

**ВЫГОДНЫЕ ПОКУПКИ, ВОДКА И «ВСТРЕЧИ» С  
МИЛИЦИОНЕРАМИ**

**Образ финских туристов в газетах «Деловой Петербург» и «Смена»**

**Дипломная работа  
Отделение языковедения  
Русский язык и культура  
Университет г. Ювяскюля  
Осень 2007  
Катья Анттила и Йенни Кяхкёнен**

## JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta – Faculty Humanistinen tiedekunta	Laitos – Department Kielten laitos
Tekijä – Author Anttila Katja & Kähkönen Jenni	
Työn nimi – Title Vygodnye pokupki, vodka i "vstreči" s milicionerami – Obraz finskih turistov v gazetah "Delovoj Peterburg" i "Smena" (Edullisia ostoksia, vodkaa ja "tapaamisia" miliisien kanssa – Mielikuvia suomalaisista turisteista lehdissä "Delovoj Peterburg" ja "Smena")	
Oppiaine – Subject Venäjän kieli ja kulttuuri	Työn laji – Level Pro gradu -tutkielma
Aika – Month and year Lokakuu 2007	Sivumäärä – Number of pages 90
Tiivistelmä – Abstract	
<p>Matkailu on taloudellisesti merkittävä ja monimuotoinen ilmiö, joka koskettaa laajoja ihmisjoukkoja. Se on tällä hetkellä mahdollisesti suurin ja nopeimmin kasvava talouden ala. Venäjä on maantieteellisen läheisyytensä vuoksi ollut tärkeä kohde suomalaismatkailijoille, joita ovat itänaapuriin houkutelleet myös kulttuuriset ja historialliset syyt. Etenkin Pietari ja Viipuri ovat jo kauan kiinnostaneet suomalaisia turisteja. Neuvostoliiton aikana matkailu oli tiukasti kontrolloitua, ja matkat olivat valmiiksi suunniteltuja. Elinkeinon tuomat taloudelliset hyödyt kuitenkin huomattiin Venäjällä, ja sitä alettiin kehittää. Nykyisin matkailu on vapaampaa, ja suomalaisturistien virrat Venäjälle ovat kasvussa.</p> <p>Matkailulla on monenlaisia vaikutuksia matkakohteen väestöön. Paikalliset voivat hyötyä turisteista taloudellisesti, esimerkiksi työllistymällä matkailualalle, mikä mahdollistaa alueen kehittymisen ja kasvun. Turisteille kehitetyt palvelut voivat lisätä myös paikallisten vapaa-ajanviettomahdollisuuksia. Kaikki vaikutukset eivät kuitenkaan ole myönteisiä, vaan turistien erilaiset tavat ja käyttäytyminen voivat esimerkiksi olla paikallisia asukkaita häiritseviä. Kasvavat turistijoukot voivat ruuhkauttaa kaupunkia, rikollisuus voi lisääntyä ja paikallinen kulttuuri saattaa saada kaupallisia piirteitä.</p> <p>Tässä pro gradu -tutkielmassa tarkastellaan suomalaisia turisteja, erityisesti Pietarissa ja Viipurissa, Venäjän median kautta. Tavoitteena on analysoida suomalaisista syntyneitä mielikuvia ja yleistä suhtautumista diskurssianalyysin keinoin. Tutkimukseen on kerätty 40 artikkelia lehdistä Delovoj Peterburg ja Smena ajalta 1.1.2000 – 11.6.2007. Artikkelit ovat sähköisessä muodossa Venäjän tietokannassa, Integrumissa. Joukkotiedotusvälineillä on valta ohjalla ihmisten ajattelutapaa ja uskomuksia, ja erilaisilla kielellisillä valinnoilla voidaan luoda haluttuja mielikuvia tapahtumista ja ilmiöistä.</p> <p>Tutkimustulokset osoittavat, että monissa artikkeleissa suomalaisista turisteista kirjoitetaan ajoittain hyvinkin sarkastisesti ja ivallisesti. Myös puhekielisiä ilmaisuja käytetään runsaasti, mikä tekee tekstistä eläväisen ja viihteellisen. Suomalaisista käytetyt nimitykset ovat suurelta osin neutraaleja, mutta yleisesti kirjoittelun sävy on negatiivinen. Suomalaisille on tehty helpotuksia erilaisten raja-asiakirjojen kanssa, mutta käytännöt vaihtelevat ja näyttävät olevan epäselviä suomalaisille. Yksi tärkeä syy suomalaisten matkustamiseen Venäjälle ovat halvat ostokset, minkä lisäksi suomalaiset turistit käyttävät rahaa alkoholiin ja prostituoituihin. Artikkeleiden perusteella suomalaiset ostavat ja juovat paljon alkoholia, ja heidän humalakäyttäytymisensä häiritsee paikallisia, jotka ovat kuitenkin valmiita sietämään häiriötä taloudellisen hyödyn vuoksi. Yksi huomattava ongelma Venäjällä näyttää olevan miliisien rikollinen toiminta, jonka uhreiksi suomalaiset usein joutuvat. Kasvava ryöstely ja rikollisuus Viipurissa on suomalaisten osalta johtanut kaupungin boikotoimiseen.</p>	
Asiasanat – Keywords Matkailu, suomalaiset turistit, Pietari, Viipuri, sosiokulttuuriset vaikutukset	
Säilytyspaikka – Depository Kielten laitos/ Venäjä	
Muita tietoja – Additional information	

## СОДЕРЖАНИЕ

1 ВВЕДЕНИЕ .....	5
1.1 Цель исследования .....	6
1.2 Метод исследования .....	7
1.3 Материал исследования .....	9
1.4 Некоторые определения, связанные с туризмом .....	11
2 СОЦИОКУЛЬТУРНОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ ТУРИЗМА НА МЕСТНЫХ ЖИТЕЛЕЙ .....	13
2.1 Местное население и туристы вступают в контакт .....	13
2.2 Рынок труда .....	15
2.3 Культурные ресурсы и инфраструктура .....	15
2.4 Индивидуальный и семейный уровень .....	17
2.5 Преступность .....	18
3 ОСОБЕННОСТИ ТУРИЗМА В РОССИИ .....	19
3.1 Туризм до перестройки .....	19
3.2 Туризм после распада Советского Союза .....	21
3.3 Финские туристы в Советском Союзе и в России .....	23
3.3.1 Санкт-Петербург и финские туристы .....	24
3.3.2 Выборг и финские туристы .....	25
3.4 Виды туризма .....	28
3.4.1 Дружественные и официальные визиты .....	28
3.4.2 Массовый туризм .....	28
3.4.3 Студенческие и деловые поездки .....	30
3.5 Статистические данные о поездках финских туристов .....	30
4 АНАЛИЗ СТАТЕЙ В ГАЗЕТАХ «ДЕЛОВОЙ ПЕТЕРБУРГ» И «СМЕНА» .....	32
4.1 Общие черты финских туристов .....	32
4.1.1 Названия финнов .....	32
4.1.2 Некоторые представления о финских туристах .....	34
4.1.3 Некоторые интересы финских туристов .....	37
4.1.4 Чередование потоков финских туристов .....	40
4.2 О некоторых пограничных формальностях .....	42
4.2.1. Послабления с пограничными документами .....	42
4.2.2 Проблемы, связанные с пограничными документами .....	44
4.2.3 О пассажирских теплоходах .....	47
4.3 Шопинг .....	49
4.3.1 Финны приезжают за покупками .....	49
4.3.2 Случай Райво Хелминена .....	52
4.3.3 Привычки тратить деньги .....	55

4.3.4 Дешевый русский алкоголь .....	57
4.3.4.1 Употребление финнами алкоголя .....	58
4.3.4.2 Описание финнов в состоянии опьянения .....	61
4.3.5 Экономическая выгода от финских туристов .....	64
4.4 Проблемы с милиционерами .....	65
4.4.1 «Держитесь подальше от русских милиционеров!» .....	66
4.4.2 Упоминания, связанные с милицией и употреблением алкоголя.....	68
4.4.3 Мнения россиян о поведении милиционеров .....	70
4.5 Бойкот Выборга .....	72
4.5.1 Как финны бойкотировали Выборг .....	72
4.5.2 Виноваты ли финские туристы в ограблениях .....	74
4.5.3 Попытки решать проблемы, связанные с бойкотом.....	77
4.5.4 Почему ограбления финнов остаются нераскрытыми? .....	78
4.5.5 Будущее Выборга после бойкота .....	80
5 ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	82
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	87

## 1 ВВЕДЕНИЕ

Туризм – сегодня огромный бизнес, являясь одним из самых важных экономических и социальных явлений в мире (Albanese 2002, 8). Развитие международного туризма было интенсивным в течение последних пятидесяти лет: в 1950-х г. туристов было 25 миллионов в мире, а в 2004 г. количество выросло уже до 763 миллионов (UNWTO 2006). Всемирные доходы от туризма выросли с 17,4 миллиарда долларов США в 1970 г. до 475,9 миллиарда долларов в 2000 г. По прогнозу на 2010 г., доходы от туризма вырастут до 1500 миллиардов долларов. (Каурова 2004, 11–12.) Сегодня прибыль от туризма больше, чем от автомобильной, нефтеперерабатывающей и сталелитейной промышленности вместе (Albanese 2002, 8). Туризм, может быть, самая большая и быстрее всего растущая сфера экономики (UNWTO 2006).

Туризм является, например, значительным работодателем в экономике. Многообразная деятельность создает рабочие места также и для других секторов, которые первостепенно не предлагают обслуживания для туристов. Такими видами деятельности являются, например, торговля, которая включает, в частности, пищевую промышленность и магазины одежды. (Albanese 2002, 9). Торговля

прямо не зависит от туристов, потому что местные жители также употребляют продукты питания и изделия промышленности.

Наша дипломная работа состоит из введения, трех глав, заключения и списка литературы. Во введении мы рассказываем о значении индустрии туризма, о целях, методах и материале нашего исследования, и представляем некоторые термины, связанные с туризмом. Во второй главе рассматриваются социокультурные влияния туризма. Третья глава описывает черты туризма в Советском Союзе и в России, и особенно поездки финских туристов в Санкт-Петербург и Выборг. Четвертая глава является эмпирической частью нашей работы, где мы анализируем некоторые статьи, связанные с финскими туристами. В заключении подводятся итоги.

## **1.1 Цель исследования**

В этой дипломной работе рассматриваются факторы, связанные с поездками финских туристов в Санкт-Петербург и Выборг. Цель нашего исследования – выявить характеристику финнов, то есть, мы хотим выяснить, что они делают в Петербурге и в Выборге, и как к ним относятся. Нас также интересует, какое общее представление, положительное или отрицательное, статьи дают о финских туристах читателям, и какие влияния у них на местных жителей. По Никитину (2003), современные финны – мобильные, и они хотят путешествовать, как только появляется возможность. Ежегодно граждане Финляндии совершают около 30 миллионов поездок, то есть на каждого приходится почти по шесть поездок. (Никитин 2003.) Финны приезжают в Россию по разным причинам, которыми являются, например, отдых, шопинг и деловые командировки. Санкт-Петербург, который был важным городом для финнов уже в конце 19 века (Ниронен 1999, 3), до сих пор интересует многих финских туристов. Также Карельский перешеек, включая Выборг, интересует финнов, в частности, по историческим причинам, так как регион принадлежал Финляндии (Kostiainen

2004, 274). Мы также рассматриваем туризм в конце 19 века в России, во время Советского Союза с исторической точки зрения и состояние туризма в современной России.

Второй важной задачей исследования является изучение социокультурных влияний туризма на местных жителей. Нас интересует, как поведение финских туристов влияет на местных жителей, и является ли воздействие значительным. Туризм влияет на принимающие страны многообразно, и образ жизни местных жителей в туристическом месте может меняться.

Разные исследования об отношении финнов к русским в Финляндии проводятся время от времени (например, Jaakkola 2005: *Suomalaisten suhtautuminen maahanmuuttajiin vuosina 1987–2003*), поэтому нас интересует, как относятся, в свою очередь, россияне к финнам, и особенно к финским туристам в России. Часто финские дипломные работы по туризму на иностранных языках касаются исследований языка в туристических рекламах (Keinästä & Pyykkö 2006, 29), но в нашей дипломной работе мы хотим сосредоточиться именно на языковых выражениях, которые употребляются, когда о финских туристах говорится в российских газетах. Тексты, напечатанные в газетах, вероятно, отражают отношения и авторов статей, и местных жителей.

## 1.2 Метод исследования

Методом исследования является критический дискурсивный анализ, который подразумевает систематическое изучение функций и процессов языка, цельных актов коммуникации, концентрируясь не только на внутриязыковых элементах, но и на внеязыковых факторах. Однако термин «дискурсивный анализ» – неоднозначен, а существует много разных подходов к его определению. Понятие «дискурс» также двусмысленное: некоторые видят дискурс как процесс вербального взаимодействия, другие как результат этого процесса. (Ванхала-

Анишевски 2006, 6–7.) Критический дискурсный анализ изучает разные тексты, которые могут быть письменными или устными (Fairclough 1997, 78–79).

Люди окружены огромным количеством различных текстов, например, телевидение, радио, пресса и Интернет публикуют их. У медиатекстов значительная роль, так как все тексты доступны почти для всех. (Ванхала-Анишевски 2006, 1.) Средства массовой информации, СМИ, влияют на знания, верования, ценности, социальные отношения и идентичность людей. Способ, с помощью которого СМИ представляет новости и мир, влияет на уровень значения конкретного явления. Характер влияния СМИ является именно лингвистическим и дискурсивным. (Fairclough 1997, 10.) К публике СМИ относятся все больше как к потребителям, а это значит, что читателей и зрителей надо развлекать (там же, 23).

Тексты можно анализировать по-разному на разных уровнях, например, на уровне лексики и семиотики, предложений и единиц предложений, фонологии и системы письма (Fairclough 1997, 79). Когда тексты СМИ анализируются, надо также обратить внимание на исторический, социальный и культурный контекст (Ванхала-Анишевски 2006, 2). Анализ текста также рассматривает, как предложения в тексте составляют целостность. Анализ текста сосредотачивается на значении и форме текста, но в реальности эти два компонента трудно разделить. Значения возникают в разных формах, и чтобы разница в значениях осуществилась, требуется разница в форме. (Fairclough 1997, 80.)

Когда при помощи языковых средств репрезентируются события, акты, отношения, состояния вещей и людей, а также дела, связанные с ними, человек всегда делает разный языковой выбор. Возможности предлагает, например, лексика, которая дает каждому пользователю языка возможность выбирать слова и выражения из разных категорий. Категории имеют разные стили, и пользователь языка может выбрать, например, использует ли он слова «непредумышленное убийство» или «убийство», когда он говорит о насильственной смерти. (Там же, 84.) Выбор слов отражает отношение человека к теме.



### 1.3 Материал исследования

В данной дипломной работе рассматривается образ финских туристов в петербургской прессе. Статьи мы собирали из базы данных «Интегрум», которая является самой большой базой данных России. Там можно найти в электронной форме, большей частью на русском, но и на английском языке, архивы журналов и газет, законы и законодательные акты, справочники и статьи. Россия погасила часть своего старого советского долга Финляндии с помощью «Интегрума». (Laitinen 2001.)

Статьи были собраны в газетах «Смена» и «Деловой Петербург» 11 июня 2007 г., с промежутком времени с 1 января 2000 г. по 11 июня 2007 г. Ключевым словом мы употребляли выражение *финские туристы*, то есть данное название возникло, по крайней мере, в одном предложении в исследуемых статьях. В поиске другие возможные названия финских туристов оставляли без внимания, но если в выбранных статьях замечались и другие название финнов, например, *наши северные соседи* или *граждане Финляндии*, тогда эти выражения были, естественно, анализированы. После поиска мы ограничили материал только теми статьями, в которых говорили о финских туристах в Выборге или в Санкт-Петербурге, так как кажется, что эти города являются самыми популярными среди финнов в России. Мы также оставили без внимания некоторые статьи, которые мы считали второстепенными для целостности нашего исследования, например, в одной статье автор был финном.

В газете «Смена» были выбраны 17 статей и в газете «Деловой Петербург» – 23. Мы распределили материал по шести темам: общая характеристика финских туристов, пограничные формальности на границе Финляндии и России, финские туристы за шоп-турами, проблемы с милиционерами у финнов, бойкот Выборга среди финских туристов и употребление финнами алкоголя. Первые пять тем являются отдельными разделами, а об алкоголе говорится при шопинге. Однако все темы очень сильно связаны друг с другом, следствием этого, распределение не всегда отчетливое. Большая часть из так называемых факти-

ческих новостей, как пограничные формальности, курсирование пассажирских теплоходов и упоминания о гостиницах, были в «Деловом Петербурге», в котором было также много новостей, связанных с бизнесом. В «Смене», в свою очередь, было больше статей, касающихся алкоголя, милиционеров и бойкота в Выборге. Однако в обеих газетах можно найти сообщения по каждой теме.

Мы выбрали именно эти две газеты, так как нам представляется, что в них было очень много статей, касающихся финских туристов. На своем web-сайте газета «Смена» разделяет темы на следующие категории: «город», «спорт», «кумиры», «культура», «политика», «криминал», «экслюзив», «судьба человека», «домострой», «богема», «ночная смена» и «форум». На сайте представляется тема дня и там можно читать новости в архиве. (Смена 2007.) На web-сайте газеты «Деловой Петербург» пишется, что газета сосредоточивается, прежде всего, на бизнес-новостях города Санкт-Петербурга и ленинградской области. Газета предлагает тематические рубрики, например, «менеджер», «деньги», «свое дело» и «карьера». Она издается 5 раз в неделю и его тираж - 23 500 экземпляров ежедневно (Деловой Петербург 2007.) Мы не нашли соответствующие цифры о «Смене». Надо обратить внимание на то, что благодаря web-сайтам, газеты доступны для широкой группы читателей. На основе данных характеристик, нам представляется, что «Смена» и «Деловой Петербург» отличаются – «Смена» является более развлекательной и «Деловой Петербург» более официальной газетой. Целевая группа читателей «Делевого Петербурга», вероятно, более ограниченная, и состоит из читателей, заинтересованных в бизнесе. «Смена» кажется более жаждущей сенсации, как «желтая пресса», у которой группа читателей, может быть, шире. Возможно, что «Деловой Петербург» является более достоверным источником.

## 1.4 Некоторые определения, связанные с туризмом

На сегодняшний день туризм важный объект для изучения, так как он является существенным комплексом мировой экономики. Нужно уделять большое внимание индустрии туризма как крупному сектору экономики страны. Однако отсутствие единых определений затрудняет изучение туризма как учебной дисциплины. (Квартальнов 2003б, 22, 85.) Индустрия туризма является молодой отраслью науки, поэтому терминов и определений, связанных с туризмом, много. Квартальнов (2003б) представляет классическое определение туризма: *Туризм – временное перемещение людей с места своего постоянного проживания в другую страну или местность в пределах своей страны в свободное время в целях получения удовольствия и отдыха, оздоровительных, гостевых, познавательных или в профессионально деловых целях, но без занятия оплачиваемой работой в посещаемом месте* (Квартальнов 2003б, 24).

В 1979 г. Организация Объединенных Наций составила определение международного туриста, который путешествует в свободное время. Большинство стран в мире утвердили это определение, хотя некоторые страны внесли свои незначительные изменения. По этому определению, турист выезжает за свою привычную территорию, и его поездка длится минимум 24 часа или содержит ночлег. Поездка длится максимум один год, если больше, то тогда говорится об иммигранте. Если поездка длится меньше суток, и в нее не включен ночлег, поездка классифицируется как однодневная поездка, то есть экскурсия. Поездка не должна включать поиск работы или другие рабочие задания, также представительские поездки дипломатов и консульств, тренировочные лагеря армии или другие операции, связанные беженцами или кочевым образом жизни, не входят в это определение. (Albanese 2002, 16–17.)

Дополнительно к поездкам, сделанным в свободное время, деловые поездки создают значительную часть промысла туризма. Целевое назначение деловых поездок связано с работой, переговорами, участием в конференциях, тогда человек тратит свое рабочее время, и поездка ограничена разными условиями,

касающимися ночлега и видов транспорта. Деловой турист сам не отвечает за расходы поездки. (Там же, 17–18.) С другой стороны, например, деловая поездка может содержать элементы отдыха и развлечения (Robinson 1976, 55). Люди могут также путешествовать из-за личных причин, учебы или их целью может быть посещение священных мест (Albanese 2002, 18).

## **2 СОЦИОКУЛЬТУРНОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ ТУРИЗМА НА МЕСТНЫХ ЖИТЕЛЕЙ**

### **2.1 Местное население и туристы вступают в контакт**

Туризм делает возможным контактирование и оценку разных обществ и культур (Квартальнов 2003а, 209). Причины для путешествия найдется много – желание узнавать другие страны, климат, культуры, прерывать будничные привычки, веселиться, расслабляться, восстанавливаться физически и психически, получать социальный статус, поиск приключений, заниматься спортом и так далее (Mazón 2001, 17; Thomas 1964 цит. по: Smith 2001б, 57). Говоря о социальных влияниях туризма, можно сказать, что редко взаимодействие между людьми оказывало такое значительное влияние на такую большую группу людей (Mazón 2001, 17). Туризм – глобальный феномен, который оказывает влияние не только на людей, отправляющихся в путь, но и на жителей принимающей страны (Robinson 1976, 139).

Когда местные жители и приезжие туристы встречаются, происходит столкновение разных культур. Разница между культурами может присутствовать во всех сферах жизни: в образе и ценностях жизни, индивидуальном поведении, семейных отношениях, системе общественного устройства, уровне безопасности, морали, религии, традиционной культуре, и так далее. (Mazón 2001, 113–114.) В отпуске туристы свободны от будничных привычек и их главная цель – отдых (Ryan 2003, 280), и безответственные туристы могут создавать конфликты (Rátz & Puczkó 2002, 136). Три самых явных влияния туризма можно видеть в поселении, культурном обмене и социальных отношениях. Туризм отвечает за создание многих поселений, которые раньше не существовали, и он влияет значительно на урбанизацию. Из-за туризма люди из разных культур встречаются, и влияния могут быть как положительными, так и отрицательными. (Robinson 1976, 137–138.) Различия или сходства в культуре между местными людьми и туристами влияют на то, как сильно туризм действует в регионе (Квартальнов 2003б, 123; Ryan 2003, 281).

Мазон (2003) представляет классификацию Лангва (Lanquar) и Райан (2003) соответствующую классификацию Докси (Doxey) об отношении местных жителей к туристам, которое является многоэтапным явлением. В начале местные жители интересуются туристами, и гостей с удовольствием принимают. После этого этапа туристами пресыщаются, и постепенно их действия начинают раздражать местных людей. Следующий этап – враждебность к туристам, и их считают виноватыми в локальных проблемах, например, в проституции и торговле наркотиками. (Mazón 2001, 169–172; Ryan 2003, 274–275). В конце часть местных жителей одобряет теперешнюю ситуацию, и массовый туризм в регионе может продолжаться (Mazón 2001, 172). Райан цитирует Апа, по которому местные жители будут одобрять туризм, если их нужды удовлетворяются (Ap 1995 цит. по: Ryan 2003, 279). Однако Райан продолжает, что, естественно, местное население не всегда одобряет поведение туристов, но они терпят его по причине экономической выгоды (Ryan 2003, 285). Однако есть некоторые люди, которые хотели бы вернуться к временам до прибытия туристов (Mazón 2001, 172).

## 2.2 Рынок труда

Туризм предлагает широкий выбор рабочих мест от неквалифицированных до высококвалифицированных работ (Robinson 1976, 128). С туризмом появляются новые профессиональные возможности в секторе туризма в регионе (Квартальнов 2003б, 123; Rátz & Puczko 2002, 136; Ryan 2003, 299). Следствием этого влияния и недоразвитые регионы могут развиваться (Rátz & Puczko 2002, 151). Квартальнов (2003б) считает, что на сегодняшний день каждое 7-ое рабочее место в мире приходится на туристский бизнес, хотя большая часть рабочих мест являются, прежде всего, низкооплачиваемыми (Квартальнов 2003б, 124, 141).

Туризм является сезонным феноменом. Регионы, которые становятся сильно зависимыми от туризма, попадают в затруднения вне сезона, когда доходы ненадежные. (Rátz & Puczko 2002, 98, 136). В туристическом секторе отрицательными феноменами являются растущее количество сезонных работ, низкие зарплаты и низкий статус данной сферы (Rátz & Puczko 2002, 137). По Квартальнову, владельцы в сфере туризма не всегда местные люди, при этом они не могут контролировать туризм в своем регионе. Все же он продолжает, что, и по характеру, туризм является спонтанным явлением, которое быстро развивается и которое трудно контролировать. (Квартальнов 2003б, 124.)

## 2.3 Культурные ресурсы и инфраструктура

Благодаря туризму обращается больше внимания на охрану местных сокровищ искусства и культурные события (Квартальнов 2003б, 123; Rátz & Puczko 2002, 147–148). Кроме того, местные люди могут начинать уважать культурное наследие в своем регионе и свою этническую идентичность (Smith 2001в, 110).

Туристы часто ищут новых впечатлений, но они хотят рассматривать мир внутри своего культурного сознания (Mazón 2001, 126). Местная культура может приобрести коммерческие аспекты, когда традиции начинают продавать. Традиции могут, например, быть сохранены только для туристов, и они модифицируются, чтобы нравиться туристам без отрицательных черт. (Rátz & Puczkó 2002, 148–149.)

Туризм и глобализация связаны друг с другом. Смит (Smith 2001в, 110) представляет, что отрицательное влияние на культурные ресурсы в том, что местная культура может исчезнуть из-за глобализации, так как курорты в разных странах могут быстро стать одинаковыми. Робинсон считает, что многие туристы редко едят локальные блюда и для них надо импортировать знакомые им продукты (Robinson 1976, 139). Например, многонациональные сети закусочных «fast-food» растут (Rátz & Puczkó 2002, 139).

Рач & Пучко (Rátz & Puczkó 2002, 139) считают, что положительным феноменом туризма является, например, то, что стоимость недвижимости растет. Райан все-таки замечает, что повышение стоимости недвижимости может также являться пагубным влиянием для местных жителей, так как это вызывает их миграцию из региона, и некоторые предприятия могут предложить обслуживания только для туристов (Ryan 2003, 310). Туризм все-таки развивает инфраструктуру в туристских местностях, и из-за этого у местных жителей появляется больше возможностей, например, шопинга, и имидж места улучшается (Квартальнов 2003б, 37, 123; Rátz & Puczkó 2002, 141–151). С другой стороны, возможно, то, что цены и инфляция растут (Rátz & Puczkó 2002, 139).



## 2.4 Индивидуальный и семейный уровень

Так как туризм обеспечивает работой особенно женщин и молодежь, они получают больше экономической самостоятельности и внутрисемейные отношения меняются (Mazón 2001, 156–157; Rátz & Puczkó 2002, 142; Ryan 2003, 278, 292 – 293). Туризм производит новые обычаи, например, в настоящее время женщины хотят карьеру, поэтому они выходят замуж позже и количество детей остается меньше, чем раньше (Квартальнов 2003, 129; Mazón 2001, 161). Социальными отрицательными следствиями туризма может быть, например, расстройство в социальных сетях: если члены семьи работают одновременно, им не хватает общего времени. С другой стороны, разнообразие проводить свободное время растет у местных жителей, так как для туристов строятся аттракционы и, таким образом, жизненный уровень местного населения может подниматься. (Rátz & Puczkó 2002, 142–143.)

Поведение туристов может отличаться от поведения местных жителей, и таким образом, местные люди могут имитировать и усваивать стиль поведения туристов (Ryan 2003, 278). Например, значение местного языка может уменьшаться (Rátz & Puczkó 2002, 146), и, по нашему наблюдению, часто употребление английского языка растет. Знание иностранных языков становится более важным, так как местным людям, которые работают в сфере туризма, приходится общаться с туристами. Возможно также то, что культурная идентичность исчезает и моральные устои меняются, когда местные люди присваивают новые ценности туристов. Конфликты могут появляться, когда встречаются разные религии. (Rátz & Puczkó 2002, 137–143, 151.)

## 2.5 Преступность

Обычно считается, что туризм увеличивает преступность в регионе – чем больше туристов, тем больше преступности (Ryan 2003, 311). Местные жители могут чувствовать себя незащищенными, в частности, перед растущей преступностью, проституцией и наркотиками (Квартальнов 2003б, 124; Rátz & Puczkó 2002, 144–145). Также местные люди могут принимать в этом участие и, например, Райан (2003) напоминает, что к дополнению к туристам и местные жители используют услуги проституток (Ryan 2003, 321). Смит (Smith 2001а, 367) отмечает, что в глазах местных жителей, турист часто кажется богатым и легким объектом для грабителей, так как он не знаком с регионом и привлекает внимание. Как считает Смит, показ денег или других ценностей публично привлекает грабителей, особенно в бедных регионах или в регионах, где существует профессиональная преступность.

В последние годы одной большой проблемой туризма стал терроризм. Смит (2001г) говорит, что действия террористов – похищения людей в заложники, являются опасностью для туристов во многих нестабильных регионах. Индивидуальный турист должен остерегаться темных улиц и самых опасных районов города, но и в группе не всегда безопаснее, так как нападения, естественно, невозможно предсказать. (Там же, 348–349.)

## 3 ОСОБЕННОСТИ ТУРИЗМА В РОССИИ

### 3.1 Туризм до перестройки

Робинсон (1976) пишет, что после революции 1917 г. Советский Союз был на практике закрыт для иностранных туристов, и в 1945-55 гг. международный туризм в СССР был совершенно запретным из-за «холодной войны» и из-за разных проблем с послевоенной реконструкцией (Robinson 1976, 341–342). Однако, по крайней мере, финские туристы приезжали в Советский Союз уже в конце 1940 гг. на официальные встречи в рамках Договора о дружбе, сотрудничестве и взаимопомощи, который был заключен в 1948 г. между Финляндией и Советским Союзом (Kostiainen 2004, 267).

Начиная с 1920 гг., целью Советского Союза было направлять поток прибывающих иностранных туристов в желаемую сторону. Правительство организовывало стажировки для гидов и планировало туристические объекты и мар-

шруты. Туризм в Советском Союзе основывался большей частью на продаже продуманных турпакетов. Около 25 % территории Советского Союза было военной зоной, куда туристам было запрещено ездить. Сельские местности были также, в принципе, закрыты для иностранцев. Чтобы поехать в Советский Союз, нужно было оформить визу, которую давали в какой-то конкретный город, например, в Ленинград или в Москву. Когда поток туристов стал расти, для иностранных туристов открылись новые места. (Там же, 266-269.)

С начала существования Советского Союза правительство считало, что иностранных туристов надо направлять в нужную сторону и контролировать разными методами. Вернувшись в родную страну, иностранный турист мог быть полезным Советскому Союзу, если он давал «правильную» информацию и положительный имидж о своем визите. (Там же, 266.)

«Интурист», который в течение десятилетий, организовал поездки, содержал гостиницы, обучал тысячи гидов и заботился, в основном, о поездках иностранных туристов в Советский Союз (Kostiainen 2004, 266; Robinson 1976, 342). В СССР существовала также единая система транспорта, включавшая автомобильный, речной, морской, железнодорожный и авиационный транспорт, которая способствовала потребности внутреннего и международного туризма (Квартальнов 2003б, 61). Иностранцев интересовали жизнь советских людей в коммунистической системе, искусство и архитектура (Robinson 1976, 341–342). Туристы не могли гулять свободно, для них была организована компактная программа, которая содержала экскурсии по городу, музеи, дворцы, выставки и цирки (Kostiainen 2004, 276; Robinson 1976, 266). Если иностранный турист не знал русский язык, ему было трудно общаться, так как только маленькая часть персонала в сфере туризма умела говорить на иностранных языках. Соответственно, турист был обязан пойти на экскурсии, которыми руководил гид-переводчик. (Robinson 1976, 345.) Типичный турист посещал Эрмитаж, Петергоф и Петропавловскую крепость, магазины и рестораны (Kostiainen 2004, 276). Такой тип туризма можно назвать массовым туризмом.

Туризм с Запада в Советский Союз начался в 1920 гг., но остался довольно незначительным во время мировых войн. В 1930 г. приблизительно 6 000 туристов с Запада побывали в стране. В 1950 г. правительство Советского Союза заметило, какие возможности туризм предлагал для экономики. Потенциал принимать туристов был все же плохим, например, гостиницы были слишком старыми. Все-таки в 1960 гг. начались инвестиции в развитие туристических услуг. (Kostiainen 2004, 267–269.) В стране существовала единственная гостиничная цепь, которую содержал «Интурист». Несмотря на то, что эти гостиницы были лучшими в СССР, их уровень не достигал мировых стандартов. Однако особенно в Москве и Санкт-Петербурге иностранные компании позже участвовали в строительстве и реконструкции гостиниц. (Квартальнов 2003б, 79–80.)

### **3.2 Туризм после распада Советского Союза**

После распада СССР поток иностранных туристов уменьшился на 50 %. Постоянный экономический кризис привел к большим изменениям в количестве приезжающих в Россию туристов, влияя также на поездки русских туристов за границу. Все-таки туризм в России опять начал быстро расти. В начале 1990 гг., было зарегистрировано только три миллиона приезжающих, а уже в 1995 г. более 14 миллионов туристов прибыло в Россию из западных стран. «Интурист» не остался единственным туроператором на рынке, к нему присоединился много частных бюро путешествий. На исходе 2000 г. в Санкт-Петербурге действовало более 1 200 компаний в сфере туризма. (Kostiainen 2004, 280–281.)

Развитие въездного и внутреннего туризма в России еще на довольно низком уровне, хотя вторая половина 1990 гг. была отмечена положительными тенденциями. В данный момент российский рубль падает по отношению к доллару и другим валютам, и поэтому доллар в России имеет значительно большую по-

купательную совокупность, привлекая иностранных туристов. (Квартальнов 2003б, 38, 194.)

Монументы выдающихся личностей Советского Союза больше не интересуют приезжих, но музеи, театр и церкви сохранили свою популярность. Эрмитаж до сих пор привлекает туристов. (Там же, 280.) В современной России число музеев и национальных парков увеличивается. Тематические парки также очень популярны и руководители туристских фирм в некоторых регионах уже инвестируют в них, потому что такой род предприятия может внести большой вклад в развитие туризма. (Квартальнов 2003б, 84–85.) В России существует двухценная система, то есть разные цены для туристов и российских граждан, и это явление подняло цены для иностранцев. Турист должен иногда платить даже десятикратные цены за вход, например, в музей. (Kostiainen 2004, 280.)

Россия не готова принимать большие потоки иностранных туристов, так как в стране не существует достаточно гостиничных номеров. Так, ежегодные потери поднимаются до 300–400 долларов США. В значительных российских городах строятся 4– и 5–звездные гостиницы, отвечающие мировым стандартам, но ситуация в России, в целом, остается прежней. Уровень комфортности в номерах и скудность в услугах характерны для гостиниц. (Квартальнов 2003а, 23). Управление Санкт-Петербурга опубликовало программу «Развитие туризма в Санкт-Петербурге на 2002–2005 годы». Основной целью программы являлось превращение туризма в одну из высокодоходных отраслей городской экономики. В программу был включен комплекс мероприятий, направленных на развитие туристской инфраструктуры Санкт-Петербурга. Развитие и реконструкция современных недорогих пунктов размещения и туристских услуг являются одними из самых важных отраслей деятельности Санкт-Петербурга. (Голубев 2002, 5–6.)

Другими задачами программы являются, например, создание единой информационной системы, разные проекты в сфере туризма, мониторинг и аналитическое изучение развития туризма, повышение привлекательности традиционных и новых турпакетов, касающихся отдыха на природе (водный туризм, экологический и экстремальный туризм, индивидуальные туры охоты и рыболовство).

Северо-запад России может стать центром туризма в России, а Санкт-Петербург – ядром такого центра с международными, историческими, архитектурными и культурными аттракционами. (Там же, 11–12.)

### **3.3 Финские туристы в Советском Союзе и в России**

Финские туристы начали приезжать в Советский Союз в основном в конце 1940 гг. Туристы приезжали в большинстве на официальные встречи, например, в рамках Договора о дружбе, сотрудничестве и взаимопомощи. Эта дружеская деятельность регулировала и характеризовала общение и туризм между странами. Финские туристы ездили в Ленинград через Карельский перешеек, который для многих финнов был интересным маршрутом, потому что этот район принадлежал раньше Финляндии, и остановка в Выборге было возможной (Kostiainen 2004, 269–274).

В течение 1950–1980 гг., 60 % из иностранных туристов прибыло из стран Варшавского договора<sup>1</sup> и около 40 % из капиталистических стран. Финны составляли самую большую национальную группу – около 15 % из всех приезжающих туристов. В конце 1980 гг. приблизительно 300 000 финских туристов посещали в год Советский Союз, и почти каждая четвертая поездка финского туриста была сделана туда, особенно в Ленинградскую область. В 1988 г. в Советский Союз приехало более шести миллионов иностранных туристов. (Там же, 269-274.)

Распад Советского Союза сделал возможным создание новых международных экономических и культурных связей, когда границы открыли. Из-за облегчения в сфере туризма, поток туристов между Финляндией и Россией вырос значительно. (Neuvonen et al. 1999, 44.)

---

<sup>1</sup> Страны Варшавского договора – Албания, Болгария, ГДР, Польша, Румыния, Чехословакия и Венгрия. Албания вышла из договора в 1968. (Энциклопедия, 2007а.)

### 3.3.1 Санкт-Петербург и финские туристы

В середине 19 века предположительно 20 000 финнов бывали ежегодно в Санкт-Петербурге. Город был знакомым для тысяч финнов, первой и для многих единственной метрополией, которую они видели за свою жизнь. (Jalonen 2005.) В конце девятнадцатого столетия Петербург был вторым, после Хельсинки, по количеству финского населения. В 1881 г. в Петербурге финнов было почти 24 400 человек, а в Хельсинки – 38 700. (Ниронен 1999, 231.) Финны ездили в богатый культурными традициями Санкт-Петербург, потому что город находился близко, и поездки были недорогими (там же, 269–274).

Большинство финнов перебрались в Петербург с Карельского перешейка и из Восточной Финляндии, а также из некоторых прибрежных районов. Финны учились и приобретали опыт в качестве подмастерьев, работали государственными служащими, на транспорте, в торговле или в промышленности. Многие финские фирмы были также заинтересованы в Петербурге. Финны считались хорошими торговцами и работниками. До сих пор русские называют финнов трудолюбивой нацией. Особая черта финнов – честность, хотя их склонность к выпивке нередко создавала трудности. (Там же, 12–13.)

Инфраструктура является очень важной для туризма, и хорошее транспортное сообщение делает регионы более доступными. Растущие потоки туристов, международная торговля и большой объем транспорта значительно содействовали развитию новых, более эффективных и быстрых средств передвижения. (Robinson 1976, 94.) Железнодорожные пути из Финляндии в Петербург были построены в 1870 г. прежде всего из-за экономических соображений. Сообщение между Санкт-Петербургом и Хельсинки будет улучшаться в связи с усовершенствованием железной дороги. (Ниронен 1999, 235). Тапио Сиймос, главный-директор Государственных ЖД Финляндии (VR Oy), отмечает, что железнодорожный транспорт между Финляндией и Россией сильно вырос за последние годы. По его подсчетам, в 2006 г. сделано 300 000 поездок в Россию, то есть, на 15 % больше, чем в предыдущий год. Сиймос считает, что для связи



между Хельсинки и Санкт-Петербургом приобретут четыре новых поезда. (Talentum 2006.) На данный момент время поездки между Хельсинки и Санкт-Петербургом занимает больше пяти часов. К 2008 г. ставится цель сократить время поездки до 3 часов. Чтобы достичь этой цели, надо обновлять оборудование, путевые связи и ускорить пограничный и таможенный досмотр, например, перейти на паспортный контроль в движущемся поезде. (Compiler 2003.)

### 3.3.2 Выборг и финские туристы

В 1880 г. в Выборге жили 11 000 финнов, а уже в 1910 г. их количество в Выборге выросло до 43 800 (Ниронен 2003, 231). В начале 1900 гг. Выборг, который находится недалеко от Петербургской метрополии, был одним из самых больших городов Великого княжества Финляндии, где промышленность и урбанизация росли. 80 % из населения были финноязычные. В 1918 г. Финляндия вступила во владение Выборгом, после чего российские жители исчезли из города (Neuvonen et al. 1999, 22–25). Выборг стал постепенно известным туристическим городом, но уровень гостиниц и ресторанов был скромным до 1930 гг. Отдел туристического общества в Выборге приводил в порядок туристические места и выпускал, например, брошюры и путеводители, и из-за этого туризм в регионе значительно улучшался (Hirn 1987, 210, 257). Из-за зимней войны 1939 г. все жители Выборга были эвакуированы в Финляндию (Neuvonen et al. 1999, 30). В 1940 г. Финляндии пришлось передать Карельский перешеек с Выборгом Советскому Союзу (Кириллов 2007, 519; Neuvonen et al. 1999, 30), но финны завоевали город обратно в следующем году (Neuvonen et al. 1999, 30). Выборг перешел опять к России в 1944 г. (Кириллов 2007 530; Neuvonen et al 1999, 32), и новые жители поселились в городе, и культурная традиция прервалась (Neuvonen et al. 1999, 32).

После войны Выборг был закрытым городом, и лишь в 1958 г. его начали открывать для других советских граждан и для финских туристов. (Mård 2005,

19). Крюков и др. утверждают, что финны и местные люди не поддерживали никаких отношений в течение 1945–1990 гг. (Krykoff et al. 1993, 207). С помощью пропаганды против финнов коммунисты пытались вызвать страх среди жителей даже в 1970 гг. Контроль КГБ был строгим – единственной угрозой являлись «финские фашисты», которых боялись, что они вернутся ночью с финскими ножами, как один выборжец, Вячеслав Морозов<sup>ii</sup> рассказывает. (Mård 2005, 19.) У жителей пограничной зоны были преимущественные права, но другим разрешали ездить в зону только со специальными пропусками. В магазинах изолированной зоны выбор продуктов и товаров был шире, и преступность вообще меньше, чем в других местах. Все данные, касающиеся Финляндии и истории перед войной в том регионе, являлись табу, из-за этого местные люди относились к финнам равнодушно. Упоминания о финской культуре на Карельском перешейке считались отрицательными и правдивых произведений по истории не существовало. Десятилетиями было запрещено говорить о Зимней войне. (Krykoff et al. 1993, 207–210.)

Сайменский канал, который был открыт в 1856 г., постепенно вырос в значительную транспортную магистраль из Финляндии в Выборг (Kolagi 2005, 17). Во время мировых войн, канал серьезно повредился, и его открыли вновь лишь в 1968 г. (Neuvonen et al. 1999, 36). В середине 1950 гг. первым финским туристам после войны разрешили ездить в однодневные поездки в Выборг, хотя советские власти пытались сократить общение между туристами и местными людьми. Иностранцы могли ночевать в Выборге только с 1982 г., когда гостиница «Дружба» была построена. Туризм является важным промыслом для Выборга и выборжцев. Запущенность характеризовала город в 1990 гг., но исторический центр пытались реконструировать. (Там же, 42-46.)

В 1990 г. финские коренные жители появились на Карельском перешейке – что в начале вызывало растерянность и потом беспокойство среди местных жителей. Беспокойство увеличилось после распада Советского Союза. По Крюкову и др., прежде всего пожилые жители чувствовали страх, что Карелию могут вернуть Финляндии, и они потеряют свое жилище и место работы. Однако

---

<sup>ii</sup> В произведении «Tillbaka till Viborg, 2005» Вячеслав Морозов является одним из нескольких жителей Выборга, которых автор интервьюирует.

многие из них сочувствовали финнам, которые должны были оставить свою родину. С другой стороны, также говорится о том, что этот регион завоевали сражась, и его нельзя отдавать. Крюков и другие считают, что молодежь и жители среднего возраста относятся к Финляндии и к финнам, уважая их предприимчивость, состоятельность и благополучие. С другой стороны, к финнам относятся также раздраженно из-за их экономического благополучия, и финнам завидовали, хотя в Финляндии в 90-е гг. была экономическая депрессия, и россияне сами разочаровывались в своих надеждах на коммунистическую систему. (Krykoff et al. 1993, 208.)

У многих жителей на Карельской перешейке и в Санкт-Петербурге было мнение, что финны являются простыми и поверхностными людьми. Крюков и др. подчеркивают, что отрицательное или равнодушное отношение к финнам, вероятно, часто зависит от того, что у российских жителей нет личного опыта о финнах, и недостаточно знания об истории региона. Все-таки, прием финнов часто гостеприимный. (Там же, 207-209.)

### **3.4 Виды туризма**

Костиайнен (2004) разделяет поездки иностранных туристов в Советский Союз и в Россию на три главные категории: дружественные и официальные визиты, массовый туризм, в который включен «водка-туризм» и деловые и студенческие поездки (Kostiainen 2004, 271).

#### **3.4.1 Дружественные и официальные визиты**

По Костиайнену (2004), дружественные и официальные визиты можно назвать «делегационным туризмом». Туристы этой группы приезжали в Советский Союз из Финляндии и других стран по официальным или полуофициальным делам. Делегации занимались дружественными отношениями, приветствовали хозяев и выступали на дружественных праздниках. Делегации состояли, например, из групп земледельцев, заводских рабочих, писателей или представителей университетов или правительства. Обычно Общество «Финляндия - Советский Союз» организовывало поездки. Дружественные визиты были радостными событиями, во время которых люди знакомились друг с другом и с принимающей страной, взаимодействие росло. Рассказы о поездках были положительными. Поездки делегаций существуют и на сегодняшний день, и они составляют значительную часть взаимодействия между странами и организациями. (Kostiainen 2004, 271–281.)

#### **3.4.2 Массовый туризм**

Массовый туризм можно назвать явлением, характерным для второй половины 1900 гг. (Квартальнов 2003б, 137), когда зарплаты выросли, экономика стаби-

лизировалась, склонность к потребительству укрепилась и люди переехали из сельской местности в города (Selännemi 1996, 50–51). Люди получили также право на ежегодный короткий отпуск, который длился в среднем 2–3 недели (Квартальнов 2003б, 25). Для массового туризма были созданы разные стандартизированные турпакеты, с помощью которых стремились достичь низких цен для туристов (Kostiainen 2004, 15).

Типичный массовый турист ездил по турпакету, который был запланирован заранее (Квартальнов 2003б, 125; Kostiainen 2004, 276). Большинство поездок финнов в Россию делалось на автобусе. Для советского туризма характерными были строгий контроль на границе из-за возможных контрабандных товаров, выполнение разных бюрократических обязательств, сохранение квитанций, собирание и возвращение паспорта, незаконный обмен валюты и покупка, продажа разных товаров. Контрабанда была опасна Советскому Союзу, потому что некоторые туристы пытались ввозить материалы пропаганды, которыми хотели оказать влияние на мнения советских людей. Таможня конфисковывала у иностранных туристов книги, журналы и газеты, фильмы и, например, магнитофонные ленты и библии. (Kostiainen 2004, 275–277.)

Одна видимая черта массового туризма – «водка-туристы». В 1970 г. в газете «Хельсингин Саномат» (Helsingin Sanomat) Министерство иностранных дел Финляндии опубликовало информацию, что в целом 44 000 финнов посетили Ленинград в 1969 г. Выяснилось, что 1,5 % из этих людей, 700 человек, причинили проблемы, и они были участниками в серьезных нарушениях порядка. Эти люди были проблематичными «водка-туристами», которые хотели «освободиться от обыденных обязанностей». Возникшие проблемы с финскими «водка-туристами» дали толчок для переговоров между Министерством иностранных дел Финляндии и представителями «Интуриста». Они отметили, что в поведении финских туристов не было ничего нового, а это было уже долгой традицией. На «водка-туризм» обращали много внимания, но все продолжалось по-старому. «Водка-туристы» до сих пор ездят в Россию, но это не имеет такого большего значения, как раньше. Турист «нарушитель» все-таки универсальный феномен и его можно найти на пассажирских теплоходах Эстонии и Швеции и на пляжах Средиземного моря. (Там же, 274–281.)

### 3.4.3 Студенческие и деловые поездки

Большое количество людей ездили в Советский Союз, чтобы учиться. Студенты приезжали, прежде всего, из стран Варшавского договора и из третьего мира, как с Кубы, из Африки, а также в небольшом количестве из западных стран. Самыми популярными у студентов городами были Москва и Ленинград. (Kostiainen 2004, 277.)

В Советский Союз приезжало также много рабочих. Часть деловых туристов оставались надолго, часть навсегда. В начале 1930 гг. в Советском Союзе работало 30 000 людей на разных проектах иностранных компаний. Они строили заводы для промышленности. Также представители западных СМИ бывали в Советском Союзе. Так как торговля основывалась на билатеральных договорах, было типично, что у западных компаний сезонно работало много рабочих. У них хватало также свободного времени, и они могли посещать разные места. (Там же, 277–278.)

## 3.5 Статистические данные о поездках финских туристов

В 2005 г. финны сделали всего 5,3 миллиона поездок за границу, чтобы отдохнуть, и их количество было на 2 % больше, чем в предыдущем году. Количество содержит однодневные поездки. Более половины (60%) из этих поездок было сделано либо в Эстонию, либо Швецию. Другими популярными местами отдыха являлись Испания, Греция и Россия. (Tilastokeskus 2006, 11.)

Из 760 000 коротких поездок, которые длятся 1–3 ночи, 66 % были сделаны в Россию и в Балтийские страны. В Россию финны сделали 196 000 поездок, что значит прирост на 4 % по сравнению с 2004 г. Из всех поездок в Россию 73 %

были короткие, и Россия была третьей по популярности коротких поездок. Эти поездки были обычно сделаны на своей машине, автобусе или на поезде. Половина туристов переночевали в гостиницах и половина у друзей, знакомых или родственников. Однодневных поездок финны сделали в 2005 г. всего 50 000. Это на 14 % меньше, чем в предыдущем году. (Там же 2006, 36–44.)

В 2005 г. финны ездили в деловые поездки за границу чаще предыдущего года. Они сделали 1,3 миллиона поездок, это значит прирост на 13 %. Самыми популярными странами были Швеция и Эстония, а также Германия. (Там же, 10.) Деловой туризм в Россию и в Балтийский регион вырос на 16 %, и это было 27 % из всех деловых поездок. Финны переночевали в России в деловых поездках всего 78 000 ночей. Одна поездка содержала примерно 3,4 ночи. (Там же, 50.) В 1999 г. Россия была на четвертом месте по количеству деловых поездок. (Tilastokeskus 2000, 13.)

## **4 АНАЛИЗ СТАТЕЙ В ГАЗЕТАХ «ДЕЛОВОЙ ПЕТЕРБУРГ» И «СМЕНА»**

### **4.1 Общие черты финских туристов**

Мы разделили материал на разные темы. В этом разделе представлены названия финских туристов, некоторые общие представления о них и объекты, которые их интересуют. В конце даны некоторые примеры, связанные с чередованием потоков финских туристов, особенно в Санкт-Петербурге.

#### **4.1.1 Названия финнов**

В исследуемых статьях употребляются разные выражения о финских туристах. Ключевое слово *финские туристы*, естественно, появляется в разных контекстах больше всего. Другими обыкновенными названиями являются *финны*, *финские граждане* и *туристы из Финляндии* в разных формах склонения. Эти



названия имеют довольно нейтральный тон, хотя выражение *финские граждане* немного официальнее, чем другие.

Несколько раз о финнах говорится как коллективной группе. В статьях употребляются следующие выражения: *поток финских туристов* (ДП), *массовый финский турист* (ДП), *большинство финнов* (ДП), *60% финских туристов* (ДП), *приток финских туристов* (ДП), *основная масса финнов* (С) и *группа финских туристов* (С). Эти выражения, возможно, связаны с массовым туризмом. Выражениями, касающиеся деловых поездок, являются следующие: *финские бизнесмены* (ДП), *члены финской делегации* (ДП), *мелкие предприниматели на границе* (ДП), *финский бизнесмен* (С), *большая группа финских журналистов* (С) и *несколько журналистов* (С).

Прилагательные употребляются особо часто при названиях финнов. Многие из них связаны с алкоголем: *выпивший финн* (ДП), *мертвецки пьяный финн* (С), *плохо соображающий гость города* (С), *протрезвевший гражданин Финляндии* (С), *пьяные финны* (С) и *подвыпившие финны* (С). Кроме того, финнов называется следующим образом: *охочие до дешевого русского алкоголя граждане Финляндии* (ДП) и *представители так называемого дринк-туризма* (ДП). Таким образом, большинство этих выражений встречается в «Смене». Также другие прилагательные даются именно в «Смене»: *обиженные финны* (С) и *страдавший финн* (С).

Положительных выражений меньше, чем отрицательных, например: *дружественные финские туристы* (ДП) и *жители Суоми* (ДП). Финнов называется гостям или соседями: *гости* (ДП), *наши соседи* (ДП), *плохо соображающий гость города* (С), *наши северные соседи* (С), «*варяжский гость*» (С), *иностранные гости, в том числе из Вашей страны* (С) и *гости из страны тысячи озер* (С).

Слова *гость* и *сосед* могут являться положительными выражениями, а *гость* имеет, может быть, еще более позитивную коннотацию, так как обычно к гостям относятся дружелюбно. Автор дополняет местоимения, например, *наши северные соседи*, или *иностранные гости, в том числе из Вашей страны*, и так он создает картину о нас и о них. В некоторых случаях такими выраже-

ниями изображаются близкие отношения между россиянами и финнами, а, с другой стороны, так можно выделять две стороны, например, ваши торговцы и мои соотечественники (см. пример 37). Однако, в зависимости от контекста, *гость* может появляться также в отрицательных выражениях, которые могут иметь саркастический тон.

Представляется, что «Деловой Петербург» использует больше нейтральных выражений, например, *финские туристы* и *финский гражданин*, и также больше коллективных выражений, чем «Смена». В «Смене» появляется много сильных названий, из которых многие связаны с алкоголем. Нам представляется, что характер «Смены» более развлекательный.

#### 4.1.2 Некоторые представления о финских туристах

В статьях представлены разные мнения о финских туристах. В одной статье интервьюируется генеральный директор туроператора «Невы» Сергей Тимралиев, который рассказывает, что финны были первыми контактами с внешним миром в строго закрытом советском обществе:

- (1) Я думаю, не надо объяснять, что в те годы каждый житель города на Неве мечтал побывать в Финляндии, самой близкой к России и географически, и исторически, и духовно. Для многих из нас финские туристы были первыми иностранцами, которых мы, ленинградцы, видели в глаза, -завидуя, как свободно они могут ездить в другую страну, - такой возможности у нас самих тогда, конечно, не было. (С 15.11.2005).

В начале 1990 гг. о финнах говорится с восхищением, и Тимралиев упоминает, что *каждый житель города на Неве мечтал побывать в Финляндии*. Дело здесь в мечте, которую вызывает встреча с незнакомым. Интересно отметить, что Тимралиев считает финнов близкими и географически, исторически и даже духовно. Свобода финнов была одной причиной для того, что ими восхищались. Тимралиев говорит немного с горечью, упоминая, что в данный момент у них, *конечно*, не было возможности путешествовать за границей из-

за строгой советской системы. Первая встреча с финнами изображается положительной для ленинградцев.

Также в других статьях представлено мнения о финских туристах. В одной статье пишется о копии документа, *по которому Финляндии предоставлялось право выбирать, остаться в составе Советской России или образовать собственное государство* (С 16.4.2007). Данная копия находится в музее в Выборге, а оригинал хранится в Хельсинки, в национальном государственном архиве.

- (2) В выборгский музей соседи передали полную копию документа - теперь ее показывают финским туристам, которые готовы благоговейно смотреть на нее долгими часами (С 16.4.2007).

Автор рассказывает, что финны готовы *благоговейно смотреть на нее долгими часами*. Это выражение включает довольно сильный эмоциональный заряд для финских туристов. Во-первых, слово *благоговейно* высокого стиля – существительное этого слова определяется по Толковому словарю как ‘глубочайшее почтение’ (Тольковый словарь 1993 [далее ТСРЯ], s.v. благоговение) – подчеркивает сообщение. Предложение дает картину о патриотических финнах, так как *благоговейно* указывает на очень сильные чувства. Кроме того, выражение *готовы смотреть на нее долгими часами* подчеркивает саркастически, что документ значителен для финнов, несмотря на то, что документ просто копия оригинала.

В другой статье автор, в свою очередь, рассказывает о глиняных сувенирах, которые можно купить на рынке Выборга. Можно заметить, что он немного насмехается над финнами:

- (3) Наше внимание привлекли смешные глиняные рожицы. Покупатели каждый раз говорят, что этот товарищ похож либо на их начальника, либо на родственника. На самом деле автор лепит эти рожицы с финских туристов. (С 15.8.2003.)

Данные сувениры выглядят смешными. Покупатели упоминают, что рожицы похожи *либо на их начальника, либо на родственника их начальника*, но автор статьи прямо раскрывает, что финские туристы были моделями для рожиц.

Это не обязательно указывает на их внешний вид, а вообще на их смешную сущность. Может быть, финны имеют известную репутацию в Выборге, и их поведение можно считаться даже комическим.

Сомнительную репутацию финнов подчеркивает также другая статья, где автор косвенно называет финнов немного непредсказуемыми туристами:

- (4) А вот что Петербург - опасный город, я таких жалоб не слышал. Да, с финскими туристами случается всякое. Но ведь если, извините, перебраться, в любой стране мира могут произойти инциденты. (С 27.11.2002.)

Важно заметить, что Петербург не считается опасным городом, а когда говорится о финнах, все возможно. Выражение *всякое* имеет немного отрицательный тон, что финны могут причинить вред или попасть в неприятные ситуации. Однако интервьюируемый человек хочет заявлять, что если выпить слишком много, то где угодно *могут произойти инциденты*. Он не считает Петербург особой ареной инцидентов.

Одно упоминание, касающееся финнов, является интересным. В одной статье изображается киносъемка, которая сама по себе не касается финнов. Однако в одном придаточном предложении представлены финские туристы:

- (5) Вот только во втором дубле перед камерой совершенно незапланированно появились финские туристы, прибывшие рейсом Хельсинки - Санкт-Петербург. Ничего не поделаешь, пришлось переснимать дубль. (С 28.4.2004.)

Дело здесь в совпадении, но туристы, которые причиняют прерывание киносъемки, определяются как финны, и не только как группа туристов. Автор упоминает национальную группу, так как, очевидно, репутация финнов соответствует ситуации. Дело здесь в определенной стереотипии, касающейся поведения финских туристов. Например, говоря вообще о туристах, данное выражение не создавало бы такое же представление.

В одной статье рассматривается, почему только туроператоры хотят содействовать, чтобы финские туристы продолжали приезжать в Россию, а других сторон сотрудничество не интересует:

- (6) Странно при этом, что представители других отраслей не присоединились к борьбе за сохранение "финского туриста" (ДП 12.8.2003).

Автор считает странным, что финнам не уделяется больше внимания. Иными словами, по автору, финские туристы являются важными, но очевидно, что все не хотят видеть больше финских туристов в регионе или им не хочется беспокоиться об этой теме.

### 4.1.3 Некоторые интересы финских туристов

Во многих статьях пишется об интересах финнов к России. В одной статье автор раскрывает, что *интерес жителей Суоми к России известен* (ДП 20.11.2001). Предложение включает два обстоятельства: многие знают, что финны хотят ездить в Россию, и автор называет страну *Суоми*. Нам неизвестно, знают ли многие российские жители название *Суоми*, или только небольшая группа людей, работающих, например, в сфере туризма, в ближайших регионах Финляндии. В другой статье упоминается интерес финнов к Выборгу:

- (7) По причине исторической и географической близости Выборг весьма привлекателен для туристов из Финляндии, особенно из приграничных ее регионов (С 28.1.2003).

В данной статье автор выявляет две причины, из-за которых именно Выборг привлекателен среди финнов – историческая и географическая близость. Он употребляет слово *весьма*, подчеркивая уровень интереса. Кроме того, в одной статье говорится, что Ленобласть извлекает пользу из интереса финских туристов к путешествию в Россию:

- (8) [Россия – К.А. и Й.К.] сможет получить от внутренних финских инвестиций косвенную выгоду: Ленобласть - приток финских туристов (ДП 20.2.2001).

Несмотря на то, что россияне не участвуют в реконструкции Саймейского канала, они могут косвенно получать выгоду от канала, по которому финские туристы ездят в Ленинградскую область.

В статьях представляются некоторые детали, которые – по крайней мере, по мнению россиян – интересуют финских туристов. ДП упоминает в одной статье, что финнов интересует заповедник в Ленобласти:

- (9) Что касается перспектив развития туризма в этом районе, то, по нашим прогнозам, наиболее активно заповедник будут посещать финские туристы (ДП 14.1.2004).

Это представляется прогнозом, и таким образом, пока не существует точной информации. Вероятно, природа Финляндии, которая считается чистой и в хорошем состоянии, отчасти влияет на представление о финнах, что их интересуют природа и охрана природы. Другое упоминание, касающееся благосостояния, представляется в статье, где говорится о «медицинском туризме»:

- (10) Финны заинтересованы в том, чтобы лечиться у нас. Представители клиник Восточной Финляндии объясняют, что в стране увеличивается число пожилых людей и нет необходимого количества врачей. Поэтому финны заинтересованы в Петербурге и Ленобласти как в регионе, который находится территориально близко и располагает некоторыми медицинскими центрами с достаточно высоким уровнем обслуживания. (ДП 13.2.2007.)

Финнов интересует лечиться в Санкт-Петербурге, хотя это не популярно среды многих других иностранных туристов. Автор опять упоминает, что одной причиной к интересу финнов является географическая близость, а также достаточно высокий уровень обслуживания. Алексей Жаров, руководитель проекта «Развитие медицинского и восстановительного туризма в ЕС и России», уверен в интересе финнов.

- (11) Алексей Жаров [---] уверен, что финским и другим западным туристам придется по душе цены и качество лечения в российских центрах (ДП 13.2.2007).

Кроме финских туристов упоминаются другие западные туристы – западные страны считаются обычно состоятельными. Фраза *придутся по душе цены и качество* подчеркивает, что западные туристы считают отношение между ценами и качеством положительным в России, где цены ниже, чем в их родных странах. Материальная обеспеченность финских туристов указана и в другой статье, где говорится о новой мини-гостинице бизнес-класса, которая интересует и финнам:

- (12) Теперь обшарпанную дверь выдают финским и немецким туристам за русскую советскую экзотику (ДП 14.9.2005).

Обычно предполагается, что гостиницы бизнес-класса являются качественным и предлагают услуги высокого уровня. Однако выражения *обшарпанная дверь* и *русская советская экзотика* не указывают на высококачественную гостиницу. Представляется, что в этом примере финские деловые туристы довольствуются скромным уровнем.

В одной статье говорится об отеле, находящемся на Васильевском острове. Гостиницей будет управлять финский оператор «Holiday Club», так как никто другой не согласился ею управлять, поскольку остров окружен проблематическими разводными мостами. Мосты открываются каждую ночь на несколько часов. Считается, что *отель будет интересен прежде всего финским туристам.* (ДП 20.3.2006.) Во-первых, из-за финского руководства можно прийти к выводу, что финны предпочитают останавливаться в знакомой и безопасной «финской» гостинице. Но, с другой стороны, так делают и другие иностранные туристы за границей, например, в некоторых туристических местах есть особые бары или рестораны, где собираются, прежде всего, туристы из одной страны. Во-вторых, может быть, финнам не мешают разводные мосты, хотя им придется вернуться из центра города в гостиницу или рано вечером, или рано утром. Однако возможно также то, что в будущем мосты окажутся сложными и для финнов.

В одной статье рассказывается о возможностях Санкт-Петербурга для тех, кто приезжает смотреть чемпионат мира по хоккею:

- (13) [---] отличный дворец спорта, удобное транспортное сообщение, обилие мест, куда можно сходить в свободное от хоккея время. Хотя финские туристы обычно до Эрмитажа не доходят. (С 2.6.2006.)

Автор дополняет интересный комментарий: *Хотя финские туристы обычно до Эрмитажа не доходят.* Он, вероятно, указывает на то, что финны, приезжающие из-за хоккея, не интересуются культурой.

В другой статье интервьюируют Калеви Кивисте, бывшего главного директора Министерства просвещения Финляндии, и Наталью Дементьеву, заместителя министра культуры России. Кивисте рассказывает, что *нам [финнам – К.А. и Й.К.] нужно больше информации о богатой культуре России* (ДП 20.11.2001). В той же статье Дементьева считает наоборот, что [---] *финны прекрасно знают нашу страну.* Отсюда следует, что финны, может быть, слишком скромные и верят, что им надо знать больше о России. Однако Дементьева считает, то информации уже достаточно. Комментарий Кивисте может касаться того, что он, вероятно, знает, что большая часть финских туристов заинтересованы другими делами в России, но им нужно больше информации о культурных возможностях. Дементьева, в свою очередь, может указывать на то, что финны уже знают культуру, и она их уже не интересует. Может быть, она хочет только выразить комплимент в беседе.

#### **4.1.4 Чередование потоков финских туристов**

Количество финских туристов в России менялось время от времени в 2000 гг. В дополнение к бойкоту в Выборге (см. раздел 4.5) о спаде и развитии финского туризма также в Петербурге было написано сколько статей. В 2001 г. в одном заголовке пишется: *Финны могут вернуться на берега Невы* (ДП 15.5.2001). Причинами для спада потока туристов являются ограбления туристов и отсутствие краткосрочных виз.



- (14) Но, судя по всему, количество дружественных финских туристов в ближайшее время резко увеличится. Уж больно мало их стало в последнее время, чему способствует "дьявольский режим" со стороны посольства России в Хельсинки. (ДП 15.5.2001.)

В статье автор относится к финским туристам положительно, так как он употребляет прилагательное *дружественный*. Кроме того, увеличение финских туристов считается позитивным, а, с другой стороны, автор, возможно, подчеркивает, употребляя данное прилагательное, каких финнов он хочет видеть в России. Выражение *уж больно мало* также рассказывает о том, что автор досадует на очень маленькое количество приезжающих финнов. Интересным выбором слова является *дьявольский режим*, крайне сильное выражение – прилагательное *дьявольский* употребляется даже как бранное слово. Однако, одно его значение также 'исключительный'. (ТСРЯ 1993, s.v. дьявольский.) Таким выражением автор хочет подчеркнуть, что такой режим является очень вредным для развития туризма между Россией и Финляндией.

В той же статье говорится, что в последнее время *на выходные финны стали ездить в Эстонию, Швецию, но только не в Петербург*. Выражение *стали ездить* указывает, что финны начали снова предпочитать поездки в Эстонию и Швецию. Финны уже десятилетия ездили в эти страны, которые относятся к ближайшим регионам Финляндии. Санкт-Петербург также относится к этой группе, но, однако, в статье сказано, что город потерял популярность среди финнов. В другой статье отмечается, что:

- (15) Финские туристы давно уже предпочитают расслабляться именно в Санкт-Петербурге (С 18.5.2001).

По автору, финны уже давно отдыхают в Санкт-Петербурге. Глагол *расслабиться* имеет разные значения: 'утратить силы, ослабеть' или 'ослабить напряжение мышц, а также вообще внутреннее напряжение' (ТСРЯ 1993, s.v. расслабиться), таким образом, можно сказать, что пребывание в городе не содержит стресса или беспокойства. Однако Санкт-Петербург не всегда считается безопасным и спокойным городом. Например, поведение некоторых милиционеров является незаконным, как описывается более подробно ниже в разделе 4.4.

Однако, в одной статье в 2003 г., автор опять выявляет серьезную проблему о спаде финского туризма. В данной статье Кауко Ямсен, бывший генеральный консул Финляндии в Санкт-Петербурге, рассказывает, что *сегодня в Россию – и опять-таки прежде всего в Петербург - из Финляндии туристов приезжает куда меньше, чем еще несколько лет назад* (С 5.12.2003).

В 2004 г. в одной статье пишется о терроризме, который влияет и на международный туризм. Из-за террористических актов в России, иностранные туристы отказываются от своих поездок в Россию, а, по специалистам, финны, которые составляют 30 % из всех туристов в Санкт-Петербурге, продолжают ездить в город, как сказано в заголовке одной статьи: *Финские туристы не откажутся посещать Петербург* (ДП 14.9.2004). Кажется, что финны не боятся терроризма в Санкт-Петербурге.

## **4.2 О некоторых пограничных формальностях**

Чтобы путешествовать в Россию, финнам нужны разные пограничные документы, и о практике их получения пишется в газетах. Финнам делаются послабления с документами, но практика оказывается все-таки сложной.

### **4.2.1. Послабления с пограничными документами**

Поездки финских туристов в Россию пытаются облегчить, например, визами. Одна статья рассказывает о новых недорогих трехдневных туристических визах:

- (16) Более всего новые визы должны обрадовать гостей из Страны тысячи озер (С 18.5.2001).

Послабление с визами направлено именно на финских туристов. Автор употребляет выражение *должны обрадовать*, которое может указывать на то, что финны должны быть благодарными российской стороне. Известное выражение *гости из Страны тысячи озер* является все-таки положительным и доброжелательным. У читателей может возникнуть представление о традиционном, финском озерном пейзаже и о чистой природе Финляндии. С другой стороны, данное выражение может иметь также саркастический тон в этом контексте. Предложением автор хочет создать картину, что к финнам относятся положительно, но он может скрывать свое реальное мнение.

Другая статья говорит об эксперименте ФМСа, Федеральной миграционной службы, с миграционными картами:

- (17) [ФМС – К.А. и Й. К.] намерена упростить процедуру оформления миграционных карт для финских граждан, въезжающих в РФ (ДП 31.10.2006).

Упрощение с картами направлено на финских туристов, и они опробуют новый порядок получения карт. Финские турфирмы будут выдавать клиентам специальные электронные карты со штрихкодом, которые российские пограничные власти могут читать. Это значит, что туристам не надо заполнять миграционную карту и посещать ФМС. (ДП 31.10.2006). То, что эксперимент делается только для финнов, показывает, что в России относятся тепло к росту финских туристов. Употребление причастия: *финские граждане, въезжающие в РФ* делает стиль статьи более официальным.

В другой статье пишется о начале безвизовых поездок финских граждан:

- (18) Внедрение практики безвизовых поездок финских туристов в Выборг, Санкт-Петербург, Ленинградскую область и в Карелию началось в 1963 году, после выхода Постановления Совета Министров СССР о безвизовом режиме (ДП 30.5.2003).

В начале безвизовые поездки планировалось использовать в ближайшем регионе России. Как считает автор, практику надо *внедрять*, указывая, что такая практика не простая между странами, а требует терпеливости. Хотя *внедрение* началось уже в 1963 г., еще в настоящее время практика является неясной (см. пример 23).

Юрий Волков, руководитель консульского отдела Посольства РФ в Финляндии, говорит об облегчении и правомерности безвизовых поездок российской стороны: *вопрос о правомерности безвизового посещения финнами Санкт-Петербурга и Выборга возник после того, как Финляндия вступила в Шенгенский союз* (ДП 30.5.2003). Он продолжает:

- (19) Мы со своей стороны неоднократно делали послабления для финских туристов, предлагали и продолжаем предлагать финской стороне ряд мер по упрощению визового режима и снижению стоимости виз (ДП 30.5.2003).

С выражением *неоднократно и предлагали и продолжаем предлагать* Волков указывает на то, что Россия уже долго и много делает для финских туристов. Статья также представляет, что финская сторона не готова делать соответствующие послабления для российских туристов. В другой статье также требуется упростить визовый режим взаимно и для русских туристов:

- (20) Если финляндским гражданам<sup>iii</sup> упрощается визовый режим, то по отношению и к российским гражданам он должен упрощаться (ДП 17.2.2003).

#### 4.2.2 Проблемы, связанные с пограничными документами

Временами получение разных документов в России является неясным, что влияет на количество туристов, приезжающих в страну. В одной статье пишется, что приграничные зоны расширились, и все, находящиеся в пограничной

---

<sup>iii</sup> Вместо выражения *финляндским гражданам*, вероятно, должно быть *для финских граждан*.

зоне, должны оформить специальные пропуска, получение которых является неverständительным (ДП 7.3.2007). Из-за этих новых правил финны стали ездить меньше в Россию:

- (21) Большинство финнов планируют отпуск заранее, поэтому уже сейчас многие летние туры раскуплены. Однако уже сейчас некоторые [финские туристы – К.А. и Й.К.] отказываются от поездок только потому, что ни одна турфирма не может толком сказать, удастся ли получить эти пропуска. (ДП 7.3.2007.)

В статье правила получения карт изображаются неясными, и финны *отказываются* от поездок потому, что они не уверены, получат ли они эти пропуска. Автор пишет, что *большинство финнов планируют отпуск заранее, поэтому уже сейчас многие летние туры раскуплены*. В Россию трудно ездить быстро без приготовлений, и также в данный момент турфирмы не уверены, возможно ли получить эти пропуска, которые нужны с конца декабря. Так, путешествие в Россию сложно. Выражение *только потому* указывает, что неуверенность является единственной причиной отказываться от поездок. На отдыхе люди хотят, чтобы все шло хорошо и без проблем, и им не нужна неуверенность, что они не доедут до места отдыха.

В Россию можно ездить и на круизных теплоходах, и часто эти поездки являются короткими. Визовая практика в поездках с теплоходом разная. В одной статье автор говорит о запрещении финским туристам ездить в приграничную зону без виз:

- (22) [Бывший премьер-министр РФ Михаил Касьянов – К.А. и Й.К.] запретил гражданам Финляндии перемещаться по приграничной российской территории без виз (ДП 18.4.2001).

Автор пишет, что премьер-министр *запретил гражданам Финляндии* и, продолжает, что он *лишил бизнеса нескольких сотен Выборгских предпринимателей*. Такими сильными глаголами автор подчеркивает свое мнение, что премьер-министр виноват в сложной ситуации в тот момент в Выборге. Автор продолжает, что раньше, когда финны могли ездить в Выборг на теплоходах без виз, корабейники, проститутки и финские туристы контактировали, и все

стороны выгадывали друг от друга (ДП 18.4.2001). Автор анализирует, что ситуация очень сложная для Выборгских торговцев и проституток, и также для финских туристов. Он пишет, что *торговцам и девушкам легкого поведения остается только горевать по веселым денькам* и продолжает, что теперь им надо передвигаться в более "хлебные" края, переквалифицироваться, или пойти работать на местные стройки. (ДП 18.4.2001.) Выражение *горевать по веселым денькам* указывает, что деньги от финских туристов получают легко и радостно. Можно подумать, что автор выражает неодобрение, что торговцам и проституткам надо переквалифицироваться или начать работать в другой сфере. Интересно, что он защищает проституток, романтизируя их работу. Автор продолжает, что также финские туристы страдают от ситуации, так как пока не могут покупать привычных дешевых товаров и развлечений. Автор пишет также, что *во всем виноваты правительства в Москве и Хельсинки, которые не смогли договориться о простых правилах поездок друг к другу в гости для приграничных жителей* (ДП 18.4.2001).

Также в другой статье говорится о неясной практике безвизовых поездок:

- (23) Причем полная неразбериха и в этом году. Несколько недель назад Минтранс России заявил, что для пассажиров финских паромов возможно безвизовое посещение Петербурга, а неделю назад МИД это решение аннулировал. Что будет дальше? (С 5.12.2003.)

Выражение *неразбериха* изображает ситуацию сложной. Слово является разговорным и имеет значения: 'запутанное положение' и 'отсутствие порядка в чем-нибудь' (ТСРЯ 1993, s.v. неразбериха), и таким выражением автор хочет подчеркивать неразумность ситуации. Он также задает открытый вопрос *что будет дальше?*, указывая, что будущее является неясным, и автор косвенно выражает свое мнение, что ситуация может стать еще хуже.

В той же статье бывший генеральный консул, Кауко Ямсен, говорит об окончании маршрута теплоходного компании «Силья Лайн». Так как Россия поменяла правила по безвизовым поездкам для финских туристов, путешествующих на теплоходах, пассажирскому теплоходу «Силья Опера» пришлось поменять свой маршрут, и он начал курсировать в Ригу.

- (24) Благодаря этому Латвия получила громадный рост числа туристов из Финляндии, очень значительные доходы, а Петербург лишь проиграл (С 5.12.2003).

Выражения *громадный рост* и *очень значительные доходы* указывают на большую экономическую выгоду. Ямсен продолжает, что из-за уменьшающихся потоков финских туристов ситуация является сложной также в Выборге, куда туристы ездят по Сайменскому каналу:

- (25) Если в прошлые годы число таких туристов превышало 100 тысяч, то в этом году составило только 20 тысяч. Я думаю, что тот же Выборг от этого не выиграл. (С 5.12.2003.)

Также в этом примере выражается, что потери огромные – с *100 тысяч* по *20 тысяч*.

В другой статье пишется, что, по мнению Владимира Малика, генерального директора ЗАО "Морской вокзал", маршрут компании «Галлинка» прервали, прежде всего, потому, что российский МИД не начал выдавать групповые визы пассажирам парома (ДП 13.10.2004). Необходимость оформлять индивидуальную визу пассажирам сильно затрудняет путешествие, так как многие финны пользуются групповыми визами:

- (26) Например, до 60% финских туристов на пароме Tallink ездят именно по групповым визам (ДП 13.10.2004).

Здесь замечается также связь с массовым туризмом, как так больше половины финских туристов путешествует в группах.

### **4.2.3 О пассажирских теплоходах**

Как выше указано, визовая практика и пассажирские теплоходы часто связаны друг с другом. Рассматривая теплоходы, говорится также об их клиентах и курсировании. Нам представляется, что финские пассажирские теплоходы

являются важными для России, так как они неоднократно получали много внимания в газетах. Например, «Силья Опера» компании «Силья Лайн» упоминается вместе с финскими туристами в исследуемых статьях «Делового Петербурга» в 2002–2003 г. пять раз. Во всех примерах рассказывается о расписании или о маршрутах теплохода, например, в двух статьях упоминания являются одинаковыми:

- (27) [---] планировалось, что круизный теплоход "Силья Опера" с финскими туристами на борту будет осуществлять рейсы 2 раза в неделю (ДП 30.5.2003; ДП 17.2.2003).

Во многих примерах, касающихся теплоходов, употребляется творительный падеж, говоря о финских туристах – *с финскими туристами*. Это подчеркивает, что теплоходы возят именно финнов, и прибытие финских туристов важно, так как на это обращается много внимания. Услуги направлены именно на финских туристов:

- (28) Первоначально предполагалось, что услугами "Силья Опера" будут пользоваться туристы из Финляндии (без смены пассажиров в порту) [---] (ДП 17.2.2003).
- (29) Пока услуга будет доступна только для финских туристов. (ДП 16.4.2002.)

В примере 29 рассказывается, что *услуга будет доступна только для финских туристов*, что является немного странным. Нам удивляет, почему и люди другой национальности не могли бы употреблять эти услуги. В другой статье говорится, что именно эстонцы и финны будут путешествовать на эстонском пароме «Фантазия» компании «Таллинк». Автор замечает, что визы дороже проездного билета, и поэтому круизы не интересуют российских туристов – *россияне просто не станут мучиться с получением двух виз<sup>iv</sup> для столь короткого круиза* (С 5.4.2004).

В той же статье автор изображает открытие маршрута торжественным, и говорит, что линия была долгожданная. Таким образом, данное событие является очень важным. Автор говорит, что сейчас целевая группа «Фантазии» –

---

<sup>iv</sup> Для российских пассажиров для трехдневного путешествия нужно оформить и эстонскую, и шенгенскую визу (в общей сложности 55 евро) (С № 6, 5.4.2004).



финны среднего достатка, и замечает, что раньше студенты пытались обходиться подешевле:

- (30) Говорят, студенты, пытаясь сэкономить, нередко покупали на пароме сидячие места, заворачивались в спальные мешки и мирно дремали всю ночь на палубе. Сейчас такое запрещено. (С 5.4.2004.)

Эта единственная заметка в исследуемых статьях о поездках студентов в Россию. Выражение *пытаясь сэкономить* прямо говорит, что студенты не хотят употреблять много денег во время своих поездок.

### 4.3 Шопинг

Во многих статьях речь идет о том, что финские туристы приезжают в Россию, особенно в Выборг, за дешевым русским товаром или развлечениям. Финны покупают, например, дешевый алкоголь, и в этом разделе обсуждается более подробно также поведение финнов в состоянии опьянения.

#### 4.3.1 Финны приезжают за покупками

Часто говорится, что финские туристы приезжают в Россию по шоп-турам, как представляется, например, в следующем примере:

- (31) По данным выборгской администрации, почти 40 процентов наших северных соседей приезжают в город за покупками, а 30 процентов - для того, чтобы заправить машину значительно более дешевым, чем на родине, топливом (С 28.1.2003).

Выражение *наши северные соседи* дает статье положительный тон, так как таким средством создается связь между Финляндией и Россией, и выражение является более приятельским, чем, например, *финские туристы*. Таким обра-

зом, может быть, по мнению автора, это хорошо, что финны много покупают в России. Такие финские туристы являются большой группой – всего приблизительно 70 % финнов, приезжающих в Выборг, едут за дешевыми русскими товарами или топливом.

В той же статье автор также подчеркивает, что финны останавливаются в шоп-турах в Выборге ненадолго: *Ведь основная масса финнов приезжает в Выборг по шоп-турам: утром приехали, а ранним вечером - уже отъезд.* Представляется, что большинство финнов заинтересованы только русскими товарами в Выборге, и, кажется, что их не интересуют музеи или культура: что ясно видно в одном примере:

- (32) Раньше как здорово было: теплоход *Kristina regina*<sup>v</sup> с финскими туристами причаливал к пристани, пассажиры сходили на берег якобы в музей (который на самом деле много лет закрыт), а на берегу уже ждали корабейники с товаром (ДП 18.4.2001).

Автор восхищается прошедшими временами: *раньше как здорово было*, когда спрос и предложение встречали в Выборге, и обе стороны извлекали пользу друг от друга. Финны сходили *якобы в музей*, иными словами, музей действовал только отговоркой для них. Корабейники уже ждали финских покупателей. Автор делает замечание, что изменение ситуации является неприятным и для финнов: *Финским туристам тоже будет несладко без привычных дешевых товаров и развлечений*, что еще раз подчеркивает важность этих товаров и развлечений. Возможно также то, что автор говорит о теме иронически.

Выборгский рынок сильно связан с финскими туристами. В одной статье представляется Выборг, и, говоря о рынке, автор пишет, что *на рынке... все время отовариваются финские туристы* (С 15.8.2003). Глагол *отовариться* разговорное слово, и значит 'получить причитающийся товар, товары, а также вообще купить много чего-нибудь' (ТСРЯ 1993, s.v. отовариться). Важно обратить внимание на то, что глагол может указывать на большое количество покупок.

---

<sup>v</sup> Название *Kristina Regina* должно писаться большими буквами.

Желание финнов приезжать, чтобы покупать русские товары, изображается очень выразительно в одной статье:

- (33) Ведь многие из них [финских туристов – К.А. и Й.К.] приезжают в Россию не только для того, чтобы запастись более дешевыми товарами повседневного спроса, но и для того, чтобы отведать алкоголя. Кроме того, многие туристы в поисках приключений не отказываются и от услуг местных "ночных бабочек". (С 12.2.2003.)

Автор отмечает, что многие финны прибывают в Россию, по причине дешевых товаров, алкоголя и приключений. Глаголом *запастись* сказано, что финны действительно покупают большое количество дешевых товаров, так как автор не употребляет глагол *покупать*, а именно *запастись*. Кроме того, глагол имеет отрицательное значение в этом контексте, указывая, что финны покупают товаров больше, чем им нужно, как только они получают товары подешевле, чем в Финляндии. Это затрагивает вопрос о том, покупают ли финны все товары для себя или перепродают их в Финляндии, делая бизнес, как представляется более подробно, например, в разделе 4.3.2 «Случай Райво Хелминена». Автор также обращает внимание на то, что [многие финны – К.А. и Й.К.] *в поисках приключений не отказываются и от услуг местных "ночных бабочек"*. Таким образом, по мнению автора, финские туристы беззаботные в России и хотят веселиться. Это выражение также показывает, что финны все-таки не ищут проституток, а не *отказываются* от них. Отмечается, что автор употребляет приукрашивающее выражение *местные ночные бабочки*, вместо *проститутки* (ср. стр. 45). Выражение *отведать алкоголя* обсуждается в примере 47.

В другой статье Ирина Степанова, менеджер компании ООО «Балтик-Тур», называет финских туристов *мелкими предпринимателями*, так как они приезжают из Финляндии, чтобы покупать русские товары и перепродавать их в Финляндии, (ДП 31.10.2006). Как сказано выше, такой выбор слов предполагает, что покупки являются большими по количеству и покупка и продажа делается профессионально. Как отмечает Степанова, некоторые финские туристы профессионально делают бизнес с дешевыми товарами, и она продолжает, что число таких туристов может увеличиться на границе (ДП 31.10.2006). Было бы интересно знать, как следует относиться к этой ситуа-

ции – это туризм в свободное время, деловой туризм или иногда даже экскурсия. Финские туристы часто приезжают, например, в Выборг только на один день. Поездка *туриста* длится минимум 24 часа или содержит ночлег, а если поездка длится меньше суток, поездка классифицируется как *экскурсия*. (Albanese 2002, 17.) Определения в сфере туризма не всегда однозначные.

### 4.3.2 Случай Райво Хелминена

По одной статье финны теперь покупают в России больше компакт-дисков и делают выгодный бизнес:

- (34) Раньше финские туристы затаривались в основном водкой. Теперь скупают пачками еще и пиратские компакт-диски, которые в Финляндии можно выгодно перепродать. (С 6.7.2004.)

Выражение *затариваться* является разговорным словом и указывает на большое количество покупок. Интересно заметить, что один словарь определяет глагол *затариться*: 'пронести в ИТУ запрещенные предметы, предварительно спрятав их под одеждой' (Словарь тысячелетнего русского аргота 2003 – СТРА, s.v. затариться). Возможно, что финны иногда провозят больше товаров, чем разрешено, но, вероятно, в этом контексте автор имеет в виду, что финны просто покупают много водки.

В той же статье представляется случай Райво Хелминена из городка Паюлахти в Финляндии, и говорится о неудачном бизнесе. Хелминен приехал в Россию и купил 600 штук компакт-дисков за почти 1300 евро у торговца в Выборге, чтобы перепродать диски в Финляндии. Вернувшись домой, Хелминен заметил, что на всех дисках была записана одна и та же песня. Приехав обратно в Россию, он не мог найти торговца, который продал ему диски.

Случай Райво Хелминена является интересным во многих отношениях. Следует обратить внимание, например, на то, что даже его имя – Райво, не

финское, а эстонское, что вызывает вопросы о его идентичности: Райво действительно финн или он эстонец или даже иллюзорный человек? Во всяком случае, в статье автор называет его «финном» неоднократно.

Заголовок статьи сильный и ироничный: *Райво Хелминен – жертва музыки*, хотя Хелминен, на самом деле, не жертва музыки, а мошенничества. У автора видимо, есть подозрение, что, может быть, Хелминен сам виноват в неудачном бизнесе, и обосновывает свою точку зрения в статье дальше маленькими ироничными замечаниями. В первом абзаце автор смягчает свое мнение и рассказывает о мошенниках:

(35) Страстью финнов к музыке пользуются мошенники. На днях их жертвой стал Райво Хелминен из городка Паю-лахти (С 6.7.2004).

Здесь финны представляются жертвами *мошенничества* и их обманывают. Обе стороны, Хелминен и российские мошенники, хотят сделать свой выгодный, но незаконный бизнес. Однако кажется, что мошенники хитрее. Одно значение у слова *страсть* – ‘сильная любовь или сильное чувственное влечение’ (ТСРЯ 1993, s.v. *страсть*), и таким образом, по нашему мнению, автор иронически преувеличивает привязанность финнов к музыке. Он также употребляет множественное число *о финнах*, обобщая события.

В статье употребляются такие выражения, как *жертва*, *финн испытал страшное разочарование* и *пострадавший финн*, которыми автор изображает серьезность события для финна. Между строчками можно заметить сарказм, так как в начале раздела автор заявляет, что он относится отрицательно к поступкам финнов. Представляется, что Хелминен сам не так сильно переживает события: *что ж, в следующий раз буду умнее*, - философски замечает Райво Хелминен. Выражение *философски замечает* является также немного саркастическим добавлением, как будто автор насмехается над Хелминеном – финн сам виноват. Автор, вероятно, косвенно выражает свою точку зрения, что ему не нравится то, что финны приезжают в Выборг, чтобы делать бизнес. Однако Хелминен говорит, что *в следующий раз буду умнее*, имея в виду, что он не отступит, а может и попробует делать бизнес еще раз и более удачно.

Автор объясняет, что Хелминен *купил у первого встречного торговца 600 штук и Райво так и не вспомнил, где именно приобретал контрафакт*. Автор делает замечание, что финн быстро купил диски, не задумываясь, от кого и где, и указывает, что Хелминен плохой бизнесмен. Автор говорит о возвращении Хелминена в Выборг:

(36) Вернувшись в Выборг через две недели, "варяжский<sup>vi</sup> гость" попытался найти того, кто продал ему диски (С 6.7.2004).

Здесь выражение *варяжский* обобщается на финнов, может быть немного иронически. Названием указывается частично на сомнительную репутацию варягов. Автор употребляет слово *гость*, с которым он, по нашему мнению, хочет подчеркивать в этом контексте, что *гость* прибывает только с визитом, и вернется потом домой.

Хелминен говорит, что торговцы обманывают именно пьяных финнов:

(37) Я узнал, что ваши торговцы подсовывают моим соотечественникам такие диски только в больших партиях. И исключительно пьяным. (С 6.7.2004.)

У глагола *подсовывать* много значений, но, кажется, что в данном контексте автор указывает на разговорное значение 'обманув, заставить взять, принять что-нибудь или плохое, неродное' (ТСРЯ 1993, s.v. подсовывать). В статье можно заметить диалог между *вашими торговцами* и *моими соотечественниками* – Хелминен защищает своих земляков. Он признает, что *опьяневшие* финны становятся обманутыми, но автор, в свою очередь, разделяет выражение *и исключительно пьяным* на отдельное предложение, подчеркивая, что финны действительно сами виноваты, так как являются пьяными.

---

<sup>vi</sup> Слово «варяг» было названием жителей Скандинавского полуострова в Киевской Руси, иногда их называли также «норманнами» или «викингами». Существовал спор между «норманнистами» и «антинорманнистами» о значении варягов для государственности на Руси. (Кириллов 2007, 20, Зуев 1998, 13.)

Хелминен хочет говорить о событиях в своем родном городе:

- (38) Сейчас в своем родном городе Паюлахти я расклеил объявления, в которых описал случившееся. Пусть меня считают шутом гороховым, зато никто больше не попадет на эту удочку. (С 6.7.2004.)

Хелминен хочет предупредить других, не считаясь с тем, что его могут посчитать *шутом гороховым*. Самое важное, что других не обманут в России. Он употребляет метафору *попадет на эту удочку*, которая указывает на то, что в Выборге найдется много возможностей делать бизнес, но это не всегда выгодно.

Следует отметить, что с начала 2006 года закон об авторском праве в Финляндии запрещает импорт пиратских записей также для личного пользования. Импорт наказуем штрафом и незаконные диски нужно уничтожать. (ТТМК 2007.)

### 4.3.3 Привычки тратить деньги

В России финны используют свои деньги на недорогие предметы или услуги. В следующем примере говорится о пристрастии финнов к гостиницам среднего уровня:

- (39) На что жалуются финские турфирмы? Прежде всего на сложности с гостиницами в Петербурге. У вас не хватает относительно дешевых, трехзвездных гостиниц. То есть селить туристов оказывается некуда. (С 27.1.2002.)

Согласно статье, финские туристы предпочитают относительно дешевые гостиницы трех звезд, и представляется, что они не хотят останавливаться в гостиницах другого уровня. Проблема является большой в Санкт-Петербурге, где недостаточно среднеуровневых гостиниц. В другой статье Наталья Деметьева, бывший заместитель министра культуры России, дает характеристику финскому массовому туристу:

- (40) [---] массовый финский турист не может себе позволить "пять звезд" в России (ДП 20.11.2001).

Заголовок той же статьи – *финнам не по карману российские "пять звезд"* изображает использование денег у финнов. Дементьева также рассказывает о нуждах финских туристов и о состоянии размещения в России:

- (41) Им нужны чистота и комфорт, ведь финны живут гораздо скромнее, чем им предлагают наши отели, - таково мнение российского вице-министра (ДП 20.11.2001).

Финнам не нужно высокое качество размещения, а их устраивают гостиницы среднего уровня. Отмечается, что финны экономные. В примере автор косвенно замечает, что в России много гостиниц высокого уровня. В той же статье он также пишет, что *финских туристов победит тот регион, который быстрее всего построит у себя гостиницу среднего класса* (ДП 20.11.2001). Это показывает сильное желание финских туристов найти новые относительно дешевые гостиницы в России, показывая, что большой спрос существует. Автор употребляет глагол *победить*, который значит, что финны желанные – они победа для региона.

По другой статье, представители стоматологии и косметических салонов надеются, что из-за их конкурентных цен в Петербурге, поток финских туристов увеличивается (ДП 12.8.2003). Представляется, что финнов можно привлекать ценами. В одном тексте представляется опять, что финны умеют считать деньги:

- (42) На Западе деньги считать умеют, и жители Иматры, Лаппенранты<sup>vii</sup> или Котки прекрасно знают, что уик-энд или праздники в Северной Пальмире<sup>viii</sup> провести выгоднее, чем в Хельсинки (С 18.5.2001).

Рассматриваемая статья дает понять, что финны экономные в глазах русских, и еще замечается, что низкие цены привлекают их в Россию. Автор также

<sup>vii</sup> Вместо *Лаппенранта* должно быть *Лаппеенранта*.

<sup>viii</sup> В русской литературе с конца 18 века Северная Пальмира была названием Санкт-Петербурга, который сравнивался по богатству и красоте с древним городом Пальмира в Сирии (Энциклопедия, 2007б).



описывает Санкт-Петербург как *Северную Пальмиру* и, таким образом, он одновременно сравнивает Санкт-Петербург с Хельсинки и отдает предпочтение первому: дешевый уровень цен, а также культура в Санкт-Петербурге бесподобная.

В одной статье речь идет о различиях в стоимости билетов для иностранных туристов и граждан России:

- (43) [---] члены финской делегации возмутились разницей в стоимости билетов в театры и музеи для иностранных туристов и граждан России (ДП 18.2.2003).

Финнам не нравится двухценная система. Глагол *возмутиться* имеет два значения: 'испытать негодование, раздражение и поднять мятеж' (Словарь русского языка 1981 – СРЯ, s.v. возмутиться). Объяснения о том, что *цены не завышены для иностранцев, а занижены для россиян* или о том, что *разница в доходах гостей из-за рубежа и местных жителей по меньшей мере очевидна* не уладили финнов, и это не соответствует их представлениям о справедливости (ДП 18.2.2003). Финским туристам различия в ценах не понятны.

#### 4.3.4 Дешевый русский алкоголь

В одной статье пишется о том, что финские туристы приезжают в Россию именно для того, чтобы покупать дешевый русский алкоголь. Автор пишет, как граждане Финляндии приезжают на Ладожский вокзал на поездах за алкоголем. Он описывает финских туристов, покупающих алкоголь следующим примером:

- (44) [---] поезда привозят охочих до дешевого русского алкоголя граждан Финляндии (ДП 14.9.2005).

Выражение *охочие* усиливает сообщение, что финны приезжают на вокзал только, чтобы покупать дешевый русский алкоголь, и, таким образом, алкоголь их «добыча». Автор упоминает, что финны ищут именно *дешевого русского алкоголя*, видимо, качество им не так важно. Он даже не упоминает, что финны могли бы покупать и другие товары. У читателей укрепляется представление о финских туристах, жаждущих алкоголя. Выражение *поезда привозят* значит, что финны сами не активные деятели, а поезда их возят. Этими формами слов, автор также предлагает, что количество таких финских туристов большое, и их привозят грузом только, чтобы покупать алкоголь. Множественное число *поезда* предлагает также, что движение повторяется. Такое действие имеет черты массового туризма. Также в другой статье автор упоминает низкие цены на алкоголь, которые нравятся именно финским туристам (ДП 12.3.2003).

#### 4.3.4.1 Употребление финнами алкоголя

Среди исследуемых статей есть многочисленные упоминания об употреблении алкоголя финскими туристами во время поездок в Россию. Автор одной статьи сводит представления о финнах к одной фразе:

- (45) Не секрет, что большая часть наших соседей является представителями так называемого дринк-туризма (ДП 12.8.2003).

Автор статьи употребляет понятие *дринк-туризм*, которое, возможно, указывает на явление *водка-туризм*, о котором говорится более подробно в разделе 3.4.2. Автор считает, что многие финские туристы являются представителями этой группы. Выражение *наши соседи* можно в этом контексте толковать немного отрицательно, и изображать «спор» между соседями – по-сравнению с соседями хочется быть лучше, и хочется представить соседа в плохом свете. Однако, выражение может указывать на то, что страны имеют близкие отношения, хотя не всегда теплые. Выражение *не секрет* раскрывает, что, по мне-

нию автора, явление уже широко известно. Автор говорит прямо о пьянстве финнов, и не скрывает ситуацию. В этой статье упоминается, что *дринк-туризм - это не туризм для гурманов, это туризм для желающих просто выпить*. Таким образом, термин *дринк-туризм* получает более негативный тон, когда его сравнивают с изощренным эпикурейством. Нам представляется, что цель *представителей дринк-туризма* часто только выпить, и качество напитков им не важно, а гурман 'любитель и ценитель изысканной пищи' (ТСРЯ 1993, s.v. гурман). По словарю *гурман* и книжное слово – и это производит впечатление, что дистанция между данными терминами, *гурман* и *дринк-туризм*, растет.

В другой статье говорится о финнах, отдыхающих в Выборге:

- (46) Жители Выборга давно привыкли к тому, что каждые выходные финны приезжают к ним "отрываться" (С 6.7.2007).

Выражения *давно привыкли* и *каждые выходные* рассказывают, что характер события длился уже долго, и действие повторяется. Автор употребляет глагол *отрываться*, который является разговорным выражением, и значит 'развлекаться' (СТРА 2003, s.v. отрываться). Выражение указывает на веселье, которое, вероятно, связано с алкоголем в этом контексте. Это разговорное выражение изображает поведение финских туристов. С другой стороны, автор хочет встать на сторону выборжцев, так как он пишет, что *жители Выборга уже давно привыкли к тому* – то есть, к ведущим себя плохо финнам, таким образом, получается представление, что он сочувствует выборжцам.

В другой статье автор относится к употреблению алкоголя финских туристов довольно саркастически:

- (47) Ведь многие из них [финских туристов – К.А и Й.К.] приезжают в Россию (не только для того, чтобы запастись более дешевыми товарами повседневного спроса), но и для того, чтобы отведать алкоголя (С 12.2.2003).

Говоря об алкоголе, автор употребляет глагол *отведать*, и таким образом, он играет с предварительными информацией читателей, так как *отведать* указывает на небольшое употребление алкоголя – 'попробовать, съесть или выпить

немного' или 'познать на опыте, испытать' (ТСРЯ 1993, s.v. отведать). Однако в данном контексте глагол подчеркивает привязанность финнов к алкоголю, потому что – как выше упоминается – поведение финнов не секрет. Отрицательное представление о финских туристах подчеркивается в самом контексте глаголом *запастись* (см. пример 33).

Во многих статьях, как уже замечено, представляются мнения разных авторов, как они относятся к употреблению алкоголя финских туристов. В одной статье автор изображает свой взгляд следующим примером:

- (48) Однако стоит заметить, что финские туристы тоже хороши. Нельзя же так напиваться! (С 6.4.2005.)

Предложением *однако, стоит заметить, что финские туристы тоже хороши* автор, вероятно, хочет доказать эмфатически, что представление о финнах не совершенно отрицательное, они просто много пьют. Кроме того, выражение *стоит заметить* указывает, что, по мнению автора, важно знать также положительный аспект характера финнов. Однако автор осуждает выпивку финнов: *нельзя же так напиваться!* Глагол *напиться* имеет три значения: 'выпить чего-нибудь в большом количестве', 'попить вдоволь утолив жажду' и 'опьянеть, стать пьяным' (ТСРЯ 1993, s.v. напиваться), из которых третье значение имеет разговорный стиль. Автор опекает финских туристов, и создает впечатление, что он сам знает, как нужно употреблять алкоголь. Восклицательный знак подчеркивает сообщение. Он продолжает, демонстрируя еще более сильную точку зрения:

- (49) Всем известно, что в Питере граждане Финляндии "отрываются" на всю катушку, накачиваются алкоголем до полуобморочного состояния. Потому и попадают в некрасивые ситуации. (С 6.4.2004.)

Выражение *всем известно* – обостренное. Автор предполагает, что все знают, как финские туристы ведут себя, потому что их действия так ясно видны в Санкт-Петербурге. Выражение *отрываются на всю катушку* указывает очень сильно на буйство финнов, и, кажется, что они хотят жить бурно во время своей поездки в Россию. *Отрываться* – разговорный глагол, который оживляет

текст и подчеркивает сообщение. Выражение *накачиваться алкоголем до полуморочного состояния* является также разговорным, и также смешным, так как вместо *выпить* употребляется глагол *накачиваться*. Автор явно выражает свое мнение, что финны сами виноваты, так как из-за своего поведения *попадают в некрасивые ситуации*. Автор изображает ситуацию для читателей красочными словами, чтобы они могли представить ее ярко, и таким образом, сообщение автора достигает цели более эффективно.

Также в другой статье автор не скрывает своего мнения, что финские туристы сами виноваты, что их грабят: [финны – К.А. и Й.К.] *ведут себя неправильно (пьют водку, пользуются услугами проституток)* (ДП 17.2.2003). Следовательно, предложение указывает, что опять одна причина – пьянство. В той же статье выражены две разные стороны данного явления:

(50) [---] пусть они пьют и иногда ведут себя по-свински, но они оставляют здесь свои деньги. (ДП 17.2.2003).

Таким образом, автор подчеркивает экономическую выгоду от финских туристов, что важнее, чем плохое поведение. Выражение *по-свински* указывает, что финны ведут себя как животные – свиньи считаются нечистоплотными.

#### **4.3.4.2 Описание финнов в состоянии опьянения**

Во многих статьях поведение финнов в состоянии опьянения изображается очень разнообразными словами, и разговорные выражения и прилагательные употребляются в большом количестве. Эти употребляемые слова не являются нейтральными, а пробуждают много мыслей. Когда пишется о финнах и об алкоголе, представляются разные случаи, касающиеся странных и необыкновенных ситуаций, например, одна статья дает следующий пример:

- (51) Так, в 2002 году 55-летний финн злоупотребил водкой, после чего ему ужасно захотелось на родину. Он не придумал ничего лучше, чем сесть в "Жигули"<sup>ix</sup>, промчаться на огромной скорости к границе и начать таранить шлагбаум. (С 6.4.2005.)

Автор пишет, что человек, который злоупотребляет водкой, финн среднего возраста. То есть, он не неопытный молодой человек, который, может быть, еще не знает, как употреблять водку, а человек средних лет должен быть сознательным. Описанный случай имеет насмешливый тон, так как в начале говорится, что финн злоупотребляет алкоголем, и потом иллюстрируется его неразумная внезапная мысль. Важно заметить, что он пьяный и ведет машину, таким образом, он одновременно действует противозаконно. Выражение *он не придумал ничего лучше* преувеличивает случай, и с помощью которого автор подчеркивает свой ироничный подход. Упоминание марки автомобиля *Жигули* не однозначное. Так как *Жигули* является так называемой «народной машиной», автор упоминает, что названный финн не особо состоятельный. Возможно также, что автор хочет добавить детали, чтобы стиль статьи был более повествовательным. Выражения *промчаться на огромной скорости к границе* и *таранить шлагбаум* указывают и на то, что автор хочет оживить текст. Глагол *промчаться* определяется по Толковому словарю следующим образом: 'проехать мчась' или 'быстро миновать, пройти', из которых последнее является разговорным выражением (ТСРЯ 1993, s.v. промчаться). В той же статье автор дает больше примеров об отрицательных следствиях алкоголя:

- (52) Другой финн умер с перепоею на лавочке в одном из питерских скверов, а третий, спустив все деньги на алкоголь, ходил по подъездам, снимал с лифтов алюминиевые уголки и сдавал их в пункты приема цветных металлов (С 6.4.2005).

Автор хочет доказать, что из-за алкоголя финны ведут себя глупо и употребление алкоголя вызывает крайне серьезные несчастные случаи, как можно заметить и в выражении *другой финн умер с перепоею на лавочке*. Выражение *с перепоею* указывает на то, что финны могут пить много дней. Автор выражает как установленный факт, что использование всех денег на питье, и потом, против-

<sup>ix</sup> Автомобили «Жигули» стали именовать за границей «Лада», так как на международном рынке название было неуместное, например, по-арабски – вор, пройдоха (АБВГД-auto, 2007).

законное поведение, чтобы получить больше денег, является отрицательными поступками. Все эти примеры представляют картину о глупом и немного простоватом финне.

В другой статье автор рассказывает о буйстве некоторых финских гостей:

- (53) В начале 90-х, когда в Россию хлынул поток финских туристов, хозяева небольших отелей были обеспокоены буйством некоторых гостей. Выпив русской водки, они бродили по коридорам гостиницы, стучали в двери соседей и всячески шумели. (ДП 23.5.2000.)

Глагол *хлынуть* сильный, но его тон не обязательно является отрицательным. Все-таки, можно утверждать, что в этом контексте явление даже отрицательное, так как в примере говорится о буйстве финнов. Глагол дает представление, может быть, о слишком быстром действии: 'начать литься с силой' или 'то же, что устремиться' (ТСРЯ 1993, s.v. хлынуть). Такое выражение отражает отношение автора к финским туристам, иными словами, их стало приезжать, вероятно, слишком много и быстро в регион. Кроме того, также выражение *поток финских туристов* иллюстрирует, что финских туристов приезжало очень много. Реакция хозяев, [они – К.А. и Й.К.] *были обеспокоены буйством*, подчеркивает, что действие не было положительное. Автор употребляет множественное число, говоря о гостиницах, так что он обобщает события. Дело здесь не только в одной гостинице, и таким образом, плохое поведение финнов в состоянии опьянения является большой проблемой. Автор дает детальное описание поведения финнов, и он поясняет, что водка именно русская. Он употребляет описательные глаголы, как *бродить*, который значит в этом контексте блуждание (ТСРЯ 1993, s.v. бродить). Описание действия продолжается следующим образом:

- (54) Сначала работники гостиниц пребывали в растерянности – как утихомирить выпившего финна и не вызвать международный скандал. Выход оказался прост - особо буйных запирали в номере. Наутро о случившемся, как правило, никто не вспоминал. (ДП 23.5.2000.)

Автор пишет о продвижении событий и рассказывает о растерянности, которая в начале была среди работников. Он упоминает, что они беспокоятся о возможном международном скандале, который может вызвать конфликт.

Можно сделать вывод, что в России считается, что вероятно в Финляндии официально поднимут вопрос, что в России с финнами плохо обращаются. Таким образом, им приходилось решать проблему тактично. Однако решение проблемы кажется простым: *особо буйных заперли в номере*. Такое выражение придает поведению финнов довольно унижительный тон, как будто они были дети, которым надо страдать от домашнего ареста после плохого поведения. Выражение *как правило* подчеркивает, что очевидно финны не знают, как пить алкоголь умеренно.

### 4.3.5 Экономическая выгода от финских туристов

Финские туристы оставляют много денег в России, особенно в шоп-турах в Выборге, как следующий пример говорит:

- (55) По статистике, в день Выборг посещают в среднем 300-400 финских туристов, каждый из которых тратит на покупки и услуги около 200-300 евро (ДП 17.2.2003).

По нашему мнению, 200–300 евро на покупки для одного человека за день не маленькая сумма денег. Это значит, что в Выборге финны вместе оставляют 60 000–120 000 евро за один день. В некоторых рассматриваемых статьях предполагается, что финны экономные и умеют считать деньги, но они все-таки тратят очень большую сумму денег в течение короткой поездки. Однако в другой статье от 2001 г. отмечается, что финны оставляют в Выборге миллиона 3-4 финских марок [приблизительно 500 000–670 000 евро – К.А. и Й.К.] в год (ДП 18.4.2001). Хотя в статье пишется, что дело здесь в скромной оценке, сумма гораздо меньше, чем предлагается в примере 55. Судя этим двум статьям, представляется, что финские туристы начали тратить больше денег в Выборге.

Один торговец-лоточник в Выборге рассказывает в одной статье, что финские туристы важны экономически для Выборга, и тысячи людей зарабатывают на



финнах. По торговцу, финские туристы *кусоч хлеба* для многих, и он продолжает, что хотя финские туристы могут вести себя неправильно, выборжцы готовы терпеть финнов, так как они извлекают экономическую пользу от них. (ДП 17.2.2003.) Местные люди могут терпеть пьяных финнов, так как доходы являются более важными для них.

В той же статье Сергей Васильев, генеральный директор ООО «Оптовая фирма Петровская», жалеет о том, что продажи упали из-за уменьшения финских покупателей:

(56) В феврале продажи упали примерно на 20%. Конечно, отчасти это связано с морозами. Но главное - все торговые точки, которые мы снабжаем, отмечают сокращение числа финских покупателей (ДП 17.2.2003.)

Еще раз видно, что финны играют большую роль в экономике Выборга. Васильев не употребляет слово *финские туристы*, а именно *финские покупатели*, подтверждая представление о финнах, которые приближаются к профессиональной торговой деятельности.

#### **4.4 Проблемы с милиционерами**

Представляется, что когда финские туристы попадают в неприятные ситуации во время своих прогулок в России, они часто в состоянии опьянения. Неприятными ситуациями являются ограбления, которые делают также российские милиционеры.

#### 4.4.1 «Держитесь подальше от русских милиционеров!»

Во многих статьях раскрывается, что преступные действия милиционеров являются большой проблемой в России, и излагается ситуация, в которых финские туристы встречаются с русскими милиционерами. В одной статье рассказывается о русском путеводителе для граждан Евросоюза:

- (57) [В путеводителе – К.А. и Й.К.] появилась новая глава, посвященная питерской милиции. В ней большими буквами написано: "Держитесь подальше от русских милиционеров!" Чаще всего страдают от милицейских патрулей финны. (С 6.4.2005.)

Данная статья является довольно скандальной. Автор хочет серьезно предупредить читателей о милиционерах и употребляет даже восклицательный знак, когда пишет: *держитесь подальше от русских милиционеров!* Следует обратить внимание на то, что русская газета сама критикует ситуацию в стране так сильно. Предложением *чаще всего страдают от милицейских патрулей финны* автор хочет выделить одну национальную группу, и подчеркивает, что финны действительно такая группа, у которой бывает больше всего проблем с милиционерами. Глагол *страдать* имеет негативный смысл и указывает, что финны являются жертвами.

Заголовок другой статьи вызывает вопрос: *почему финны боятся людей в милицейской форме?* В данной статье интервьюируют бывшего генерального консула Кауко Ямсена, который отвечает на вопросы «Смены» и рассказывает о задержании финских граждан. (С 5.12.2003.)

- (58) [---] несколько финских журналистов и бизнесменов были задержаны прямо на улице, вынуждены были пройти в милицейскую машину, а выпустили их, как говорится, с пустыми карманами (С 5.12.2003).

Ямсен замечает, что ограбление случилось *прямо на улице*, то есть, милиционеры могут заниматься криминальными действиями публично. Следует отметить, что задержания касаются и деловых туристов, в данном примере *фин-*

ских журналистов и бизнесменов. Ямсен продолжает критиковать систему России:

- (59) Людям непонятно, почему если в Финляндии или в какой-то другой цивилизованной европейской стране, когда они вечером встречают полицейского, то прекрасно понимают, что он их в любую минуту защитит от грабителей, что человек в форме - это гарантия безопасности, а в Петербурге от человека в милицейской форме лучше держаться подальше. (С 5.12.2003.)

Читатель может понять между строк, что, по мнению Ямсена, Россия не является одной из цивилизованных стран, и в Финляндии люди могут доверять полиции. Пример показывает, что туристы из западных стран не знают, что им надо бояться милиционеров. В статье Ямсен утверждает, что преступность в России самая неприятная и тревожная проблема для финских туристов:

- (60) В последнее время она [преступность – К.А. и Й.К.] приняла совсем уж уродливую форму - грабят финнов в основном люди в милицейской форме, причем, когда мы после обращения в консульство наших соотечественников заявляем свои протесты компетентным органам, то говорят, что финские туристы были задержаны потому, что у них искали наркотики. Наркотиков так и не нашли, но деньги, по заявлениям наших туристов, люди в милицейской форме у них украли. (С 5.12.2003.)

Ямсен говорит, что милиционеры часто изобретают какую-то отговорку, в данном случае поиск наркотиков, с помощью которой они могут грабить финнов. Употребляемое прилагательное *уродливый* имеет сильное и отрицательное значение. По толковому словарю, значение прилагательного *уродливый* иллюстрируется словами: 'с физическим уродством; некрасивый, безобразный, ненормальный, нелепый до безобразия' (ТСРЯ 1993 s.v. уродливый).

В одной статье говорится о финской газете «Хельсингин Саномат»:

- (61) На днях в ведущей финской газете "Хельсингин Саномат" появилась скандальная статья о непростых взаимоотношениях между питерскими стражами порядка и финскими туристами (С 6.4.2005).

Ведущая финская газета, естественно, имеет авторитетный и высокий статус, таким образом, значительность сообщения увеличивается. Следует отметить, что русская газета «Смена» пишет о статье, которая опубликована в газете другой страны. Автор «Смены» осознает, что события с финскими туристами и

русскими милиционерами широко известны. Прилагательное *скандальный* имеет сильное значение и указывает, что проблема представляется большой в Финляндии. Выражение *непростые взаимоотношения* является интересным, при помощи которого указывается, что действие не имеет только одного участника, а и финские туристы своим поведением влияют на события.

#### 4.4.2 Упоминания, связанные с милицией и употреблением алкоголя

Часто, говоря о проблемах между финскими туристами и милиционерами, отмечается, что финны в состоянии опьянения. Например, заголовок одной статьи раскрывает, что *милиционеры обворовывают пьяных финнов* (С 6.4.2005). В другой статье излагается, что проблемы даже ежемесячные:

- (62) В финское консульство в Петербурге ежемесячно поступают жалобы от граждан Финляндии, ставших жертвами милиционеров. Чаще всего это происходит, когда подвыпившие финны возвращаются поздно вечером в свои гостиницы. (С 25.8.2005.)

Важно подчеркнуть, что в данном примере два элемента: опьянение и поздний вечер. С другой стороны, по словарю, глагол *подвыпить* не указывает на неразумное потребление спиртного напитка, а только 'выпив немного хмельного, слегка опьянеть' (ТСРЯ 1993, s.v. подвыпить). Выбор слова сдержанный, и возможно, что автор употребляет данное слово как эффективное средство: он недооценивает количество выпитого алкоголя, так как верит, что многие знают об употреблении алкоголя финнами. Например, в одной статье цепь событий изображается следующим образом:

- (63) [---]мертвецки пьяный финн ползет по ночному городу, к нему подходят милиционеры с целью проверки документов, отбирают у плохо соображающего гостя города телефон и наличность, а потом отпускают на все четыре стороны. И лишь на утро протрезвевший гражданин Финляндии мучительно вспоминает, что с ним произошло. Финны крайне редко пишут заявления в милицию, потому что они элементарно не помнят, в каком районе их ограбили! Вместо этого они жалуются в Генеральное консульство Финляндии. (С 6.4.2005.)

Следует отметить, что в статье обращается внимание на пьяных финнов очень строгими словами. У слова *мертвец* есть два значения по Толковому словарю: 'умерший человек' или 'покойник', и у прилагательного *мертвецкий* значение в некоторых сочетаниях: 'очень сильный или крепкий', которое имеет разговорный смысл (ТСРЯ 1993, s.v. мертвец, мертвецкий). Мертвецки пьяный человек является в таком крепком состоянии опьянения, что он может только ползти вперед. Глагол *ползти* употребляется 'о людях или о животных, которые передвигаются по поверхности всем телом или на ножках' или 'о человеке, животном: передвигаться, припадая туловищем к поверхности и перебирая по ней конечностями' (ТСРЯ 1993, s.v. ползти). Автор подчеркивает, что передвижение финских туристов очень сложно, и таким преувеличенным выбором слов он выражает свою точку зрения, что финны ведут себя очень недисциплинированно.

Действие милиционеров изображается с глаголом *отбирать*: 'взять обратно, а также отнять' (ТСРЯ 1993, s.v. отбирать), глагол можно также употреблять, например, при «сортировании» – 'отобрать самые спелые яблоки' (Новый большой русско-финский словарь I 1999 – НБРФС, s.v. отбирать). На наш взгляд, в самом деле, нетрудно ограбить финских туристов, потому что милиционеры забирают самые дорогие вещи. Автор употребляет выражение *плохо соображающий гость города*, которым он также указывает на состояние финнов. По нашему мнению, описание события иллюстрируется красочно, и к пьяным финским туристам относятся довольно насмешливо. С другой стороны, в том же примере, финнов называют выражением *гость города*, которое создает положительные представления. Однако, возможно, что автор употребляет средство иронии и скрывает насмешку.

Выражение *лишь на утро протрезвевший гражданин Финляндии мучительно вспоминает* подчеркивает, что финны в таком сильном состоянии опьянения, что только утром протрезвляются. В данном контексте употребляемое официальное выражение *гражданин Финляндии* отличается от стиля статьи, и таким образом, автор укрепляет саркастическое сообщение.

Выражение *они элементарно не помнят, в каком районе их ограбили!* указывает, что финны в таком крепком состоянии опьянения, и они просто не помнят события прошлого вечера. Восклицательным знаком автор осуждает поведение финнов.

#### 4.4.3 Мнения россиян о поведении милиционеров

Как видно во многих статьях, россияне относятся отрицательно к поведению милиционеров. Автор одной статьи пишет довольно саркастически:

- (64) Будет очень хорошо, если милиционеры вдруг станут вежливыми. Но еще важнее сделать так, чтобы они перестали грабить и убивать ни в чем неповинных людей. (С 25.8.2005.)

Автор критикует образ действий милиционеров, и замечает, что милиционеры *грабят* и даже *убивают ни в чем неповинных людей*. Автор желает, чтобы поведение милиционеров менялось. Следующий пример поддерживает критическую точку зрения:

- (65) Но бывают и вовсе экстраординарные случаи! Весной этого года группа финских туристов, гуляя по Невскому проспекту, была ограблена дважды! Оба раза иностранцев останавливали милицейские патрули, после чего у них пропали деньги, документы и телефоны. После такого вопиющего случая финская криминальная полиция провела переговоры с руководством ГУВД Санкт-Петербурга. Только тогда число ограблений иностранных туристов в нашем городе заметно уменьшилось. (С 25.8.2005.)

Во-первых, выражения *вовсе экстраординарные случаи!* и *вопиющий случай* иллюстрируют, что такие события не обыкновенные – это вовсе экстраорди-

нарно. Во-вторых, выражение *была ограблена дважды!* с восклицательным знаком представляет очень удивленную реакцию от автора. В-третьих, автор употребляет выражение *в нашем городе*, то есть, он хочет подчеркнуть читателям, что проблема является серьезной и существует именно в их городе. Он присоединяет себя к группе читателей, создавая общее настроение. В конце статьи автор опять подчеркивает, как негуманно ведут себя милиционеры, и даже убивают, чтобы получать деньги. В целом статья возбуждает отрицательные чувства к милиционерам, и ее тон является крайне негативным.

С другой стороны, автор употребляет разговорный глагол *гулять*, у которого много значений, например: 'совершать прогулку', 'быть свободным от работы, имеет выходной день' или 'кутить, веселиться' (ТСРЯ 1993, s.v. гулять). В двух последних определениях слово сильно связано со свободным временем, и тон является разговорным. Глаголы *кутить* и *веселиться* указывают на того, что алкоголь, может быть, связан с увеселением.

В другой статье описывается ограбление финского бизнесмена:

- (66) А в начале марта петербургские милиционеры отобрали у финского бизнесмена несколько сотен евро на Невском проспекте *среди бела дня*. Финны - не единственные жертвы грабителей в погонах. (С 6.4.2005.)

Ограбление случается *среди бела дня* и, таким образом, видно, что преступления случаются не только в темноте. Следовательно, здесь не упоминается, что названный бизнесмен подвыпивший, и, кроме того, группа жертв не ограничивается только финнами – то есть проблема шире. Также по другой статье финские бизнесмены были жертвами ограбления: *в Петербурге у нас были проблемы с милицией осенью 2002 года, когда ее представители ограбили финских бизнесменов* (ДП 17.2.2003). Опять можем заметить, что милиционеры упоминаются виновниками.

Можно заметить, что авторы не защищают действия милиционеров. Однако, одна статья представляет иную точку зрения на ситуацию:

(67) Конечно, и для милиции, и для администрации от финнов одна головная боль. Чем их меньше, тем лучше. (ДП 17.2.2003.)

Автор считает, что финские туристы являются проблематичными не только для милиции, но и для администрации города. Откровенно выражается мнения, что *чем их [финнов – К.А. и Й.К.] меньше, тем лучше*. Важно заметить, что другие национальности не упоминаются в данном контексте, что подчеркивает, что проблема существует именно с финнами. Выражение *одна головная боль* подчеркивает, что финские туристы нежеланные гости, и милиция и администрация хотят освободиться от них и от проблем с ними.

## 4.5 Бойкот Выборга

В 2003 г. 30 финляндских туристических агентств начали бойкотировать Выборг после массовых ограблений иностранных туристов, и бойкот продлился почти два месяца. В Финляндии считалось, что это может сказаться серьезно на всей России, особенно на Петербурге (ДП 17.2.2003). Часто финские туристы ездят в Санкт-Петербург через Выборг.

### 4.5.1 Как финны бойкотировали Выборг

В статьях пишется, что финны являются жертвами ограбления. Хотя милиционеры грабят финских туристов, нам представляется, что в Выборге финнов чаще всего грабят местные жители:

(68) На протяжении 10 лет финнов в Выборге грабили, причем занималась этим очень небольшая группа местных жителей (ДП 17.2.2003).



Во многих статьях говорится, что именно финских туристов грабят в Выборге:

- (69) [---] по понятным причинам жертвами преступлений в этом городе в основном становятся граждане Финляндии (ДП 17.2.2003).
- (70) Это [криминальная ситуация – К.А и Й.К.] в основном касается Выборга и его рынка. У некоторых финнов там возникают проблемы, в результате чего турбизнес несет потери. (С 27.11.2002.)
- (71) "Особенностями национального нападения на финских туристов" должны заниматься российские милиционеры (С 12.2.2003).

Все примеры 68 – 71 показывают, что нападения направлены именно на финских граждан, то есть, представляется, что проблема связана с национальностью. Финских туристов много в Выборге, так как Финляндия находится близко, и Выборг часть финской истории. В примере 69 финнов представляют *жертвами преступлений*. С другой стороны, в примере 70 изображается, что у *некоторых финнов там возникают проблемы, и турбизнес несет потери*. Выражение раскрывает мнение автора, что из-за проблем с финскими туристами турбизнес страдает. Следует заметить, что мнения у авторов разные, так как дела, связанные бойкотом, не однозначные.

Заголовок одной статьи, *финские туристы боятся ездить в Выборг*, характеризует ситуацию данного момента критически (С 9.1.2003). Однако заголовок другой статьи, *Старая любовь не ржавеет* (С 12.2.2003), изображает отношение между Выборгом и финнами, и показывает, что у них долгая история, и город уже долго был излюбленным местом для финнов. Автор употребляет слово *любовь*, которое показывает, что у финнов есть сильные эмоциональные связи с Выборгом. Выражение *не ржавеет* изображает, что, несмотря на неудачи в Выборге, финские туристы все-таки продолжают ездить в город.

Заголовки во многих статьях, касающихся бойкота Выборга, сильные и указывают на военный дискурс. Заголовок одной статьи сопоставляет двухнедельный бойкот с зимней войной между Финляндией и Россией:

(72) Выборгский бизнес пал жертвой новой "зимней" войны (ДП 17.2.2003).

Выражение подчеркивает серьезность бойкота, и в данный момент жертвой «войны» является выборгский турбизнес. Однако заголовок в другой статье – *обиженные финны понесли убытки* (С 25.2.2003) указывает, что, очевидно, финны в поражении «в войне». Также другие заголовки как *финны оказались перед Выборгом* (С 28.1.2003) и *бойкот Выборга финнами не свят* (С 22.1.2003) можно отчасти соединить с военным дискурсом. Термин *торговая блокада*, который можно употреблять также о войне, на наш взгляд, является синонимом термина *бойкот*. *Блокаду* можно определять следующим образом: 'окружение войск противника, а также изоляция враждебного государства, города с целью прекращения его сношений с внешним миром' (ТСРЯ 1993, s.v. блокада). *Бойкот* имеет следующие значения: 'отказ от работы, торговых связей, от участия в чем-нибудь как способ политической и экономической борьбы' или 'прекращение отношений с кем-нибудь в знак протеста против чьего-нибудь поведения, поступка' (ТСРЯ 1993, s.v. бойкот). Так как авторы сопоставляют бойкот Выборга с военной темой, они подчеркивают серьезность проблемы.

#### 4.5.2 Виноваты ли финские туристы в ограблениях

В некоторых статьях анализируется, что, по мнению российской стороны, финские туристы сами виноваты в том, что их грабят в Выборге, так как они ведут себя невнимательно. Таким образом, они виноваты также в бойкоте.

(73) В свою очередь российская сторона считает, что финские туристы сами виноваты в том, что становятся жертвами преступлений (С 12.2.2003).

(74) Финские туроператоры не раз заявляли протесты, на что российские власти отвечали обычно в том духе, что, мол, туристы сами виноваты (ДП 17.2.2003).

Обе статьи обращают внимание на то, что финны сами виноваты, и не дают хорошего представления о себе. Финнов представляют виноватыми, так как они пьют алкоголь и используют услуги проституток (С 12.2.2003; ДП 17.2.2003). В статье «Делового Петербурга» автор говорит, что еще одна причина то, что финны не пишут заявления в милицию, а молчат – *мол, туристы сами виноваты*. Однако он сам пишет, что финнам невозможно делать заявления, так как они останавливаются в Выборге ненадолго, и им не хватает времени делать заявления.

В другой статье пишется, что внимание милиционеров в Выборге направлено на финских граждан, которые ведут себя плохо:

- (75) Усилилось внимание милиции и к самим финским туристам, которые не всегда ведут себя дисциплинированно во время прогулок по городу (С 25.2.2003).

Автор подчеркивает, что речь идет именно о финских туристах – *к самим финским туристам*. Выражение *не всегда ведут себя дисциплинированно* положительнее, чем, если бы было написано, например, *часто ведут себя плохо*.

В одной статье начальник отдела бронирования гостиницы «Выборг» Наталья Канюка рассказывает, что финны виноваты в ситуации, так как они гуляют и всегда ходят на рынок.

- (76) Проблема заключается в том, что большинство [финских – К.А. и Й.К.] туристов, несмотря на то что в их гостиницах есть прекрасные магазины, "любят погулять" и неизбежно выходят к рынку, где и происходят ограбления (ДП 17.2.2003).

По мнению Канюки, финнам лучше делать свои покупки в гостиницах, чем на рынке, где безопаснее. Вряд ли можно согласиться с тем, чтобы это решило проблему, так как в гостиницах ночует только маленькая группа финнов, так что услуги гостиниц остаются по большей части неиспользованными. Во многих исследуемых статьях пишется, что финны останавливаются в Выборге ненадолго, как говорит, например, Юрий Бычков: *но финны по большей*

*части не ходят в замок и не пользуются гостиницами, а просто здесь останавливаются* (ДП 17.2.2003).

Нам представляется, что многим финнам хорошо известен Выборгский рынок – туда легко ходить, и там низкие цены – они уже привыкли бывать на рынке. Следует отметить, что торговцы на рынке получают большие деньги от финских туристов и им важно, что покупатели ходят туда. Мы также убеждены в том, что в Выборге существует конкуренция в отношении клиентов между гостиницами и торговцами рынка, так что, естественно, Канюка представитель гостиницы, желает, чтобы финнов приезжало больше. В примере 76 автор употребляет выражение *любят погулять* в кавычках, считая, что, может быть, финнам не нравится просто погулять, а эти прогулки связаны с алкоголем. По толковому словарю, значения глагола *гулять* – 'кутить' или 'веселиться', просторечные выражения и могут быть связаны с употреблением алкоголя (ТСРЯ 1993, s.v. гулять).

В одной статье российская и финская сторона размышляют о целевой группе грабителей:

(77) В российских СМИ прошла информация о том, что большинство ограбленных финских туристов находилось в нетрезвом виде (ДП 17.2.2003).

В свою очередь, Веса Хяккинен, консул Финляндии, считает жертвами пожилых женщин:

(78) Это не соответствует действительности. Такие случаи единичны. Большинство пострадавших - это женщины пожилого возраста. (ДП 17.2.2003.)

Опять говорится о плохом поведении финнов, хотя по наблюдениям Хяккинена, дело касается пожилых женщин. Хяккинен не обосновывает свое мнение в статье. Отсюда следует, что это немного трудно согласится с Хяккине-ном, так как эта единственная заметка в исследуемых статьях, где рассказывается, что большинство ограбленных туристов являются пожилыми женщинами. Во многих других статьях подчеркивается, что ограбления связаны именно с недисциплинированным поведением финских туристов. Однако

возможно также то, что у Хяккинена какие-то статистические данные, которых авторы не знают.

### 4.5.3 Попытки решать проблемы, связанные с бойкотом

Проблему Выборга пытались решать. Финская и российская сторона, глава администрации Выборга, Георгий Порядин и бывший генеральный консул Финляндии, Кауко Ямсен, хотели сотрудничать, чтобы вернуть поток финских туристов в Выборг и развивать турбизнес. Обе газеты, «Смена» и «Деловой Петербург», пишут о переговорах:

- (79) Они обсуждали сложившуюся ситуацию и рассматривали возможности решения данной проблемы. На встрече говорилось и о том, как вернуть иссякающий поток туристов в Выборг и в дальнейшем содействовать развитию туристического бизнеса. (С 28.1.2003.)
- (80) [---] в ходе [встречи – К.А. и Й.К.] были рассмотрены пути взаимной работы по возвращению финских туристов в Выборг и созданию здесь безопасных условий для развития турбизнеса (ДП 17.2.2003).

Бойкот Выборга ухудшил отношения между странами, и было важно быстро решать проблемы. Представляется, что обе стороны согласны, что развитие выборгского турбизнеса является значительным для обеих стран. Выражение *безопасные условия* в примере 80 указывает, что в данный момент в Выборге безопасно.

В одной статье рассказывается о специальных памятках, которые представители власти Выборга подготовили для финских туристов:

- (81) [---] памятка содержит "основные правила поведения, безопасные для прогулок места, адреса ресторанов и кафе и инструкции на случай ограбления". Также в памятке указан телефон Бюро переводов Выборга, по которому турист может в любое время получить платную (!) консультацию. (ДП 17.2.2003.)

Автор статьи предлагает, что финских туристов нужно опекать. Финнам надо рассказать *основные правила поведения, безопасные для прогулок места, адреса ресторанов и кафе и инструкции на случай ограбления*. Выражением *платную (!) консультацию* автор подчеркивает, что услуга именно платная, то есть, он сам критикует услуги, дополняя восклицательный знак.

В двух статьях предлагается милицейское сопровождение и размещение финских полицейских в Выборге:

- (82) Власти Ленинградской области предложили фирмам<sup>x</sup> организовать милицейское сопровождение туристических автобусов. Однако финны хотят использовать на маршрутах своих полицейских. (С 28.1.2003.)
- (83) Была такая идея, которая шла от некоторых представителей финских официальных структур, - разместить в Выборге представительство финской полиции для обеспечения лучшего взаимодействия между финскими гражданами и российской милицией (ДП 17.2.2003).

Финны не хотят русских милиционеров для защиты, а они доверяют своим полицейским. Однако, в статье упоминается, что финские полицейские не имеют власти на российской территории.

#### **4.5.4 Почему ограбления финнов остаются нераскрытыми?**

Как правило, часто ограбления финнов остаются нераскрытыми. В одной статье автор объясняет причину этого:

- (84) Дело в том, что финны вообще не желают тратить время на общение с правоохранительными органами. Ведь основная масса финнов приезжает в Выборг по шоп-турам: утром приехали, а ранним вечером - уже отъезд. Задержки туристов невыгодны и сотрудникам финских туристических фирм, которые зачастую убеждают своих соотечественников не связываться с милицией. (С 28.1.2003.)

---

<sup>x</sup> Вместо слова *фирмам*, вероятно, должно быть *финнам*.

Выражение *не желают тратить время* указывает, что финны предпочитают ехать домой по расписанию, чем остаться в России выяснять ограбление. Из этого можно делать вывод, что ограбления не являются такими серьезными для финских туристов, так как, по их мнению, общение с правоохранительными органами было бы тратой времени.

В другой статье автор утверждает, что самая большая проблема не то, что выяснение ограбления длится долго:

- (85) Самое важное в настоящий момент не то, что финскому туристу нужно ждать 5 часов, чтобы оформить заявление в милиции, а то, чтобы была отлажена четкая система предупреждения всяческих противоправных действий (ДП 17.2.2003).

Другой причиной того, что ограбления финнов останутся нераскрытыми, является нерасторопность милиционеров, сложная практика оформления заявлений и языковой барьер, как отмечается в следующем примере:

- (86) [Финны – К.А. и Й.К.] требуют, чтобы городская милиция сосредоточилась, прежде всего, на задержании преступников, грабящих финских туристов. Милиция же утверждает, что у нее нет для этого достаточных ресурсов. Кроме того, финны требуют упростить практику оформления заявлений об ограблениях и карманных кражах. До сих пор языковой барьер был при этом настолько непреодолимым препятствием, что лишь 35 ограбленных финских туристов сумели оформить заявление об ограблении. (С 22.1.2003.)

Финны требуют, чтобы милиция обращала больше внимания на то, чтобы преступников поймали, и на то, чтобы практику оформления заявления упростили. Однако милиция отвечает, что у них недостаточно ресурсов для этого. Пример подчеркивает, что из-за языкового барьера лишь 35 финских туристов были способны оформить заявления. Другая причина низкого количества заявлений от финнов – упомянутые выше кратковременные визиты. Еще одна причина того, что ограбления останутся нераскрытыми, может быть в том, что финские туристы просто не помнят район, где их ограбили (ср. пример 63). Возможно также то, что финские туристы не хотят вступать в контакт с милиционерами и сделать заявление, так как у них нет доверия в милиционеров (см. раздел 4.4).

#### 4.5.5 Будущее Выборга после бойкота

О будущем Выборга после бойкота говорится по-разному. Некоторые оптимистичны, а другие верят, что ситуация не изменится. Веса Хяккинен, бывший консул Финляндии, говорит о событиях в Выборге положительно:

- (87) Надо сказать, что в последние месяцы серьезных случаев с финскими гражданами в Петербурге не было. Я надеюсь, что ситуация изменится к лучшему и туризм в Выборге будет развиваться. Выборг - это часть финской истории, поэтому у Финляндии в этом городе очень много интересов. (ДП 17.2.2003.)

Однако, можно заметить, что данный комментарий дан сразу после бойкота, так что окончание бойкота, вероятно, дает основание для оптимизма. Хяккинен считает, что исторически Выборг является важным для финнов, так что пессимизм хочется забыть.

В другой статье Наталья Канюка, начальник отдела бронирования гостиницы «Выборг», рассказывает, что *финские туристы не спешат бронировать места в гостиницах города*, хотя безопасность города улучшили (ДП 17.2.2003). Канюка затрагивает вопрос о том, что финны являются осмотрительными и вернуть доверие – длительный процесс. Она продолжает, что *пока финны заказывают лишь порядка 20% мест от того количества, которое бронировалось до объявления бойкота*.

В одной статье пишется о ситуации в Выборге и его будущем:

- (88) Предприниматели мрачно оценивают внезапную поддержку властями безопасности финских туристов. "Всех этих грабителей при желании могли переловить и посадить два оперативника. Работать стало просто невозможно. Говорят, что завтра в город приедут 18 автобусов с финнами и два - с ОМОНОм<sup>xi</sup>, - сказал корреспонденту "ДП" один из рыночных торговцев накануне первого уик-энда после бойкота. - Все равно это все ненадолго. Пройдет шумиха, и вернуться в Выборг и финны, и карманники". (ДП 17.2.2003.)

---

<sup>xi</sup> ОМОН – Отряд милиции особого назначения (Омон Бастион город Санкт-Петербург, 2007).



Автор пишет, что предприниматели критикуют *мрачно внезапно* деятельность властей. Важно заметить, что предприниматели сами критикуют свою систему, и считают, что она не защищает финских туристов. Опять можно сделать вывод, что по-мнению предпринимателей Выборга, значение финских туристов для региона является важным, что можно заметить также в выражении *18 автобусов с финнами*, так как это значительное количество туристов. Выражение *при желании* подчеркивает, что грабителей можно поймать. Автор считает, что ситуация в Выборге вернется к прежнему - *пройдет шумиха, и вернуться в Выборг и финны, и карманники*. Однако в следующем примере автор относится к будущему положительно:

(89) Предполагается, что после снятия бойкота финские туристы вновь поедут в Выборг, но будут вести себя более осторожно (С 12.2.2003).

Автор уверен, что финны вернуться опять в Выборг, и что они будут обращать больше внимания на свое поведения.

## 5 ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В эмпирической части мы исследовали методом дискурсного анализа представления о финских туристах в статьях двух русских газет «Деловой Петербург» и «Смена». Мы хотели выяснить, как пишется о финских туристах, и как к ним относятся в России. Нас также интересовало социокультурное влияние туризма на местное население.

Согласно некоторым исследованиям (например, Kostiainen 2004), финнов в России интересует особенно культура – музеи, например, Эрмитаж и исторические достопримечательности. Однако статьи в газетах не подтверждают это мнение, так как в них нет ни одного упоминания об интересе финнов к культуре. Вместо того, в двух примерах отдельно замечается, что финны не ищут культурных впечатлений во время своих поездок. Так, влияния финских туристов на развитие местной культуры не видно в статьях.

По многим исследуемым статьям, одна важная причина для поездок финнов в Россию – дешевые покупки, которыми некоторые финны делают бизнес, перепродавая товары в Финляндии. Подчеркивается, что финны ищут именно дешевых товаров, но о качестве товаров нет ни одной заметки. Они останавли-

ваются в недорогих гостиницах среднего уровня, которых все-таки недостаточно в России. Финские туристы экономные и умеют считать деньги, и иногда представляется, что они даже скупые. Однако статьи дают немного противоречивую картину об употреблении денег финскими туристами, так как много раз упоминается, что финны оставляют значительную сумму денег, например, во время поездок в Выборг, и они приносят значительные доходы для выборжцев.

Во многих статьях видно три крупных объекта для использования денег: дешевые товары, алкоголь и услуги проституток. В некоторых статьях, с одной стороны, критикуется то, что финны тратят деньги на вышеупомянутые товары и услуги, а, с другой стороны, это считается даже очень положительным, так как все стороны извлекают пользу друг от друга – торговцы и проститутки получают работу и доходы, а финские туристы товары и услуги.

Во многих статьях отмечается, что финские туристы влияют на жизнь местных жителей в Выборге и Санкт-Петербурге. Особенно в Выборге финны являются источниками доходов, и уменьшение финнов в городе причинило изменения в структуре рынка труда. Например, согласно одной статье, торговцам и проституткам приходится либо переквалифицироваться, либо переехать в другой регион. Выборг часто упоминается в связи с ограблениями финских туристов, и по статьям создается впечатление, что преступность выросла из-за финских туристов. Прямое социокультурное воздействие на местное население в Санкт-Петербурге труднее найти. Есть некоторые упоминания о постройке гостиниц для финнов и, таким образом, финские туристы влияют на инфраструктуру.

По Костиайнену (Kostiainen 2004), «водка-туризм» уже не является таким значительным явлением, как раньше в 1970-е гг. Все же среди исследуемых статей очень много упоминаний, касающихся этого явления. В одной статье указывается даже на «дринк-туризм». Статьи рисуют картину, что финские туристы и покупают, и пьют много алкоголя, и их поведение в состоянии опьянения причиняет проблемы для местных жителей. Однако «хозяева» готовы терпеть нарушителей, так как получают экономическую выгоду от них. В статьях упоминается много раз, что употребление алкоголя широко известно, и многие авторы относятся к поведению финнов с порицанием. Состояние опьянения часто

является причиной того, что финны попадают в сложные ситуации. Милиционеры в России ведут себя незаконно и грабят именно финнов. Дело не всегда только в пьяных финнах. Даже в путеводителе, который создан для граждан Евросоюза, советуют держаться дальше от милиционеров. В статьях также сами россияне критикуют ситуацию, так что проблема является серьезной. Представляется, что милиционеры не раскрывают преступления, а часто действуют незаконно в свою пользу.

Однако милиционеры не всегда виноваты в ограблениях финских туристов, а, например, в Выборге и группа местных жителей грабит финнов. Глазами местных жителей туристы часто богаче их, что можно заметить и в Выборге. Финны начали бойкотировать Выборг именно из-за растущих ограблений. Проблема является особо серьезной, что можно заметить, в частности, в том, что во многих статьях, касающихся Выборга, автор сопоставляет бойкот с боевыми операциями, что является эффективным средством. Многие авторы считают, что финны сами виноваты в ограблениях, так как ведут себя недисциплинированно. К будущему Выборга после бойкота относятся и положительно, и отрицательно – некоторые оптимистично, что ситуация изменится к лучшему, а другие считают, что все продолжается по-прежнему.

Кроме того, в статьях пишется о разных пограничных формальностях. Российская сторона делает послабления для финских туристов. Однако, некоторые формальности, связанные с пограничными документами, являются сложными и неясными. Во многих статьях пишется о круизах пассажирских теплоходов с финскими туристами в Россию, и их экономическая выгода значительная.

Некоторые факторы, возникшие в исследовании, удивляли, например, огромное количество красочных описаний ситуаций и выражений, касающихся алкоголя, произвол милиционеров, большое экономическое значение финских туристов и критика россиян своей системы в газетах. Интересно было также то, что об интересе к культуре у финнов не говорилось. Было также интересно заметить, что все представленные в разделе 3.4 виды туризма по Костиайнену (Kostiainen 2004), по крайней мере, были упомянуты.

Во многих исследуемых статьях, касающихся финских туристов, можно заметить значительное употребление разговорных выражений и детальное изображение событий. Красочным выбором слов автор хочет развлекать читателей, о чем говорит и Фэрклоу (Fairclough 1997). Индустрия развлечений растет, и таким образом, и медиатексты должны быть развлекательными. Часто авторы статей полагаются также на средство сарказма, и стиль в статьях иногда даже насмешливый. Во многих примерах употребляются слова или выражения, которые отличаются от стиля статьи. Этими средствами авторы, вероятно, хотят подчеркивать факты и возбуждать сильные чувства у читателей. Разные названия финнов употребляются в большом количестве. Хотя большая часть названий является нейтральной, общее впечатление о тоне статей является более отрицательным, чем положительным.

Представление о поведении финских туристов, очевидно, влияло на более отрицательный стиль, как выше представлено, и финны получили репутацию, которая не очень положительная. На отношения между Финляндией и Россией могли влиять также история, которая создавала напряженность. Это можно заметить еще и в настоящий момент, когда местные жители и туристы вступают в контакт. Например, в Выборге страх о возвращении города Финляндии после распада Советского Союза вызвал настороженное отношение к финским туристам особенно среди пожилых жителей (Krykoff et al. 1993).

В некоторых статьях замечается диалог между российской и финской стороной. В статьях употребляются личные местоимения *мы* и *они*, которыми создается дистанция между участниками. Нам представляется, что отчасти интервьюируемые в статьях финны защищают своих земляков, и россияне своих. Однако во многих статьях замечается, что россияне критикуют свою систему, и таким образом, стоят на стороне финнов. В статьях было довольно много интервью финнов. Возможно, что авторы не всегда пишут в статьях все, что интервьюируемые финны рассказывают, и таким образом, авторы могут исказить факты.

Исследуемые 40 статей выбраны за время почти семи лет из двух различных газет, и таким образом, выборка широкая. На наш взгляд, результаты исследо-

вания, связанные с отношением местных жителей к финским туристам, дают общее представление. Однако надо помнить, что результаты основываются на анализе медиатекстов. СМИ влияют на знания, верования и социальные отношения людей. С помощью разных языковых средств создаются желанные представления о событиях и влияниях.

Одной причиной того, что мы выбрали именно эту тему, было то, что по этой теме мало предыдущих исследований в Финляндии. Отсюда следует, что тема предлагает многие возможности исследовать ее более подробно. Возможно, например, интервьюировать местных жителей или представителей российских туроператоров.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

### ИСТОЧНИКИ

Газеты:

ДП = Деловой Петербург. 23.2.2000 – 7.3.2007.

С = Смена. 27.5.2000 – 16.4.2007.

### ЛИТЕРАТУРА

АБВГД-auto. 2007. Букварь автолюбителя/Словарь автолюбителя/Жигули.  
<http://abvgd-auto.narod.ru/Slovo/Jigyli.htm>. Дата ссылки: 4.9.2007.

Ванхала-Анишевски, М. 2006. К дискурсивному анализу в изучении медиатекста. В сб.: Медиатекст в социокультурном пространстве: теория и практикум. Под ред. М. Ванхала-Анишевски & С.И. Сметаниной. Learning by doing 5, Working Papers from the Russian Department, University of Joensuu. Joensuu: Yliopistopaino, 1-29.

Голубев, В.А. 2002. Инвестиционная политика администрации Санкт-Петербурга в сфере туризма. В сб.: Туризм на Северо-западе России: Развитие и инвестиции. Тезисы докладов и выступлений. Под ред. Т.И. Власовой, А.Н. Воронином, Х.Г. Поповом. Санкт-Петербург: Балтийский международный институт туризма, 5 – 23.

Деловой Петербург. 2007. Взята по www-адресу: [www.dp.ru](http://www.dp.ru). Дата ссылки: 14.6.2007.

Зуев, М.Н. 1998. История России. Учебник для вузов. Москва: Издательство ПРИОР.

Каурова, А. Д. 2004. Организация сферы туризма. Учебное пособие. Москва-Санкт-Петербург: Издательский дом Герда.

Квартальнов, В.А. 2003а. Иностраный туризм. Москва: Финансы и Статистика.

Квартальнов, В.А. 2003б. Туризм. Москва: Финансы и Статистика.

Кириллов В.В. 2007. История России. Учебное пособие. Москва: Юрайт.

- Никитин, Б. 2003. Финские туристы на подъем легки. Взята по [www-адресу: http://www.datsha.com/rus/uutiset/080203.shtml](http://www.datsha.com/rus/uutiset/080203.shtml). Дата ссылки: 11.10.2006.
- Ниронен, Я. 1999. Финский Петербург. Институт Финляндии в Санкт-Петербурге. Европейский Дом. Санкт-Петербург: Новомедиа.
- Омон Бастион город Санкт-Петербург, 2007. Взята по [www-адресу: http://omonspb.ru/modules/content/](http://omonspb.ru/modules/content/). Дата ссылки: 17.9.2007.
- Смена. 2007. Взята по [www-адресу: http://www.smena.ru](http://www.smena.ru). Дата ссылки: 11.9.2007.
- Энциклопедия, 2007а. Варшавский договор. Взята по [www-адресу: http://encycl.accoona.ru/?id=9938](http://encycl.accoona.ru/?id=9938). Дата ссылки: 25.9.2007.
- Энциклопедия, 2007б. Северная Пальмира. Взята по [www-адресу: http://encycl.accoona.ru/?id=56177](http://encycl.accoona.ru/?id=56177). Дата ссылки: 4.9.2007.
- Albanese, P. 2002. Matkailumarkkinointi. Helsinki: Edita.
- Compiler. 2003. Norean Helsinki-Pietarin junayhteyden valmistelu etenee. Интернет-источник: <http://www.compiler.fi/idankaupan/uutisia/Uutisarkisto/uutisarkisto%202003/03maaliskuu/03-04-03.html>. Дата ссылки: 26.1.2007.
- Fairclough, N. 1997. Miten media puhuu. Tampere: Vastapaino.
- Hirn S. & Markkanen E. 1987. Tuhansien järvien maa – Suomen matkailun historia. Jyväskylä: Gummerus Oy:n kirjapaino.
- Jaakkola, M. 2005. Suomalaisten asenteet maahanmuuttajiin vuosina 1987–2003. Työpoliittinen tutkimus 286. Интернет-источник: [http://www.mol.fi/mol/fi/99\\_pdf/fi/06\\_tyoministerio/06\\_julkaisut/06\\_tutkimus/tpt286.pdf](http://www.mol.fi/mol/fi/99_pdf/fi/06_tyoministerio/06_julkaisut/06_tutkimus/tpt286.pdf). Дата ссылки 28.3.2007.
- Jalonen, K. 2005. Kehitysmaa-Suomi ja Pietarin tie. Интернет-источник: <http://www.edu.fi/pageLast.asp?path=498,530,1289,36427,36430,37669>. Дата ссылки: 16.2.2007.
- Keinästä K. & Pyykkö R. 2006. Kielitiede ja matkailun tutkimus. Teoksessa: Muutuva matkailu – tietoa matkailusta ja matkailuelinkeinosta, 3-4/2006. Toim. A. Kostianen. Joensuu: Yliopistopaino, 29–33.
- Kolari P. 2005. Höyrylaivalla Viipuriin – Höyrylaiva Osuuskunta Nuijamaa i.l. Tampere: Hämeen Kirjapaino Oy.



- Kostiainen, A. 2004. Vodkaa ja delegaatioita itämatkailussa. Teoksessa: Matkailijan ihmeellinen maailma. Matkailun historia vanhalta ajalta omaan aikaamme. Toim. A. Kostiainen, J. Ahtola, L. Koivunen, K.Korpela, T. Syrjämaa. Saarijärvi: Saarijärvi Offset Oy, 265 – 282.
- Krykoff L., Balashov J., Kropova E. Toim. Vladimir Waldin. 1993. Sellainen on Viipuri – Viipuri ja Karjalankannas venäläisin silmin. Viipuri-Pietari-Tallinna-Lappeenranta: PolyPlan Publishers.
- Laitinen, M. 2001. Elektroninen tietokanta osana Venäjän velanmaksua. Интернет-источник: <http://www.verkkouutiset.fi/arkistojuttu.php?id=11740&hakusanat=Vapaakappaleoikeus>. Дата ссылки: 12.3.2007.
- Mazón, T. 2001. Sociología del turismo. Madrid: Campillo Nevado.
- Mård A. 2005. Tillbaka till Viborg. Borgå: Söderströms.
- Neuvonen P., Pöyhiä T., & Mustonen T. 1999. Viipuri (Vyborg) opas kaupunkiin/town guide. Tampere: Tammer-Paino Oy.
- Rátz, T. & Puczko, L. 2002. The Impacts of tourism. An Introduction. Hämeenlinna: OffsetKolmio Oy.
- Robinson, H. 1976. A Geography of Tourism. London: Macdonald & Evans LTD.
- Ryan, C. 2003. Recreational Tourism. Demand and Impacts. Clevedon-Buffalo-Toronto-Sydney: Channel View Publications.
- Selänniemi, T. 1996. Matka ikuiseen kesään. Kulttuuriantropologinen näkökulma suomalaisten etelänmatkailuun. Helsinki: Miktor.
- Smith, V.L. 2001a. Hostility and Hospitality: War and Tourism. In: Hosts and Guests Revisited: Tourism Issues of the 21st Century. Ed. by V.L. Smith, & M. Brent. The United States of America: Cognizant Communication Corporation.
- Smith, V.L. 2001b. Nature of Tourism. In: Hosts and Guests Revisited: Tourism Issues of the 21st Century. Ed. by V.L. Smith, & M. Brent. The United States of America: Cognizant Communication Corporation.
- Smith, V.L. 2001в. Tourism Change and Impact. In: Hosts and Guests Revisited: Tourism Issues of the 21st Century. Ed. by V.L. Smith, & M. Brent. The United States of America: Cognizant Communication Corporation.
- Smith, V.L. 2001г. Tourism Issues of the 21<sup>st</sup> Century. In: Hosts and Guests Revisited: Tourism Issues of the 21st Century. Ed. by V.L. Smith, & M. Brent. The United States of America: Cognizant Communication Corporation.

Talentum. 2006. VR:n ja Venäjän rautatieyhtiön yhteishanke etenee. Интернет-источник: [http://www.talentum.com/doc.ot?d\\_id=335928](http://www.talentum.com/doc.ot?d_id=335928). Дата ссылки: 26.1.2007.

Tilastokeskus. 2000. Suomalaisten matkailu 1999. Helsinki: Yliopistopaino.

Tilastokeskus. 2006. Liikenne ja matkailu 2006, Suomalaisten matkailu 2005. Helsinki: Multiprint Oy.

TTVK (Tekijänoikeuden tiedotus- ja valvontakeskus Ry). 2007. Maailman antipiratismipäivä 13.6.2007, Интернет-источник: <http://www.antipiracy.fi/ajankohtaista/uutinen.html?id=8098>. Дата ссылки: 22.8.2008

UNWTO (United Nations World Tourism Organization). Historical perspective of world tourism. Интернет-источник: <http://www.unwto.org/facts/menu.html>. Дата ссылки: 23.10.2006.

## **СЛОВАРИ**

НБРФС = Новый большой русско-финский словарь I 1999. Под ред. М.Э. Куусиненом. Москва: Русский язык.

СРЯ = Словарь русского языка 1981. Под ред. С.И. Ожеговым. Москва: Русский язык.

СТРА = Словарь тысячелетнего русского аргю 2003. Под ред. М.А. Грачевом. Москва: Рипол классик.

ТСРЯ = Толковый словарь русского языка 1993. Под ред. С.И. Ожеговым и Н.Ю. Шведовой. Москва: АЗБ