

**ПРЕДСТАВЛЕНИЯ РОССИЙСКИХ
СТУДЕНТОВ О ФИННАХ И ФИНЛЯНДИИ
- НА ОСНОВЕ ОПРОСА**

Дипломная работа

Марья Кангас

Университет г. Ювяскюля

Отделение языковедения

Кафедра русского языка и культуры

Декабря 2015

Tiedekunta – Faculty Humanistinen	Laitos – Department Kielten laitos
Tekijä – Author Marja Kangas	
Työn nimi – Title Predstavlenija rossijskih studentov o finnah i Finljandii – na osnove oprosa (Venäläisten opiskelijoiden mielikuvat suomalaisista ja Suomesta: kyselytutkimus)	
Oppiaine – Subject Venäjän kieli ja kulttuuri	Työn laji – Level Pro gradu -tutkielma
Aika – Month and year Joulukuu 2015	Sivumäärä – Number of pages 59 + 2
<p>Tiivistelmä – Abstract</p> <p>Tässä pro gradu-tutkielmassa tarkastellaan kirjallisen kyselyn pohjalta, minkälaisia mielikuvia venäläisillä opiskelijoilla on suomalaisista ja Suomesta. Pyrin löytämään mahdollisia yhteisiä käsityksiä, kartoittamaan niiden alkuperää ja selvittämään, ovatko mielikuvat stereotyyppisiä. Lisäksi tutkin, ovatko opiskelijat kiinnostuneita Suomesta, ja missä määrin heidän mielikuvansa ovat positiivisia tai negatiivisia.</p> <p>Aihe on ajankohtainen, sillä Suomi ja Venäjä ovat rajamaita, jotka paitsi jakavat yhteisen historian ovat myös tänä päivänä kasvavissa määrin vuorovaikutuksessa toistensa kanssa. Kasvanut turismi, maahanmuutto ja kaupankäynti maiden välillä tekee mielenkiintoiseksi tutkia, minkälaisia käsityksiä maiden edustajilla toisistaan on. Aihe on tärkeä myös sen takia, että mielikuvat vaikuttavat venäläisten ja suomalaisten välisen, monikulttuurisen viestinnän onnistumiseen. Tutkimuksen kannalta mielenkiintoista on myös se, että Jaroslavl sijaitsee kaukana Suomen rajasta, jolloin kommunikaatio suomalaisten kanssa ei ole informanteille osa päivittäistä arkea.</p> <p>Tutkimukseen osallistui 69 historian laitoksen opiskelijaa Jaroslavl'n valtionyliopistosta. Tutkimustulokset osoittivat, että venäläisillä opiskelijoilla on paljon mielikuvia Suomesta ja suomalaisista, vaikkei suurin osa heistä ole koskaan käynyt siellä. Lisäksi vastausten joukosta löytyi yhteneväisiä mielikuvia, joita esittelen laatimissani taulukoissa. Tulokset osoittivat myös, että valtaosa mielikuvista perustuu toisen käden lähteisiin. Tutkimustulosten mukaan venäläiset opiskelijat ovat kiinnostuneita Suomesta, ja suhtautuvat suomalaisiin enimmäkseen positiivisesti. Näin ollen uskon, että mielikuvat eivät vaikuta opiskelijoiden ja suomalaisten väliseen kommunikaatioon negatiivisesti.</p>	
Asiasanat – Keywords suomalainen kulttuuri, monikulttuurinen viestintä, mielikuva, stereotypia,	
Säilytyspaikka – Depository Kielten laitos / venäjän kieli ja kulttuuri	
Muita tietoja – Additional information	

Содержание

1 ВВЕДЕНИЕ.....	4
2 КУЛЬТУРА.....	6
2.1 Определение культуры	6
2.2 Культура Финляндии	8
2.2.1 Финская культура	8
2.2.2 Финны	12
2.2.3 Финские символы	13
3 МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ И СТЕРЕОТИПЫ.....	15
3.1 Что такое межкультурная коммуникация?	15
3.2 Стереотипы	18
3.2.1 Национальные стереотипы	22
3.3 Предыдущие исследования	23
4 МЕТОД И МАТЕРИАЛ ИССЛЕДОВАНИЯ.....	25
4.1 МЕТОД ИССЛЕДОВАНИЯ	25
4.1.1 Опрос.....	25
4.2 ИНФОРМАНТЫ И СБОР МАТЕРИАЛА	29
5 РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ.....	32
5.1 Определения культуры	32
5.2 Интерес к Финляндии	33
5.3 Финляндия и финская культура	35
5.3.1 Финские символы, звезды и изобретения	35
5.3.2 Финская природа и музыка.....	39
5.4 Характеристика финнов.....	42
5.4.1 Внешность	42
5.4.2 Характер	43
5.5 Источники информации.....	45
5.6 Новости о Финляндии	47
5.7 Выводы	49
6 ЗАКЛЮЧЕНИЕ	54
СПИСОК ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	57
Приложение 1. Анкета для российских студентов	60

1 ВВЕДЕНИЕ

В данной дипломной работе мы исследуем, какие представления у российских студентов есть о Финляндии, финской культуре и финнах. Главные исследовательские вопросы у нас следующие:

1. Были ли студенты в Финляндии, и интересует ли студентов Финляндия вообще?
2. Какие представления у русских есть о финнах, найдутся ли какие-то общие характеристики?
3. Откуда наши информанты получают свои представления и насколько они стереотипные?

Наша тема актуальная по целому ряду причин. Россия и Финляндия имели особенно значимую общую историю в период 1809-1917, когда Финляндия была частью России - Великое Княжество Финляндское, имеющее автономную власть (Rantaturpa et al. 2006, 128). Сегодня в сфере торговли и туризма контакты между странами становится всё важнее, и в 2014 в Финляндии жили 30 619 граждан Российской Федерации. (Tilastokeskus, 2015). Таким образом, коммуникация между финнами и русскими становится популярнее и частью ежедневной жизни. Когда представители разных стран и культур встречаются, представления о собеседнике играют важную роль в коммуникации. Это делает интересным и

актуальным выяснить, какими русские представляют финнов и Финляндию. Кроме того, нашими информантами являются студенты вуза в городе Ярославле, который находится далеко от границы Финляндии, так что прямая коммуникация с финнами, вероятно, не является частой.

Данная работа состоит из введения и пяти глав. В первой главе представлено введение работы, то есть, раскрывается тема нашей работы, главные исследовательские вопросы и актуальность. Во второй главе мы коротко представляем определения понятия «культура», и рассмотрим особенности финской культуры, в том числе характер финнов и известные финские символы. В третьей главе мы раскрываем важные термины данного исследования: «межкультурная коммуникация» и «стереотип». В данной главе мы также рассмотрим предыдущие исследования по нашей теме. В четвёртой главе представляются методы, подход к анализу и информанты нашего исследования. В пятой главе мы проведём анализ результатов и представляем выводы. В последней, шестой главе мы подводим итоги нашей работы.

2 КУЛЬТУРА

Данное исследование строится вокруг одного понятия – культура. Как термин ее невозможно однозначно раскрыть, так как в литературе она определяется по-разному. В данной главе мы рассмотрим коротко некоторые определения культуры и особенности финской культуры.

2.1 Определение культуры

Слово «культура» исходит от латинского глагола «colere», который обозначает, в том числе развитие и возделывание, и его использовали в сфере земледелии. Сегодня культурой считают все, что человек создал. (Маслова 2010, 12-13.) Культура сложное и абстрактное понятие, которое постоянно меняется. Согласно Н.М. Лебедевой, её невозможно исследовать отдельно, а нужно рассматривать через поведение человека. Культура создает основу для наших ритуалов и традиций, и объясняет причины нашего поведения. Она имеет многие разные черты, в том числе материальные, как одежда и пища и социальные, состоящие из структуры общества. Другими чертами культуры являются еще индивидуальное поведение и организованная деятельность, как религия и наука. (Лебедева 1999, 23-24.)

По Мауде, культура уникально помогает человеку справиться с несколькими проблемами, существующими в каждой стране. Такими могут быть, например,

отношение между женщинами и мужчинами, воспитание детей и отношение к пожилым людям. (Maude 2011, 4-5).

Согласно Радугиной (1996, 14-15), культура - единственное дело, различающее людей от животных. Культура является основой того, как человек воспринимает мир и самого себя. Таким образом, когда мы в данном исследовании рассмотрим представления российских студентов о финнах и Финляндии, мы автоматически исследуем также культуру.

У каждой нации есть своя культура, но она редко совпадает с границами между странами, так как в каждой стране присутствуют разные этнические группы, у которых есть своя культура. Однако национальная культура является важной особенно в сегодняшнем, глобальном мире, в котором у нее есть несколько задач. Национальная культура помогает людям строить свою идентичность и дает чувство уникальности. Кроме того, она создает рамки для межкультурного бизнеса и межкультурных проектов. (Maude 2011, 6-7.) Традиционно культуру воспринимают именно как национальную идентичность, но она все-таки содержит и другие элементы. Сегодня в нее входят кроме материальных черт также духовные черты, как черты социальной дифференциации, то есть, аспекты, которых не видно: сексуальность, социо-экономический статус и религия. Итак, культура включает в себя многие аспекты ежедневной жизни. Человек не может менять своего этноса или расы, но кроме этого он находится под влиянием разных культур и является их членом. (Vaughn 2010, 2-3.)

Несмотря на то, что культура влияет на человека многими способами, стоит отметить, что у людей независимо от принадлежности к какой-то культуре, есть и общие характеристики. Говорят, что в глубине души все люди одинаковые, и в этом есть и доля правды. Согласно Р. Льюису, у людей есть универсальные характеристики, такие как, желание быть любимым, инстинкты выживания, страх и храбрость, благодарность за помощь и злость на несправедливость. Тем не менее, так называемое «коллективное программирование культуры», начинается уже с детства, когда родители учат детей культурным нормам: что считается хорошим и плохим, что нормально и ненормально. Когда человек следует этим правилам и нормам, ему комфортно, и он чувствует одобрение. (Lewis 2005, 53-55.) Таким образом, можем сказать, что культура является важной частью человеческой жизни.

У всех культур есть одна общая черта – изменение. Все культуры меняются в результате технических изобретений, переводов, туризма, миграции, СМИ и бизнеса. Изменения могут произойти на разных уровнях, и они связаны, например, с новыми ценностями, идеологиями и религиями. (Maude 2011, 19-20.)

2.2 Культура Финляндии

2.2.1 Финская культура

У Финляндии разнообразная история, так как она была вначале частью Швеции и после этого автономной частью России. Финляндия испытала тяжелые времена, как Зимнюю войну, но она выжила и защищала свою идентичность. Чтобы Финляндия могла выжить из-под власти своих соседних стран, она должна была создать свою культуру. Общая история, переживания, ценности, наука и искусство построили культуру страны и на сегодняшний день они являются важными её частями. Расположение Финляндии с точки зрения Европы является нецентральным, и поэтому раньше новые явления и идеи приходили медленно в Финляндию. Несмотря на это, сегодня Финляндия одна из самых передовых стран, производящих вычислительные технологии. (Salminen 1996, 92-93.)

Как нация Финляндия молодая, её создание началось в самом начале XIX века, после того как Финляндия стала автономной частью России. Развитие культуры и национальной идентичности началось с рождения нации. (Lipponen 2011, 202). Нации свойственны общий язык, средства массовой информации, национальная система образования, армия и политическая система. (Salminen 1996, 92).

В финской культуре есть поговорка «речь серебро, а молчание золото». Согласно Салминену, в такой редконаселённой стране как Финляндия, общение между соседями не так нужно, и на охоте общение мешает и пугает животных. (Salminen 1996, 97-98.) Молчание может быть также знаком взаимопонимания: финнам легче понимать друг друга потому, что у них общие жизненные условия и опыт жизни. Таким образом, многословные разговоры и лёгкая беседа им не нужны. (Seppo Knuutila 2005, 22-23.) В финской культуре молчание во время общения

также считается нормальным, и оно является способом показать интерес и уважение к собеседнику. Когда человек молчит, это говорит о том, что он слушает и хочет дать собеседнику время подумать. Финны отличаются друг от друга в этом отношении, в восточной Финляндии люди более разговорчивые, чем в западной Финляндии. Естественно, различия можно найти между поколениями и каждый человек имеет свой характер. (Salminen 1996, 97-98.) Молчание зависит также от ситуации и социального статуса человека - слово дают человеку, который имеет высокий статус. (Sabour 2001, 142).

Кроме молчания, скромность является особенностью финского характера, и это результат лютеранства и бедности. Скромность финской культуры видно, в том числе, в архитектуре и моде. (Salminen 1996, 97-98.) Финская культура включает в себя идею о том, что скромность делает человека красивее. Это означает, что финны не любят хвастаться своими достижениями или умениями. Несмотря на это, финны всё-таки знают, что они хорошо умеют делать, и они относятся к успеху с гордостью. Финны стремятся избегать зависти, и из-за этого они не хотят хвалить себя перед другими людьми. Представители других культур могут воспринимать это как дефицит самоуверенности и знания. Финны редко требовательные на публике и они предпочитают упрекать за спиной. (Sabour 2001, 140-141.) Льюис добавляет, что финны плохо принимают комплименты, и из-за скромности они мало требуют от других (Lewis 2005, 61-62).

Индивидуальность – одна значительная черта финской культуры. В коллективе финнам важно сохранить свою индивидуальность, и данное явление можно видеть, например, на работе. Финны имеют привычку делать значительное различие между ролями на работе и в свободное время. На работе лёгкая беседа не касается личных дел. Кроме того, финны предпочитают искать решения проблем сами через рапорты и записи, не спрашивая помощи коллег. (Salminen 1996, 99-100.) Несмотря на то, что финнам важная индивидуальность, они боятся мнения соседей и других людей о себе (Lewis 2005, 58).

Равноправие является важным качеством финской культуры. Финны относятся к высокомерным манерам с неодобрением, значит, им некомфортно в высокоиерархических организациях. Равноправие видно также в законах, хорошим примером является «право каждого человека». Оно включает в себя идею о том,

что у каждого человека независимо от национальности есть возможность свободно передвигаться на природе и пользоваться ее дарами: грибами, ягодами и разными растениями. (Chaker 2011, 28.) Кроме того, в финской культуре ценят равноправие между полами, и Финляндия была второй страной в мире, дававшей женщинам право голосовать. Равноправие видно также в языке, так как на финском есть только одна форма для слов «он» и «она», которая не делает разницу между женщинами и мужчинами. (Там же, 30.)

По Сабуру (Sabour 2001, 139 -141) честность играет важную роль в финской культуре. Ее значение подчеркивают особенно на работе и в человеческих отношениях, так как финны стремятся быть честными и ожидают этого также от других. Честность является ценностью в финской культуре, и это проявляется в качестве обслуживания и работы. По Льюису, на работе финны предпочитают говорить правду прямо, хотя она иногда некрасивая. Льюис отмечает, что финнам свойственна «научная правда», основывающаяся на фактах. (Levis 2005, 57.) Одно значительное качество финской культуры, которое связано с честностью – надёжность. В общении с финнами слова имеют значение, то есть, если человек говорит, что он делает что-нибудь, финн предполагает, что так и будет. Итак, надёжность приводит к высокой этике на работе – финны трудолюбивые. (Там же 2005, 61.) Работа, в общем, стала ценностью финской культуры в результате тяжелого географического положения и истории страны. Холодный климат и малонаселенность привел и к тому, что всем членом общества надо было работать. С тех пор работа создает связь между человеком и обществом, и является важной частью социальной идентичности финна. (Chaker 2011, 111.)

Меланхолия – одно качество финской культуры. Она обозначает грусть, тишину и скрытность. Многие финские песни грустные по мелодии и по текстам, и в финских фильмах представляют печальные истории. Финны грустят без особой причины, и это отражается в распространённости болезней сердца, депрессии и самоубийств. В XIX и XX вв. меланхолия была также одной из самых важных тем в литературе. (Halonen & Aro 2005, 26.) Все виды искусства играют важную роль в финской культуре. Государство поддерживает их развитие разными стипендиями и грантами. Классическая музыка, опера и архитектура являются примерами финского искусства, но сегодня успех современных финских фильмов

и музыкальных групп на международном уровне становится все значительнее. В том числе, рок-группы «НІМ» и «The Rasmus» популярны также в других странах. (Bird 2006, 117.)

Финская культура основывается на крестьянской культуре, и она содержит идею о честности и основных жизненных ценностях. Это значит, что во всех делах найдется какая-то логика. Несмотря на это, все культуры находятся в постоянном изменении, и это касается также финской культуры. Сегодня особенно американская культура популярная, и ее распространяют многими способами. Большинство популярных музыкальных групп, фильмов и сериалов американские, их культура представлена также в СМИ, то есть, в средствах массовой информации. Маленькие культуры, как Финляндия, усваивают качества американской культуры, итак, финская культура меняется. Сегодня распространение других культур может происходить незаметно, так как с помощью развития техники коммуникация между странами и культурами становится легче и быстрее. (Sabour 2001, 160-161.)

2.2.2 Финны

Согласно туристическим проспектам, рассказывающим о финнах, финны тихие, робкие и серьезные по характеру, но с ними легко делать бизнес. Данные характеристики являются обобщением и стереотипам о финнах, но так как они основываются на опыте взаимодействия с финнами, в них есть и доля правды. На самом деле финны все-таки многосторонние. (Bird 2006, 33.) Финны сами рассказывают, что им важно иметь свое личное пространство. Это значит, что они чувствуют неудобство, если например, в очереди другой человек стоит слишком близко. Кроме того, финны также честные и им важно выполнять свои обещания. (Bird 2006, 34.) Стоит отметить, что представители других культур всегда рассматривают финнов через свою культуру. Таким образом, их представления могут отличаться друг от друга. Например, шведы считают, что финны надежные и целеустремлённые. По их мнению, финнов интересует только работа и её результаты. Эстонцы говорят, что в коммуникации финны ясно выражают свои чувства, такие как удивление и сочувствие. (Salminen 1996, 103-104.)

Понятие «Сису» – часть финского менталитета, включает в себя идею о том, что никогда нельзя сдаваться. Сису является источником силы и с его помощью финн может достигнуть цели, хотя бы он думал, что больше не стоит пытаться. Сису обозначает силу, смелость и терпение. (Seppo Knuutila 2005, 25.) Согласно Сабуру (Sabour 2001, 141), Зимняя война, выживание в сложных условиях природы и развитие общества являются результатами финского менталитета и сису. Финское образование и культура подчеркивают ответственность человека и таким образом, человеку надо быть упорным. Финнам часто нравится работать самостоятельно, так как они хотят выполнить свою задачу.

2.2.3 Финские символы

Слово «символ» исходит из греческого слова «symbolon», то есть, знак. Символ – случайный или условный признак, который представляет какое-то явление, ценность, идею, миф или поверье, являющимися важными. Символом может быть любой материальный объект, например, картина, человек, явление, мероприятие или здание. Он имеет значительную ценность, то есть, он важнее обыденных дел. При помощи символа могут подчеркивать, изменять или искажать дела. (Halonen & Aro 2005, 7.)

Национальные символы строят и поддерживают культуру определенной страны, таким образом, они связаны с жизнью или событиями прошлого времени. Символы влияют на национальную культуру, идентичность и традиции, но они постоянно меняются в результате изменений в обществе. Национальные символы рождаются, когда какой-нибудь объект становится популярным среди представителей определенной культуры. Это может происходить естественно или искусственно. Животные и еда являются примерами естественно рожденных национальных символов, так как они живут вокруг нас и играют роль в нашей ежедневной жизни. Такие национальные символы, как флаг и песня становятся символами в результате договоренностей и являются примерами искусственно рожденных символов. (Halonen & Aro 2005, 8.)

У национальных символов встречается пять этапов развития. Вначале, на первом этапе, символ становится популярным среди определённой группы людей. На втором этапе его значение передают всем представителем данной культуры. Сегодня это происходит через СМИ, так как они являются важными источниками информации. На третьем этапе человек начинает использовать символ, чтобы идентифицировать себя с другими представителями культуры. На данном этапе человек знает, что символ представляет его культуру, и он может гордиться. На четвертом этапе символ может потерять его значение, если он становится неактуальным, и на пятом этапе символ может возрождаться и его значение может вернуться. Таким образом, символы непостоянные, а они связаны со временем и отражают изменения и события в обществе. (Halonen & Aro 2005, 10.)

Финские национальные символы представлены во всех сферах жизни. Символы

финской культуры есть, например, в природе. Национальной птицей Финляндии является лебедь-кликун и национальным животным бурый медведь. (Bird 2006, 100). В сфере литературы символом является известный финский писатель, Элиас Лённрот, который написал национальный эпос Финляндии – «Калевала». (Petri Laaksonen 2005, 12).

Сауна - один значительный символ финской культуры, которую хорошо знают в других странах. Она найдется почти во всех домах, но если её нет в квартире, в многоэтажных домах есть общая сауна. (Dutton 2009, 103.) Раньше в сауне рождались дети и омывали трупы, так что жизнь начиналась и заканчивалась в сауне. Кроме того, сауна давала всем чистое место и защиту от инфекции. Сегодня сауна помогает людям расслабляться. (Partonen 2007, 83-84.)

Говорят, что Финляндия страна тысяч озер. Озеро – один из самых главных символов Финляндии, известный на международном уровне. В Финляндии существуют всего 187888 озер, размер которых минимум 500 квадратных метров. (Dahlgren et al. 2003, 60.) Согласно П. Бонсдорффу, пейзаж, например, озеро, может стать символом страны тремя разными способами. Во-первых, это может происходить в результате того, что человек живет около озера, привыкает к нему, и таким образом, озеро становится значимой частью его жизни. Во-вторых, это может происходить через распространение творчества художников, например, картин и песен. В-третьих, это может быть результат исторических и политических событий страны. Статус финского национального символа - озер видно в разных видах искусств: в картинах, фильмах, песнях, рекламах, учебниках, в туристических проспектах и стихотворениях. Финляндия не является единственной страной тысяч озер, но статус символа озеро получило в XIX веке, когда рождалась национальная идентичность Финляндии. Национальный поэт Финляндии, Йохан Людвиг Рунеберг тогда писал много об озерах в своих произведениях. (Bonsdorff 2005, 44-45.) Кроме озер, лес является важным символом финской культуры и природы. Он создал основу для жизни, и до сих пор лесная промышленность является важной для финской экономики. (Gannon et al. 2010, 155.)

3 МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ И СТЕРЕОТИПЫ

В следующем разделе мы определяем важные понятия для нашего исследования, межкультурную коммуникацию и стереотипы. Мы выясняем, что такое межкультурная коммуникация, какие проблемы может возникнуть в ней, и какие элементы приводят к успешной межкультурной коммуникации. Далее мы раскрываем, что такой стереотип: почему они существуют, откуда их берут и какую роль они играют в межкультурной коммуникации.

3.1 Что такое межкультурная коммуникация?

Межкультурная коммуникация (МКО) сейчас особенно актуальная тема при глобализации и в нашем исследовании она важная, так как представления российских студентов влияют на межкультурную коммуникацию с финнами. Прежде чем перейти к рассмотрению определения межкультурной коммуникации, необходимо определить, что такое «коммуникация».

По Садохину, коммуникация – взаимодействие и процесс общения между людьми, в котором человек передает информацию другому человеку с помощью

разных знаковых систем. Коммуникация станет межкультурной, когда передача информации происходит между представителями разных культур.

Как мы уже отметили в главе 2.1, культура включает в себя многие качества, играющие важные роли в жизни человека. Другими словами, культура, к которой человек принадлежит, регулирует его мышление и поведение. Кроме того, такие вещи, как образование, воспитание, нормы и язык влияют на то, как человек ориентируется в жизни. Следовательно, когда представители разных культур встречаются, конфликты и недоразумения возможны и вероятны. (Садохин 2004, 277, 80-81.)

Культурные различия как, восприятие времени, профессиональная этика и поведение в общении воспринимают по-разному в разных культурах. Это может вызывать трудности в межкультурной коммуникации, но несмотря на это, большинство недоразумений проявляется по другим, более глубоким причинам. Глубокие структуры культуры включают в себя ценности и восприятие мира, и они больше всего влияют на успешность межкультурной коммуникации. (Samovar 2004, 23-24.) Согласно Садохину, в межкультурной коммуникации у человека есть две проблемы, с которыми нужно справиться: сохранение своей культурной идентичности и включение в чужую культуру. Чтобы человек мог справиться с этими проблемами, есть четыре основные формы межкультурной коммуникации. Первая из них «прямая», и значит, что информацию передают прямо собеседнику, либо устно, либо письменно. Устная является более сильным вариантом, так как речь может быть вербальной и невербальной, то есть, человек может использовать также жесты. Вторая форма называется «косвенная коммуникация», и в ней передаваемая информация основывается на таких источниках, как литература, газеты, искусство и передачи в телевидении. Последние формы называются «непосредственная» и «опосредованная» коммуникация. В опосредованной коммуникации бывают разные промежуточные звенья, которые являются посредником в коммуникации между людьми. Таким могут выступать, например, телефон, электронная почта или другой человек. В непосредственной форме промежуточное звено отсутствует. (Садохин 2004, 112-113.)

Персикова предлагает, что чем больше культуры отличаются друг от друга, тем сложнее будет коммуникация между ними. Удачная межкультурная

коммуникация требует знания о другой культуре, то есть, человеку надо научиться поставить себя на место собеседника, и интерпретировать ситуацию как он. (Персикова, 2007, 57, 64.) Самовар называет два фактора, являющиеся необходимыми, чтобы межкультурная коммуникация удалась: «индивидуальная уникальность» и «объективность». Во-первых, Самовар подчеркивает, что независимо от культуры, все люди индивидуальные, уникальные и способные думать рационально. Согласно ему, у человека есть способ выбирать свой образ жизни и мышления. Многие вещи кроме культуры влияют на жизни человека, например пол, возраст, история, данная ситуация и социальные группы к которым он принадлежит. Во-вторых, Самовар обращает внимание на объективность, значит, стремление рассматривать другие культуры объективно и осознавать влияние своей культуры на то, как человек воспринимает мир вокруг себя. (Samovar 2004, 24-25.)

Х.С Триандис определяет четыре вида компетентности межкультурной коммуникации. Компетентность означает опыт и знание, являющиеся необходимыми для эффективной деятельности в заданном контексте. Первый и второй уровень содержат слова «некомпетентность», так как на данных уровнях у человека нет опыта и знания о том, как вести себя в ситуации межкультурной коммуникации. Первый уровень некомпетентность является «бессознательным», то есть, человек в межкультурной коммуникации ожидает, что собеседник думает и ведет себя, как и он. Это может привести к недоразумениям между сторонами, итак, он понимает, что коммуникация не удастся по какой либо причине. В результате человек достигает второго уровня, который называется «сознательная некомпетентность», то есть он осознает, что в коммуникации есть проблемы. С опытом и изучением культуры собеседника, человек сознательно начинает вести себя как у собеседника принято, чтобы коммуникация стала эффективной и успешной. Данный, третий уровень называется «сознательная компетентность». В результате третьего уровня человек создает новый образ поведения и со временем он следует ему автоматически, когда он встречается представителей какой-то определенной культуры. Итак, он достигает последнего уровня, «бессознательная компетентность», при котором коммуникация является удачной и гладкой потому, что ему не надо думать о своем поведении . (Triandis 2012, 39).

Итак, изучение межкультурной коммуникации и других культур является необходимостью для удачной коммуникации с представителями чужих культур. Человек, воспринимающий свою культуру как единственную, может предполагать, что все люди думают как он, и, таким образом, он не видит смысла изучать другие культуры. Такой взгляд может приводить к осуждению разных культур, и данное явление называется этноцентризм. (Rogers et al. 1999, 2). В самом низком уровне этноцентризм поддерживает выживание определенной культурной группы, солидарность и гармонию, но на самом высоком уровне он вызывает серьезные проблемы для межкультурной коммуникации. Самым экстремальным видом этноцентризма является ксенофобия, то есть, страх всего чужого и иностранного. (Liu et al. 2011, 89.)

В сегодняшнем, глобальном мире с развитыми технологическими средствами межкультурная коммуникация является частью ежедневной жизни людей. Интернет создает людям возможность общаться с людьми круглосуточно, несмотря на их место нахождения. Итак, межкультурная коммуникация существует также в интернете. Интернет создает возможности, но также вызовы для межкультурной коммуникации. МакФаден и др. отмечают, что когда разные культуры встречаются в интернете, где существуют свои субкультуры, недоразумения вероятны (MacFadyen et al. 2004, 28).

3.2 Стереотипы

Представления и предрассудки о собеседнике всегда влияют на коммуникацию. У нас есть способность классифицировать людей по разным причинам и когда речь идет именно о межкультурной коммуникации, это происходит на основе национальности. Существуют так называемые «национальные стереотипы», которые хорошо известны также в других странах. В данной главе мы раскрываем, что такой стереотип, почему они присутствуют, какое влияние они имеют, и как они рождаются.

Слова «стереотип» исходит от двух латинских слов: «stereos», которое значит твердое и «tipos», то есть, впечатление (Liu et al 2011, 89). Персикова определяет стереотип следующим образом:

« Устойчивый, обобщающий образ или ряд характеристик, по мнению большинства людей свойственный определенной личности; при этом наделение людей определенными качествами и характеристиками происходит на основе их принадлежности к какой-то культурной, социальной, профессиональной, половой или возрастной группе». (Персикова 2007, 216).

Елизарова выделяет этнические и национальные стереотипы. Этнические стереотипы касаются этнических групп в родной культуре и в чужой культуре, тогда как национальные стереотипы относятся к нации или национальной группе в целом. Они предполагают, что у всех представителей данной нации есть какая-то общая черта. Национальные стереотипы часто хорошо знают в разных странах. (Елизарова 2005, 151.) Этнические и национальные стереотипы актуальные в нашем исследовании, так как мы исследуем, какие представления у российских студентов есть о финнах. Нам также интересно узнать, основываются ли представления информантов на личном опыте или на опыте других.

Теперь мы рассмотрим, как стереотипы рождаются. Формирование стереотипов начинается с того, что кто-нибудь определяет, что существует разница между своей и определенной группой людей. Определяя эти различия, человек стремится больше обращать внимание на них, следовательно, различия между группами кажутся более ярким. Итак, менять группу становится сложнее для индивида. Одновременно, возникает тенденция критиковать характеристики представителей другой группы. Это значит, что характеристики представителей противоположной группы считают негативными и неправильными, тогда как свои считают положительным и правильным. В результате, человек начинает обобщать и предполагать, что все представители группы имеют одинаковые характеристики. Следовательно, представителей определенной группы не воспринимают как индивида, а как типичного представителя данной группы. (Lustig et al. 2010, 152-153.)

Стереотипы основываются на своем опыте или на опыте другого человека, и на них влияет все то, что мы видим и что нам преподают. Вдобавок, культура играет

важную роль в формулировании стереотипов, так как она важная часть нашего мышления. (Scheiner 2005, 329-330.) Стефаненко освещает, что люди усваивают стереотипы уже в детстве. Стереотипы обычно не являются результатом опыта ребенка, а базируются на вторичных источниках. Цель стереотипов - создать представление о том, к каким группам ребенок принадлежит. (Стефаненко 2004, 280.) Елизарова считает, что стереотипы распространяются сегодня через СМИ, то есть, средства массовой информации (Елизарова 2005, 150). СМИ иногда изображают определенную группу людей как это принято, значит, они пишут новости, подтверждающие предыдущие новости об одной и той же группе. Люди, читающие эти новости постоянно, находятся под влиянием СМИ, и могут воспринимать определенную группу так, как о них пишется. (Martin et al. 2008, 202.) Лустиг и др. (2010, 154) освещают, что стереотипы, основывающиеся на вторичных источниках как СМИ и опыте других, имеют тенденцию быть более преувеличенными и постоянными.

Стереотипы могут быть ошибочные потому, что они являются результатом обобщения, и могут основываться на опыте небольшого количества людей. Стереотипы сохраняются потому, что у людей могут быть сильные предрассудки, которые они не готовы забыть. (Mackie 1973 via Scheiner 2005, 330). Лустиг и друг. (2010, 154-155) определяют три типа ошибочных стереотипов. Во-первых, как мы уже обсуждали, стереотипы предполагают, что все представители определенной группы имеют одинаковые характеристики. Следовательно, у человека есть тенденция не видеть собеседника как индивида. Это Лустиг и др. называют «эффект однородности внешней группы». Во-вторых, стереотип может быть ошибочный потому, что характеристика просто неправильная или ее сильно подчеркивают. В-третьих, когда об определенной группе людей существуют и положительные и отрицательные стереотипы, человек может обратить внимание только на позитивные характеристики, итак, забывая что негативные характеристики существуют. Данное явление называется «положительная валентность неточности». Наоборот, когда человек обратит внимание только на отрицательные характеристики и забывает позитивные, это называется «отрицательная валентность неточности». Данное явление также называется «предрассудки». Предрассудки влияют отрицательно на межкультурную коммуникацию.

Стефаненко освещает, что стереотипы могут быть и положительные, и отрицательные. Позитивные стереотипы могут быть результатом восхищения и уважения данной группы людей, тогда как презрение и чувство угрозы часто причины негативных стереотипов. (Стефаненко 2005, 285-286.) По Садохину, (2004, 224), стереотипы защищают людей и помогают им сохранить традиции, идентичность и ценности своей группы, так как стереотипы делают различие между своим и чужим. Кроме того, стереотипы помогают людям предвосхищать реакции и поведение собеседника в общении. Таким образом, коммуникация станет легче и вызывает меньше стресса. Садохин отмечает, что иногда людям тяжело усваивать новую информацию в целом потому, что чужой язык, жесты и поведение представителя чужой культуры могут порождать презрение и другие негативные чувства. В таких ситуациях стереотипы могут помогать понимать и оценивать другого человека, так как с помощью стереотипов человеку не надо каждый раз реагировать сильно, когда он встречает что-то новое, а он может использовать известные категории. (Садохин 2004, 217-219.) Стереотипы часто ошибочные, но в начале знакомства и в новой ситуации они могут помогать ориентироваться в данном социальном контексте. Стереотипы полезные тогда, когда их используют как первые позитивные представления о человеке. (Персикова 2007, 29-31.) С другой стороны, стереотипы могут ограничить инициативу (Садохин 2004, 217-219).

Вдобавок, среди людей, у которых мало опыта межкультурной коммуникации стереотипы могут вредно влиять на их представления, так как они рожают предрассудки. Личный опыт межкультурной коммуникации может уничтожать предрассудки о собеседнике. (Rogers et al. 1999, 58.) Садохин отмечает, что стереотипы играют важную роль в межкультурной коммуникации. Он подчеркивает, что стереотипы могут влиять отрицательно на межкультурную коммуникацию, если человек не понимает, что каждый человек индивидуальный и имеет свои особенности. В худшем случае человек может избегать межкультурной коммуникации из-за ошибочных и негативных стереотипов. (Садохин 2004, 226-227.) Стереотипы могут также препятствовать толерантности в обществе и межкультурных отношениях (Pickering 2001, 10).

Интересной чертой стереотипов является то, что они могут присутствовать и действовать незаметно. В межкультурной коммуникации прическа, акцент и

разный цвет кожи собеседника могут напоминать о разных стереотипных характеристиках представителей данной группы. В такой коммуникативной ситуации человек может делать выводы о собеседнике на основе существующих стереотипов, не обращая внимания на данный контекст. Это одна из причин того, почему стереотипы сохраняются, и будут существовать также в будущем. Чем больше человек общается с представителями других культур, тем вероятнее он может отойти от стереотипов. (Maude 2011, 134.) Стоит отметить, что стереотипы влияют не только на человека, имеющего стереотипы, а также на собеседника. Собеседник может незаметно вести себя именно так, как от него ожидают, и это происходит именно в негативных ситуациях, в которых он не может выполнить свою задачу. Следовательно, человек, у которого есть стереотипы, получает подтверждение о том, что его стереотип правильный, и они укрепляются. Люди имеют тенденцию помнить именно такие моменты, которые поддерживают их мысли, и таким образом, стереотипы сохраняются и распространяются. (Liu et al. 2011, 91.) Когда представитель определенной группы ведет себя нестереотипно, его могут считать исключением. Вдобавок, могут думать, что он компенсирует свое будущее, стереотипное поведение. (Lustig et al. 2010, 156.) Как уже сказано, стереотипы часто основываются на опыте другого человека, и рассказы являются эффективным способом распространять их. Хороший пример этого явления – международные анекдоты, которые построены на стереотипах национального характера. (Гер-Минасова 2004, 172).

3.2.1 Национальные стереотипы

Как мы уже обсуждали, национальные стереотипы предполагают, что у всех представителей определенной нации есть какой-то общий характер. В нашем исследовании именно национальные стереотипы играют важную роль, так как мы исследуем представления русских о финнах и Финляндии. Теперь мы раскрываем, как национальные стереотипы формируются.

Бар-Тал отмечает, что межгрупповые отношения сильно влияют на рождение национальных стереотипов. Они предоставляют информацию, распространяющуюся через разные источники. Бывшие и сегодняшние отношения создают основу для формулирования стереотипов, так как они влияют

на межгрупповые отношения. Кроме того, экономическая ситуация, уровень жизни, политика и история, особенно войны, играют важные роли в данном процессе. Бар-Тал определяет два механизма, передающие информацию, на основе которых рождаются национальные стереотипы. Первый механизм состоит из политических, социальных, и образовательных частей. Политические отношения между группами влияют на то, о чем говорят в обществе. Особенно тогда, когда политические отношения плохие, данную тему активно обсуждают в СМИ. Речь политических деятелей в СМИ формулирует стереотипы, которые из-за плохой ситуации обычно негативные. Влияние СМИ особенно большое потому, что иногда они являются единственным источником информации и у людей есть тенденция воспринимать их авторитетами. Социальные и образовательные части включают в себя друзей, школы и институты. Кроме того, семья является значимым источником информации, так как ценности родители создают атмосферу, которая может поддерживать формулирование стереотипов. Второй механизм формулирования национальных стереотипов – прямой контакт. Опыт межкультурной коммуникации может либо дать информацию, которая дает повод для формулирования стереотипов, либо дать информацию, которая уничтожит уже существующие стереотипы. (Bar-Tal 1997, 505-506.)

Исследуя литературу о финнах и финской культуре, стоит отметить, что граница между стереотипами и культурными чертами трудно определить по нескольким причинам. Во-первых, большое количество книг, рассказывающих о финнах и Финляндии, написано представителями других наций. Таким образом, они всегда рассматривают финскую культуру через свою культуру, и если она сильно отличается от культуры автора, он может подчеркивать элементы, являющиеся странным с его точки зрения. С другой стороны, стереотипы все-таки основываются на опыте определенной группы людей, итак, в них есть и доля правды.

3.3 Предыдущие исследования

Раньше представления русских о финнах и Финляндии исследовались в проекте «Образ Финляндии и финнов в России». Данный проект появился в результате сотрудничества Карельского научного центра, являющегося частью Российской

академий наук, института Финляндии в Санкт-Петербурге и профессора университета города Хельсинки, Тимо Вихавайнена. В проекте собраны статьи, рассматривающие представления русских, о финнах начиная с XIX века до конца XX века. В 1970-1980 в России в городе Костамукше работали и жили тысячи финнов и данная ситуация дала повод исследовать, что думают о финнах русские данного города. В опросе участвовали всего 549 информантов, задача которых была оценить разные характеристики финнов. Согласно результатам данного опроса, финны жизнерадостные, упорные и готовые к сотрудничеству. Кроме этих информанты считали, что финны чувствительные и гостеприимные, но также скрытные и консервативные. (Pjuha et al. 2009, 390-391.)

В городе Воронеже в 2000 И.А Стернин рассмотрел в своем экспериментальном исследовании, как русские воспринимают финнов и насколько их представления стереотипные. Информантов в данном исследовании были всего 35, среди которых студенты, преподаватели и аспиранты Воронежского университета. Все участники учились или работали на кафедре общего языкознания и стилистики. Данное исследование проводилось с помощью письменного опроса. Анкета состоял из пяти вопросов, и задачей информантов являлось описать типичного финна: как он выглядит, какой он по характеру, что он делает, как говорит и какое у него выражение лица. Согласно результатам, 26 информантов считали финнов высоким, в то же время 24 думали, что они блондины. По мнению 8 у типичного финна крепкое телосложение, и 7 отметили, что он одет в джинсы и свитер. Голубоглазым финнов представили 6 и подтянутым 3 из всех информантов. По мнению двух, типичный финн среднего роста и полный в пожилом возрасте, у него светлые, небольшие глаза и борода. Большинство информантов, то есть, 24, думали, что финны спокойные/ медлительные по характеру. Молчаливым их считали 15, сдержанным 8 и уравновешенным 5. Скрытность, холодность и медленная реакция - типичные характеристики, по мнению трех информантов. Независимым, неэмоциональным, добродушным, и может быть, жестким финнов представили 2 информанта. (Стернин и др. 2000, 38.)

В нашей работе нам будет интересно сравнивать наши результаты с предыдущими исследованиями по одной и той же теме, и выяснить, насколько представления одинаковые и разные.

4 МЕТОД И МАТЕРИАЛ ИССЛЕДОВАНИЯ

4.1 МЕТОД ИССЛЕДОВАНИЯ

4.1.1 Опрос

Методом данного исследования является письменный опрос (см. приложение). Согласно В. Добренкову и А. Кравченко, опрос – это самый используемый социологический метод сбора информации. Людям, принимающим участие в опросе, задают подробные вопросы, на которые они отвечают в письменной или устной форме. (Добренков и Кравченко 2006,71.) При помощи опроса собирают информацию, с помощью которой исследователь может объяснять, сравнивать, и предсказать мнения, отношения и поведение человека (Flink 1995, 14).

Хирсьярви и др, отмечают, что преимуществом опроса является эффективность. Это значит, что в опросе может участвовать большое количество информантов, и если анкета хорошо составлена, обработка полученных результатов эффективная, так как всем задали одинаковые вопросы. . (Hirsjärvi et al. 2009, 195). Использование одинаковых вопросов также увеличивает надежность результатов, и исследователю важно задавать вопросы так, что они будут всем понятны. Полученные результаты должны быть многосторонним из-за разных мнений информантов, а не потому, что вопросы стимулируют информантов по-разному.

(Floyd et al. 2009, 88-89.)

Итак, опрос является самым подходящим методом в нашем исследовании, так как количество информантов у нас 69. Кроме того, при помощи опроса мы можем эффективно обсуждать разные темы, и представить небольшую статистику о полученных результатах.

Вопросы в анкете могут быть открытые, то есть, участники отвечают своими словами, либо закрытые, значит, им дадут разные варианты, из которых надо выбрать самый подходящий вариант. У обоих вариантов есть свои положительные и отрицательные моменты. Согласно Вехкалаhti (2014, 24-25), с помощью закрытых вопросов получают результаты, о которых легко и эффективно получить статистику. С другой стороны, иногда закрытые вопросы ограничивают инициативу участников, и в результате пропустят информацию, которую информанты не могли выразить из-за дефицита подходящих вариантов. Преимуществом открытых вопросов является именно то, что информанты могут своими словами свободно рассказывать о своих представлениях и варианты не ограничивают ответы. Отрицательный момент открытых вопросов в том, что обработка полученных результатов требует много работы, и если длительность ответов сильно варьируются, исследователю трудно сравнивать их. (Vehkalahti 2014, 24-25.) Наш опрос состоит из закрытых и открытых вопросов, но все вопросы, касающиеся представления информантов о финнах и Финляндии, открытые. Итак, мы получаем многообразную информацию, и наш выбор слов не влияет на ответы информантов.

Всего в нашем опросе 10 главных вопросов, из которых пункты 7 и 8 содержат несколько более подробных вопросов. Вначале опроса мы выясняем фоновые данные наших информантов, то есть, пол и возраст. Далее мы раскрываем интерес к Финляндии – были ли информанты там, хотели ли они съездить туда и интересуется ли Финляндия их вообще. Данные вопросы закрытые, но информантам дали возможность объяснять свои мысли. Далее, шестой вопрос касается понятия культуры, и мы выясняем, как информанты определяют ее. Теперь, в вопросах 7 и 8, информанты рассказывают о своих представлениях о Финляндии, финской культуре и финнах. Данные вопросы открытые, но мы попросили информантов ответить с 1-3 существительными и прилагательными,

чтобы обработка результатов была эффективной, и мы могли бы сравнивать полученные результаты. В вопросе 9 мы изучаем, из каких источников студенты получают информацию о Финляндии, если вообще получают. Мы дали информантам варианты и попросили их выбрать 3 главных источника и пронумеровать их по порядку важности. В конце опроса мы попросили информантов свободно рассказывать новости о Финляндии.

Планируя опрос, важно обратить внимание на порядок вопросов и их постановку. Для того чтобы анкета была ясная и понятная, и информант мог видеть логику опроса, необходимо оставить достаточно места между вопросами. (Brace 2008 ,142.) Мы хотели поставить легкие вопросы в самом начале анкеты, чтобы информанты не испугались. Фоновые данные, по-нашему, являются такими вопросами.

Теперь мы обоснуем то, по каким причинам мы выбирали вопросы для нашего опроса. Вначале опроса нам было важно знать количество таких информантов, кто съездил в Финляндию, так как личный опыт о стране, естественно, влияет на их представления. Мы также хотели узнать, как студенты относятся к Финляндии и, в связи с этим, задали вопрос, интересуются ли они Финляндией и почему. Вопрос об определении культуры мы задали потому, что наша работа строится вокруг этого понятия. Далее, так как нашей целью было выяснять, какие представления студенты имеют о Финляндии, финской культуре и финнах, мы задали открытые вопросы, чтобы ответы полностью отражали представления наших информантов. Значит, мы попытались сформулировать вопросы нейтрально, чтобы в вопросах не было никаких предположений, которые могли бы влиять на ответы. Целью вопроса, касающегося источников информации является узнать, насколько представления информантов основываются на вторичных источниках. Мы попросили информантов рассказывать новости о Финляндии, чтобы мы могли узнать, читают ли информанты новости о Финляндии и если читают, то какие темы их интересуют.

Перед проведением опроса со студентами, мы тестировали нашу анкету с помощью 5 русских людей, которые добровольно предложили помочь нам. В тестировании анкета работала хорошо, но мы внесли несколько изменения в вопросы, чтобы они были понятнее. В вопрос 9 об источниках, мы добавили

просьбу информантам назвать 3 источника, которые являются самыми главными, и пронумеровать их по порядку важности.

В анализе результатов мы используем качественный подход, так как нашей целью является глубоко рассматривать и анализировать представления студентов. При качественном подходе письменный анализ важный, и проведение анализа осуществляется индуктивно, то есть, процесс логического вывода идёт от частного положения к общему. Итак, в данном исследовании мы стремимся сделать обобщения по отдельным ответам, чтобы найти возможные общие представления. (Hirsjärvi et al 2009, 266.) Качественный подход хороший именно тогда, когда исследуются чувства, мнения и ценности людей (Fink 2003, 62).

Согласно П. Аласуутари (2011, 32), качественный подход может включать в себя количественные элементы, например, таблицы и схемы, но целью исследования все-таки является глубокое выяснение какого-то явления. Кананен отмечает, что иногда исследователю полезно использовать оба подхода, чтобы получить многосторонние и достоверные результаты. В количественном подходе опросы являются популярным исследовательским методом, так как с их помощью возможно собирать количественную информацию, то есть, информацию, которую можно представлять номерами и статистикой. (Kananen 2008, 11). В данном исследовании мы используем элементы количественного подхода, так как с помощью таблиц и схем мы можем представить результаты в ясной форме. Главной нашей целью все-таки является анализировать содержание исследовательского материала.

Для анализа материала мы используем контент-анализ – то есть, метод анализа текста, целью которого является разбирать и представлять определенную информацию. Она может быть представлена в письменной и записанной форме, или она вытекает из наблюдения поведения человека. (Flink 2003, 68). Как исследовательский метод контент-анализ порождает новые точки зрения и представляет определенную информацию о каком-то феномене. (Krippendorff 2004, 18). С помощью контент-анализа можно исследовать смысловое содержание явлений, и в нем часто важное место занимает отношение к миру, то есть, исследователь может рассматривать реальность снаружи. Это значит, что он может создать реальность такой, какой она кажется, обратив внимание на общий вид. Вдобавок, в контент-анализе важно понимать невидимое, и опыт человека

играет важную роль. Реальность основывается не на научных фактах, а именно на человеческих взглядах . (Tuomi & Sarajärvi 2002, 105-106). Согласно Аверьянову, трудность контент-анализа в том, что определение смыслового наполнения слова сложно. Иными словами, трудно объяснять, какую объективную реальность слова включает в себя. (Аверьянов 2009, 26-27).

Контент-анализ можно четко разделить на три этапа: первый этап - восстановление полученных результатов, второй - кластеризация, то есть группировка результатов и третий – выводы результатов и создание теоретического термина (Tuomi & Sarajärvi 2009, 108-109). В нашем исследовании на первом этапе мы рассмотрим ответы, полученные от наших информантов, и выбираем нужную нам информацию. Далее, на втором этапе мы разделим информацию на разные группы, и нашей важной задачей является найти общие, одинаковые результаты и интересные упоминания. Найденные нами группы будут представлены в таблицах и схемах. На третьем этапе мы сопоставим наши результаты, представим их и подведем итоги.

4.2 ИНФОРМАНТЫ И СБОР МАТЕРИАЛА

Исследовательский материал был собран в России в городе Ярославле в июне 2014 г. Информанты данного исследования – 69 студентов, учащихся на историческом факультете в государственном университете имени П.Г Демидова. Наш опрос мы провели на 5 разных лекциях, и таким образом, наши информанты представляют разные курсы и возрастные группы, но они все учатся на одном факультете.

Выбирая информантов, у нас было несколько критериев: во-первых, информант должен быть русским по национальности и во-вторых, он должен быть студентом и учиться в Демидовском университете в Ярославле. Однозначные критерии позволяют выяснить представления определенной группы людей и сделать обобщения касательно их мнений.

Мы собрали исследовательский материал во время пяти разных лекций на историческом факультете Ярославского государственного университета имени

П.Г Демидова. Лекции на данном факультете мы выбрали по принципу случайного выбора, но у нас все-таки были несколько критериев. Во-первых, нам было важно получить поддержку профессоров этих курсов. Таким образом, мы гарантировали возможность дать информантам достаточно времени ответить на вопросы. Во вторых, нам было важно, что мы сами не учились вместе с выбранной группой, значит, не имели отношения с данными студентами. Таким образом, мы гарантировали, что личные отношения не влияли на представления информантов. Информанты не знали заранее об их возможности участвовать в исследовании, значит, они не могли готовиться к вопросам. Этот факт делает ответы естественными. Студенты заполнили анкету письменно в начале лекций, и мы не ограничивали время, но в среднем заполнение анкеты заняло 5- 10 минут.

Далее рассмотрим фоновые данные информантов, представленные в таблице 1.

ТАБЛИЦА 1 Фоновые данные

Пол	И=69	100 %
Ж	45	65,2
М	24	34,8
Возраст		
18-19	17	24,6
20-21	48	69,6
22-23	4	5,8

Как видно в таблице 1, всего в нашем исследовании приняли участие 69 студентов, из которых 45 (65,2%) представители женского пола и 24 (34,8%) представители мужского пола. Возраст наших информантов от 18 до 23 лет. Большинство, 48, (69,9%) информантов, в возрасте 20-21 года. Вторая по величине возрастная группа состоит из 17, (24,6%) студентов, которым 18-19 лет. К третьей группе принадлежат 4, (5,8%) человека, и им 22-23 года.

Теперь мы рассмотрим, сколько информантов когда-нибудь были в Финляндии.

ТАБЛИЦА 2 «Были ли Вы в Финляндии?»

	И=69	100 %
Нет	60	87,0
Да, однажды	7	10,1
Да, много раз	2	2,9

В таблице 2 представлено количество наших информантов, кто был в Финляндии до проведения опроса. Большинство студентов, 60 человек (87,0%) никогда не были в Финляндии. Однжды в Финляндию съездили 7 (10,1%), а много раз 2 студента (2,9%). Результаты также показали, что из 7 студентов, бывавших в Финляндии однажды, 6 хотели бы еще раз съездить и оба информанта, которые уже много раз были в Финляндии, также хотели бы снова съездить в Финляндию. Это говорит о том, что этим информантам нравится Финляндия.

То, что 87,0% информантов никогда не были в Финляндии, является интересным фактом с точки зрения нашего исследования потому, что представления большинства информантов, вероятно, основываются не на своем личном опыте о Финляндии, а на вторичных источниках. Таким образом, представления могут быть стереотипными. Возможно, что эти студенты встретили финнов где-то вне Финляндии: в России, в других странах или в интернете, итак, имеют свой личный опыт.

5 РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

В данной главе представлены результаты нашего исследования. В анализе мы разделим полученные ответы на следующие главные категории: 1. Определения культуры, 2. Интерес к Финляндии, 3. Финская культура и Финляндия, 4. Характеристика финнов, 5. Источники информации, 6. Новости о Финляндии.

5.1 Определения культуры

Перед тем, как перейти к рассмотрению представлений о финнах и Финляндии, мы хотели узнать, что наши информанты понимают под понятием «культура». Мы задали им следующий вопрос: «По вашему мнению, что такое культура?». Всего 56 из всех 69 информантов определили, как они воспринимают данный термин, и мы получили интересные определения. Теперь мы представим некоторые из них. Следует отметить, что их ответы похожи на те определения культуры, которые мы рассматривали в главе 2.1.

- (1) Культура – это совокупность созданных человеком из поколения в поколение материальных и духовных ценностей, которые свойственны некоторому обществу на протяжении всей истории.
(Девушка, 21 год)

- (2) Культура – это совокупность традиций, обычаев, норм, характера определенной нации. (Девушка, 19 лет)
- (3) Это отношение людей друг к другу и всему, что происходит в мире. (Девушка, 21 год)
- (4) Культура – это и материальная и духовная составляющая жизнь общества. Материальная культура – все творения человеческого ума, включая произведения искусства и предметы ежедневного пользования, здания. Духовная – творческая, научная деятельность человека, его моральные качества и воспитание. (Девушка, 21 год)
- (5) Многообразие особенностей приобретенных этносом в течение его истории. (Мужчина, 20 лет)
- (6) Все то, что сделано человеком. (Мужчина, 21 год)
- (7) Совокупность достижений цивилизации (Мужчина, 20 лет)
- (8) Проявление человеческой мысли. (Мужчина, 21 год)

Выше представлены всего 8 определений, из которых половину дали представители женского пола и вторую половину представители мужского пола. В ответах подчеркиваются духовные и материальные качества культуры, и то, что она создана руками человека. Заметно, что ответы представителей мужского пола более короткие, чем ответы представителей женского пола. В общем, можем сказать, что определения студентов похожи на определения, представленные в главе 2.1.

5.2 Интерес к Финляндии

В данном разделе мы рассмотрим, насколько наши информанты интересуются Финляндией и почему. Мы задали им вопрос «Вы хотели бы съездить в Финляндию?». В Таблице 3 представлены результаты.

ТАБЛИЦА 3 «Вы хотели бы съездить в Финляндию?»

	И=69	100 %
Да	63	91,3
Нет	2	2,9
Не знаю	4	5,8

Согласно таблице 3, большинство, 63, (91,3%) из информантов, хотели бы съездить в Финляндию. Всего 2 (2,9%) человека ответили на вопрос отрицательно, и 4 (5,8%) ответили, что не знают, хотят ли или нет. Таким образом, мы можем сделать вывод, что Финляндия привлекает большинство наших информантов.

ТАБЛИЦА 4 «Интересует ли Вас Финляндия вообще?»

	И=69	100 %
Да	65	94,2
Нет	3	4,3
Однажды еще бы съездила	1	1,5

Теперь мы рассмотрим, интересует ли Финляндия наших информантов вообще, и по каким причинам. Как видно в таблице 4, наши информанты относятся к Финляндии с интересом. Всего 65, (94,2%) ответили положительно на данный вопрос. Три человека (4,3%) не интересуются Финляндией и один человек (1,5%), уже бывавший в Финляндии, съездил бы еще раз. Таким образом, можем сделать вывод, что студенты считают Финляндию интересной страной.

Далее мы задали информантам следующий вопрос: «Почему Вас интересует Финляндия?». Результаты представлены в схеме 1.

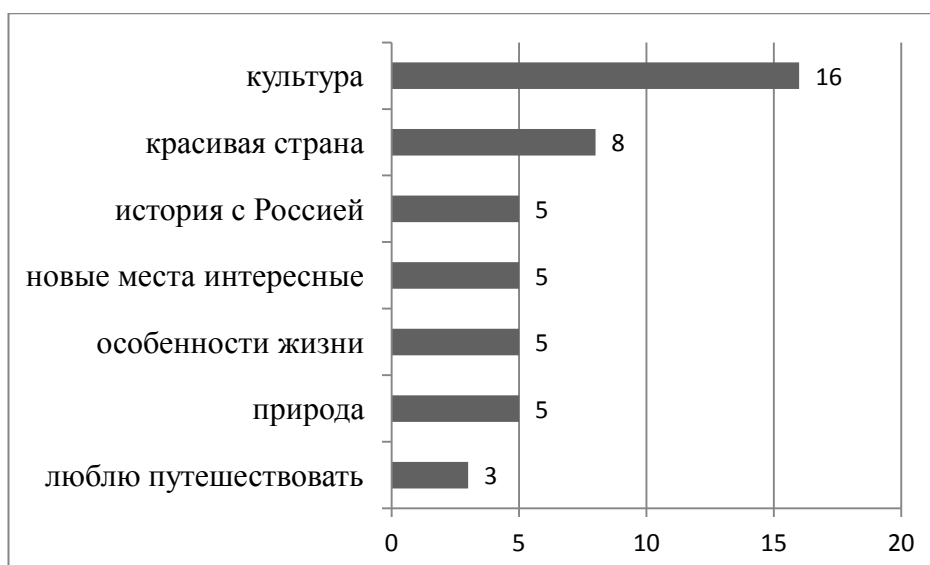


СХЕМА 1 «Почему Вас интересует Финляндия?»

Как мы увидели в таблице 4, 65 из 69 информантов интересуются Финляндией. Схема 1 показывает, какие элементы Финляндии привлекают информантов. Всего 47 из 65 информантов уточнили свои интересы, и финская культура является интересной для 16 информантов. Красивой страной Финляндию считают 8, а 5 человек интересуются историей с Россией, новыми местами, особенностями жизни и финской природой. Кроме того, 3 информанта отметили, что любят путешествовать, итак, хотели бы съездить также в Финляндию. Кроме ответов, представленных в таблице 4, в ответах были упомянуты и другие причины. Однажды были упомянуты в том числе, язык, качество образования, покупки и интерес к финно-угорской культуре.

5.3 Финляндия и финская культура

5.3.1 Финские символы, звезды и изобретения

В данной главе мы попытаемся выяснить, с какими элементами финской культуры информанты знакомы. Мы попросили их назвать 1-3 финских символа, звезды и изобретения. В схеме 2 представлены явления финской культуры, которые информанты считают символами страны.

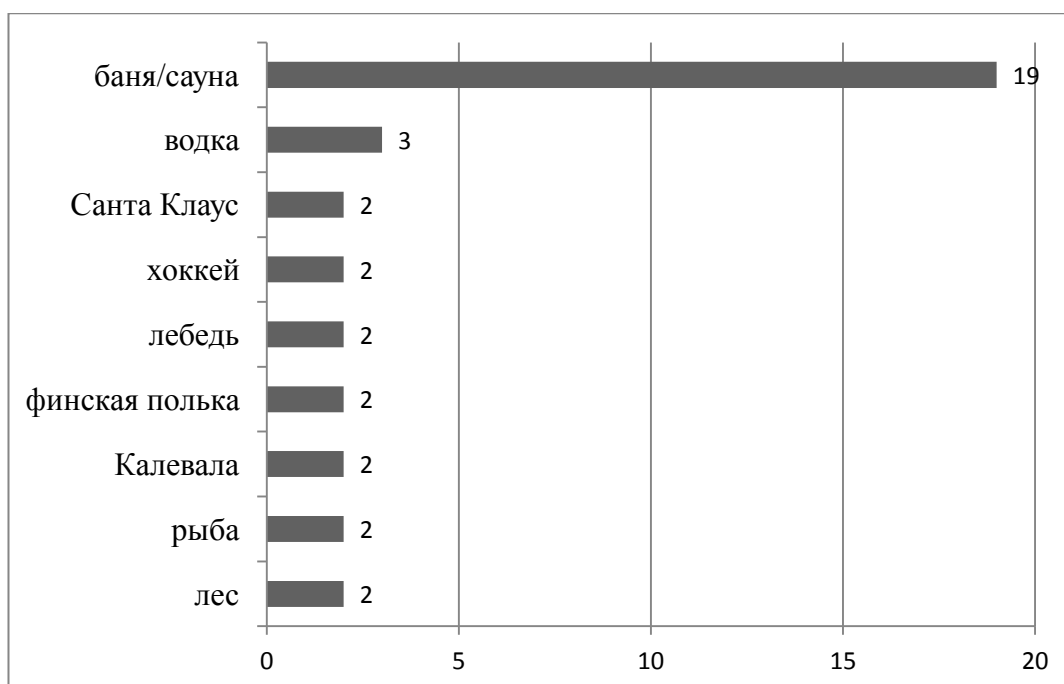


СХЕМА 2 «Финские символы»

Как видно в схеме 2, на первом месте стоит финская баня/сауна, так как ее упомянули всего 19 человек. Другие финские символы информанты знали редко. Водка заняла второе место, так как символом финской культуры ее считали 3 информанта. Далее, два информанта упомянули Санта Клауса, национальный эпос «Калевала» и финскую польку, а также элементы природы – рыба, лес и лебедь. Хоккей символом Финляндии назвали также два информанта.

На основе ответов на данный вопрос, можем отметить, что в ответах ясно выделяется лишь баня/сауна, которая считается информантами одной из главных символов Финляндии. Значение сауны/бани обсуждается также в теоретическом разделе 2.2.3. Интересно заметить, что среди ответов встречаются символы, ставшие символом страны в результате договоренности. Они представлены в схеме 2: лебедь, финская полька и «Калевала». Это свидетельствует о том, что некоторые студенты знакомы с финской культурой.

Далее мы рассмотрим, насколько наши информанты знакомы с финскими звездами. Результаты представляются в схеме 3.

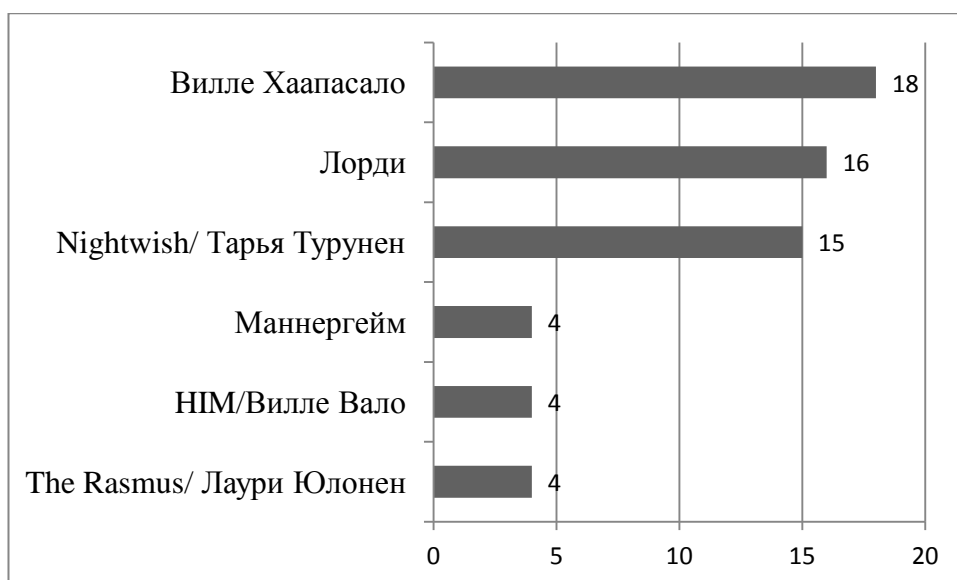


СХЕМА 3 «Финские звезды»

Согласно схеме 3, всего 18 студентов знали финского актера, Вилле Хаапасало, строившего карьеру в России в течение более 20 лет. Группу «Лорди», выигравшую в Евровидении в 2006 помнили 16 человека. Кроме «Лорди» наши информанты знакомы с несколькими музыкальными группами, как с группой Nightwish (15). Группы HIM и The Rasmus отметили 4 студента. Кроме творческих лиц 4 студента отметили Маннергейма, военачальника и бывшего президента Финляндии. Это может быть связано с тем, что наши информанты учатся на историческом факультете. Кроме того, один студент также отметил финского военачальника Ялмара Силасвуо, служившего в 1915 – 1947 гг. и финского снайпера Симо Хяюхя, служившего в 1925 – 1940 гг.

Кроме звезд, представленных в схеме 3, студенты были знакомы со многими финскими личностями, среди которых были спортсмены, писатели, президенты и музыканты. Так как в городе Ярославле хоккей является одним из главных видов спорта и наш опрос был выполнен после олимпиады в Сочи в феврале в 2014, важность хоккея сказывалась в ответах. Информанты мужского пола особенно хорошо знали имена хоккеистов, и следующие имена были упомянуты: Теему Селенне, Валттери и Илари Филлпула, Туомо Рууту, Олли Йокинен, Яри Курри, Пекка Ринне, Кари Лехтонен, Саку и Мика Койву, Йори Лехтеря. Кроме хоккеистов информанты знали футболиста Яри Литманена и двух спортсменок:

Кайсу Мякярйненна и Киру Корпи. Далее, из пилотов Формулы-1 студенты были знакомы с Микой Хяккиненем и Кими Ряиккененем.

Кроме спортсменов, опрашиваемые назвали 4 президента Финляндии: Юхо Паасикиви, Кекконен, Тарья Халонен и нынешний президент, Саули Нийнисте. Из писателей назван был создатель Муми-тролля: Туве Янссон. Далее, наши информанты знали также других музыкантов кроме представленных в схеме 3. Они отметили группы Poets of the fall, Children of Bodom и Korpiklaani, и композитора Сибелиуса.

На основе ответов на данный вопрос, можем сделать вывод, что в принципе у студентов есть широкое знание о финских звездах, так как упомянутые личности работают и работали в разных сферах в обществе. Естественно, стоит отметить, что личностей вне схемы 3 отметили меньше 3 информантов, итак, статистически данные ответы не значимые. Таким образом, мы не можем обобщить результаты. Несмотря на это, результаты дают нам интересную информацию о том, чем студенты интересуются. Самую популярную звезду среди студентов, Вилле Хаапасало, знали больше четверти всех информантов.

Теперь мы рассмотрим финские фирмы и изобретения, которые были упомянуты информантами. Результаты представлены в схеме 4.

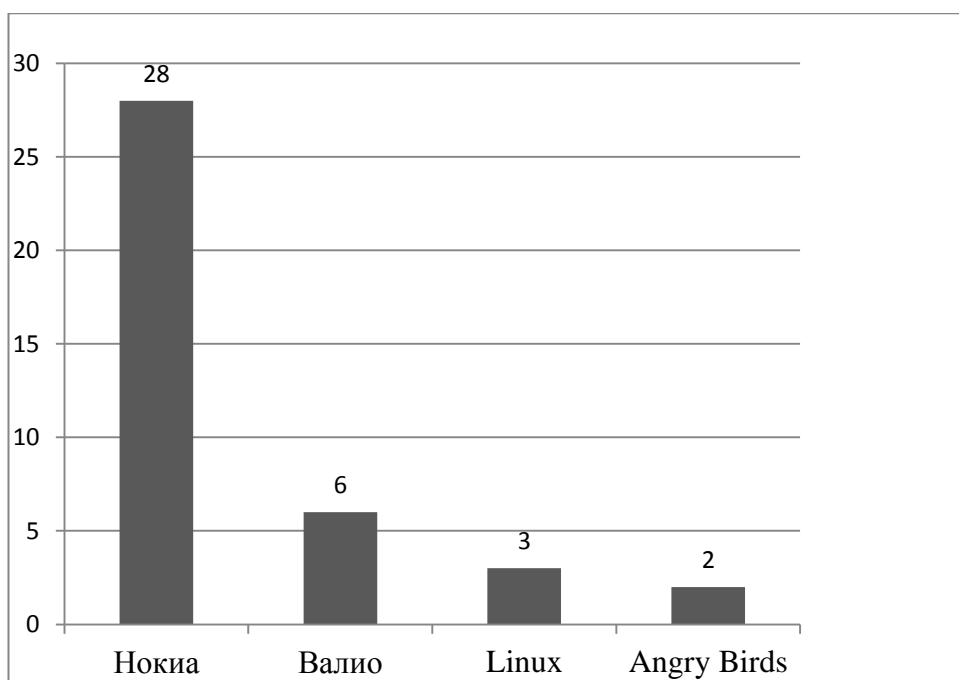


СХЕМА 4 «Финские фирмы и изобретения»

Как видно из схемы 4, технологическая компания «Нокиа» была самым популярным ответом среди информантов. Компанию «Нокиа» знали 28, (40,6%) из всех информантов. Финскую продовольственную компанию «Валио» назвали 6, компьютерную программу «Linux» 3, и компьютерно-мобильную игру «Angry Birds» 2 студента. На основе ответов можем предполагать, что «Нокиа» играет более важную роль в жизни наших информантов, чем другие финские фирмы. Телефоны «Нокиа» продаются везде в мире, и может быть, поэтому информанты знают ее. Кроме фирм и изобретений, представленных в схеме 4, мы получили и другие интересные ответы, например, один студент назвал коктейль Молотова и сушилку для посуды.

5.3.2 Финская природа и музыка

Далее будет рассматриваться, какими студентами представляется финская природа и музыка. Ответы представлены в схемах 5 и 6, начиная с природы.

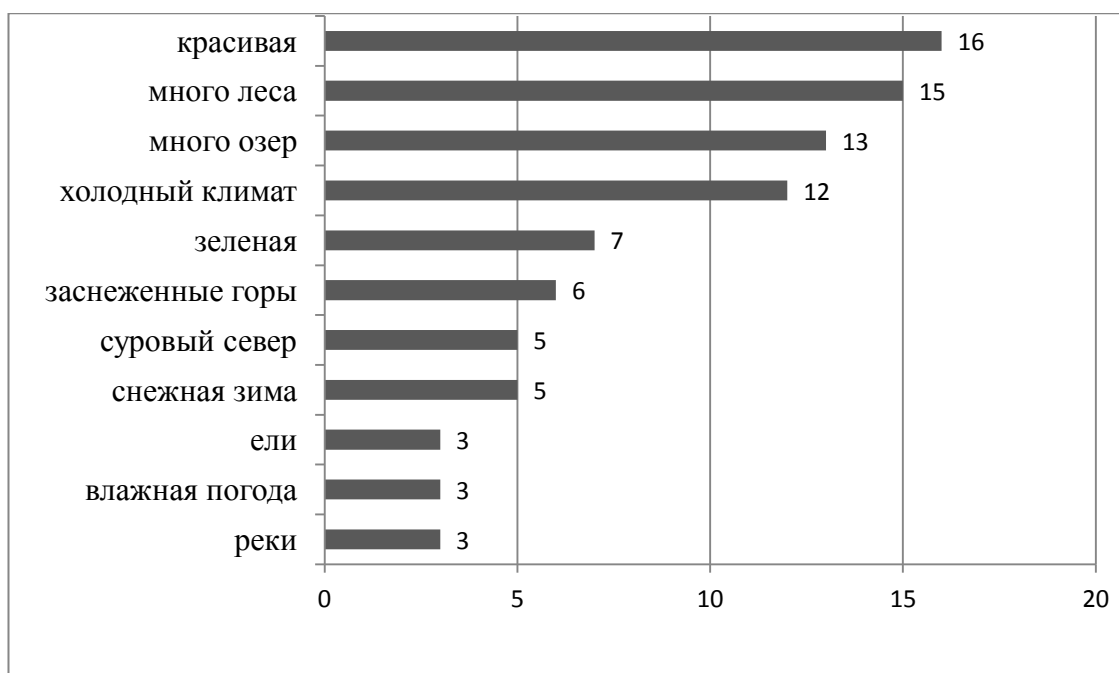


СХЕМА 5 «Финская природа»

Как видно из схемы 5, красивой природу считали 16 студентов. Кроме того, 15 упомянули, что в Финляндии много лесов, и 13 знали, что в стране много озер. Холодный климат типичный признак финской природы, по мнению 12 информантов, и зеленой финскую природу считали всего 7 студентов. Кроме того, студенты упомянули элементы, связанные с холодным климатом: заснеженные горы (6), суровый север (5) и снежная зима (5). Реки, ели и влажная погода являются типичными элементами финской природы, по мнению 3 информантов.

Как мы отметили в главе 2.2.3, Финляндия – страна тысяч озер. Озеро один из главных символов страны, и 13 студентов отметили его, когда речь шла о природе. Как представлено в схеме 5, большинство ответов связаны с северным географическим расположением страны. Кроме качеств, показанных в схеме 5, мы получили еще несколько интересных ответов. Один студент ответил, что финская природа является прекрасной атмосферой для пожилых людей, и там действует контроль над состоянием окружающей среды. Кроме того, информанты считали, что в Финляндии растет много грибов и там каменистая почва.

На основе данных результатов можем констатировать, что представления студентов о природе природы правильные. Таким образом, можем предполагать, что информанты познакомились с финской природой через какой-то источник.

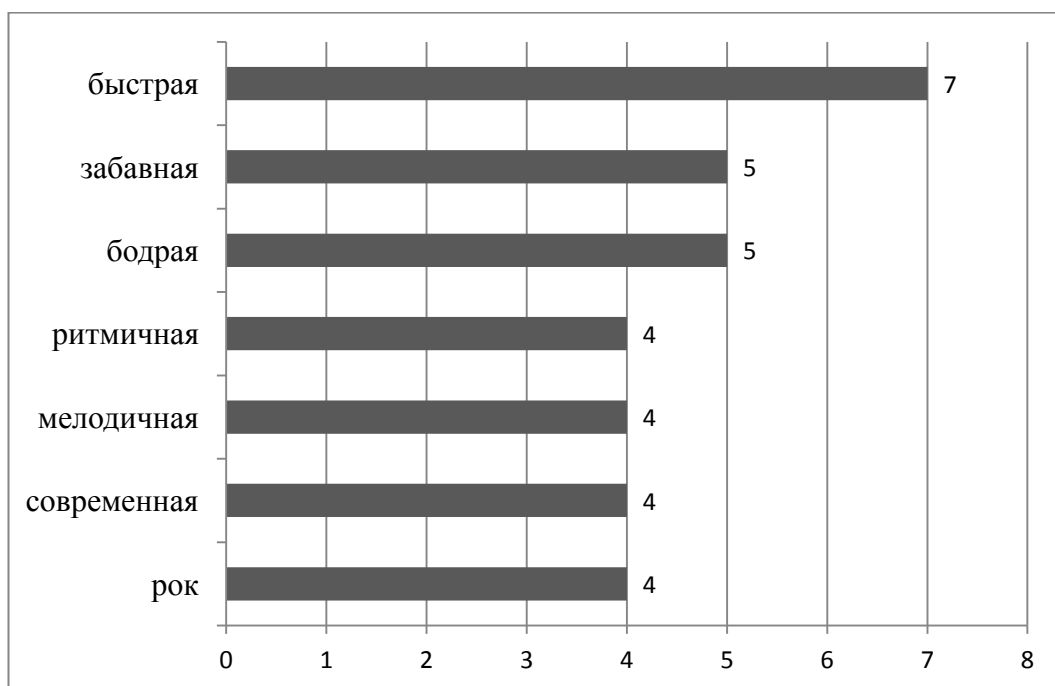


СХЕМА 6 «Финская музыка»

Теперь мы рассмотрим, как наши информанты описали финскую музыку. Как видно из схемы 6, по сравнению с ответами на другие вопросы, общих представлений о финской музыке было мало в нашем материале. Несмотря на это, разных представлений у информантов много, так как для описания финской музыки информанты употребили 27 разных прилагательных. По мнению 7 студентов, музыка быстрая, по мнению 5 она забавная и бодрая. Кроме вышеуказанных характеристик, музыку считали ритмичной (4), мелодичной (4) и современной (4), и жанром финской музыки является рок (4). Кроме представлений, показанных в схеме 6, мы получили много других характеристик. Один информант добавил, что в финской музыке слышно влияние национального эпоса «Калевала», и вспомнил также финскую польку. Кроме рока в ответах встречались и другие жанры музыки: кантри, фолк-метал, электронная музыка и опера.

5.4 Характеристика финнов

Мы также спросили у информантов данного исследования, как финны выглядят и какие они по характеру. Характеристику финнов мы разделим на две части: внешность и характер. Полученные ответы представляются в схемах 7 и 8.

5.4.1 Внешность

Теперь мы рассмотрим, какие финны по внешности по мнению наших информантов. Результаты представлены в схеме 7.

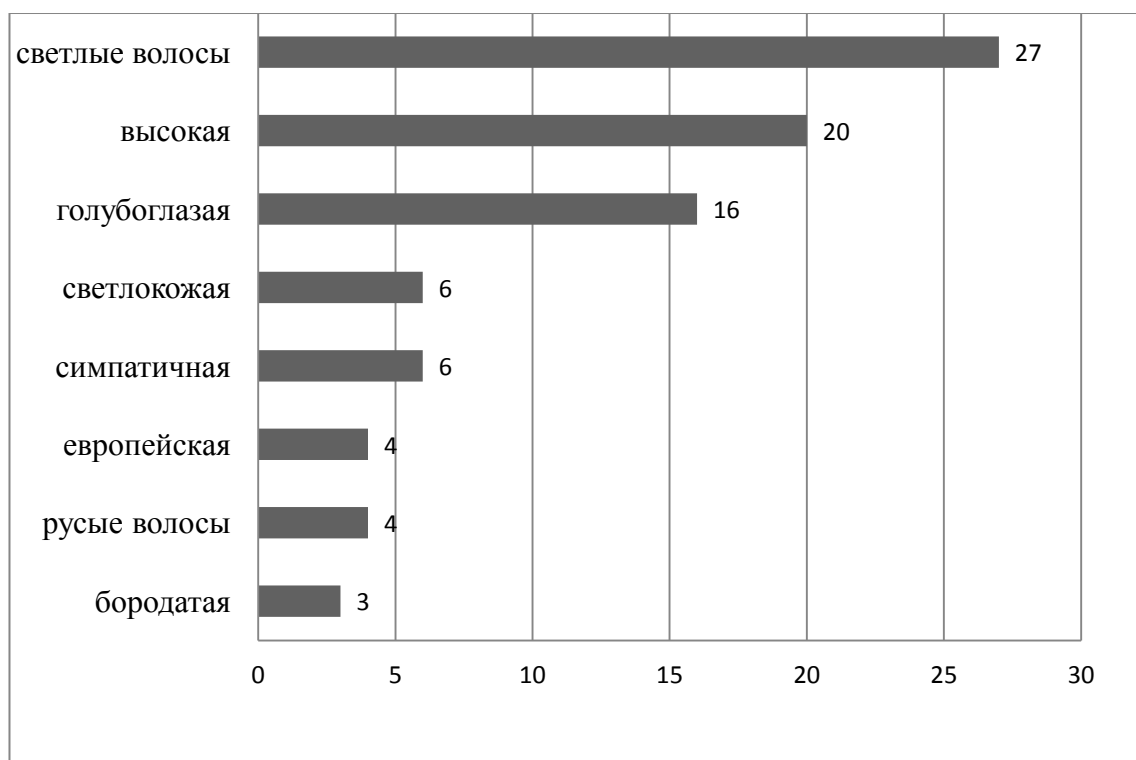


СХЕМА 7 «Внешность финнов»

Как видно из схемы 7, светловолосыми финнов представили 27, высокими 20 и голубоглазыми 16 информантов. Кроме этих характеристик информанты отметили, что финны выглядят европейскими (4), симпатичными (6), у них светлая кожа (6), русые волосы (4) и борода (3).

Сравнивая ответы данного вопроса с результатами исследования И.А Стернина в Воронежском университете, мы можем найти общие представления. Самым типичным качеством внешнего вида финнов воронежские информанты считали высокий рост, так как 26 из всех 35 информантов отметили его. Как видно в схеме 7, в нашем исследовании данное качество заняло второе место. Блондинами финнов описывали 24 воронежских информанта, в то время, как среди наших информантов светлые волосы были самым популярным ответом. Кроме того, общим признаком еще считались голубые глаза, которые назвали 6 информантов Стернина, и как представлено в схеме 7, в нашем опросе данный признак занял третье место. Кроме того, 2 воронежских и 3 ярославских информанта отметили, что у типичного финна есть борода. Стоит отметить, что в нашем исследовании информантов всего 69, значит почти двукратное количество по сравнению с исследованием Стернина. Тем не менее, заметно, что у информантов Стернина больше общих представлений между собой, чем у наших информантов.

Кроме характеристик, представленных в схеме 7, внешность финнов описывалась с помощью многих прилагательных. Стройными, рыжеволосыми и привлекательными финнов представили 2 наших информанта. По-нашему мнению интересно, что 2 информанта также считали, что финны невысокие. Как видно в схеме 7, высокий рост был второй по популярности ответ среди информантов. Итак, в ответах также встречаются противоположности. В характеристиках внешнего вида финнов видны стереотипы о нордических народах, согласно которым финны блондины, у них голубые глаза и светлая кожа. Может быть, бородатыми и рыжеволосыми финны считаются из-за внешнего вида викингов.

5.4.2 Характер

Далее мы исследуем, какие черты характера типичны для финнов, по мнению наших информантов. Полученные результаты представлены в схеме 8.

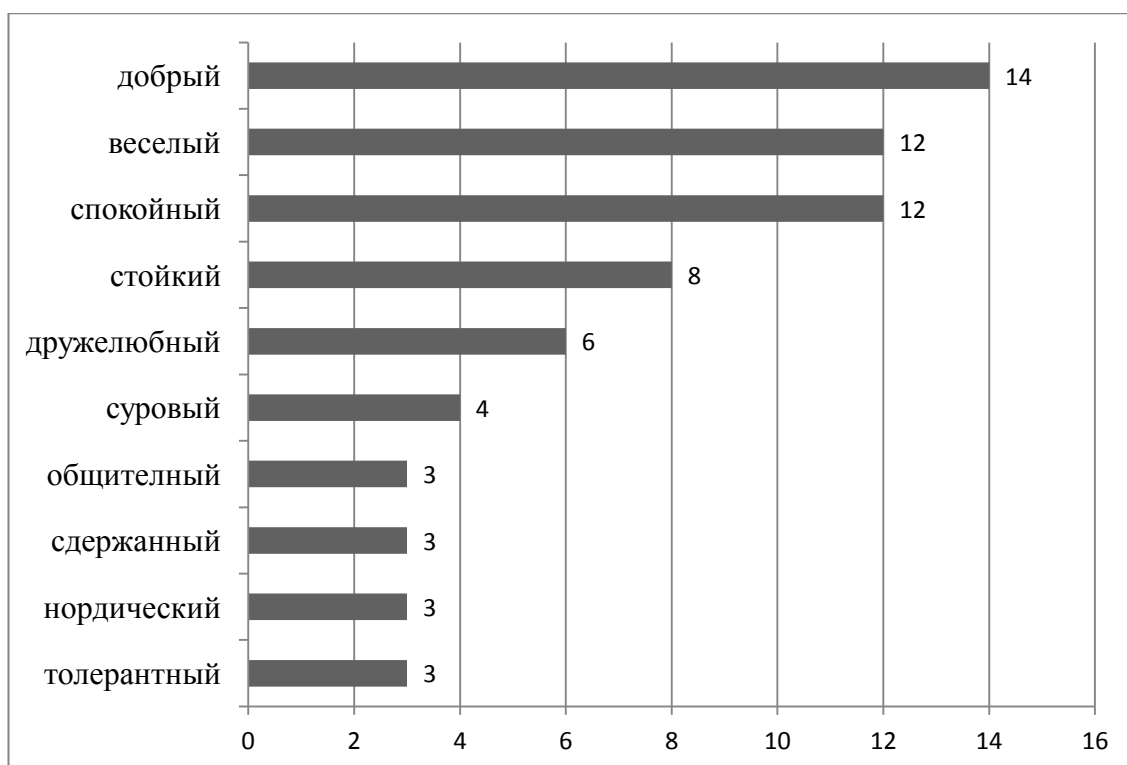


СХЕМА 8 «Характер финнов»

Схема 8 показывает, какими словами наши информанты описывали характер финнов. Два самых популярных прилагательных, используемых студентами, имели чисто положительный оттенок, так как добрыми финнов считали 14, и веселыми 12 из 69. Однако, по мнению 12 информантов, финны спокойные, но мы не можем знать, насколько наши информанты воспринимают данную черту характера как положительную или отрицательную. Другие нейтральные характеристики финнов включали в себя следующие: стойкие (8), нордические (3) и толерантные (3). Кроме вышеуказанных, позитивными прилагательными были дружелюбный (6) и общительный (3), а негативные суровый(4) и сдержанный (3).

Сравнивая наши результаты с результатами исследования Стернина, можно заметить, что ярославские информанты использовали больше положительных прилагательных в описании финского характера, чем воронежские информанты. Самый популярный их ответ был «спокойный/медленный», который упомянули 24 информанта, в то время как у нас данный характер заняло третье место. Молчаливыми финнов представили 15 человек, но как видно в схеме 8, данная характеристика отсутствует в наших результатах. Интересно, что в схеме 8 найдется антоним этого слова – общительный, который упомянули 3 ярославских

информанта. Словом «сдержанный» финнов описывали 8 воронежских и 3 ярославских информантам. Самые популярные характеристики среди ярославских студентов были «добрый» и «веселый», но в исследовании Стернина эти прилагательные отсутствуют. Добродушными финнов в его исследовании представили всего 2.

Сравнивая полученные нами черты характера финнов с характеристиками, представленными в главе 2.2, мы увидим, что они отличаются друг от друга. В разделе 2.2 мы обсуждали, что для финской культуры характерны честность, молчаливость и надежность, а по характеру финны трудолюбивые и робкие. Честными финнов считал лишь один студент, тихим никто. Конечно, стоит обратить внимание на то, что например, спокойность может включать в себя и молчаливость. Итак, можем сказать, что ответы информантов не однозначно совпадают с качествами финской культуры. Финны описывались информантами с помощью разных прилагательных, но в то же время три человека отказались сделать обобщения о характере финнов и подчеркнули, что все люди разные и все зависит от человека, не от национальности.

5.5 Источники информации

В данной главе мы попытаемся выяснить источники, из которых студенты получают информацию о финнах и Финляндии. Мы задали им вопрос «Откуда Вы получаете информацию о Финляндии и финнах?» и уточнили, что они могут выбрать несколько подходящих вариантов. Мы также попросили студентов назвать три самых главных источника и пронумеровать их по порядку важности. В схеме 9 представлены результаты.

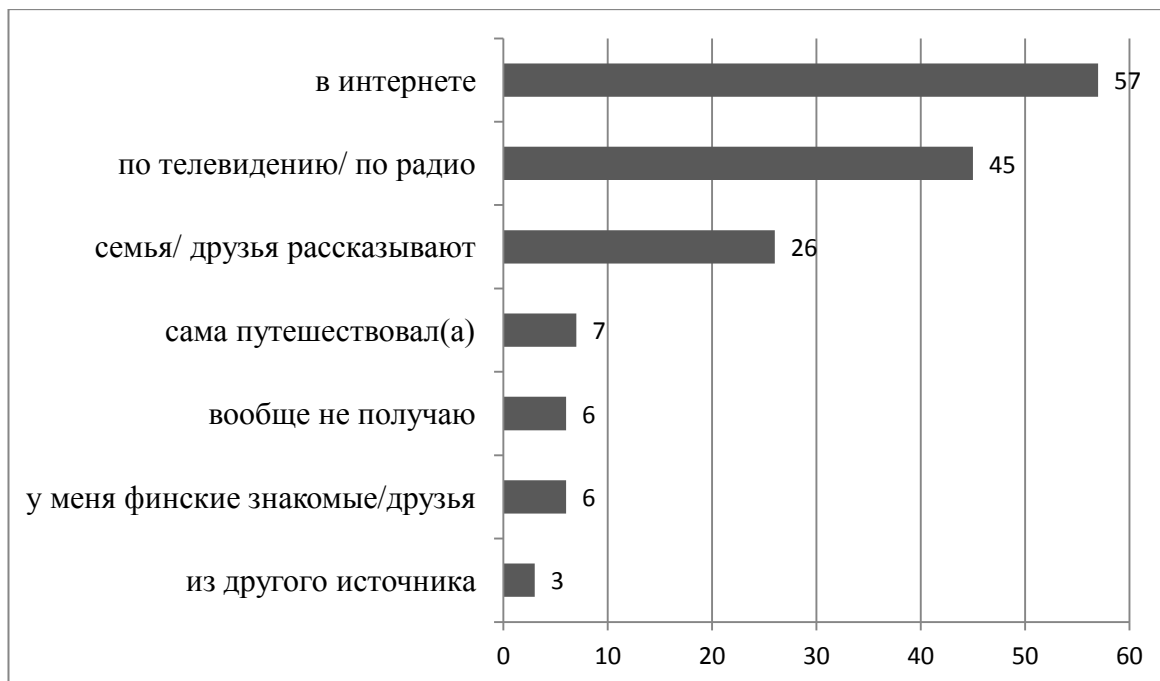


СХЕМА 9 «Источники информации»

Все 69 информантов назвали три источника, но только 28 информантов пронумеровали их. Как видно в схеме 9, интернет является самым важным источником информации, так как 57 (82,6%) информантов получают информацию о Финляндии через него. Телевидение и радио используют 45 (65,2%) информантов, и 26 информантов (37,7%) получали информацию от семьи/друзей. Всего 7 студентов были в Финляндии, и у 6 есть финские знакомые/друзья. Три студента ответили, что они получают информацию из другого источника – из литературы. Это свидетельствует о том, что литературу о финнах и финской культуре можно найти также в России. Среди информантов 6 студентов ответили, что они вообще не получают информацию о финнах. Это может быть связано с тем, что они не интересуются Финляндией, итак, не обращают внимания на новости, рассказывающие о Финляндии.

Среди информантов, указавших порядок важности источников, результаты похожи. Интернет являлся самым популярным источником, вторым популярным источником был телевизор/радио, а третье место занимают семья и друзья. Мы не анализировали данные ответы более подробно, так как меньшинство, 28

информантов, указало порядок важности источников, итак, мы не можем сделать обобщения на основе их ответов.

Согласно схеме 9, мы можем сделать вывод, что для наших информантов интернет, телевизор/радио и семья/ друзья являются главными источниками информации о Финляндии.

5.6 Новости о Финляндии

В конце нашего опроса мы спросили у студентов, помнят ли они новости о Финляндии. Ниже представлены темы новостей, о которых наши информанты рассказывали.

- (9) Выиграли Россию в хоккей 3:1. (Мужчина, 19 лет)
- (10) Они умеют играть в хоккей. (Мужчина, 18 лет)
- (11) Россия – Финляндия 1:3. (Мужчина, 20 лет)
- (12) Финская сборная по хоккею выиграла сборную России на олимпиаде в Сочи 2014. (Девушка, 19 лет)
- (13) Спорил по хоккею, вышла в ¼ финал. (Мужчина, 21 год)
- (14) Матч Россия – Финляндия 1-3. (Мужчина, 18 лет)
- (15) Fin 3:1 Rus. (Мужчина, 21 год)
- (16) Участие в Олимпиаде. (Девушка, 20 лет)
- (17) Кайса Макарайнен получила Хрустальный глобус в сезоне 13/14 (биатлон). (Девушка, 19 лет)
- (18) В 2015 состоится Чемпионат мира по биатлону в Контиолахти. (Девушка, 20 лет)
- (19) Споры по поводу статуса русского языка в Финляндии. (Девушка, 22 года)

(20) Слышала по телевидению новости о том, что в Финляндии любят изучать русский язык и его с охотой вводят в свой обиход. А также по новостям показывали и рассказывали о том, что финские люди любят ходить в сауну и париться. (Девушка, 21 год)

(21) Только из истории советско-финские отношения в 1939. (Девушка, 21 год)

(22) Советско-финские отношения в предвоенное десятилетие. Продажа автомобилей по низким ценам в г. Котка, если прописка в Санкт-Петербурге в Финляндию можно без визы. (Девушка, 21 год)

(23) На Евровидении победила финская группа Лорди.» (Девушка, 20 лет)

(24) Евровидение. (Девушка, 21 год)

(25) Победа на Евровидение группы Лорди. (Девушка, 20 лет)

(26) Новости города о культурно-исторических связях Ярославля и одного финского города. Хоккей, Олимпийские игры. От подруги из Выборга о поездке в Финляндию и о ее хороших впечатлениях о климате. (Девушка, 21 год)

Всего 18 информантов из 69 рассказывали нам новости о Финляндии. Возможно, что информанты не помнили новости в тот момент, или у них не хватило мотивации ответить на вопрос. Актуальные события видны в полученных нами ответах, например, зимние олимпийские игры в Сочи в феврале 2014. Всего 9 информантов рассказывало о них, и особенно заметен интерес представителей мужского пола к хоккею, так как для Ярославля хоккей является важным видом спорта. Интерес к хоккею был замечен также в нашем исследовании в разделе 5.3.1, где были упомянуты имена и фамилии 11 финских хоккеистов. В Олимпиадах Финляндия выиграла Россию в хоккее со счетом 3-1 и, может быть, 7 студентов помнили событие потому, что это было большим разочарованием для болельщиков Российской команды. Кроме олимпиад, 3 девушки отметили участие в международном конкурсе эстрадной песни, «Евровидение». В 2006 году финская англоязычная хард-рок группа «Лорди» выиграла данный конкурс. В подразделе 5.3.1 мы увидели, что из финских звезд группу «Лорди» знали 16 из

наших информантов, итак, группа заняла второе место. Может быть, выступление данной группы было настолько уникальное, что его с тех пор помнят.

Некоторые известные нашим информантам новости были связаны с финской культурой, общей историей с Россией и статусом русского языка в Финляндии. Мы считаем интересным и то, что один информант упомянул новости о культурно-исторических связях Ярославля и одного города Финляндии. Анализируя новости, мы пришли к выводу, что у студентов есть возможность найти новости о Финляндии. Студенты вспомнили новости об актуальных, интересных событиях, а также об истории и культурных событиях.

5.7 Выводы

В данной главе формулируются главные выводы нашей дипломной работы. Анализ статистических данных, то есть, схем и таблиц, показал, что у наших информантов есть много разных представлений о финнах и Финляндии, хотя большинство, 60 из 69, никогда не были в Финляндии. Учитывая данный факт, мы можем предполагать, что их представления, вероятно, основываются на вторичных источниках. Это делало особенно интересным выяснить, как они представляют финнов и Финляндию.

У нас были три главных исследовательских вопроса, на которые мы попытались найти ответы. Во-первых, мы хотели узнать, были ли информанты в Финляндии когда-нибудь и интересуется ли студентов Финляндия вообще. Результаты показали, что большинство (60) студентов не были в Финляндии, один раз там были 7 студентов и много раз 2. Согласно нашим результатам, дело не в том, что страна не является интересной, так как 63 информантов отметили, что хотели бы посетить Финляндию. Всего 2 информанта не хотели бы съездить Финляндию, и 4 не знают, есть ли у них желание съездить в страну или нет. Таким образом, мы пришли к выводу, что для наших информантов Финляндия является интересной целью для путешествия. Кроме того, всего 65 информантов отметили, что Финляндия интересуется их вообще. Согласно нашим информантам, в Финляндии их привлекает больше всего финская культура (16). Как мы обсуждали в главах 2.1 и 5.1, понятие «культура» широкое, и оно включает в себя и материальные и

духовные ценности и все то, что сделано руками человека. Таким образом, можем сказать, что информанты на самом деле интересуются многими качествами Финляндии. Кроме того, 8 студентов интересует Финляндия потому, что она красивая. По-нашему мнению интересно, что хотя информанты учатся на историческом факультете, лишь 5 отметили, что Финляндия интересует их из-за общей истории с Россией. Природа и особенности образа жизни интересуют 5 информантов, 3 хотели бы съездить в страну потому, что им нравится путешествовать. Кроме этих причин, информантов также интересуют язык, качество образования, покупки и интерес к финно-угорской культуре. Итак, можем сделать вывод, что многие качества Финляндии делают страну интересной информантам.

Во-вторых, мы хотели выяснить, какие представления у студентов есть о финнах и Финляндии, и можно ли найти какие-нибудь общие характеристики. Исследование показало, что в связи с некоторыми темами мы нашли представления, которые отметили больше 20 информантов из 69. Самый популярный ответ повторился в нашем материале 28 раз. Некоторые ответы ясно выделялись, и мы обнаружили интересные представления о финских символах, звездах, фирмах/ изобретениях, природе, музыке, внешности и характере финнов.

Мы также хотели узнать, с какими финскими символами информанты знакомы. Мы получили разные ответы, но только один из них был особенно популярным среди студентов – сауна/баня. Сауну отметили всего 19 студентов из 69. Как мы писали в главе 2.2.3, сауна является одним из самых главных символов Финляндии. Может быть, информанты знали сауну потому, что баня является важной частью русской культуры. Вторым популярным символом оказалась водка, которую отметили 3 студента. Кроме того, нередко называли и другие символы, в том числе, Санта Клаус, хоккей, лебедь, финская полька, Калевала, рыба и лес. Итак, можем сказать, что информанты довольно хорошо знакомы с финскими символами.

Нас также интересовало, какие финские звезды известны студентам. На основе результатов мы пришли к выводу, что информанты знают много финских звезд, работающих в разных сферах. Они назвали музыкантов, писателей, президентов, героев войн и спортсменов, среди которых много хоккеистов. Самая популярная финская звезда, с которым наши информанты знакомы – актер Вилле Хаапасало

(18). На наш взгляд, результат очевидный, так как Хаапасало больше 20 лет играет роли на русском телевидении и в кино. По популярности на втором месте стояла рок-группа «Лорди», выигравшая Евровидение 2006 (16), и на третьем группа Nightwish (15).

Исследование показало, что студенты не знакомы со многими финскими фирмами и изобретениями. Несмотря на это, мы получили самый популярный ответ именно на этот вопрос. Всего 28 студентов отметили финскую фирму «Нокиа». Вероятно, она является известной потому, что мобильные телефоны данной компании пользовались популярностью. Второе место заняла финская фирма «Валио» (6). Нас удивляет относительная неизвестность компании Валио, так как ее молочные продукты продаются также в России и в Ярославле. Может быть, Валио было бы более известное сегодня, так как из-за кризиса на Украине ее экспорт в Россию ограничили санкциями, и эта тема активно обсуждается в СМИ.

Финскую природу информанты описывали разными словами, и многие ответы повторялись в материале. Самое популярное качество финской природы, по мнению наших информантов то, что она красивая (16). Красота в глазах смотрящего, но мы можем сказать, что у информантов положительное представление о финской природе. Также были упомянуты признаки, являющиеся значимой частью природы Финляндий: много лесов (15) и много озер (13). Как мы обсуждали в главе 2.2.3, лес и озеро стали важными символами Финляндии потому, что они являются важными частями финской природы. Таким образом, можем сделать вывод, что информанты знали настоящие качества финской природы. Кроме того, в представлениях о природе подчеркивается холодный климат и все то, что связано с ним, например суровый север и снежная зима. Итак, исследование показало, что информанты знают многие качества финской природы и относятся к ней положительно, так как они считают ее красивой.

Финскую музыку информанты описывали всего 27 разным прилагательным. Самый популярный ответ был быстрый (7), но так как у нас всего 69 информантов, результат не показательный. В ответах все-таки больше всего встречались прилагательные, которые означают быстроту, например, бодрая, ритмичная и жанр рок.

Анализируя ответы на вопрос о внешности и характере финнов, мы обнаружили, что у студентов есть разнообразные представления, среди которых можно найти стереотипные качества. Мы также сравнили ответы на эти вопросы с результатами исследования И.А. Стернина, и нашли некоторые общие представления. По мнению наших информантов, у финнов светлые волосы (27), они высокие (20) и у них голубые глаза (16). В исследовании Стернина самая популярная характеристика внешнего вида был высокий рост, и на втором месте были светлые волосы. Светлые/голубые глаза были упомянуты также в исследовании Стернина, но они заняли четвертое место. Кроме того, информанты обоих исследований считали, что у финнов есть борода. Итак, можем сказать, что результаты нашего исследования похожи на результаты исследования Стернина. Что касается стереотипов о финнах, светлые волосы и синие глаза являются стереотипными характеристиками финнов, а высокий рост - нет.

По-нашему мнению, интересно, что информанты описывали характер финнов в основном положительными прилагательными. По мнению наших информантов, финны добрые (14), веселые (12) и спокойные (12). Таким образом, можем сказать, что информанты воспринимают финнов в основном положительно. На наш взгляд, интересно, что качества финской культуры, обсуждаемые нами в главах 2.2.1 и 2.2.2, не были популярными среди информантов. Такими качествами были молчаливость, скромность, честность и серьезность. Три информанта считали, что финны на самом деле общительные, но одновременно 3 информанта считали их сдержанными. Как мы обсуждали в главе 3.2, негативные стереотипы могут вредно влиять на межкультурную коммуникацию. Позитивные стереотипы могут поддерживать и уменьшить стресс в новой коммуникативной ситуации, так как человек может использовать известные категории. Анализируя результаты, мы пришли к выводу, что представления студентов в основном позитивные, итак, они не мешали бы межкультурной коммуникации. Наоборот, они могли быть полезными. Мы также обнаружили разницу между результатами нашего исследования и исследования Стернина. В исследовании Стернина информанты воспринимали финнов более отрицательно, чем наши информанты. Самыми популярными чертами характера были спокойный/ медлительный, молчаливый и сдержанный. Следует обратить внимание на то, что в нашем исследовании «спокойный» может включать в себя и молчаливость.

Исследование показало, что наши информанты получают информацию о Финляндии больше всего из интернета, телевидения/радио и от друзей или семьи. Как мы обсуждали в главе 3.2.1, данные источники играют ключевые роли в формировании стереотипов. Всего 7 из 69 студентов ответили, что они получали информацию в результате путешествия в Финляндии. Таким образом, мы получили подтверждение о том, что представления основываются в основном на вторичных источниках. Исследование также показало, что информанты встречают новости о Финляндии, так как 18 (26,1%) из информантов рассказывали нам их. Новости в основном связаны с актуальными событиями и культурными делами. Темы большинства новостей было Олимпиаде, так как она состоялась в феврале 2014 в Сочи, значит, за 3 месяца до проведения нашего исследования. В новостях также представили «Евровидение» и рассказы друзей. Интересно, что студенты не помнили негативные новости, например, скандал русско-финской семьи и финского доцента, Йохана Бекмана в 2012. Данный инцидент активно обсуждали также в российских СМИ.

6 ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данной дипломной работе мы исследовали, какие представления у русских студентов есть о финнах и Финляндии. Нашей целью было также выяснить, насколько интересной русские студенты считают Финляндию и откуда они получают информацию о финнах и Финляндии. Тема нашей работы актуальная потому, что Финляндия имеет долгую общую историю с Россией, и в сфере туризма и торговли коммуникация между странами становится все важнее. Кроме того, количество русских, живущих в Финляндии, увеличивается постоянно. Так как представления о собеседнике влияют на коммуникацию, нам было интересно узнать, как русские воспринимают финнов.

Подход данного исследования качественный, так как нашей целью было глубоко рассматривать представления о финнах и Финляндии. Кроме того, мы использовали также количественные элементы потому, что информантов у нас всего 69, и с помощью статистических данных мы могли представить результаты ясно и эффективно. Методом сбора информации у нас был письменный опрос, и в анализе результатов мы использовали контент-анализ.

В данном исследовании мы сталкивались с некоторыми проблемами. Ограничения были связаны в основном с опросом. Несмотря на то, что мы тестировали нашу анкету заранее на маленькой группе людей, у которых русский язык родной, у нас появились с ней проблемы. Одну проблему мы встретили в

ответах на вопрос об источниках информации о финнах и Финляндии. В данном вопросе мы попросили информантов пронумеровать источники по порядку важности. В результате только 28 из 69 информантов пронумеровали источники, а остальные только выбрали 3 главных источника, не определяя их порядок. Естественно, это оказало отрицательное влияние на обобщаемость результатов данного вопроса. Может быть, наши информанты не поняли их задачу полностью, или не прочитали вопрос внимательно до конца. Кроме того, данный вопрос был предпоследним, значит, информанты могли быть уже усталыми. Вторая проблема касалась содержания ответов, так как в некоторых вопросах общих представлений мы нашли мало. Например, ответы на вопрос о финской музыке содержали всего 27 разных прилагательных. Таким образом, касательно этого вопроса мы не могли найти общие представления. Может быть, на такой вопрос можно было бы получить более ясные ответы, если бы мы дали информантам готовые варианты, из которых они могли бы выбрать более подходящий. Планируя нашу анкету, мы хотели добавить несколько вопросов и тем, но все-таки решили, что количество достаточно большое. Длинная анкета может привести к тому, что у информантов не хватает мотивации ответить на все вопросы. Другое ограничение нашего исследования в том, что все наши информанты с одного факультета. Выбирая студентов с разных факультетов, мы могли бы сравнивать результаты между факультетами.

Наше исследование показало, что хотя большинство (87%) информантов никогда не были в Финляндии, у них есть много разных представлений о стране и ее народе. Это свидетельствует о том, что их представления в основном основываются на вторичных источниках. Мы получили подтверждение этому, так как три главных источника информации о финнах и Финляндии являются вторичными источниками. Согласно результатам, интернет является самым главным источником информации о финнах и Финляндии, второй популярный источник телевизор/радио и третий друзья и семья. СМИ и семья/друзья также играют важные роли в формировании стереотипов, и стереотипы влияют на успешность межкультурной коммуникации. Негативные стереотипы могут создать проблемы для межкультурной коммуникации, тогда как позитивные могут помочь ориентироваться в данной коммуникативной ситуации. Данное исследование показало, что представления о финнах были в основном положительными, так как самые популярные черты характера были добрый,

веселый и спокойный. Таким образом, мы можем предполагать, что представления о финнах не влияли бы негативно на коммуникацию с финнами. Кроме того, на наш взгляд, интересно, что представления о финском характере не совпадали с типичными чертами характера финнов. Данное исследование также показало, что наши информанты относятся к Финляндии с интересом, так как 92% хотели бы съездить туда и 94% отметили, что Финляндия интересует их.

Результаты данного исследования показали, что у информантов есть разные представления о финнах и Финляндии, но так как у нас всего 69 информантов, количество не достаточно большое, чтобы обобщать результаты. По каждой теме мы получили один или несколько популярных ответов, а самый популярный ответ повторялся в материале 28 раз. Несмотря на это, мы все-таки получили интересную информацию о том, как русские студенты воспринимают финнов и Финляндию. Мы обнаружили, что информантов интересует больше всего финская культура. Самый известный символ страны - сауна/баня, самая популярная звезда - Вилле Хаапасало, и самая популярная фирма - «Нокиа». По мнению информантов, финская музыка быстрая, финская природа красивая и там много озер и лесов. Типичный финн блондин, высокого роста с голубыми глазами, и по характеру он добрый, веселый и спокойный. Светлые волосы и голубые глаза являются стереотипами о нордических народах, но черты характера не прямо совпадали со стереотипами и качествами финской культуры. Новости о Финляндии, упомянутые нашими информантами, посвящены актуальным и культурным темам. Студенты вспомнили новости об Олимпиаде в Сочи в 2014 и группу «Лорди», которая выиграла «Евровидению» в 2006 г. По сравнению с исследованием Стернина, мы нашли одинаковые представления, но кроме того, обнаружили, что наши информанты воспринимают характер финнов более положительно.

На наш взгляд, было бы интересно провести данное исследование снова потому, что после проведения исследования в мире многое произошло, и межгрупповые отношения между Финляндией и Россией также менялись. Кризис на Украине и санкции в торговле могли влиять на то, как студенты воспринимают финнов и Финляндию сегодня. В будущем было бы интересно расширить исследование и рассматривать представления подробнее, например, с помощью интервью. Интересно было бы также исследовать, как русские, живущие в Финляндии, воспринимают финнов.

СПИСОК ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Аверьянов, Л.Я. 2009. *Контент-анализ*. Москва: КНОРУС.

Добренков, В.И, Кравченко, А.И. 2006. *Методы социологического исследования*. Москва: ИНФРА-М.

Елизарова, Г.В. 2005. *Культура и обучение иностранным языкам*. 1-е издание. Санкт-Петербург: Каро.

Лебедева, Н.М. 1999. *Введение в этническую и кросс-культурную психологию*. Издательский дом: Ключ. 1-е издание.

Маслова, В.А. 2001. *Лингвокультурология*. Москва: Academia

Персикова, Т. Н. 2007. *Межкультурная коммуникация и корпоративная культура*. Москва: Голос. 2-е издание.

Радугина, А.А. 1996. *Культурология*, под ред. Радугина А.А. Москва: Издательство

Садохин, А.П. 2004. *Межкультурная коммуникация*. Москва: Альфа-М. 1-е издание.

«ЦЕНТР»

Стефаненко, Т.Г. 2004. *Этнопсихология*. Москва: Аспект Пресс. 3-е издание.

Стернин, И.А., Турунен, Н., Лысакова, И.П., Кашкин, В.Б., Лайхиала-Канкайнен, С. 2000. *Русское и финское коммуникативное поведение*. Воронеж: Воронежский государственный технический университет. Доступно в интернете: http://www.sterninia.ru/files/757/4_Izbrannye_nauchnye_publicacii/Kommunikativnoe_povedenie_narodov_mira/1_Russkoe_i_finskoe_kommunikativnoe_povedenie.pdf. Дата ссылки: 7.9.2015.

- Тер-Минасова, С.Г. 2004. *Язык и межкультурная коммуникация*. Москва: Издательство Московского университета.
- Alasuutari, P. 2011. *Laadullinen tutkimus 2.0*. Tampere: Vastapaino. 4 painos.
- Bar-Tal, D. 1997. Formation and change of ethnic and national stereotypes: An integrative model в книг. *International journal of intercultural relations*. London: Elsevier.
- Bird, T. 2006. *Faces of Finland*. Helsinki: Yrityskirjat OY.
- Brace, I. 2008. *Questionnaire Design: How to plan, structure and write survey material for effective market research*. Second Edition. London: Kogan Page.
- Bonsdorff, P. 2005. Eletty ja mielletty maisema. В кни. *Suomalaisten symbolit*. Под ред. Halonen, T., Aro, L.
- Chaker, A.N. 2011. *The Finnish Miracle*. Helsinki: Talentum.
- Dahlgren, M., Nurmelin, M. 2003. *Sauna, sisu & Sibelius*. Jyväskylä: Yrityskirjat Oy.
- Dutton, E. 2009. *The finnuits*. Budapest: Akademiai Kiado.
- Fink, A. 2003. *The survey handbook*. London: SAGE Publications.
- Fink, A. 1995. *How to design surveys*. London: SAGE Publications.
- Floyd, J., Fowler Jr. 2009. *Survey Research Methods*. London: SAGE Publications.
- Gannon, M., Pillai, R. 2010. *Understanding global cultures*. 4th edition. Los Angeles: SAGE Publications.
- Halonen, T., Aro, L. 2005. *Suomalaisten symbolit*. Jyväskylä: Atena.
- Pjuha, O., Tsamutali, A., Vihavainen, T. 2009. *Monikasvoinen Suomi*. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Hirsjärvi ,S., Remes, P., Sajavaara, P. 2009. *Tutki ja kirjoita*. Helsinki: Tammi.
- Kananen, J. 2008. Kvantti, kvantitatiivinen tutkimus alusta loppuun. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.
- Knuuttila, S. 2005. Kolme mentaliteetin säiettä. В кни. *Suomalaisten symbolit*. Под ред. Halonen, T., Aro, L. Jyväskylä: Atena, 22-23, 25.
- Krippendorff, K. 2004. *Content analysis, an introduction to Its Methodology*. London: SAGE Publications.
- Laaksonen, P. 2005. Miten Kalevalasta tuli kansalliseepos? В кни. *Suomalaisten symbolit*. Под ред. Halonen, T., Aro, L. Jyväskylä: Atena, 12.
- Lewis, R. 2005. *Finland, cultural lone wolf*. S.I: Intercultural Press.
- Lipponen, P. 2011. *Järki voittaa*. Helsinki: Otava.
- Liu, S., Volcic, Z., Gallois, C. 2011. *Introducing intercultural communication*. London: SAGE Publications.

- Lustig, M. Koester, J. 2010. *Intercultural competence: Interpersonal Communication Across Cultures*. 6th edition. Boston: Pearson.
- MacFadyen, L., Roche, J., Doff, S. 2004. *Communicating across Cultures in Cyberspace*. Munster: LIT.
- Martin, J., Nakayama, T. 2008. *Experiencing intercultural communication*. Third Edition. Boston: McGraw-Hill.
- Maude, B. 2011. *Managing Cross-Cultural Communication*. Basingstoke: Palgrave macmillan.
- Partonen, T. 2007. *Oonhan suomalainen*. Helsinki: Kirjapaja.
- Pickering, M. 2001. *Stereotyping: The Politics of Representation*. New York: Palgrave.
- Rantatupa, H., Rautiainen, M., Jokinen, J. 2006 *Atlas: Suomen historia*. Helsinki: Otava.
- Rogers, E., Steinfatt T. 1999. *Intercultural communication*. Illinois: Waveland Press, Inc.
- Samovar, L., Porter, R. 2004. *Communication between cultures*. 5 edition. Belmont, CA: Wadsworth/Thomson Learning.
- Sabour, M. 2001. *Suomalainen unelma*. 3-издание. Joensuu University press.
- Salminen, K., Poutanen, P. 1998. *Kulttuurikompassi*. Helsinki: Edita.
- Scheiner, D.J.2005. *The psychology of stereotyping*. New York: The guildford press.
- Triandis, 2012. Culture and conflict. В кни. *Intercultural Communication, A reader*. Под. ред. Samovar, L., Porter, McDaniel, E. Boston: Wadsworth Cengage Learning.
- Tuomi, J., Poutanen, P. 2011. *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Helsinki: Tammi.
- Tuomi J., Sarajärvi. A. *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Helsinki: Tammi.
- Vaughn, L. 2010. *Psychology and culture: thinking, feeling and behaving in a global context*. New York: Psychology press.
- Vehkalahti, K. 2014. *Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät*. Helsinki: Finn Lectura.
- Löytty, M 2006. *Kansalliset stereotypiat saavat kyytiä*. Доступно в интернете: http://www.tiede.fi/artikkeli/jutut/artikkelit/kansalliset_stereotypiat_saavat_kyytia. Дата ссылки 20.8.2015.
- Tilastokeskus 2015. Ulkomaiden kansalaiset 2014. http://tilastokeskus.fi/tup/suoluk/suoluk_vaesto.html#ulkomaidenkansalaiset. Дата ссылки 7.9.2015.

Приложение 1. Анкета для российских студентов

1. Пол

женщина

мужчина

2. Возраст

3. Вы были в Финляндии?

да, однажды

нет

да, много раз

4. Вы хотели бы съездить в Финляндию?

да

нет

не знаю

5. Интересует ли Вас вообще Финляндия?

Да

Нет

Почему?

Почему нет?

6. По Вашему мнению, что такое культура?

7. Финляндия и финская культура

А. Какие символы финской культуры вам известны?(1-3 слова)

Б. Вы знаете финских известных людей/ звезд? Кого?

В. Какие финские фирмы или изобретения Вам известны?

Г. Какая финская природа?

Д. Какая финская музыка?

8. Характеристика финнов

Какое представление вы имеете по следующим темам? Используйте прилагательные (1-3 слова)

А. Внешность финнов?

Б. Характер финнов?

9. Откуда Вы получаете информацию о Финляндии и финнах? Можете выбрать несколько вариантов. Отметьте номерами три самых главных источника, из которых вы получаете информацию. (1 - самый главный источник и тд.)

А. Сам(а) путешествовал(а)

Б. В интернете

В. по телевидению / по радио

Г. семья/друзья рассказывают

Д. у меня финские знакомые/друзья

Е. вообще не получаю

Ё. из другого источника: _____

**10. Вы помните какие-то новости о Финляндии/финнах?
Если да, какие?**

да

нет