.9	23.5
Internet surfing	63.6	82.4
Chat	22.7	50.0
Bulletin board	0.0	14.7
Internet radio	31.8	32.4



# Michael Fitzgerald, Robert Debski

## Internet

Juurdepääs vastanutel olemas, kasutatakse mitmekülgselt, kuid pigem ingliskeelseid lehekülgesid. Korrelatsioon sama tüüpi tehnoloogia inglise ja poola keeles kasutamisel nõrk, v.a jutlemiseks ( $r = .523$ ,  $df = 54$ ,  $p < .000$ ) ja Interneti raadio puhul ( $r = .535$ ,  $df = 54$ ,  $p < .000$ ) – neid kasutatakse mõlemas keeles.

## Poola keeles kasutatav media

Poolaga suheldakse eelistatult **telefonitsi**: võrreldav silmast silma suhtlemisega, sh tagab kohese kontakti.

**E-mail** formaalse suhtlemise jaoks, osal ka informaalseks suhtlemiseks.

**Kirju** kirjutatakse Poolasse sugulastele. E-mailid poola keeles sama suhtega nagu poola keeles lugemine ja kirjutamine ( $r = .471$ ,  $df = 54$ ,  $p < .000$ ).

**SMS** on populaarne nii Poolas kui Austraalias.

---

Mida kauem Poolas elanud, seda enam kasutab poola keelt.  
Internet on arvestatav noorte olulise keelekeskkonnana.

# Michael Fitzgerald, Robert Debski

## **Keelekasutuse mõjutajad Interneti puhul**

- \* E-mailis puudub tugi poola keele spetsiifilistele tähtedele.
- \* Inglisekeelne Internet on nii arvukalt ülekaalus, et ingliskeelsetel lehekülgedel on suurem võimalus osutada valituks.
  - \* Keelevalikute juures on oluline Interneti kasutamise esmakeel ja spetsiifiliste kanalite olemasolu.
- \* Lugemis- ja kirjutamisvõime olemasolu.
- \* Tänapäevase leksika vähene tundmine või mittetundmine.

# Michael Fitzgerald, Robert Debski

## Olukorra lahendus

- \* Võimalikult paljude keelte valimise võimalused ametiasutustes (ülikoolid, raamatukogud jm) ja koolides.
- \* Etnilised koolid ja perekond peavad rõhutama vajadust kasutada varasest noorusest alates kogukonna-keelset Internetti. See arendab bilateraalsust.
- \* Internet on keskkond kultuuris osalemiseks ja funktsionaalseks keelekasutamiseks. Vajab sellisena tähelepanu.

### **3. Näiteid eesti hilisrändajate Austraalia blogide keelest ja stiilivõttest.**

- Ma ei tea kuidas ma lasin end veenda, et tuleb veel minna Ashfieldi Poola klubisse peole. Jareki koolikaaslased olid minemas ja kutsusid meid ka kaasa. No ja läksimegi. Pean tunnistama, et Eesti majas käies mul tekib tunne nagu aeg oleks kuskile 70-80ndatesse seisma jäänud. Nüüd võin kinnitada, et see pole mitte ainult EM probleem, Poola maja mõjus täpselt samasugusena. Selle vahega, et kui EM tekitab selle tunde eelkõige läbi sisekujunduse, siis PM oli tulvil hämmastavaid inimesi. No muidugi üritused on ka üsna teistlaadi. Poola majas on näiteks pidevalt tegutsev baar ja restoran (päris head söögid olid, tuleb tunnistada). Laupäevahilisõhtuti toimub ülakorrusel ka disko. Uksehoidjal oli kihilips. Diskosaalis redutavatel neidudel plaatinablondid juuksed ja tiigrimustrilised topid. Diskopall keerutas end laes ja pildus neoonvärve, kellegi Steve ühemehebändile taustaks näidati Poola rannapidu. Aga üldiselt rahvast oli liiga vähe, et midagi toimuma saaks (aga teadjamad rääkisid, et vahel on ruum pungil täis ja tantsitakse ka laudadel). Nii et enamuse ajast ajasime Jareki koolikaaslastega juttu ja mekkisime Poola õlut.

# Austraalia päev Sidneys, eestlaskond



- Et mida me siis teeme. Me k2ime shopping centre'ites inimestele kampaaniat tegemas . Praegu on meil Citibanki kampaania, Citibank on maailma suurim pank muide ja see marketingifirma on maailma suurim, niiet woohooo. Ei oleks arvanud et siin sellise t88 leiame. Nii. T88p2ev algab 7st kui l2hme kontorisse ja algavad treeningud, no enam neid ei ole sest meil on asi selge. Alguses 6petati meile meie "pitch" selgeks, ehk siis see mis me kliendile r22kima peame, k6ik see on t2pselt v2lja t88tatud ja s6na s6nalt paberil, esimesel hommikul hakkasimegi siis seda harjutama koos oma liidritega. On erinevad pitchid, balance transferi oma, krediitkaardi, deebetkaardi ja bp kaardi oma.

- . Niiet see myymisekunst ei ole nii lihtne midagi. Ja muidugi peame me ealati heas tujus olema ja naeratama, sest muidu myyke ei saa. Me peame inimestega SEXima. :d jah just. Aga mitte selles m6ttes S- Smile , E - Eye contact, X- Excitement. See on esmane asi mida 6ppima peab. Kui saNaeratad vaatad inimesele silma ja oled xcited siis nad tulevad su juurde ja kuulavad su jutu 2ra ja loodetavasti ka teevad asja 2ra. Krt kui palju t88juttu. ja k6igest ma ikka kirjutada ei j6ua ....liiga palju asju .:D
- <http://liinalaanejarv.blogspot.com/>



- Tuleb asju võtta rahulikult. Kohati tundub, et olulisem kui tublisti tööd teha, on oskus läbi saada oma kaastöölistega. Katsu nii kiiresti kui võimalik ära õppida kõigi oluliste inimeste nimed. Oluliste all mõtlen siin sinu lähedal istuvaid või sarnast tööd tegevaid inimesi ja kõiki, kellega sul oma töö tõttu mingisugune kokkupuude on. Omast kogemusest võin öelda, et esimestel päevadel valitseb peas paras nimede virvarr – kasulik oleks nad isegi üles kirjutada. Sest miski ei mõju paremini, kui pisilausekesed: Hi Greg, how are you? Good morning, Simon! Could you help me with something, Maria? jne

- Isegi kui mingi asjaga on tuli takus, tuleb enne asja kallale asumist läbi teha mõningane smalltalk, küsida, kuidas läheb, rääkida nädalavahetusplaanidest jms
- Kui keegi palub sul midagi teha, siis ei tasu kohe asja kallale tormata, vaid öelda, et teen seda niipea, kui mahti leian.

- Üldjoontes on austraallased laisad, aga seda nad kunagi ei tunnistaks. Isegi kui parasjagu mitte midagi teha pole, öeldakse, et „busy as usual” või "flat out". Sestap tuleb ise ka vaeva näha, et pidevalt endal midagi teha oleks (tempina on kerge osutada üleliigseks!).
- Paljudes kontorites oodatakse, et töölised - oma ala professionaalid - suudavad ise endale tööülesanded leida (loomulikult teatav kooskõlastamine ülemusega on tarvilik).

# Austraalia päev Sidneys, eestlaskond

