

Das Finnlandbild in der deutschen Presse  
- Eine Analyse der Finnland - Artikel in *Der Spiegel* der Jahre 1996-2005

Pro-Gradu Arbeit  
Deutsche Sprache und Kultur  
Institut für moderne und klassische Sprachen  
Universität Jyväskylä  
Mai 2008

Minna Hassinen  
Essi Linnarinne

## JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

<b>Tiedekunta – Faculty</b> Humanistinen	<b>Laitos – Department</b> Kielten laitos
<b>Tekijä – Author</b> Minna Hassinen ja Essi Linnarinne	
<b>Työn nimi – Title</b> Das Finnlandbild in der deutschen Presse - Eine Analyse der Artikel über Finnland in Der Spiegel der Jahre 1996-2005	
<b>Oppiaine – Subject</b> Saksan kieli ja kulttuuri	<b>Työn laji – Level</b> Pro Gradu
<b>Aika – Month and year</b> Toukokuu 2008	<b>Sivumäärä – Number of pages</b> 69 s. + liite
<b>Tiivistelmä – Abstract</b> <p>Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, millaisen kuvan Der Spiegel-lehden artikkelit Suomesta ja suomalaisista antavat. Tutkimukseen otettiin kaikki Suomea koskevat artikkelit vuosilta 1996-2005. Aihetta lähestyttiin teoreettisesti perehtymällä tekijöihin, jotka vaikuttavat ihmisten käsitysten muodostumiseen. Siihen vaikuttavat asiat ovat kulttuuri, kulttuuriin pohjautuva maailman- ja kulttuurikuva, ihmisten mielessä syntyvät monenlaiset yleistävät ennakkokäsitykset sekä media. Kulttuurilla on suuri vaikutus ihmisten käsitysten muodostumiseen, kulttuurihan merkitsee sitä, että ihmisryhmä jakaa samat käsitykset, arvot ja normit. Kulttuuri antaa pohjan ihmisten maailmankuvalle. Ihmisten käsitykseen tietystä kansasta vaikuttavat heidän mielessään syntyvät monenlaiset yleistävät ennakkokäsitykset kuten stereotyypit, kliseet ja ennakkoluulot. Kulttuurin tavoin myös ne ovat opittuja, ja ne ovat tietyn ryhmän yhteisiä käsityksiä. Ne ohjaavat ihmisten odotuksia ja havaintoja. Kulttuurin kautta omaksuttujen käsitysten lisäksi medioilla on suuri merkitys ihmisten muodostamaan kuvaan maailmasta ja eri kansoista, sillä heidän tietonsa maailmasta rakentuu suurelta osin niiden välittämään tietoon. Siksi tutkimuksessa perehdyttiin kulttuurin, maailman- ja kulttuurikuvan omaksumiseen sekä median vaikutukseen ihmisten käsitysten muodostumisessa. Tutkimusmetodina käytettiin sisällönanalyysiä.</p>	
<b>Asiasanat – Keywords</b> suomikuva, maailmankuva, kulttuurikuva, stereotyypit, mielikuvat, kliseet, ennakkoluulot	
<b>Säilytyspaikka – Depository</b> Aallon kirjasto	
<b>Muita tietoja – Additional information</b>	

# INHALTSVERZEICHNIS

<b>1 EINLEITUNG .....</b>	<b>1</b>
<b>2 DAS AUFNEHMEN DER KULTUR UND DES WELT- UND KULTURBILDS .....</b>	<b>2</b>
<b>3 MITWIRKENDE FAKTOREN BEI DER ENTSTEHUNG EINES NATIONBILDS .....</b>	<b>4</b>
3.1 EINDRÜCKE .....	4
3.2 VORURTEILE.....	6
3.3 KLISCHEES .....	8
3.4 STEREOTYPEN .....	8
3.4.1 Die Entstehung der Stereotypen .....	11
3.4.2 Die Klassifikation der Stereotypen .....	13
3.4.3 Ethnische Stereotypen.....	14
3.4.4 Funktionen der Stereotypen.....	16
3.4.5 Nachteile der Stereotypen.....	17
3.4.6 Stereotype und verwandte Begriffe .....	18
<b>4 DER UMGANG MIT STEREOTYPEN, EINDRÜCKEN UND VORURTEILEN .....</b>	<b>19</b>
<b>5 DIE NATIONALEN BILDER .....</b>	<b>20</b>
<b>6 DIE WIRKUNG DER MEDIEN.....</b>	<b>21</b>
6.1 DER EINFLUSS DER MEDIEN .....	22
6.2 DIE MACHT DER PRESSE .....	28
<b>7 DIE PRESSE IN DEUTSCHLAND.....</b>	<b>29</b>
7.1 DIE GESCHICHTE DER PRESSE .....	29
7.2 DER GEGENWÄRTIGE PRESSESTAND .....	30
7.3 DAS MAGAZIN <i>DER SPIEGEL</i> .....	32
<b>8 MATERIAL UND VORGEHENSWEISE.....</b>	<b>33</b>
<b>9 ZUR METHODE DER ARBEIT.....</b>	<b>34</b>
<b>10 DIE ANALYSE DER ARTIKEL.....</b>	<b>35</b>
10.1 DAS FINNLANDBILD IN VERSCHIEDENEN THEMEN.....	36
10.1.1 Politisches Leben.....	38
10.1.2 Die Umwelt.....	46
10.1.3 Die Technologie.....	50
10.1.4 Die Wesensart.....	54
10.1.5 Die Wirtschaft.....	57
10.1.6 Das Aussehen.....	59
10.1.7 Das Bildungswesen.....	59
10.1.8 Die Frauen.....	60
10.1.9 Die Geschichte.....	61

<i>10.1.10 Der Tourismus</i> .....	62
<b>11 SCHLUSSBETRACHTUNG</b> .....	<b>63</b>
<b>LITERATURVERZEICHNIS</b> .....	<b>67</b>
<b>ANHANG 1: DER STIL DER ARTIKEL</b> .....	<b>70</b>

## 1 Einleitung

In der vorliegenden Arbeit wird das Finnlandbild in dem deutschen Nachrichtenmagazin *Der Spiegel* untersucht. Wir möchten untersuchen, was für ein Bild *Der Spiegel* seinen Lesern in seinen Artikeln vermittelt. Das Thema ist wichtig, weil die Bedeutung der Medien im Meinungsbildungsprozess ausschlaggebend ist. Der Einfluss der Medien ist so groß, weil die Menschen ihre Information und Meinungen zum großen Teil von den Medien vermittelt bekommen. Die Menschen können nicht über alle Erscheinungen eigene Erfahrungen haben. Ihre Erfahrungen und Eindrücke basieren darauf, was sie über die Medien rezipieren. Die Medien legen großen Wert auf bestimmte Themen und Inhalte und verurteilen andere Bereiche des Lebens und der Gesellschaft. Der Einfluss der Medien auf Meinungsbildung ist unbestritten. Die Analyse journalistischer Texte versucht, deren Wirkung auf dem deutschen Leser deutlich zu machen, d. h. die Vorstellungen, die sie wecken oder erzeugen zu rekonstruieren.

**Im zweiten Kapitel** werden wir die Sozialisation der Kultur und des vermittelten Bilds über die Welt und die Kultur behandeln. Dies ist deswegen wichtig, weil die Kulturalisation das Kultur- und Weltbild der Menschen formt sowie ein Bild davon vermittelt, was moralisch ist und was nicht. Dadurch gibt die eigene Kultur dem Menschen die Basis, worauf er seine Ansichten auch über andere Länder und Kulturen formt. Deswegen ist die Kulturaneignung der Ausgangspunkt auch in dieser Arbeit.

**Im dritten Kapitel** werden wir die Faktoren beschreiben, die eine wichtige Rolle dabei spielen, wenn ein Bild über eine Nation oder ein Land geformt wird. Solche Faktoren sind die *Eindrücke*, die *Vorurteile*, die *Klischees* und die *Stereotypen*. Diese Begriffe liegen sehr nahe beieinander, sie stellen alle Verallgemeinerungen dar, z. B. über eine Volksgruppe. Sie folgen aus einer oberflächlichen Kenntnis der anderen Kultur. Die Stereotype und Vorurteile sind gelernt. Wir behandeln Eindrücke, Vorurteile und Stereotype, weil sie in den Medien erscheinen, sicherlich auch in den untersuchten Artikeln dieser Arbeit.

**Im Kapitel vier** sprechen wir über den Umgang mit den Stereotypen, Vorurteilen und Eindrücken und behandeln ihre Wurzeln: *die Bildung*, *die Massenmedien* und *die*

*Werbungen*. Danach werden die nationalen Bilder im Allgemeinen und das typische Finnlandbild im Besonderen behandelt. Zum Schluss wird der Einfluss der Medien und der Presse erklärt und die Kennzeichen der deutschen Presse erläutert.

**In dem empirischen Teil** unserer Arbeit werden wir das Finnlandbild in den Artikeln der Zeitschrift *Der Spiegel* von den Jahren 1996 bis 2005 untersuchen und analysieren. Von dieser Zeit gibt es 34 Artikel über Finnland. Wir haben *Der Spiegel* als Quelle gewählt, weil sie die bedeutendste Zeitschrift in Deutschland und die auflagenstärkste in ganz Europa ist. Die Zusammenfassungen der Artikel und ihren stereotypen Elementen befinden sich in der zeitlichen Reihenfolge im Anhang. Wir kategorisieren die Artikel in Themen, damit ein Gesamteindruck von der Menge der Artikel entsteht. So ist leichter zu sehen, welche Themen über Finnland behandelt worden sind. Das Finnlandbild, das die Artikel vermitteln, wird themenspezifisch vorgestellt. Wir analysieren die Artikel mit den Methoden der Inhaltsanalyse. Wir nehmen als Hypothese an, dass wir die Themenbereiche Technologie, Sauna, Lappland, Klima und finnische Mentalität finden werden. Wir vermuten, dass auch die bekannten stereotypen Eindrücke wiederholt werden: in Finnland sei es kalt und dunkel und die Finnen seien zurückhaltend und schweigsam.

## 2 Das Aufnehmen der Kultur und des Welt- und Kulturbilds

Die Kultur wird als Verteilen von Meinungen, Werten und Normen definiert, die einen Einfluss auf die Verhaltensweise einer relativ großen Gruppe von Menschen haben. Die Kultur ist etwas Gelerntes und die Menschen werden nicht mit genetischer Prägung einer bestimmten Kultur geboren. Die Menschen lernen Kultur durch die Interaktion mit Eltern und anderen Familienmitgliedern, aber auch durch Freunde, sogar durch fremde Leute, die sich zu der Kultur zählen. Die Kultur wird von den anderen Menschen gelernt, vor allem durch den Prozess der Sozialisation. (Lustig 1996, 35.)

Die Kultur ist mithin eine Kombination von geteilten, d. h. gemeinsamen Ansichten. Diese bilden eine sehr wichtige Verbindung zwischen der Kommunikation und der Kultur. Die Kulturen existieren in der Gedankenwelt der Menschen und nicht extern oder als ein materieller Gegenstand. Der Inhalt der Symbole existiert in den

Gedächtnissen der individuellen Kommunizierer und wenn die symbolischen Ideen mit den anderen geteilt werden, formen sie die Basis für die Kultur. Die Kultur kann sich nur formen, wenn eine relativ große Gruppe von Menschen dieselben Anschauungen haben. Die verteilten Systeme der Symbole, die die Basis der Kultur formen, repräsentieren die Ideen über die Vorstellungen, Werte und Normen. Die Kultur umfasst folglich die Vorstellungen, die Werte und die Normen. Die Vorstellungen deuten ein Grundverständnis einer Gruppe von Menschen an, darüber, wie die Welt aussieht und was richtig und falsch ist. Die Werte deuten an, was die Gruppe der Menschen als gut und schlecht aussieht und was sie für wichtig hält. Die Normen deuten wiederum an, was die Regeln des erwarteten Benehmens sind. Das hängt davon ab, was für Erwartungen und Hoffnungen die Menschen sich gegenüber haben. Die Kultur hat auch einen Einfluss auf das Benehmen. Die verteilten Anschauungen über die Vorstellungen, die Werte und die Normen, beeinflussen das Benehmen einer sozialen oder ethnischen Gruppe der Menschen. Sie setzen den Menschen die Signale darüber, was verschiedene Erscheinungen bedeuten, was wichtig ist und was man machen sollte und was nicht. (Lustig 1996, 36.)

Wie die Kultur werden auch *Welt-* und *Kulturbild* über den Prozess der Sozialisation angenommen. Das Welt- und Kulturbild sind dynamische Erscheinungen und stehen sich nahe. (Kynkäänniemi 2000, 206.) Die Kultur gibt den Menschen die Basis ihres Weltbilds (Rusanen 1993, 32). Das Weltbild wird für das Bild oder das interne Muster gehalten, das der Mensch über die Wirklichkeit, in der er lebt, geformt hat. Zum Weltbild gehört auch die Vorstellung des Menschen über sich selbst als Teil dieser Wirklichkeit. Der Mensch formt sein eigenes Weltbild und es spiegelt nicht die Welt, sondern es ist nur seine eigene Interpretation über die Welt. Es wird andauernd überprüft. Das Weltbild wird in Anschauungen und Begriffen manifestiert. Außer der individuellen Bedeutungen existiert im Weltbild ein kultureller Kern, der allen Mitgliedern der Gruppe oder Gemeinschaft gemeinsam ist. (Kynkäänniemi 2000, 206, 207.)

Das Kulturbild hat gemeinsame Charakteristika mit dem Weltbild. Die Elemente des Kulturbilds sind die Kulturumgebung, die Muttersprache und die Kulturstandards bzw. die Verhaltensmuster, auf denen die kulturellen Werte und Normen eine Wirkung haben. Die fremde Kulturumgebung, die fremden Kulturstandards und die fremde Sprache sind die Rückseite des Kulturbilds. Es wird vermutet, dass sich das Kulturbild

verbreitet, wenn der Mensch Informationen über fremden Kulturen bekommt. Wenn das Wissen über das Fremde zunimmt, nimmt vermutlich auch das Bewusstsein über die Erscheinungen der eigenen Sprache und Kultur zu. Das Weltbild erweitert sich gleichzeitig. Die Erweiterung des Kulturbilds hat mit der Begegnung der eigenen und mit der fremden Kultur zu tun sowie mit der Erfassung und der Annahme von fremden Phänomenen. (Kynkäänniemi 2000, 207.)

### 3 Mitwirkende Faktoren bei der Entstehung eines Nationbilds

In diesem Kapitel werden wir Faktoren beschreiben, die eine wichtige Rolle dabei spielen, wenn ein Bild über eine Volksgruppe oder ein Land geformt wird. Solche Faktoren sind die *Eindrücke*, die *Vorurteile*, die *Klischees* und die *Stereotypen*. Die Bedeutung dieser Begriffe liegen sehr nah beieinander. Es wird erklärt, wie die Stereotypen entstehen. Verschiedene Arten von Stereotypen werden vorgestellt, wobei die ethnischen Stereotypen gründlicher behandelt werden, weil sie für unser Thema wesentlich sind.

#### 3.1 Eindrücke

In dieser Arbeit benutzen wir den deutschen Terminus *Eindruck* anstelle von *Image*. Die Bezeichnung *Image* kommt aus der lateinischen *Imago* und bedeutet Bild(nis), Abbild, oder Vorstellung. *Image* wird oft als *Bild* definiert; beide Termini werden häufig als Synonyme betrachtet. (Dabrowska 1999, 79.) Ein Eindruck (oder *Image*, *Bild*) bezieht sich nicht nur auf reale Situationen. Er bedeutet weit mehr. Eindrücke werden u. a. von der Werbung und allgemein durch Public Relations erzeugt. Sie kommen über die Werbepsychologie auch in die Kommunikationswissenschaft. Eindrücke sind Bilder, ursprünglich besonders von Produkten, die mit bestimmten assoziativen Eigenschaften und Merkmalen verknüpft werden. (Kleinsteuber 1991, 64.) Im Bereich der Werbepsychologie und der Marktforschung bedeutet ein gefühlsbetonter Eindruck die Vorstellung von einer Person oder einem Gegenstand. (Dabrowska 1999, 79.) Eindrücke vermitteln zudem vereinfachte Information. Wenn z. B. eine Frau einem



Mann begegnet, den sie nicht kennt oder über den sie nichts weiß, erinnert sie sich in ihrem Eindruck daran, wie Männer normalerweise sind bzw. seien oder wie sie sich verhalten. (Virtanen 1994, 33.) Ihren Eindruck hat sie sich geformt aufgrund ihrer eigenen Erfahrungen mit Männern, wie wohl auch aufgrund kultureller, gesellschaftlicher Erfahrungen und Normen. Wenn alle Männer, die sie kennt, nicht gerne Hausarbeiten machen, denkt die Frau vielleicht, dass die Probleme der Haushaltsführung auch für diesen Mann kein interessantes Gesprächsthema sei.

Für einen Eindruck ist kennzeichnend, dass er durch eine Werbekampagne aufgebaut und gepflegt werden kann, um daraus kommerziellen Nutzen zu ziehen. Der Eindruck ist sehr häufig eine äußerliche Erscheinung, von der ausgehend wiederum andere Vorstellungen erzeugt werden. Coca-Cola ist ein gutes Beispiel. Das Produkt ist nur eine Limonade, aber sie repräsentiert in der Werbung Jugendlichkeit, Freizeit und Glück und ist ein Symbol der Konsumgesellschaft, des American way of life. (Kleinsteuber 1991, 64.)

Wenn sich eine Nation sich einen Eindruck über eine andere Nation bildet, besteht dieser aus verschiedenen Traditionen, Erfahrungen, Erwartungen oder sogar Wunschvorstellungen. Dieser Eindruck ist ein oberflächliches Raster. Er ist eine Verallgemeinerung. Die Bürger fangen an, an dieses Muster zu glauben, obwohl die andere Nation diesem Eindruck nicht unbedingt entspricht. Wie das Fremdbild, ein Bild über eine andere Nation oder ethnische Gruppe, wird das Selbstbildnis geformt. Aus der Vergangenheit sucht man gewünschte und typische Eigenschaften, von denen manipulativ ein Bild erzeugt wird. Das Bild ist selektiv und verallgemeinert. Es hängt von der Situation ab, wie positiv oder negativ das Selbstbild in Bezug auf das Fremdbild ist. Entweder wird das Selbstbild verherrlicht und man kritisiert das Fremdbild. (Dabrowska 1999, 80.) so können z. B. die Finnen wegen des allgemeinen Eindrucks, dass sie viel Alkohol trinken würden, ihr Selbstbild negativ empfinden und die südlichen Kulturen idealisieren, indem sie z. B. denken, dass die Menschen der südlichen Kulturen zivilisierter mit Alkohol umgehen.

### 3.2 Vorurteile

Vorurteile bringen negative Gefühlseinschätzungen zum Vorschein, sie haben eine affektiv-emotionale Dimension. Aber nicht alle Einschätzungen über Fremde sind Vorurteile, es werden auch positive Urteile über etwas Fremdes gebildet. (Kleinsteuber 1991, 65.) Charakteristisch für das Vorurteil ist, dass es bestimmten Nationen spezifische Eigenschaften zuspricht, die nichts mit der Wirklichkeit zu tun haben. Die Vorurteile stammen aus einer oberflächlichen Kenntnis der anderen Kultur, die häufig auf falschen, manipulierten Informationen beruhen. Die Unwissenheit, die Ablehnung und die Engherzigkeit führen zu Vorurteilen. Deswegen sind Vorurteile immer falsch. (Kleinsteuber 1991, 65.)

Um die eigene Identität zu festigen und um Widersprüche in der eigenen Gruppe abzuschwächen, werden fremde Gruppen zu Sündenböcken, die gerade dadurch zusätzlich leiden, dass sie es nicht verhindern können, dass man sie verleumdet. Der Hauptgedanke dabei ist, dass die Wir-Gruppe und die Fremdgruppe streng auseinander gehalten werden. Vorurteile entstehen meist dadurch, dass Unbekanntes und Fremdes abgelehnt werden. (Kleinsteuber 1991, 65-66.)

Die Vorurteile variieren in der Funktion und Intensität. Die Vorurteile haben für die Betroffenen eine schädigende Wirkung. „Die Vorurteile deuten auf falsche, vorurteilsvolle, einseitige Sichtweise gegen die andere Gruppe der Menschen“. (Samovar 1998, 247.) Wenn die Vorurteile in einem zwischenmenschlichen Kontakt und in einem multikulturellen Rahmen angewendet werden, enthalten sie viel Feindseligkeit. Vorurteile beinhalten sowohl negative Gefühle und Überzeugungen als auch Diskriminierung. Wird ein Vorurteil in einem multikulturellen Kontakt appliziert, stellt es sein Objekt in ein schlechtes Licht, das nichts mit dem wirklichen Benehmen der Person zu tun hat, sondern eher eine falsche Vermutung der voreingenommene Person ist. (Samovar 1998, 247.)

Die Vorurteile sind gelernt. Die Vorurteile werden auf verschiedene Weise ausgedrückt, manchmal vorsichtig und manchmal offen. Wenn man weiß, wie Vorurteile entstehen und benutzt werden, hilft es, eigene Vorurteile zu identifizieren. Das erleichtert das Beobachten der anderen Menschen und die Kommunikation. (Samovar 1998, 247.)

Die Vorurteile teilen sich in fünf Formen auf. **Erstens** können sie als *antilocution* verstanden werden: es wird allgemein negativ über eine Zielgruppe gesprochen, z. B. wenn jemand erzählt: „Die Deutschen haben das einmal gemacht, also wir können nicht mehr auf ihre Ehrlichkeit vertrauen.“ (Samovar 1998, 247.) Ein anderes Beispiel ist: „ Bezahle den Mexikanern nicht so viel. Sie haben keine Ausbildung und sie arbeiten fast umsonst.“ (Samovar 1998, 247.) Die **zweite** Form des Vorurteils ist, dass die Menschen den Kontakt mit einer unbeliebten Gruppe vermeiden wollen. (Samovar 1998, 247.)

Die **dritte** Erscheinung der Vorurteile ist die *Diskrimination*. Oft verschmelzen in Fällen der Diskrimination *Ethnozentrismus*<sup>1</sup> (s. Kapitel 3.4.3 Ethnische Stereotype), Vorurteile und Stereotypisierung und demzufolge nähert sich die Diskrimination dem Fanatismus und das verhindert alle multikulturelle Kommunikation. Wenn die Diskrimination die Kommunikation ersetzt, sind viele Äußerungen von Hass geprägt. (Samovar 1998, 248.)

**Viertens** wenn die Vorurteile einen hohen Stellenwert bekommen, werden oft *physische Aggressionen* angewendet. Physische Anschläge erfolgen, wenn eine Minorität das Ziel von diskriminierender Aktivität ist, z. B. wenn Kirchen abgebrannt oder antisemitische Schriften und Slogans in jüdischen Friedhöfen auftauchen. (Samovar 1998, 248.)

Die **fünfte** Form der Vorurteile ist die drastischste. Es handelt sich um die *Destruktion*. Diese Expression von Vorurteilen kann zu Tätigkeiten mit physischer Gewalt gegen Außenstehende führen. In solchen Fällen, wie z. B. Hitlers Endlösung, wurde versucht, eine ganze ethnische Gruppe physisch zu eliminieren. Es ist sehr wichtig zu wissen, dass tiefe Vorurteile und Feindschaft nicht nur der Außengruppe schaden, sondern auch der voreingenommenen Person und ihren Kultur. (Samovar 1998, 248.) Die Vorurteile verweisen auf die Meinungen oder die mentale Vorstellungen der Menschen und die Diskrimination deutet wiederum auf das Verwirklichen der Vorurteile in der Praxis. Die Diskrimination bedeutet eher, dass die Vorurteile in die Praxis umgesetzt werden. (Lustig 1996, 310.)

---

<sup>1</sup> Der Ethnozentrismus bedeutet die Unfähigkeit, die Sache von der Perspektive des anderen zu sehen und die Unfähigkeit, darauf Rücksicht zu nehmen, dass zugrunde des Verhaltens des anderen verschiedene Werte liegen können. (Tiittula 1993, 24.)

Es wird angenommen, dass die Vorurteile einen universalen psychologischen Prozess darstellen. Alle Menschen haben die Anfälligkeit, Vorurteile gegenüber anderen Menschen zu bilden. Die Vorurteile schließen das Bedürfnis ein, die Welt zu organisieren und zu vereinfachen. Laut Richard Brislin befriedigen die Vorurteile die Anpassungsfunktion. Das bedeutet, dass die Menschen bestrebt sind, Belohnung zu bekommen und Bestrafungen zu vermeiden. (Lustig 1996, 309.)

### **3.3 Klischees**

Ein Klischee ist ein komplexes Vorstellungsbild, das sich auf eine vereinfachende und verallgemeinernde Weise auf Personen oder Sachverhalte bezieht, indem es sie aufgrund ihrer Eigenschaften oder Merkmale gruppiert. Klischees werden in dieselbe Gruppe von Begriffen wie die Sprichwörter und Slogans eingeordnet. Ein Klischee ist formelhaft und trivial, oftmals tautologisch und in einer bestimmten sprachlichen Form festgelegt. Z. B. „Ja, jedes Ding hat nun seine zwei Seiten.“ (Dabrowska 1999, 82-83.) Sprichwörter unterscheiden sich von Klischees dadurch, dass sie schon länger in Gebrauch sind. Slogans sind formelhafter. Sie kommen oft in Massenmedien vor, besonders in der Werbung. Z. B. „Alles Müller, oder was?“ (Dabrowska 1999, 82-83.) Klischees kommen oft beim spontanen Sprechen vor; sie sind nicht fest an eine soziale Gruppe gebunden. Wenn eine Formulierung häufig verwendet wird, wird sie allmählich zum Klischee. (Dabrowska 1999, 82-83.)

### **3.4 Stereotypen**

Das Wort Stereotyp stammt aus dem Griechischen. *Stereos* bedeutet starr, hart und fest, und *typos* Form, Gestalt und Modell (Dabrowska 1999, 53). Die Stereotypen sind Verallgemeinerungen und Vereinfachungen eines komplexen und vielschichtigen Sachverhalts (Kleinsteuber 1991, 60). In der Sozialpsychologie bedeutet der Stereotyp eine extrem verallgemeinernde Aussage über eine soziale Gruppe (Tiittula 1993, 19). Die ganze soziale Gruppe wird mit einer Eigenschaft assoziiert (Tiittula 1993, 19). Es wird dabei unterstellt, dass alle Mitglieder einer Gruppe dieselben Eigenschaften haben

und sich somit von anderen Gruppen unterscheiden würden. Personen werden in bestimmte Kategorien eingeteilt, z. B. in Finnen, Ausländer, Männer oder Beamte. Sie werden nicht als Individuen gesehen, sondern als ein Teil einer homogenen Gruppe. (Benkhoff 1998, 59.) Stereotypen sind z. B. die Vorstellungen, dass Italiener Charmeur, dass Finnen introvertiert und Spanier extrovertiert seien. Man glaubt, dass alle Mitglieder einer Gruppe dieselben Charakteristiken haben. Bei solchen Verallgemeinerungen und Vereinfachungen wird die Individualität der Menschen nicht berücksichtigt. (Scollon & Wong Scollon 1995, 155.) Es wird vermutet, dass die Mitglieder derselben Gruppe solche Merkmale hätten, die nichts mit ihrer Mitgliedschaft zu tun haben (Lerikkanen 1993, 18).

Der Stereotyp gibt auch eine Wertung der sozialen Gruppe. (Tiittula 1993, 19.) Emotionen sind mit den Stereotypen verbunden. Mit den Stereotypen verknüpft sich eine emotionale Wertung, die schon vollzogen ist, bevor das Objekt des Stereotyps überhaupt kennen gelernt wird. (Kynkäänniemi 2000, 208.) Die Vorstellungen einer sozialen Gruppe beinhaltet auch immer sowohl Emotionen der Gruppe und ihren Mitgliedern gegenüber als auch ihr angebliches Verhaltensmuster im Verhältnis zu einer anderen Gruppe (Lerikkanen 1993, 20). Stereotypen beinhalten emotionale Reaktionen, die schon bei Erwähnung des Namens der sozialen Gruppe assoziiert werden können (Lerikkanen 1993, 19). Die Stereotypen sind kollektiv, das heißt, dass sie gemeinsame Vorstellungen von einer bestimmten Gruppe oder Gemeinschaft darstellen. Sie sind ziemlich unabhängig von den persönlichen Erfahrungen eines Individuums. Stereotypen sind inhaltliche Erscheinungen, die sprachliche Form spielt nicht so große Rolle. Sie leiten die Erwartungen und Beobachtungen der Menschen. Sie entsprechen gar nicht oder nur teilweise der Wirklichkeit. (Tiittula 1993, 19.) Die Stereotypen sind schwer beeinflussbar und veränderbar. (Kleinsteuber 1991, 63). Wenn ein Merkmal einmal entstanden und frequent geworden ist, kann eine ganze Nation dadurch für lange Zeit geprägt sein (Virtanen 1994, 37).

Der amerikanische Journalist Walter Lippmann, der Vater des modernen Stereotypenbegriffs, hat den Begriff Stereotyp 1922 in seinem Werk *Public Opinion* in Gebrauch genommen. In diesem Werk unterscheidet Lippmann zwischen der Außenwelt (world outside) und den Bildern in unserem Kopf (pictures in our heads). Die Bilder in unserem Kopf existieren nicht aufgrund unserer persönlichen Erfahrungen, sondern sie werden im Sozialisationsprozess als fertige Bilder erworben.

Laut Lippmann verschaffen die Stereotypen dem Menschen Denkmuster, mit denen er vieles interpretiert:

„Meistens schauen wir nicht zuerst und definieren dann, wir definieren erst und schauen dann. In dem großen blühenden, summenden Durcheinander der äußeren Welt wählen wir aus, was unser Kultur bereits für uns definiert hat, und wir neigen dazu, nur das wahrzunehmen, was wir in der Gestalt ausgewählt haben, die unsere Kultur für uns stereotypisiert hat. (In: Dabrowska 1999, 54, 55.)

Die Menschen haben die Neigung, die Informationen auszuwählen, die zu den Stereotypen passen. Der Stereotyp wird dadurch verstärkt und neue, andere Information abgelehnt. (Lerkkanen 1993, 22.) Die Stereotypen sind kulturell gelernt. Wir werden nicht damit geboren. Die Stereotypen wie auch die Kultur selbst werden auf verschiedene Weise gelernt. Zunächst lernen die Menschen die Stereotypen von ihren Eltern, Verwandten und Freunden. (Samovar 1998, 246, 247.)

Es werden bei Stereotypen vier Aspekte betont. Erstens setzen die Stereotypen Glaubensvorstellungen voraus und sind vom Charakter kognitiv. Zweitens haben sich diese Glaubensvorstellungen zu einem kognitiven System gegliedert. Drittens betreffen sie die persönlichen Besonderheiten der Mitglieder einer Gruppe. Viertens werden die Stereotypen von anderen Menschengruppen aufrechterhalten. Wenn die Stereotypen auf diese Art definiert sind, werden sie als eine Gruppe von Glaubensvorstellungen über die typischen Eigenschaften einer sozialen Gruppe verstanden. Die Eigenschaften sind häufig als Adjektive der Persönlichkeitsbesonderheiten ausgeformt. Die Elemente der Stereotypen können beim Identifizieren und in den Eigenschaften miteinbegriffen sein. Wenn man Gruppenwertungen von den Eigenschaften einer Nation macht, dann wird von den nationalen Stereotypen gesprochen. Diese Schätzungen sind gewöhnlich ethnozentrisch (weitere Information im Kapitel 3.4.3 Ethnische Stereotypen) weil im Hintergrund immer die Normen der eigenen Kultur zu sehen sind. (Lerkkanen 1993, 19.)

Beim Untersuchen die Stereotypen, man sollte sich nicht auf das Behandeln der Gruppen beschreibende Adjektive zu beschränken. Die nationalen Stereotypen bilden einen relativ kleinen Teil der Eigenschaften, von denen die Anschauung des Individuums und der kulturelle Stereotyp einer Gruppe entstehen. Die Stereotypen werden nicht nachteilig bewertet, wenn sie auf dem verbalen Niveau die Merkmale der

Menschengruppe verallgemeinern und vereinfachen und die Erörterung der Information und machen das Einteilen leichter. (Lerkkanen 1993, 20.)

### **3.4.1 Die Entstehung der Stereotypen**

Die Stereotypen beeinflussen u. a. das friedliche Zusammenleben von Bevölkerungsgruppen und Nationen und deswegen ist es sehr wichtig, die Entstehung von Stereotypen zu verstehen. (Popovic 1998, 210.) Die Stereotypen existieren hartnäckig in einer Gemeinschaft, weil, wie schon erwähnt wurde, sie die Neigung haben, sich selbstverstärkende Information auszuwählen, wodurch die alte Information verstärkt und die neue Information abgelehnt wird. Dadurch wirken die Stereotypen wahrheitsgemäß, in Wirklichkeit stellen sie eine selbstverwirklichende Voraussage dar. Sie haben sowohl auf die Mitglieder der Stereotypen aufrechterhaltenden Gruppe Einfluss als auch auf die Mitglieder der Zielgruppe. (Lerkkanen 1993, 22.) Stereotypen entwickeln sich beispielsweise bei Kontakten. Wenn man zum Beispiel eine Person aus Brasilien antrifft, die ziemlich wohlhabend ist, kann gefolgert werden, dass alle Leute in Brasilien reich seien. In diesem Fall folgt auch eine beschränkte und falsche Information. (Samovar 1998, 246.)

In der kognitiven Psychologie ist festgestellt worden, dass eine der aller gewöhnlichsten menschlichen Kategorisierungsweisen ist, die Menschen in zwei Gruppen einzuteilen: in die Menschen, die ähnlich sind wie wir, und in die Menschen, die verschieden sind. (Tiittula 1993, 20.) Es wird eine Außengruppe identifiziert, deren Charakteristika sich von der eigenen, der Innengruppe, unterscheiden. Wenn man die Gruppen deutlich abgrenzt, wird es für die Betroffenen schwerer, die Gruppe zu wechseln. Die Außengruppe wird kritisiert und sie wird für eine falsche, untergeordnete oder minderwertige gehalten. Das ist die Folge der gegebenen Charakteristika. Die Charakteristika werden allen Menschen zugeordnet, die der Gruppe angehören. Einzelne Person der Gruppe wird nicht als einzigartiges Individuum behandelt, sondern als typisches Mitglied der Kategorie. (Lustig 1996, 305.)

Nach der vorherrschenden Anschauung werden die Stereotypen mit Hilfe von Assoziationen gebildet. (Kynkäänniemi 2000, 209.) Die *wir-sie* – Teilung ermöglicht,

dass die Stereotypen ihr Objekt von der eigenen Gruppe sowohl differenzieren als auch damit vereinigen können. Dies geschieht mit Hilfe von Assoziationen bei der Entstehung der Stereotypen, wobei drei verschiedene Arten von Assoziationen zu sehen sind. (Kynkäänniemi 2000, 299-300.)

Typisch für die erste Art ist, dass das Objekt Eigenschaften des wir-Bilds hat, aber entscheidend ist ein einzelnes, distinktives Charakteristikum, das zu einer stereotypen Assoziation wird, womit das Objekt von der eigenen Gruppe differenziert wird. Zum Beispiel:

„Generell erkennt man, wenn eine Person russisch ist. Ich weiß nicht warum, man sieht es nur, zum Beispiel kleiden sie sich irgendwie ein bisschen anders.“ (Kynkäänniemi 2000, 299-300.)

Die zweite Art der Entstehung der Stereotypen ist, dass das Objekt viele Eigenschaften hat, die sich von dem wir-Bild unterscheiden, aber es wird versucht, einen verbindenden Charakterzug zu finden:

„In Russland gibt es viel Kriminalität, aber es ist nicht so schlimm da, also ziemlich ähnlich wie hier, aber nicht ganz.“ (Kynkäänniemi 2000, 299-300.)

In der dritten Art fehlen dem Objekt sowohl die Eigenschaften, die es von der wir-Gruppe trennt als auch die Eigenschaften, die es mit der wir-Gruppe verbindet. Wegen des Fehlens der Eigenschaften wird das Objekt als fremd interpretiert. Irgendeine Assoziation kann in diesem Fall den Stereotyp bilden, damit das Objekt als fremd charakterisiert werden kann:

„Alles nicht-Westliche ist typisch russisch.“ (Kynkäänniemi 2000, 299-300.)

Für die Assoziationen, mit deren Hilfe Stereotypen gebildet werden, ist eine relativ lockere Verbindung zum Objekt des Stereotyps kennzeichnend. Die Assoziation ist ein einfaches Element des Wissens, das noch nicht ein Teil des Informationssystems des Individuums geworden ist, weil es dafür eine große Menge andere Assoziationen brauchen würde. Es ist auch möglich, dass die Assoziation ein Teil des Informationssystems war, aber aufgegeben wurde, weil sie ihre Verbindung zu den anderen Assoziationen, die früher da waren, verloren hat. Die Menschen versuchen, mit Hilfe der Stereotypen den Objekten eine Bedeutung zu geben, und einen Platz für die



Objekte in ihrem Informationssystem. Wenn mit einem neuen Objekt Assoziationen von einem schon anwesenden Objekt verknüpft werden, folgt oft, dass die Charakteristika, die zum neuen Objekt verknüpft werden, nicht der Realität entsprechen. (Kynkäänniemi 2000, 299-300.)

Die Gründe für diese wir-sie - Kategorisierung können minimal sein. Die allgemeine Tendenz ist, dass man die fremde Gruppe negativ und die eigene Gruppe positiv sieht. Die Menschen tendieren dazu, die Ähnlichkeit ihrer eigenen Gruppe und andererseits die Verschiedenheit der fremden Gruppe größer zu sehen als sie in der Wirklichkeit ist. (Tiittula 1993, 20.)

Die Einstellung zu Außenstehenden kann von Hass, Misstrauen, Gleichgültigkeit und einem Überlegenheitsgefühl geprägt sein, während die in der eigenen Gesellschaft herrschenden Werte richtig und bestmögliche angesehen werden. Die Menschen sehen sich auch auf Grund ihres Aussehen oder der Kleidung als Gruppe und grenzen sich von anderen ab. Dies geschieht eher aus Neugier und Interesse und nicht aus Feindseligkeit. (Virtanen 1994, 36.) Die Vereinfachung und die extrem Verallgemeinerung durch Stereotypen bedeutet, dass Ähnlichkeiten zwischen den Mitgliedern einer bestimmten Gruppe bemerkt werden, auch wenn es keine gibt. Auf gleiche Weise werden Unterschiede im Verhältnis zu anderen Gruppen bemerkt, auch wenn es keine gibt. Oder zumindest werden die existierende Ähnlichkeiten und Unterschiede übertrieben. (Tiittula 1993, 20.) Das neue Wissen wird selektiv von den eigenen Ausgangspunkten her interpretiert. (Kynkäänniemi 2000, 208). Beim Bilden von Stereotypen geht es nicht nur um eine Vereinfachung der Unterschiede, sondern die Menschen können auch Unterschiede sehen, die in der Wirklichkeit gar nicht existieren. Ein Grund dafür ist die illusorische Korrelation (illusory correlation) bzw. die Tendenz, Eigenschaften miteinander zu verbinden, zu sehen, bestimmte Eigenschaften zusammenzufassen. (Tiittula 1993, 21.)

### **3.4.2 Die Klassifikation der Stereotypen**

Wegen der verschiedenen Herkunft und der verschiedenen Entstehungsweisen können wir von verschiedenen Arten von Stereotypen sprechen (Löschmann 1998, 18).

Stereotypen können z. B. Pseudo-Begriffe (z. B. Kümmeltürke) oder Tatsachenaussagen (z. B. Alle Deutschen sind pünktlich.) sein. (Löschmann 1998, 18.) In den wissenschaftlichen Stereotypuntersuchungen werden generell die *nationalen, ethnischen* und *geschlechtsbezogenen Gruppen* betreffenden Stereotypen unterschieden (Lerikkanen 1993, 18). Stereotypen können wertneutral, positiv oder negativ sein (Popovic 1998, 209). Sie können regional, ethnisch, rassistisch oder ideologisch sein. Stereotypen über Berufe, Generationen und Geschlechter sind auch üblich. (Löschmann 1998, 19.)

Vorstellungen, die sich Menschen über eine fremde Kultur bilden, sind *Hetero-Stereotypen*. *Auto-Stereotypen* dagegen sind Selbstbilder, d. h. Ansichten, wie die Menschen sich selbst sehen und wodurch sie meinen, sich von ihren Nachbarn zu unterscheiden. (Kleinstauber 1991, 63.) Diese die eigene Gruppe betreffende Vorstellungen, die Auto-Stereotypen, die aus der eigenen Perspektive des Sprechers sind, sind meist positiv. Demgegenüber sind die Hetero-Stereotypen bzw. die Vorstellungen über eine fremde Gruppe, meist negativ. Ob der Stereotyp negativ oder positiv ist, hängt also von der Perspektive des Sprechers ab. (Tiittula 1993, 23.) Ein Stereotyp kann auch ein Vorurteil enthalten. Wenn der Stereotyp stark gefühlsbetont ist, wird es als Vorurteil bezeichnet. Positive Stereotypen kommen sehr selten vor. (Dabrowska 1999, 78.) Ein Beispiel von den positiven Stereotypen ist die Vorstellung der Gastfreundlichkeit der Finnen (Tiittula 1993, 20). Schmeichelhaften Stereotypen werden im Gegensatz zu den negativen nicht für Vorurteile gehalten, während die negativen schnell als solche betrachtet werden (Dabrowska 1999, 78). Der Stereotyp kann auch einen idiomatischen Ausdruck betonen z. B. *hämäläiset ovat hitaita* (Die Menschen aus der Region Häme sind langsam). (Virtanen 1994, 39.) Es kann aber auch ein visueller Eindruck sein, womit man eine für typisch gehaltene Kleidung, Haare oder das Aussehen allgemein beschreibt. (Virtanen 1994, 39.)

### **3.4.3 Ethnische Stereotypen**

Ethnische Stereotypen sind gruppenspezifisch gebrauchte und präzise profilierte Formeln. Sie sind im Allgemeinen negativ, irrational und inflexibel. Ethnische Stereotypen müssen einheitlich und von anderen Gleichdenkenden bestätigt sein. Sie

können sich sowohl auf Fremd- als auch auf eigene Bezugsgruppen beziehen. Ethnische Stereotypen sind von einer emotionalen Basis geprägt. (Popovic 1998, 210.) In den Stereotypen spiegeln sich das Wissen und die soziale Erfahrung einer konkreten Gemeinschaft. Dieses Wissen wird nicht nur durch eigene Erfahrung gesammelt, sondern zum großen Teil durch gesellschaftliche Kommunikation. Demzufolge werden die Stereotypen von einer Gemeinschaft zu einer anderen vermittelt. Dies bedeutet auch, dass das Wissen jedes Mal nicht verifiziert werden muss, sondern es wird in einem bestimmten Kontext als solches angeeignet. Die Menschen haben nicht unbedingt eigene Erfahrungen über die Behauptungen der Stereotypen, und wenn sie sie haben, widerlegen die Erfahrungen häufig nicht die Stereotypen. Die eigene, im Gegensatz zum vorherrschenden Stereotyp stehende Erfahrung kann leicht als eine Ausnahme verstanden werden. Die Stereotypen sind demnach ziemlich unveränderlich. (Tiittula 1993, 24.)

Die eigene Gruppe betreffende Vorstellungen sind wie schon erwähnt, eher positiv, und die Vorstellungen über eine fremde Gruppe oft negativ. Die negativen Tätigkeiten der fremden Gruppe werden leichter bemerkt als die eigenen, und jede Handlung kann im Prinzip negativ interpretiert werden, auch die positiven. z. B. die Hilfsbereitschaft, die eine positive Handlung ist, kann negativ interpretiert werden indem sie als Aufdringlichkeit ausgelegt wird. (Tiittula 1993, 23.) Der Ethnozentrismus bzw. das Bevorzugen der eigenen Gruppe scheint eine der konstantesten kulturellen Eigenschaften des Menschen zu sein. Es ist üblich, dass jede Nation seine eigenen typischen kulturellen Eigenschaften bevorzugt und sie für die einzig richtigen hält. (Rusanen 1993, 31.) Die eigene Kultur ist zu einem Wert an sich geworden. Die Menschen tendieren, ihre eigene Kultur für besser, logischer und vernünftiger zu halten als die der anderen. (Rusanen 1993, 32.)

Der Ethnozentrismus bedeutet Unfähigkeit, die Sache von der Perspektive des anderen zu sehen und die Unfähigkeit, darauf Rücksicht zu nehmen, dass zugrunde des Verhaltens des anderen verschiedene Werte liegen können. (Tiittula 1993, 24.) Es wird vermutet, dass Ethnozentrismus ein großes Hindernis für die Kommunikation zwischen den Kulturen ist. Die Dynamik des Ethnozentrismus bedeutet, dass relative Wertschätzung zwischen der eigenen und den anderen Kulturen gemacht werden, wobei angenommen wird, dass die eigene Kultur die normale, natürliche ist. Infolgedessen beziehen ethnozentrische Beurteilungen häufig ungerechte Vergleiche mit ein.

(Samovar 1998, 250.) Extreme Ethnozentrismus führt zur Zurückweisung des Reichtums und des Wissens von anderen Kulturen. Er behindert die Kommunikation und behindert den Austausch von Ideen zwischen den verschiedenen Gruppen ab. Wenn die Menschen glauben, dass ihre Kultur die einzig richtige ist, werden sie zwangsläufig fremde Menschen diskriminieren. Das gilt für den Rassismus oder den Sexismus. Der Ethnozentrismus bietet den Ausgangspunkt für meist vorurteilvolle Überzeugungen. (Samovar 1998, 251.)

Die Stereotypen stützen andererseits unsere Selbstachtung. Sie bilden unser Wertebewusstsein, unsere eigene Stellung und unsere Anforderung an die Welt ab. Deswegen werden die Stereotypen mit bestimmten Gefühlen verbunden. Ethnische Feindlichkeit entsteht dadurch, dass unterdrückte Gefühle, Motive und Verhaltensweisen auf eine Minderheit projiziert werden. Eine unduldsame Person versucht, ihr eigenes aggressives Verhalten zu entschuldigen, indem sie andere beschuldigt. Je aggressiver ein unduldsvoller Mensch ist, desto mehr muss er sein Verhalten durch Stereotypen rechtfertigen. Er hat Angst vor der Minderheit. Je mehr Macht die Minderheit in seiner Vorstellung hat, desto stärker ist seine Angst und desto aggressiver wird er. Das erzeugt Schuldgefühle; die wiederum die Angst verstärken. (Popovic 1998, 210-211.)

#### **3.4.4 Funktionen der Stereotypen**

Da wir keine Zeit und keine Möglichkeit haben, uns intensiv und im Detail mit anderen Teilen der Welt auseinanderzusetzen, bilden wir in unserem Kopf verkürzte und reduzierte Bilder über andere Menschen und ihr Leben in anderen Kulturen (Kleinstauber 1991, 62). Die Stereotypen haben zwei Funktionen, nämlich eine denkökonomische und eine verteidigende Funktion. Die *denkökonomische Funktion* resultiert aus dem Verlangen des Menschen nach Simplifizierung. Generalisierungen sind unvermeidbar, damit der Mensch handlungsfähig ist. (Dabrowska 1999, 55.) Die Stereotypen decken den Bedarf, die Welt fassbarer und verfügbare zu sehen, als sie in der Wirklichkeit ist (Lerikkanen 1993, 18). Die *verteidigende Funktion* der Stereotypen schützt uns vor der überwältigenden Komplexität der Welt. (Dabrowska 1999, 55.) Mit Stereotypen vereinfachen die Menschen die alltägliche Bearbeitung ihres

Wissens. Durch eine Kategorisierung versuchen sie, ihre komplexe Welt zu vereinfachen. Mit Hilfe der Stereotypen ist es leichter, die Umwelt zu strukturieren. (Benkhoff 1998, 59.)

Die Menschen haben das psychologische Bedürfnis zum Kategorisieren. Die Stereotypisierung wird fast in allen multikulturellen Situationen gefunden. Die Welt ist zu groß und komplex, dass die Menschen alle Details kennen können. Die Menschen wollen alles abstempeln. (Samovar 1998, 246.) Sie kategorisieren alle Objekte: die Gegenstände, die Verhältnisse und die Individuen (Tiittula 1993, 21). Die Stereotypen sind praktisch und effizient und helfen dadurch beim klassifizieren. (Samovar 1998, 246.) Die stereotypen Eigenschaften werden demnach beim Kategorisieren angewendet (Tiittula 1993, 21). Die Kategorisierung ist mithin eine ganz normale menschliche Tätigkeit und für sich sind die Stereotypen nichts Negatives oder Falsches. Negativ werden sie erst, wenn die Menschen soziale und ethnische Gruppen kategorisieren in dem sie extrem vereinfacht werden und wenn die Menschen eine Person einer anderen Gruppe nicht als Individuum sondern nur als ein Vertreter ihrer Gruppe betrachten können. (Tiittula 1993, 21.)

Die Stereotypisierung ist eine komplizierte Form der Kategorisierung, die unsere Erfahrungen mental regelt. Das lenkt unsere Aufmerksamkeit, unser Benehmen auf eine bestimmte soziale, kulturelle Gruppe. (Samovar 1998, 246.) Die Stereotypen sind eine Form der Abstraktion einer Gruppe von Menschen. (Lustig 1996, 305.)

Neben dieser *kognitiven Funktion*, bzw. dem Organisieren der Einzelwissen in typische, von einander abhängige Gesamtheiten, haben die Stereotypen eine *affektive Funktion*, die sich mit dem Aufbau der Identität verknüpft, und eine *soziale Funktion*, die die Verbundenheit der Gruppe verbessert. (Tiittula 1993, 20.)

### **3.4.5 Nachteile der Stereotypen**

Obwohl unsere Kontakte zu anderen Kulturen sich ständig vermehren, behalten wir primitive, verzerrte, verurteilsvolle und stereotype Vorstellungen von unserer Umgebung, besonders von den fernen und uns fremden Ländern, in unserem

Gedächtnis. (Lerkkanen 1993, 11.) Der negative Einfluss der Stereotypen kann besonders beim Kommunizieren mit einem Vertreter einer anderen Kultur zum Vorschein kommen. Die stereotypen Vermutungen leiten die Beobachtungen und das Verhalten der Mitglieder der beiden Gruppen. (Lerkkanen 1993, 20.) Die Stereotypen erschweren die Kommunikation zwischen verschiedenen Kulturen, indem sie die Glaubenvorstellungen wiederholen und bestärken bis sie als Wahrheit geglaubt werden. (Samovar 1998, 246.)

In vielen Beispielen sind die Stereotypen begrenzte, träge und irreführende Produkte der Wahrnehmung. Die Stereotypen werden gefährlich, wenn die betroffenen Personen in falschen Gruppen eingeordnet werden. (Samovar 1998, 246.) Die meisten Forscher, die die Stereotypen als negative Begriffe definiert haben, unterstreichen deren Steifheit, Unveränderlichkeit, Missdeutung der Wahrheit oder die übertriebene, falsch gelernte Abstraktion, die nicht auf individuellen Datensammlungen basiert. Nicht alle Stereotypen sind jedoch falsch. Sie können etwas feststellen und Ansichten bestärken, zum Beispiel durch die Untersuchung des Volkscharakters oder beim Besuchen des Ziellands. In den beiden Fällen sind die nachteiligen Einflüsse permanent oder werden sogar stärker. (Lerkkanen 1993, 20.) Die Stereotypen werden mit Einstellungen und Vorurteilen verknüpft, die relativ konstant sind (Lerkkanen 1993, 19). Auch die Forschung bestätigt diese Ansicht, indem sie zustimmt, dass die Stereotypen mit den Vorurteilen und rassistischen Gruppenverhalten zusammenhängen. Darüber hinaus ist das Erkennen der Stereotypen ein wichtiger Teil beim Verstehen der Beziehungen in der Gruppe und zwischen den Gruppen. (Lerkkanen 1993, 20.)

#### **3.4.6 Stereotype und verwandte Begriffe**

Die Bedeutung der Stereotypen liegt nahe bei verwandten Begriffen wie Vorurteil, Klischee und Eindruck. Die Stereotypen werden oft als ein negatives Phänomen verstanden und deswegen sind sie den Vorurteilen ähnlich. (Tiittula 1993, 20). Der *Stereotyp* und das *Vorurteil* sind schwer zu unterscheiden, sie werden oft synonym verwendet. Beide haben viel Ähnliches, aber auch manches, was sie unterscheidet. (Dabrowska 1999, 76.) Die beiden sind beim Prozess von Sozialisation gelernt. (Samovar 1998, 247). Der Unterschied zwischen ihnen ist, dass Vorurteile immer

negativ sind, (Kleinsteuber 1991, 65.) während Stereotypen wertneutral, positiv oder negativ sein können (Popovic 1998, 209).

Eine Unterscheidung zwischen *Klischees* und *Stereotypen* ist oft problematisch. Klischees kommen oft beim spontanen Sprechen vor; sie sind nicht fest an eine soziale Gruppe gebunden. Wenn eine Formulierung häufig verwendet wird, wird sie allmählich zum Klischee. Bei den Stereotypen spielt die Form nicht so eine große Rolle, das Wichtigste dabei ist der inhaltliche Aspekt. (Dabrowska 1999, 83.) Die Stereotypen sind inhaltliche Erscheinungen, die nicht mit der sprachlichen Form verknüpft sind (Tiittula 1993, 19). Ein Klischee dagegen ist formelhaft und in einer bestimmten sprachlichen Form festgelegt (Dabrowska 1999, 82, 83). Der *Stereotyp* unterscheidet sich von dem *Eindruck* auf die Weise, dass er ziemlich unveränderlich ist (Tiittula 1993, 24). Der Eindruck dagegen ist veränderbar. Die Menschen formen immer automatisch einen Eindruck über allen bekannten Sachen. Wenn man von einer Sache nichts weiß, kann man keinen Eindruck darüber formen. Der Eindruck, anders als der Stereotyp, gruppiert die Menschen nicht unbedingt ein.

#### 4 Der Umgang mit Stereotypen, Eindrücken und Vorurteilen

Stereotypen, Eindrücke und Vorurteile werden immer existieren. Eindrücke sind harmlos, aber trotzdem transportieren sie Vorurteile. Mit Stereotypen müssen wir einfach leben. Deshalb ist es laut Lippmann wichtig, dass wir uns die Entstehung der Stereotypen klar machen. Besonders Journalisten, aber auch Werbeleute, PR-Experten, Lehrer etc. haben eine große Wirkung auf die Entstehung der Stereotypen, weil sie potentielle Erzeuger der Einstellungen sind. Deswegen sind sie auch verantwortlich, und sie sollen sich ihrer Verantwortung bewusst werden. Das Bildungssystem und die Kulturpolitik sollten auch bewirken, dass Kinder ein realistisches Bild von fremden Kulturen erhalten. Soviel man weiß, vermindern persönliche Kontakte zwischen Menschen aus verschiedenen Kulturen Spannungen. Weil aber nicht alle Menschen solche Kontakte haben, wird der Einfluss der Massenmedien hervorgehoben. Jedoch reicht die Wirkung der Massenmedien nicht aus, um die Spannungen zwischen unterschiedlichen Kulturen zu verringern. Die Massenmedien neigen dazu, über sensationelle Ereignisse ausführlich zu berichten. Z. B. werden die Länder der Dritten

Welt vor allem nur dann erwähnt, wenn Katastrophen oder Unruhen stattfinden. Über den Alltag und über die Entwicklung der Gesellschaft dort wird weniger berichtet. Demzufolge existieren verzerrte Bilder über fremde Kulturen. (Kleinsteuber 1991, 66, 67.) Viele Stereotype werden durch die Massenmedien vermittelt. Das Fernsehen z. B. ist schuldig an den verzerrten Bildern, die wir über fremden Gruppen bekommen. Das Problem ist dann, dass diese falschen Vorstellungen die eigene Wirklichkeit werden. (Samovar 1998, 246.)

Außer sensationellen Berichten erzeugt auch die Werbung Stereotypen und Vorurteile. Mit eindrucksvollen Bildern und knappen Texten liefern und verstärken sie ein verzerrtes Welt-Bild. Z. B. wirbt eine thailändische Fluggesellschaft für ihre Flüge nach Deutschland mit einem Bild, auf dem ein Bayer Hosenträger anhat und ein Bier in der Hand hält. Damit müssen die Deutschen leben, obwohl die Wirklichkeit anders aussieht. Aber in Deutschland macht man mit den Nachbarn auch nicht anders. Die Medien und die Werbung können auch rassistische Bilder vermitteln, z. B. erscheinen auf Einwickelpapier der Negerküsse- und auf Lakritzpackungen Schwarze, und schon die Namen sind rassistisch. Solch ein Etikett oder Symbol mit einer versteckten Wirkung ist stärker als man glaubt. Die Stereotypen können zwar nicht abgeschafft werden, aber man sollte verantwortlich und bewusst mit ihnen umgehen. Es ist wichtig, ein Unterschied zwischen böartigen, harmlosen und unterhaltsamen Stereotypen zu machen. Stereotypen können auch lustig sein, z. B. Witze und Karikaturen, die nicht böartig gemeint sind. Stereotypen können auch gutherziges Lachen auslösen. (Kleinsteuber 1991, 67-68.)

## 5 Die nationalen Bilder

Die Existenz des Begriffs *Volkscharakter* unterstützt die stereotype Vorstellung, dass alle zu einem Volk gehörenden Menschen sich ähnlich seien (Rusanen 1993, 31). Daher entsteht eine Wahnvorstellung, dass alle in einer Kultur oder einem Volk gehörenden Menschen gleichartig seien und dass ihr Kommunikationsverhalten ähnlich sei, z. B. dass alle Franzosen lebhaft und alle Finnen schweigsam wären, d. h., dass ein Volk oder eine Kultur Besonderheiten habe, die unter ihren eigenen Mitgliedern üblicher seien als unter den Menschen von anderen Kulturen. Der Begriff *Volkscharakter* beinhaltet auch



die Vermutung, dass die Kulturen sich unterscheiden. (Rusanen 1993, 31.) Der Begriff *Volkscharakter* wird heute vorsichtig verwendet, weil er als solcher leicht die Vorurteile und die Stereotypen verstärkt. Es wird heute lieber von Typenpersönlichkeit gesprochen, was die gebräuchlichste Persönlichkeit eines Kulturkreises bedeutet. Der anthropologische Begriff *Volkscharakter* kann wiederum benutzt werden, wenn die Wissenschaftler die reale Existenz der nationalen Charaktereigenschaften untersuchen. (Lerkkanen 1993, 19, 20.)

Wie das Fremdbild, ein Bild über eine andere Nation, wird das Selbstbildnis geformt. Aus der Vergangenheit werden gewünschte und typische Eigenschaften gesucht, von denen das Bild abgeleitet wird. Das Bild ist selektiv und verallgemeinert. Es hängt von der Situation ab, wie positiv oder negativ das Selbstbild in Bezug auf das Fremdbild ist. Entweder wird das Selbstbild verherrlicht und man kritisiert das Fremdbild oder umgekehrt. (Dabrowska 1999, 80.) Länder und Kulturen versuchen, einen guten Eindruck von sich selbst aufzubauen, denn alle Länder möchten international möglichst viel Respekt gewinnen. Deshalb versuchen Einrichtungen wie das Goethe-Institut und das Institut Français, negative Stereotypen in positive Eindrücke zu verwandeln. (Kleinsteuber 1991, 64.)

Das nationale Bild jeder Gemeinschaft beinhaltet zahlreiche Stereotypen bzw. förmliche und steife Glaubenvorstellungen, die unverändert von Generation zu Generation überliefert werden. Das Finnland-Image spricht fortwährend über die FinnInnen. Für die kulturelle Identität scheint es wichtig zu sein, wie man von den Ausländern gesehen wird. Die Vorstellung der Finnen von ihrem eigenen Land ist deutlich unterschiedlich vom Finnlandbild der in EU-Ländern wohnhaften Menschen. Nach der Meinung der anderen Europäer sind FinnInnen nichtssagend, temperamentlos und farblos. Die Finnen werden nichtsdestoweniger als sympathisch und zuverlässig gehalten, wie übrigens auch die anderen Skandinavier (Lerkkanen 1993, 11.)

## 6 Die Wirkung der Medien

Unsere Welt wird von den Medien beherrscht, die die Bilder über die Welt in unserem Kopf entstehen lassen. Wir haben zwar unsere Umwelt, den Kreis der Familie und den

Arbeitsplatz, wo wir uns persönlich informieren können, aber wir erfahren heutzutage von der Fernwelt fast nur über die Medien, auch wenn immer mehr Menschen persönliche Erfahrungen und Kontakte in fremden Ländern haben. Je entfernter eine Region ist, desto geringer sind normalerweise unsere Kenntnisse von ihr. (Kleinsteuber 1991, 63.)

Die Massenmedien bieten eine faszinierende und beeindruckende Darstellung von Finnland und allgemein von der Welt an. Die Bilder der Massenmedien von uns und von den anderen bauen mächtige und teilweise kollektive Auffassung von den Eigenschaften der Identität und der Stellung in der Gesellschaft auf. Günstigstenfalls bildet das öffentliche Bild von der Identität ein Zusammengehörigkeitsgefühl aus und verstärkt die Gemeinschaftlichkeit. Am Einschränkungsten ist es einseitig, unfair oder unanständig. Die Mitglieder der Gruppe erkennen sich selber nicht in den Beschreibungen oder stoßen in ihren alltäglichen Leben auf die von den Beschreibungen erzeugten Vorurteile. (Pietikäinen 2002, 241.)

## **6.1 Der Einfluss der Medien**

Es existieren heutzutage mehr Massenmedien als je in der Geschichte der Menschheit zuvor, und sie werden viel benutzt. Dabei nimmt der Gebrauch noch zu. Deswegen ist ihr Einfluss sehr groß. (Internet 1.) Die Wirkung der Medien wird durch unsere eigenen Erfahrungen und Kenntnissen gefiltert (Leppäjärvi 2003, 5). Andererseits bekommen wir unser Wissen aus den Medien und unsere eigenen Erfahrungen sind eingeschränkt. Deswegen ist die Macht der Medien so groß. (Masterman 1991, 4.) Wir leben in einer Mediengesellschaft. Wir erfahren die Welt nicht unmittelbar, sondern unser Wissen beruht achtzigprozentig auf den Medien und nur zwanzigprozentig auf unseren eigenen Feststellungen. Was nicht in den Medien präsent ist, wird nicht in unserer Gesellschaft diskutiert. (Meyn 2001, 34, 35.) Schon in den 70er Jahren wurde geschätzt, dass die Kinder von fünf bis 14 Jahren 44 Prozent mehr Zeit vor dem Fernseher verbrachten als in den Unterrichtsstunden. Laut einer Untersuchung, die in den 90er Jahren in Großbritannien gemacht wurde, verbringt ein Erwachsener durchschnittlich 75 Stunden pro Woche mit Medienkonsum. (Masterman 1991, 3.) Laut Untersuchungen verbrachten die Deutschen im Jahr 1999 39 Stunden und 19 Minuten pro Woche und im Jahr 2005 47 Stunden 15 Minuten pro Woche mit den Medien (Internet 2). In Finnland war es im Jahr 2004 57 Stunden und 10 Minuten (Internet 3).

DEUTSCHLAND	1999	2005	Veränderung
TV	146 Min.	168 Min.	+ 22 Min.
Radio	143 Min.	142 Min.	- 1 Min.
Internet	9 Min.	59 Min.	+ 50 Min.
Zeitung	24 Min.	21 Min.	- 3 Min.
Zeitschrift	15 Min.	15 Min.	+/- 0 Min.
Insgesamt	337 Min. (= 5 Std. 37 Min.)	405 Min. (= 6 Std. 45 Min.)	+ 68 Min. (= 1 Std. 8 Min.)

Tabelle 1. Tägliche Mediennutzung der 14 bis 49-Jährigen in Deutschland  
Angaben in Minuten (Internet 2).

FINNLAND	2004
TV	207 Min.
Radio	169 Min.
Zeitung	48 Min.
Internet	33 Min.
Zeitschrift	33 Min.
Insgesamt	490 Min. (= 8 Std. 10 Min.)

Tabelle 2. Tägliche Mediennutzung in Finnland  
Angaben in Minuten (Internet 3)

In Finnland wurden im Jahr 2004 insgesamt acht Stunden täglich Medien benutzt. Das meist gebrauchte Medium war das Fernsehen. In Finnland wurde fern drei Stunden 27 Minuten pro Tag ferngesehen. Das Radio wurde fast ebenso viel gehört, nämlich zwei Stunden 49 Minuten pro Tag. An der dritten Stelle sind die Zeitungen, die ca. 50 Minuten pro Tag gelesen wurden. Man verbrachte ebenso viel Zeit im Internet und mit den Zeitschriften.

MEDIEN	FINNLAND 2004	DEUTSCHLAND 2005
TV	207 Min.	168 Min.
Radio	169 Min.	142 Min.
Internet	48 Min.	59 Min.
Zeitung	33 Min.	21 Min.
Zeitschrift	33 Min.	15 Min.
Insgesamt	490 Min. (= 8 Std. 10 Min.)	405 Min. (= 6 Std. 45 Min.)

Tabelle 3. Tägliche Mediennutzung in Finnland und in Deutschland (Internet 5 und Internet 7)

Diese Tabelle zeigt die allgemeine Tendenz im Gebrauch der Medien. Die Zahlen sind aber nicht direkt vergleichbar, weil sie nicht von dem gleichen Jahr sind und man die Zielgruppe der finnischen Untersuchung nicht weiß. Es ist anschaulich, dass in Finnland mehr Zeit, eineinhalb Stunden mehr, mit Medien verbracht wurde als in Deutschland. Überdies ist der einzige deutliche Unterschied, dass in Finnland weniger Zeit im Internet verbracht wurde, was auch mit der befragten Gruppe zusammenhängen könnte.

Diese Informationen zeigen, inwiefern die Erfahrungswelt der Menschen von den Medien geprägt ist. Zugleich richten die Medien unsere Aufmerksamkeit darauf, wie die Medien sich in das Alltagsleben integrieren. Der Einfluss der Medien wird stark unterschätzt, wenn nicht berücksichtigt wird, dass die Medien oft passiv konsumiert werden z. B. wenn die Menschen im Auto Radio hören oder Zeitschriften beim Friseur lesen. (Masterman 1991, 3.)

Die Menschen benutzen demnach viel Zeit mit den Medien, aber dies ist nicht der Grund, warum die Medien einflussreich sind. Sie sind wichtig, weil sie die Beobachtungen der Menschen formen. Die Medien bieten nicht nur Information über die Welt, sondern auch ein Modell, die Welt zu sehen und zu verstehen. (Masterman 1991, 3.) Die Massenmedien sind verantwortlich für die Grundlage, auf der die Menschen ihr Bild vom Leben, von den Bedeutungen, den Gebräuchen und von den Werten der anderen Gruppen bilden. Die primäre kulturelle Funktion der modernen Medien ist das Anbieten und das selektive Bauen von sozialem Wissens. (Masterman 1991, 4.) Die Medien wirken auf unsere Eindrücke. Wenn sie über bestimmte Themen

berichten, wählen sie bestimmte Bilder und Texte und deren Kombinationen, worauf wir wiederum unsere Eindrücke bilden. (Leppäjärvi 2003, 5.)

Die Macht der Medien wirkt auf die Meinung und die Einstellungen des Publikums. Die Medien üben ihre Macht aus, indem sie die Aufmerksamkeit des Publikums auf bestimmte Themen richten und bestimmte Themen unbeachtet lassen. Einige Themen werden betont und andere verschwiegen. (Internet 1.) Nur wenige Ereignisse der Welt kommen in die Öffentlichkeit (Pietikäinen 2002, 241). Indem sie bestimmte Ereignisse ans Licht ziehen und bestimmte außer Acht lassen, bestimmte Ereignisse betonen und bestimmte unterdrücken oder verschweigen, sagen die Medien dem Menschen, was wichtig ist und was unnötig ist (Masterman 1991, 5). Außer der Macht zu bestimmen, was wichtig ist und was nicht, haben die Medien auch die Macht, dem Publikum ihre eigene Erklärungen anzubieten. (Masterman 1991, 6.)

Die Medien versuchen, sich den Ruf zu geben, dass sie objektiv seien und die Realität spiegeln. Sie sind glaubhaft, weil vieles, was die Menschen in den Medien sehen oder hören, so authentisch aussieht. (Masterman 1991, 5). Die Medien sind nicht der Spiegel der Wirklichkeit, sondern sie wirken an dem Bauen der Welt mit, die sie darstellen. (Pietikäinen 2002, 241). Die Rolle der Werbung in den Medien ist nicht zu vergessen. Die Medien versuchen, den Menschen bestimmte Produkte zu verkaufen. Ein australischer Kritiker, Humphrey McQueen (zitiert in: Masterman 1991, 4), hat gesagt, dass die Situation umgekehrt ist: laut ihm versuchen die Medien in der Tat, Zuhörerschaften den Inserenten zu verkaufen. Ein kanadischer Wirtschaftswissenschaftler Dallas Smythe (zitiert in: Masterman 1991, 4) hat vorgebracht, dass die Medien versuchen würden, *Menschen* zu schaffen, die bereit sind, eine gewisse Politik anstatt einer anderen zu unterstützen, eine gewissen Automarke anstatt einer anderen zu kaufen oder einen bestimmten Wahlkandidaten zu wählen. (Masterman 1991, 4.) Die Medien haben in der Tat eine große Macht in der Politik. Sie beeinflussen den Kern der demokratischen Prozesse, die Wahlen. Die Wahlen sind längst nicht mehr äußerliche Ereignisse, die die Medien beschreiben, sondern sie sind heutzutage eher Medienereignisse mit allen ihren Tourneen, Reden, Debatten usw. (Masterman 1991, 11.) Die Debatten im Fernsehen ermutigen die Wähler, ihre Entscheidung aufgrund der Eigenschaften der Parteiführung zu machen, und nicht aufgrund der Angemessenheit der lokalen Kandidaten, die sie wählen. Diese Art, die Politik als eine Persönlichkeitsfrage und nicht als Inhaltfrage zu betreiben, ist immer häufiger geworden. Die Werbungen für die Eigenschaften einer politischen Partei

können mit dem Marketing eines Produktes verglichen werden. Die Politiker nutzen sogar die Hilfe von Autoren beim Schreiben ihren Reden und die Hilfe der Spezialisten, wenn sie sich auf die Fernsehauftritte vorbereiten. In den Wahlkampagnen stellen die Politiker Werbeagenturen ein. (Masterman 1991, 11.) Die Möglichkeiten der verschiedenen Parteien, in den Medien die Meinungen der Menschen zu beeinflussen, sind unterschiedlich. Die in den Parlamenten vertretenen Parteien, die Kirchen, die Gewerkschaften und die Unternehmerverbände haben bessere Möglichkeiten, in den Medien aufzutreten als die ethnischen, religiösen und politischen Minderheiten. Wegen dieses Ungleichgewichts können notwendige Veränderungen unterbleiben und neue Ideen nicht gehört werden. (Meyn 2001, 35.) Das Erobern der Medien ist ein unverzügliches Ziel für jede Usurpation der Staatsgewalt oder Revolution. Die Macht der Medien ist hier deutlich zu sehen. Laut Alfred Sauvy (zitiert in: Masterman 1991, 5) ist die Macht, heute Fernsehstationen aufzubauen wie die Macht im Mittelalter, Schlösser an den Ufern des Rheins zu bauen. (Masterman 1991, 5.)

Heutzutage existieren Institutionen, die deutlich die Art und Weise beeinflussen, wie die allgemeine Meinung formiert und Gemeinschaft gebildet wird. Es geht dabei um die Public Relations aller Institutionen von den Unternehmen bis zu den Regierungen (Masterman 1991, 8). Eine große Quantität des PR-Materials findet seinen Weg zu den Medien in der Form von Nachrichten und Programmen, ohne dass der große Teil des Publikums davon weiß. Die PR-Maschinerie strebt danach, die Gedanken und Aspekte der Institutionen zu verbreiten. Demnach ist es wichtig, dass die Menschen das kritische Wissen haben, wie die Medien benutzt werden. (Masterman 1991, 9.)

Die Information wird privatisiert. Deshalb verändern sich der Charakter und die Rolle der Information. Die Information ist nicht für alle erhältlich, sondern für diejenigen, die sie sich leisten können. Sie entscheiden darüber, was für Informationen produziert werden und darüber welche Information im Allgemeinen vorhanden ist. Es wird gewinnbringende anstatt gesellschaftlich relevante Information produziert. Die Information ist weder gesellschaftlich noch öffentlich. (Masterman 1991, 14, 15.) In dem Zugang zu den Medien herrscht eine Unausgeglichenheit zwischen den Organisationen. Diejenigen, die Ressourcen haben, haben die Macht über die Medien. Sie können sich mit Hilfe der Werbung Publizität kaufen. Die größte Unausgeglichenheit herrscht allerdings zwischen den Anbietern und Empfängern der Information, zwischen denen, die die Information auf ihren eigenen Vorteil bedacht

herstellen, und denen, die die Information naiv als Nachrichten oder Unterhaltung konsumieren. Deswegen ist die Medienerziehung d. h. die Menschen urteilsfähig, wissend und kritisch im Umgang mit den Medien zu lehren, sehr wichtig. (Masterman 1991, 10.) Man braucht eine gewisse Fähigkeit, Medien lesen zu können, wenn man inmitten der Medien lebt. Man darf daher nicht immer glauben, was man liest, sondern man muss den Informationen kritisch gegenüberstehen. Man muss auch die Handlungsweisen und den Hintergrund der Medien kennen. (Leppäjärvi 2003, 5.) Diese Fähigkeit ist sehr wichtig, damit die Menschen rationale Entscheidungen machen können. In der Schule ist die schriftliche Information betont, aber außerhalb der Schule wird, die einflussreichsten und verbreitetsten Formen der Kommunikation visuell. Das Fernsehen ist die wichtigste Quelle der politischen Information, und es wird für die zuverlässigste Quelle der Nachrichten gehalten, sicherlich, weil es die Ereignisse in einer visuellen Form bieten kann. (Masterman 1991, 12.) Demnach ist es wichtig, die Fähigkeit der Menschen zu entwickeln, visuelle Bilder kritisch zu betrachten (Masterman 1991, 13). Es soll den Menschen klar gemacht werden, dass fast alles, was sie z. B. über das Fernsehen aufnehmen, „gemacht“, d. h. inszeniert worden ist. (Masterman 1991, 12.)

Die Anzahl und der Gebrauch der Medien hat stark zugenommen. Deswegen ist die Konkurrenz zwischen den Medien stark geworden. In der Welt der Medien sind zwei Entwicklungstrends zu sehen, die widersprüchlich scheinen. Der eine ist die Zunahme der qualitativen Buntheit, und der andere ist die Zunahme der ideologischen Homologie der Presse. Trotz der Zunahme des Medienkonsums, sind die Medien ideologisch ähnlicher geworden. Es scheint, als ob eine Vielfalt an Medien und Information existiert, aber in der Wirklichkeit ist diese Gesamteindruck falsch. Im Hintergrund wirkt sicherlich der Umstand, dass der Besitz der Zeitungen und Zeitschriften in die Hände der börsennotierten Gesellschaften gelangt sind. In dem Fall ändert sich das wesentliche Interesse des Besitzers an der Herausgabe der Zeitung oder Zeitschrift. Früher war z. B. das Interesse an der Verbreitung der bürgerlichen aufgeklärten Ideologie bestimmend, aber jetzt in der Zeit der Börse ist es die Erfüllung der Erwartungen der Aktienbesitzer über den Ertrag der Zeitung oder Zeitschrift. Dies wiederum führt dazu, dass die Verbreitung maximiert wird, indem versucht wird, es allen Lesern recht zu machen. (Internet 1.)

Wir leben in einer Informationsgesellschaft mit international vernetzten Computern und zunehmend digitalisiertem Fernsehen und Radio (Meyn 2001, 11). Daraus folgt, dass der Zugang zur Information leichter wird. Zur selben Zeit steigen die Medienkosten und der Umgang mit der Technologie erfordert mehr technisches Wissen. (Meyn 2001, 12.) Es wird befürchtet, dass dies zu einer Zweiteilung der Gesellschaft führen könnte zwischen der technisch versierten Info-Elite und der Masse der Normalbürger, sowie zu einer Kluft zwischen den jüngeren und älteren Menschen (Meyn 2001, 15). Das enorme Informationsangebot kann zum Unvermögen führen, die Informationen aufeinander zu beziehen (Meyn 2001, 12). Der Vielfalt der Informationen kann auch verursachen, dass das Individuum die Orientierung verliert (Meyn 2001, 14). Es ist auch sehr schwierig, sogar unmöglich, den aktuellen Informationsstand zu erreichen, indem man alle aktuellen Informationen über ein Fachgebiet lesen würde. Für einen Chemiker würde dies ungefähr 600 000 Berichte und Artikel pro Jahr bedeuten. Gleichzeitig, während die Quantität der Informationen zunimmt, wird die Internetzensur schwieriger. (Meyn 2001, 12.) Die Reizüberflutung kann auch zum Mangel an Interesse führen. (Meyn 2001, 13).

## **6.2 Die Macht der Presse**

Die Macht der Presse ist so groß, dass die Presse auch die vierte Gewalt im Staat genannt wird. Neben der Exekutive, der Judikative und der Legislative bestimmt die Presse, wie auch andere Medien, Werte und Normen der Gesellschaft. Die Medien üben z. B. die Funktion der Judikative aus, indem sie Personen und Handlungen verurteilt. Die Boulevardpresse und das kommerzielle Fernsehen sind sensationsheischend. Es muss Sensationen geben, weil sie das Interesse bzw. die niederen Instinkte der Menschen wecken wollen. Es geht darum, die Leserzahlen zu steigern; um die Werbeflächen teurer verkaufen zu können. Das allerwichtigste ist, eine Nachricht als erster zu publizieren, was manchmal auch auf Kosten der Wahrheit geschieht. Je extremer die Neuigkeit dargestellt wird, umso einseitiger ist die Botschaft. (Internet 4.)



## 7 Die Presse in Deutschland

### 7.1 Die Geschichte der Presse

Der erste Anstoß in der Geschichte der Presse war die Pressefreiheit, die im 18. Jahrhundert in den USA und in Frankreich erkämpft wurde. Pressefreiheit war im 19. Jahrhundert im Kaiserreich 1871-1918, in der Weimarer Republik gelegentlich und im totalitären NS-Deutschland völlig beseitigt. Seit 1949 schützen die Grundgesetze die Pressefreiheit in der Bundesrepublik. Im deutschen Grundgesetz ist die Meinungs-, Informations- und Pressefreiheit in dem Artikel 5. festgehalten. (Meyn 2001, 41.) Nach der Gewaltherrschaft der Nationalsozialisten in Deutschland musste die deutsche Presse neu aufgebaut werden. Die Bedingungen waren sehr schlecht nach der zwölfjährigen Diktatur der Nazis. Die Presse musste das Vertrauen der Leser zurückgewinnen, und die Nachrichten mussten wieder glaubhaft sein. Die Herausgabe der deutschen Zeitungen wurde von den Alliierten kontrolliert. (Meyn 2001, 77.) Die Aufgabe der Presse war, das Volk zu demokratisieren und zu sichern, dass die Presse demokratisch und frei sei. In der sowjetischen Besatzungszone war die Aufgabe der Presse, die Ideen des Marxismus-Leninismus zu verbreiten. Die Sowjetbesatzung versuchte, in Ostdeutschland eine sozialistische Gesellschaft nach dem Vorbild der Sowjetunion zu formen und die Ideen der bürgerlichen Ideologie zu bekämpfen. (Meyn 2001, 79.) In der DDR wurde der Berufszugang der Journalisten kontrolliert; Die Nachrichten wurden zentral gesteuert, und der Allgemeine Deutsche Nachrichtendienst hatte ein Monopol. In der DDR erschienen erst ab Mitte der 80er Jahren im Untergrund Presseorgane, die Menschenrechts- und Friedensthemen behandelten. (Meyn 2001, 83.) Die Zensur der Alliierten führte dazu, dass keine Zeitungen gegründet oder verbreitet wurden, deren ideologische Richtung nicht die gleiche war wie die Richtung der Besatzungsmacht. Die Presse war folglich während der Zeit der Besatzung nicht frei. (Meyn 2001, 80.)

Die wenige Monate vom Ende der SED-Herrschaft bis zur Wiedervereinigung im Oktober 1990 erlebte die Presse in der DDR als einen großen Umbruch. Die Zeitungen behandelten plötzlich die Jahrzehnte lang verschwiegenen Probleme. Westdeutsche Zeitungen strömten in den Osten. Die Zeitungen und Bürgerbewegungen erfuhren eine kurze Blütezeit und die Zeitungen der SED und ihr Jugendorganisation FDJ erlitten einen erheblichen Ausfall. (Meyn 2001, 84.) Die westdeutschen Verlage interessierten sich für die ehemaligen SED-Zeitungen. Sie gaben ihnen einen neuen Namen. *Die*

*Freiheit* wurde zur *Mitteldeutschen Zeitung* und die *Märkische Volksstimme* zur *Märkischen Allgemeine*. Die westdeutschen Besitzer modernisierten sie mit leistungsfähigen Druckereien und neuen Vertriebssystemen. (Meyn 2001, 101.)

## **7.2 Der gegenwärtige Pressestand**

Die deutsche Presse und Medienlandschaft hat ihre Besonderheiten. Die meisten Medien sind im Privatbesitz, deswegen sind sie vor allem von den Anzeigen, aber auch von dem Verkaufspreis abhängig. Die lokale Bindung und die Konzentration der Presse ist auch ein Merkmal. Die Anzahl der Zeitungs- und Zeitschriftentitel ist groß. Es gibt wenige große überregionale Zeitungen, und die Position der lokalen Zeitungen ist sehr stark. Die Parteipresse ist schwach entwickelt. (Meyn 2001, 84.) Das Problem der privaten Medien ist, dass sie einerseits der Allgemeinheit dienen und andererseits Gewinne maximieren sollen. Die Zeitungen und Zeitschriften müssen zwei Märkte bedienen: den Markt für publizistische Produkte und den Anzeigenmarkt als Werbeträger. Es herrscht eine Wechselbeziehung zwischen den Märkten: die hohen Leserzahlen bringen große Anzeigengewinne, und dies würde theoretisch ein niveaувolles journalistisches Produkt ermöglichen, das wiederum neue Leser anzieht. (Meyn 2001, 86.)

Die Werbung hat einen Einfluss auf die redaktionelle Gestaltung der Zeitung oder Zeitschrift. Die Redaktion entscheidet über den Inhalt, aber oft werden redaktionelle Artikel für interessante Zielgruppen des Inserenten geschrieben. Interessante Projekte werden nicht verwirklicht, wenn der Inserent fehlt, auch wenn es Leser gäbe, z. B. Zeitschriften für die Senioren. Dagegen entstehen immer neue Zeitschriften in den für Inserenten attraktiven Branchen. (Meyn 2001, 130, 131.)

In Deutschland ist es möglich, sich sowohl in den überregionalen als auch in den regionalen und lokalen Zeitungen über die nationalen Ereignisse zu informieren. Demgegenüber finden sich die lokalen Ereignisse vor allem in den regionalen und lokalen Zeitungen. Demzufolge haben die lokalen Zeitungen nicht so viele Konkurrenten wie die überregionalen. In zwei Drittel der Städte und Kreise

Ostdeutschlands berichtet nur eine einzige Zeitung über die regionalen und lokalen Ereignisse. (Meyn 2001, 89.)

Die föderalistische Struktur Deutschlands ist auch in der Presselandschaft zu sehen. In den Bundesländern gibt es am Sitz der Landesregierung und in den Großstädten mindestens 60 Tageszeitungen. (Meyn 2001, 101.) Insgesamt gibt es in der Bundesrepublik Deutschland 368 Tageszeitungen. (Internet 5). Neben diesen regionalen und lokalen Zeitungen gibt es in Deutschland fünf überregionale Tageszeitungen und zwar die *Süddeutsche Zeitung*, die *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, *Die Welt*, die *Frankfurter Rundschau* und die *Tageszeitung* (Meyn 2001, 105). Überdies gibt es wichtige Wochenzeitungen und Magazine wie *Die Zeit*, *Der Spiegel*, *Focus* und *Das Parlament*, das vom Staat finanziert ist. (Meyn 2001, 111).

Das Zeitschriftenangebot ist breit und die Gesamttitelzahl wird auf ungefähr 20.000 geschätzt. Die Auflage liegt bei 200 Millionen Exemplaren pro Jahr mit über 750 Titeln von Zeitschriften, die sich an eine breite Leserschaft richten. Diese Medienindustrie kämpft mehr als die anderen um Leser und Inserenten, und macht so entweder hohe Gewinne und Verluste. (Meyn 2001, 120.) Die Illustrierten hatten ihre goldene Zeit in den 50er Jahren. Es gab noch kein Fernsehen, und die Illustrierten lieferten große Unterhaltung. Von den zehn Titeln von 1958 gibt es heute noch drei: *Neue Revue*, *Der Stern* und die *Bunte Illustrierte*. Alle anderen sind fusioniert oder stellten ihr Erscheinen ein. (Meyn 2001, 122.)

In der politischen Position der deutschen Presse sind einige Tendenzen zu sehen. Viele Tageszeitungen sympathisieren eher mit der Politik der Christlich Demokratischen Union (CDU). Einige Zeitungen stehen ihr kritisch gegenüber, z. B. die *Frankfurter Rundschau*, die *Hamburger Morgenpost*, die *Süddeutsche Zeitung* und die *Berliner Zeitung*. Die Position einiger Zeitungen, wie die der *Westdeutschen Allgemeinen Zeitung* ist nur schwer zu erkennen. Die ostdeutschen Zeitungen haben die Tendenz, selten Themen wie die sozialistische Misswirtschaft zu behandeln, geben aber oft Hinweise auf Misserfolge der bundesdeutschen Politiker. Die Wochenzeitungen und Illustrierten unterstützen politische Richtungen offener als die Tageszeitungen. *Der Spiegel*, *Die Zeit*, und *Stern* könnten zu den Unterstützern der damaligen rotgrünen Bundesregierung gerechnet werden, und der *Rheinische Merkur/Christ* und *Welt* zu ihren Gegnern. (Meyn 2001, 136.)

In Deutschland existierte schon im Kaiserreich und in der Weimarer Republik ein breites System von Verlagsgemeinschaften; In den Verlagsgemeinschaften produziert die zentrale Redaktion die allgemeinen Seiten und jedes Mitglied der Verlagsgemeinschaft hat einen eigenen lokalen Teil. Mehrere Verleger bringen in solchen Verlagsgemeinschaften das Geld für die Produktion auf. (Meyn 2001, 87.) In den großen Verlagen sind die Kosten niedriger, weil die von der Größe der Auflage unabhängigen festen Kosten für die Redaktion und für die technische Herstellung sich auf mehr Exemplare verteilen. Die Verleger verbinden sich zu Pressekonzernen, um die Herstellungskosten zu vermindern, die Anzeigen billiger anbieten zu können, und um das Risiko zu teilen. (Meyn 2001, 137.)

Seit 30 Jahren gibt es auch unter den deutschen Tageszeitungen eine Konzentrationstendenz. Während dieser Zeit hat sich auch die Seitenanzahl verdoppelt. (Meyn 2001, 136.) Die Großverlage am Tageszeitungsmarkt sind der Axel Springer-Verlag, die Verlagsgruppe der Westdeutschen Allgemeinen Zeitung, die Verlagsgruppe der Stuttgarter Zeitung, der Verlag DuMont Schauberg, Gruner + Jahr und die Verlagsgruppe der Süddeutschen Zeitung. Diese Verlage beherrschen insgesamt 45 Prozent des Marktes. (Meyn 2001, 136, 137.) Auf dem deutschen Zeitschriftenmarkt gibt es vier Großverlage; Bauer, Springer, Burda und Gruner + Jahr, die 60 Prozent der Auflage der Publikumszeitschriften herausbringen (Meyn 2001, 120). Ein Drittel davon wird beim Bauer-Verlag publiziert (Meyn 2001, 140). Wenn viele Zeitungen und Zeitschriften in einem Verlag publiziert werden, entsteht die Gefahr, dass sie alle dem politischen Standort des Verlegers folgen. Die Konzentration kann die Vielfalt der Information einschränken. Die Großverlage können die kleineren Verlage niederwalzen, weil sie in der Lage sind, die Preise zu senken. (Meyn 2001, 145.) Deswegen gründete man 1976 die Presse-Fusionskontrolle. Sie kann die Fusion verhindern, wenn dadurch eine marktbeherrschende Stellung entstehen würde. (Meyn 2001, 147.)

### **7.3 Das Magazin *Der Spiegel***

*Der Spiegel* ist der Protagonist der deutschen Presse (Meyn 2001, 113). Er erscheint wöchentlich in einer durchschnittlichen Auflage von fast 1,1 Millionen Exemplaren. *Der Spiegel* bezeichnet sich selbst als „Deutschlands bedeutendstes und Europas

auflagenstärkstes Nachrichtenmagazin“. (Internet 6.) *Der Spiegel* wurde im Jahr 1947 gegründet. Damals betrug die Auflage nur 15 000. Das amerikanische Nachrichtenmagazin *Time* gilt als Vorbild für den *Spiegel*. (Meyn 2001, 113.) *Der Spiegel* hat es zu seiner Aufgabe gemacht, auch die Rückseite eines Sachverhalts zu zeigen. Er mischt Fakten, Wertungen und Meinungen, was die Nachrichtenmagazine im Allgemeinen tun. (Meyn 1996, 83.)

Der Spiegel ist kritisiert worden, dass er immer nur kritisiere und einseitig informiere, und dass er die Technik der Andeutung zwischen den Zeilen als Hauptmittel der Charakterisierung von Personen verwende (Meyn 2001, 113). Aber die Presse ist nicht verpflichtet, Lösungen zu bieten. Sie kann auch nur kritisieren. *Der Spiegel* zeigt die Lächerlichkeit der Politiker, vor allem der Christlichdemokratischen Union und der Christlich-Sozialen Union. (Meyn 2001, 114.) Die politische Position dieser Zeitschrift sieht so aus, dass sie eher für die damalige rotgrüne Bundesregierung eintreten kann. (Meyn 2001, 136.) Im *Spiegel* beinhaltet die Geschichte gewöhnlich eine Tendenzaussage. (Meyn 2001, 114.) Das Magazin ist dafür gelobt worden, dass es kritisch und unabhängig sei, dass es mehr Informationen als die Tagespresse enthalte und dass es unpopuläre Themen aufgreife. (Meyn 1996, 83.) In Deutschland lesen zwei Drittel der Journalisten regelmäßig den *Spiegel*. Er ist der Meinungsführer unter den Journalisten. Der Spiegel bestimmt nicht, was für eine Einstellung die Medien haben, aber er bestimmt, was für Themen die Medien behandeln. (Meyn 2001, 114.) Der Gruner + Jahr – Verlagsgruppe ist mit 24,9 Prozent am Spiegel beteiligt. Der Rest gehört der Familie Augstein und dem Personal. (Meyn 2001, 142.)

## 8 Material und Vorgehensweise

In dieser Arbeit untersuchen wir Artikel über Finnland aus dem Magazin *Der Spiegel*. Wir haben diese Zeitschrift als unsere Quelle gewählt, weil sie die bedeutendste Zeitschrift in Deutschland und die auflagenstärkste in ganz Europa ist. Wir möchten wissen, was für ein Bild diese Zeitschrift über Finnland vermittelt. Wir möchten herausfinden, welche Eindrücke, Stereotypen, Klischees und Vorurteile über Finnland veröffentlicht werden. Wir haben alle Artikel dieser Zeitschrift aus den Jahren 1996-2005 gesammelt, in denen über Finnland berichtet wird. Unser Korpus besteht aus

insgesamt 34 Artikeln, die wir mit den Methoden der Inhaltsanalyse analysieren. Die Artikel wurden daraufhin untersucht, welche Äußerungen in den Texten Stereotypie über Finnen und Finnland ausdrücken, d. h. welche Inhalte mit Finnland verbunden werden.

Wir nehmen an, dass Stereotype Sachverhalte in den Artikeln vorkommen. Wir nehmen an, dass wir Artikel über die Technologie, die Sauna, Lappland, das Klima und die finnische Mentalität finden werden. Wir vermuten, dass vor allem stereotype Eindrücke vermittelt werden.

## 9 Zur Methode der Arbeit

Unsere Untersuchung ist qualitativ. In der Analyse benutzen wir die Methoden der Inhaltsanalyse, die gut für das Analysieren von schriftlichem Material geeignet ist (Sarajärvi 2003, 105). In der Inhaltsanalyse werden die Inhalte und Bedeutungen des Textes untersucht (Sarajärvi 2003, 106). Es wird versucht, den Inhalt des Textes zu beschreiben (Sarajärvi 2003, 107). Die Analyse beruht auf einer logischen Folgerung und Interpretation, bei der der Stoff zuerst in einzelne Teile aufgespaltet wird, danach begrifflich gefasst und zum Schluss wieder auf eine neue Weise zu einer logischen Gesamtheit aufgebaut wird (Sarajärvi 2003, 110). Der Ausgangspunkt der Inhaltsanalyse kann entweder das Material oder eine Theorie sein. (Sarajärvi 2003, 110.) Der Ausgangspunkt dieser Analyse ist das Material. Vor der Analyse soll entschieden werden, ob nur der deutlich erkennbare Inhalt oder auch die impliziten Informationen analysiert werden. In unserer Analyse werden wir auch die impliziten Informationen analysieren. Vor dem Analysieren muss auch die Einheitlichkeit der Analyse festgelegt werden. Sie kann z. B. ein einzelnes Wort, eine Phrase oder eine Gesamtheit eines Gedankens, die aus mehreren Sätzen besteht, sein. (Sarajärvi 2003, 112.) In dieser Untersuchung ist die Einheit der Analyse eine Äußerung, die ein bestimmtes Finnlandbild vermittelt.

Bei der Inhaltsanalyse, deren Ausgangspunkt aus journalistischen Texten besteht, ist *die erste Phase* der Analyse das *Reduzieren* des Materials. Die für die Untersuchung irrelevante Information wird ausgeschieden, indem die Information z. B.

zusammengefasst oder in Teile aufgespaltet wird. Die für die Untersuchung wesentlichen Äußerungen werden weiter benutzt. (Sarajärvi 2003, 111.) In dieser Phase unserer Untersuchung wird unser Material nach dem Themen der Artikel gruppiert, und in den Artikeln werden die Elemente gesucht, die irgendeine Information über Finnland vermitteln. Sie können Stereotype, Vorurteile oder andere Verallgemeinerungen beinhalten. Andere in den Artikeln erscheinende Information, die kein bestimmtes Finnlandbild vermittelt, und deswegen für diese Untersuchung irrelevant ist, wird eliminiert. Die Bilder und Themen über Finnland werden im Kapitel 10.1 vorgestellt.

*Die zweite Phase* der Analyse ist das *Eingruppieren* des Materials. Das Material wird überprüft und Begriffe werden gesucht, die Ähnlichkeiten ausdrücken. Die Begriffe, die sich auf gleiche Inhalte beziehen, werden zu einer Kategorie zusammengefügt und der Kategorie wird ein Name gegeben, der den Inhalt der ganzen Kategorie beschreibt. (Sarajärvi 2003, 112). Die gefundenen Äußerungen, die ein Bild über Finnland ausdrücken, werden eingruppiert. Die Themen der Artikel werden hier außer Acht gelassen. Die Äußerungen werden von dem Kontext getrennt und frei betrachtet, und auf eine neue Weise kombiniert und eingruppiert. So wird z. B. der Eindruck, dass die Finnen mutig seien, mit allen Artikeln, in denen er erscheint, und mit anderen Eindrücken kombiniert und gruppiert. Dies geschieht in der Schlussbetrachtung. (Sarajärvi 2003, 114.)

*In der dritten Phase* der Inhaltsanalyse, beim *Abstrahieren*, wird das für die Untersuchung wesentliche Wissen getrennt. Das Abstrahieren wird fortgesetzt, indem die Klassifikationen kombiniert werden, solange es vom Aspekt des Materials möglich ist. (Sarajärvi 2003, 114.). Das Kombinieren der Eindrücke wird möglichst lange fortgesetzt, und die verbindenden Begriffe werden gebildet. (Sarajärvi 2003, 115).

## 10 Die Analyse der Artikel

In der Analyse werden wir zuerst die Artikel nach den Themen gruppieren. Wir beschreiben, was für ein Bild über Finnland die Artikel des jeweiligen Themas den Lesern geben, z. B. was für ein Bild über die Politik Finnlands vermittelt wird. Wir betrachten jeden Artikel und ordnen ihm ein Bild über Finnland zu. Wir konzentrieren

uns auf die in den Artikeln vorkommenden Elemente, die den Lesern irgendeinen Eindruck über Finnland vermitteln. Wir haben alle Artikel zusammengefasst und die Zusammenfassungen der Artikel befinden sich im Anhang in der zeitlichen Reihenfolge ihrer Publikationen. In den Titeln der folgenden Kapitel ist schon der zentrale Eindruck über Finnland aufgeführt worden.

## 10.1 Das Finnlandbild in verschiedenen Themen

In *Der Spiegel* haben wir insgesamt 34 Finnland erfassende Artikel im Zeitraum von 9 Jahren gefunden. Wir möchten wissen, was über Finnland geschrieben wird und ob wir in den Artikeln solche Themen finden, die wir erwartet haben. Wir nehmen an, Artikel über *die Technologie, die Sauna, Lappland, das Klima* und *die finnische Mentalität* zu finden, weil wir glauben, dass diese Inhalte den Kern des Bilds formen, das die Deutschen über Finnland haben.

Wir haben die Artikel nach den verschiedenen Themen kategorisiert. Die Kategorien haben wir nach den Sachverhalten, die in den Artikeln vorkommen, gewählt. Wir haben die Artikel folgenden Themenbereichen zugeordnet: *Politik, Umwelt, Technologie, Kultur, Wirtschaft, Personen, Bildung, Frauen, Geschichte* und *Tourismus*. Die Tabelle 4. zeigt, wie viele Artikel zu den verschiedenen Themen vorkommen.

Themen	Die Anzahl
Politik	14
Umwelt	5
Technologie	4
Kultur	3
Wirtschaft	3
Personen	1
Bildung	1
Frauen	1
Geschichte	1
Tourismus	1

Tabelle 4. Die Themen und die Anzahl der Artikel in *Der Spiegel*



Es war nicht einfach, die Artikel zu kategorisieren, weil die Artikel mehrere von uns gewählte Themenbereiche beinhalten konnten. In so einem Fall haben wir uns einen Gesamteindruck über den Artikel gebildet z. B. behandelt der Artikel Toxischer Euromüll 4/2002 (siehe Anhang 1.) sowohl das Thema Wirtschaft als auch das Thema Umwelt. Wir sind zu dem Ergebnis gekommen, das Thema Umwelt zu wählen, weil das unserer Meinung nach das Hauptthema des Artikels ist. Jeder Artikel ist nur in einer Kategorie platziert. Es ist sehr deutlich zu sehen, dass der größte Teil der Artikel Politik behandelt.

Die Artikel waren Berichte, also länger als Nachrichten, aber im Aufbau identisch: das Wichtigste kommt zuerst. Die Artikel beinhalteten Einzelheiten und Hintergrundinformationen sowie Urteile, Einschätzungen und Stellungnahmen von Experten, die zitiert wurden. Es gab auch Porträts, in denen Personen vorgestellt wurden. Die Porträts beinhalteten ein Interview. Die Artikel waren informierend aber auch implizit meinungsäußernd. Bestimmte Handlungen von Personen finnischer Herkunft wurden klar beurteilt. Der Unterton der Artikel war oft ironisch wie in einer Glosse. (Internet 4.) Die Artikel erschienen im Ressort Panorama Ausland. Die meisten Artikel waren kurz, aber es gab auch viele längere Artikel. In den kurzen Artikeln wurden die Ereignisse nur knapp berichtet. In den längeren Artikeln wurde gründlicher über das jeweilige Thema geschrieben. Besonders in diesen Artikeln haben wir Äußerungen bemerkt, von denen wir glauben, dass sie von besonderer Bedeutung sind. Wir sind davon überzeugt, dass aufgrund dieser Äußerungen die deutsche Leserschaft einen bestimmten Eindruck über Finnland und die FinnInnen formt. Solche Stellen der Artikel analysieren wir in diesem Kapitel. Wie behandeln die Themen einzeln nach Häufigkeit. Die Artikel des jeweiligen Themas werden in der zeitlichen Reihenfolge ihres Erscheinens betrachtet.

Die stereotypen Elemente über Finnen, die in den Artikeln vorkommen, gehören nicht immer zu dem jeweiligen Thema des Artikels, z. B. in den Artikeln über die Kultur erschien der Stereotyp, dass die Finnen melancholisch seien. Das hat nichts mit der finnischen Kultur zu tun, sondern mit dem Charakter der Finnen.

### 10.1.1 Politisches Leben

Es gab 14 die Politik betreffende Artikel. Unserer Meinung nach vermitteln die Artikel so ein Bild, dass Finnland ein neutrales und demokratisches Land sei. In den Artikeln wurde über die Parlaments- und Präsidentschaftswahlen und den EU-Vorsitz Finnlands, das Verhältnis zu Russland, die Neutralität Finnlands, den Streit um das fünfte Atomkraftwerk und den politischen Skandal über die Millionengewinne des Energiekonzerns Fortum berichtet. Die Personen, die in den Artikeln erwähnt werden, sind der Ministerpräsident Paavo Lipponen, die Präsidentschaftskandidatin Elisabeth Rehn, die Präsidentin Tarja Halonen, die Umweltministerin Satu Hassi und Präsident Martti Ahtisaari.

In dem Artikel *Nordische Dimension* (11/1999) geht es um den sich nähernden EU-Vorsitz Finnlands und den Einfluss des Ministerpräsidenten Lipponen diesbezüglich. Der Partei Lipponens, den Sozialdemokraten, droht eine Schlappe in den Wahlen vom kommenden Sonntag. Die Regierung von Lipponen steigerte das Wirtschaftswachstum und hat die Arbeitslosigkeit von 17 auf 10,6 Prozent verringert, aber die Verwicklung führender Sozialdemokraten in einen Bankenskandal könnte zur Wahlniederlage führen. In dem Bankenskandal ging es um die parteinahe Arbeitersparkasse. Die Wahlniederlage gefährdete das Ziel Finnlands, während seiner EU-Präsidentschaft der Politik der EU eine nordische Dimension zu geben. Dies bedeutet das Verbessern der Kooperation der EU mit den baltischen Staaten und Russland und das Entwickeln des Ostseeraums zu „Europas vielleicht wichtigster Wachstumsregion“, wie Lipponen meint. Andere Ziele sind die Sicherheit der russischen Atomkraftwerke und des „akuten Problems“ des Atommülls auf der Kola-Halbinsel.

Es scheint, als ob alle die Ziele Finnlands während der EU-Präsidentschaft von einem Mann abhängen würden, nämlich von Lipponen, und dass die Ziele nicht das ganze Land und alle Parteien betreffen würden. Der Artikel gibt folgenden Eindruck: in dem Fall, dass Lipponen und seine Partei die Wahl nicht gewinnen würden, könnte Finnland diese Politik nicht durchführen. Lipponen scheint eine sehr wichtige Person für Finnland zu sein.

In dem Artikel *Europa braucht Russlands Energie* (14/1999) wird Ministerpräsident Paavo Lipponen interviewt. Er meint, dass man in Finnland mehr neue Arbeitsplätze

und eine stärkere Förderung des Wohnungsbaus brauche. Seiner Meinung nach sei es egal, ob in Finnland eine linke oder rechte Politik gemacht wird. Daraus können die Leser die Vorstellung bekommen, dass Finnland ein demokratisches Land sei, dass es keine radikalen Parteien gäbe, dass in erster Linie eine pragmatische Politik verfolgt werde.

In dem Artikel *Ende der Neutralität?* 21/1999 wird über die politische Neutralität Finnlands berichtet. Finnland ist bis 1995 bündnisfrei gewesen, als es in die EU eingetreten ist. Finnland ist kein Mitglied der Nato. In dem Artikel wird erwähnt, dass die Neutralität Finnlands einer der Gründe dafür sei, dass gerade der Präsident Finnlands, Martti Ahtisaari, versucht, den Frieden im Kosovo zustandezubringen. Der Verdacht wurde ausgedrückt, ob die Neutralität Finnlands bald zu Ende gehe. Der Ministerpräsident Finnlands, Paavo Lipponen, meint nämlich, dass Finnland der Nato beitreten sollte. Seiner Meinung nach sollte Europa mehr Verantwortung übernehmen, weil in der Zukunft die USA nicht mehr bereit seien, ihre Truppen nach Europa zu schicken. Der Verteidigungsminister Finnlands, Jan-Erik Enestam, stimmt dem nicht zu. Er meint, Finnland sollte bündnisfrei bleiben. Nach den Meinungsumfragen unterstützen 21 Prozent der Finnen den Nato Beitritt. Früher war es ein Drittel.

Finnland ist in die EU eingetreten, aber nicht in die Nato. Daraus kann man ableiten, dass Finnland neutral bleiben, aber sich eher nach Westen ausrichten wolle. Der Leser kann sich auch fragen, warum Finnland der Nato beitreten sollte. Finnland hat nur fünf Millionen Einwohner, warum sollte es die Neutralität aufgeben? Weil die Nato möglicherweise auch Finnland vor Russland beschützen würde.

In einigen Artikeln (*Europa braucht Russlands Energie* 14/1999, *Ende der Neutralität?* 21/1999, *Atomstrom spaltet die Regierung* 6/2001, *Rote Erde* 13/2003, *Zwang zur Kündigung* 21/2003) wird erwähnt, dass in der finnischen Regierung viele Parteien mitwirken. Wir vermuten, dass aufgrund dieser wiederholten Erwähnung, die Leser Finnland für ein demokratisches Land halten, in dem man pragmatische bzw. zielorientierte Politik betreibe.

In dem Artikel *Brief nach Helsinki* (27/1999) ging es um den Versuch Gerhard Schröders, Deutsch bei informellen Ministertreffen als Konferenzsprache innerhalb der EU zu initiieren. Der Versuch war aber ein Misserfolg. Früher wurden die

Veranstaltungen jeweils auch ins Deutsche übersetzt, obwohl die offiziellen Sprachen Französisch und Englisch waren. Paavo Lipponen, der neue finnische EU-Ratspräsident, hat deswegen einen Brief von dem deutschen Kanzler zugeschickt bekommen. Die Finnen haben es aber abgelehnt, ins Deutsche übersetzen zu lassen. Beim Ministertreffen am vergangenen Wochenende in Finnland wurden keine inoffiziellen Begegnungen übersetzt, und aus Protest wollte der Wirtschaftsminister Deutschlands Werner Müller, parteilos, und die Delegation Österreichs nicht an dem Treffen teilnehmen. Bis zur Lösung plant Deutschland, keine Vertreter an Ministerratstreffen zu schicken. Die Finnen haben Angst, dass Spanier, Italiener und Holländer verlangen, dass auch in ihre Sprachen übersetzt werde. Der Artikel gibt den Lesern den Eindruck, dass die Finnen dem Druck der beiden deutschsprachigen Länder stand halte, und zwar mit vernunftbetonten Argumenten, nämlich um keinen Präzedenzfall zu schaffen.

Der Artikel *Mit eigenem Stil* (30/99) behandelte die EU-Präsidentschaft Finnlands. Sie fing im Juli 1999 an und dauerte bis Ende Dezember 1999. Der Artikel war einer der längsten, etwa zwei Seiten lang. Es gab ein Interview mit dem Ministerpräsidenten Finnlands, Paavo Lipponen. Er meint, dass die großen Länder zu viel Macht in der Politik der Union hätten. Er sagte, Europa sei nicht nur für die großen Länder da, und dass die kleinen sichtbar bleiben müssten. Es wurde erwähnt, dass die Finnen entschieden hätten, dass auf den von Finnland organisierten Ministertreffen nicht ins Deutsche übersetzt werde. Natürlich stecken hier auch finanzielle Gründe dahinter, das gibt Lipponen zu. Laut Lipponen brauche die EU jedoch eine Reform: in der immer größer werdenden Union sollten nicht mehr, sondern weniger Sprachen benutzt werden. Der Artikel legt die Haltung Finnlands gegenüber den großen Ländern negativ dar. Es wird zum Ausdruck gebracht, dass die Deutschen von dem Vorstoß der „netten Nachbarn“ aus dem Norden überrascht seien. Sie halten die Finnen mithin nicht mehr für so nett und artig. Von dem Artikel bekommen die Leser den Eindruck, dass die Finnen mutig seien, weil sie sich wagen, gegen die großen Staaten aufzulehnen. Es wird der Eindruck vermittelt, dass die Politik Finnlands nicht immer den anderen Ländern folge, sondern eigenwillige Wege ginge.

Lipponen versprach, dass Finnland sich während seiner EU-Präsidentschaft um die gemeinsamen Anliegen Europas kümmern werde, aber nicht als Kleinstaat, sondern in unserem eigenen Stil. In dem Artikel wird andauernd der Stil des Ministerpräsidenten beschrieben. Weil schon mit dem Titel *Mit eigenem Stil* der Stil Lipponens betont wird,

bekommen die Leser leicht den Eindruck, dass der Stil Lipponens der Stil aller Finnen wäre, und dass alle Finnen ähnlich seien wie Lipponen. Er wird als langsam, bedächtig, leise, betulich und dröge beschrieben. Über ihn wird auch gesagt, dass er nach einem langen Schweigen seine Meinungen „knapp aber bestimmt“ brummelte. Durch den Artikel wird die Vorstellung gegeben, dass Finnland selbstbewusst sei. Diesen Eindruck vermitteln auch die ehrgeizigen Ziele Finnlands für seine EU-Präsidentschaft, die vorgestellt werden. Das wichtigste Ziel ist die Zusammenarbeit mit Russland, um die Umweltprobleme zu lösen, die darin bestehen, dass es in Russland viele Atomkraftwerke in schlechtem Zustand gibt, die eine ernste Gefahr für die Umwelt darstellen. Die anderen Ziele sind die EU-Osterweiterung und die nordische Zusammenarbeit. Der Eindruck kann entstehen, dass die Finnen versuchen würden, ihre eigenen Interessen zu wahren. Das Betonen des eigenen Stils der Finnen in dem Artikel verursacht, dass sich den Lesern der Eindruck formt, dass die Finnen in ihrem eigenen Stil politisierten, und nicht daran denken würden, wie die anderen es machen oder was die anderen von ihnen erwarten würden. Der Artikel gibt so einen Eindruck, dass Finnland eine positive Einstellung zur EU habe. Es wird in dem Artikel gesagt, dass Finnland stolz auf seine erste EU-Präsidentschaft sei. Finnland wird als Musterschüler in Europa bezeichnet, weil es seine eigene wirtschaftliche Situation verbessert hat, z. B. habe Finnland die Arbeitslosigkeit halbiert.

Der Artikel *Duell der Frauen* (38/1999) behandelt das Thema Frauen in der Politik. Es ging um die anstehenden Präsidentschaftswahlen. Die erste Runde wird am 16. Januar und die zweite am 6. Februar stattfinden. In dem Artikel wird gesagt, dass die zwei Kandidaten, die aufgrund der Umfragen die meisten Stimmen bekommen werden, zwei Frauen seien: Elisabeth Rehn und Tarja Halonen. Die Kandidatin Heidi Hautala wird auch erwähnt, obwohl es scheint, dass sie nur drei Prozent der Stimmen bekommen werde. Nach den Umfragen würde der konservative Finanzminister Sauli Niinistö mit Rehn in die zweite Runde gehen, aber er habe seine Kandidatur nicht angemeldet. Demzufolge wird vermutet, dass die zwei Frauen, nämlich Rehn und Halonen die Konkurrentinnen in der zweiten Runde sein werden. Es wird erwähnt, dass Rehn früher Verteidigungsministerin war und dass Halonen die gegenwärtige Außenministerin ist.

Der Artikel gibt den Eindruck, dass die Frauen in Finnland auch auf den traditionell männlichen Bereichen arrivieren könnten. Für sie scheine es sogar möglich zu sein, das Land zu regieren. Weiter wird vermittelt, dass die finnischen Frauen sehr stark im

Arbeitsleben integriert seien, und dass sie nicht diskriminiert würden. In Finnland ist es keine Selbstverständlichkeit, dass nur Männer in die wichtigen Ämter gewählt werden. Das ist auffallend, weil dieser Grad an Gleichberechtigung in vielen Ländern noch nicht erreicht ist.

*Atomstrom spaltet die Regierung (6/2001)* In diesem Artikel wurde berichtet, dass in der finnischen Regenbogenkoalition heftig um den geplanten Bau des fünften Atomkraftwerks gestritten wird. Der Streit spaltet die Regierung: die großen Parteien, die Sozialdemokraten und die Konservativen unterstützen den Bau, während die Grünen, die Schwedische Volkspartei und das Linksbündnis dagegen sind. Der Anteil von Atomstrom an der Energieversorgung des Landes würde von 28 auf 35 Prozent steigen. Das private finnische Kernkraftunternehmen TVO (Teollisuuden Voima Oy) konstatiert, dass die Versorgung mit Erdgas nicht gesichert sei. Laut des Klimaschutzabkommens von Kyoto müsse Finnland 20 Prozent des Ausstoßes an Kohlendioxid senken.

Durch den Artikel formt sich der Eindruck, dass die Finnen Angst vor der Atomkraft hätten, aber dass es die einzige Möglichkeit sei, Finnland mit Energie zu versorgen. Im Norden wäre es katastrophal, wenn nicht genug Energie zur Verfügung stehen würde. Deswegen würden die Finnen gute und effektive Energiequellen brauchen.

Im Artikel „*Sensibel für die eigenen Ängste*“ (15/2001) hat *Der Spiegel* die Präsidentin Tarja Halonen über die Verhältnis Finnlands zu Russland und zur Nato interviewt. Der Artikel war zwei Seiten lang. Russland hat mit Sanktionen gedroht, wenn die Nato sich nach Osten ausbreitet. Halonen gibt zu, dass Finnland sich um die Drohungen Russlands Sorgen macht und meint, dass Finnland nicht in gleicher Weise die Nato-Interessen der baltischen Länder unterstützen könne wie deren EU-Integration. Das Interesse der baltischen Länder für die EU und die Nato sei verständlich, denn diese Länder hätten andere Erfahrungen mit der Sowjetunion gemacht als Finnland. Halonen meint, dass die Bündnisfreiheit Finnlands das Beste für die Stabilität im Ostseeraum sei. Es wird klar, dass Halonen denkt, dass es am wichtigsten wäre, sich Russland zu nähern und Einverständnis und Kooperation zu erreichen. Die Wichtigkeit Russlands für die Sicherheit und Stabilität Europas wird im Artikel hervorgehoben.

Auf Grund dieses Artikels bekommen die Leser vielleicht den Eindruck, dass Finnland vorsichtig sei und es aus Angst vor Russland nicht wage, der Nato beizutreten. Die Präsidentin Finnlands ist der Meinung, dass die militärischen Bündnisse nicht die Lösung seien, sondern Kooperation. Man kann denken, dass dies die Meinung des ganzen Landes sei. Man bekommt dadurch auch den Eindruck, dass Russland nicht verärgert werden solle. Andererseits ist in dem Artikel zu sehen, dass Finnland darauf vertraut, dass Russland keine Gefahr sei und dass deswegen die Finnen kein Bedürfnis dafür hätten, der Nato beizutreten. Die Situation der baltischen Länder sei anders. Aufgrund des Artikels sieht es so aus, dass die Finnen sorgfältig über die internationale Lage nachdachten und keine radikalen Wechsel wünschten.

Der Artikel gibt den Lesern auch einen Eindruck über das Verhältnis Finnlands zu seinen Nachbarländern. Schweden sei für Finnland ein Vorbild, und die Angst vor Russland existiere immer noch. Finnland folge den Entscheidungen Schwedens. Halonen sagt: „In dieser Frage (Nato) reagieren wir gemeinsam mit Schweden wie Zwillinge oder zumindest wie gute Schwestern.“ („*Sensibel für die eigenen Ängste*“ 15/2001) In den Fragen wird die Vermutung der Deutschen klar, dass Finnland aus Angst vor Russland neutral bleibe. Wie schon erwähnt wurde, gibt Halonen zu, dass die Finnen Angst vor Russland haben. Sie sagt, man soll immer sensibel für die eigenen Ängste sein, auch wenn sie nur psychologisch seien. Über das Verhältnis zu Russland sagt Halonen auch, dass die Finnen Russland wegen der zahlreichen Kriegen und auch der langen friedlichen Phase besser kennen würden als alle anderen.

Von dem Artikel können die Leser so einen Eindruck bekommen, dass der Präsident als Institution in Finnland nicht sehr viel Macht habe und dass die Minister dagegen viel Macht hätten. Die Präsidentin und der Ministerpräsident Finnlands haben gegensätzliche Einstellungen zur Nato. Halonens erwähnte in ihrem Kommentar, dass Finnland ein demokratisches Land mit einem bunten Meinungsbild sei, und dass es in Finnland „ ist ja manchmal auch nicht leicht zu verstehen, wer gerade den Ton angibt: Kanzler oder der Außenminister.“ („*Sensibel für die eigenen Ängste*“ 15/2001)

Der Artikel „*Das ist prinzipienlos*“ (17/2002) behandelt den Vorschlag des finnischen Ministerpräsidenten Paavo Lipponen, die unterschiedliche Stimmzahl zwischen den kleinen und großen EU-Ländern zu nivellieren. Nach der Meinung Lipponens sei die Union erst echt, wenn Gleichheit zwischen den Mitgliedstaaten herrsche. Alle Staaten

und Bürger sollen prinzipiell gleichberechtigt sein. Laut Lipponen sollte man die USA zum Vorbild nehmen. Lipponen schlägt ein Zwei-Körbe-System vor. In einem Korb hätte jedes Land eine Stimme und im anderen würde das Stimmrecht nach Staatsgröße variieren. Es sei wichtig, dass in Mehrheitsentscheidungen in beiden Körben eine Mehrheit herrschen sollte. Auf diese Weise gäben auch die Stimmen der kleinen Staaten einen Ausschlag, aber die großen hätten mehr politisches Gewicht, weil sie auch in bestimmten Fragen mehr Verantwortung übernehmen würden. Laut Lipponen sei es prinzipienlos, dass die neuen Mitgliedstaaten im Europäischen Parlament weniger Mandate haben als die alten, gleich großen Mitgliedsländer. Er meint, dass es keinen Kuhhandel geben sollte. Durch den Artikel können die Leser den Eindruck bekommen, dass Finnland die kleinen EU-Staaten und damit sich selber protegieren würde.

In dem Artikel *Zwang zur Kündigung* (21/2002) wurde berichtet, dass die finnische Regenbogenkoalition von fünf Parteien an der Frage über den Bau des fünften Atomkraftwerks auseinanderzubrechen drohe. In der Praxis ist die grüne Umweltministerin Satu Hassi durch ihre Partei gezwungen, im Falle eines Ja zurückzutreten. Es wurde in der Regierung über den Bau des Reaktors abgestimmt und das Resultat war 10:6 für den Bau.

Dieses Thema scheint sehr wichtig in Finnland zu sein, weil selbst die Regierung in Gefahr ist, zu stürzen. Im Artikel gab es auch eine graphische Darstellung, in der die Stromerzeugung Finnlands nach Energieträgern präsentiert wurde. Man kann sehen, dass ein Drittel von der Energie durch Kernkraft produziert wird. Abbildung und Inhalt des Artikels vermitteln das Bild, dass die Kernenergie benutzt wird, in Finnland im Gegensatz zu Deutschland gefördert werde.

In dem Artikel *Rote Erde* (13/2003) wurde auf die kommunistische Vergangenheit in der Politik Finnlands hingedeutet. Der Artikel behandelte die Reichstagswahlen Finnlands. Die bäuerlich-bürgerliche Zentrumspartei war der Wahlsieger und die sozialdemokratische Partei kam auf Platz zwei. Es sind wieder die zwei alten Gegner, die Weißen und die Roten. In dem Artikel wird gesagt, dass diese Koalition in Helsinki „rote Erde“ genannt wird wegen ihrer politischen Ursprünge. Es wird auf die frühere Situation in Finnland verwiesen, als die Roten bzw. die Kommunisten, putschten und daraus der Bürgerkrieg im Jahr 1918 folgte. Es ist versucht worden, die Revolution der



sowjetischen Bolschewiken auch in Finnland durchzuführen. Die Sowjetunion unterstützte die Roten und Deutschland die Weißen.

Es wird der Eindruck vermittelt, dass Finnland eine rote Erde sei. Diese Äußerung wurde nur in einer Phrase und in dem Titel erwähnt, aber der Titel ist sehr effektiv. Man kann sich wundern, warum dieser Titel gewählt worden ist. Die Sozialdemokraten (die Roten) haben die Wahlen verloren und die Bürgerlichen (die Weißen) gewonnen. Aus irgendeinem Grund wollte der Autor die kommunistische Geschichte Finnlands hervorheben. Der Artikel vermittelt das Bild, dass Finnland einen kommunistischen Hintergrund habe und dass es in Finnland ein historisch geprägtes Verhältnis zwischen der Rechten und der Linken geben würde.

In dem Artikel *Zurück in die Steinzeit* (16/2003) wird die finnische Finanzpolitik kritisiert. Die finnische Regierung wollte die Vorschläge zur Steuersenkung nicht berücksichtigen. Sie wollte die Wirtschaft ankurbeln, indem die öffentlichen Ausgaben und Investitionen gesteigert werden. Die führenden finnischen Wirtschaftsbesitzer und Unternehmensverbände sind der Meinung, dass ein „altes Denken“ in der Finanzpolitik Finnlands herrsche, und dass man „zurück in die Steinzeit“ gegangen sei. Wegen dieser Äußerungen bekommt man den Eindruck, dass man in Finnland keine radikalen Veränderungen wolle. Die Anschauung kann entstehen, dass die finnische Politik zu dirigistisch sei, oder aber, dass die Wirtschaft sich stark in die Politik einmische.

Im Artikel *Duell der Frauen* (38/1999) wird informiert, dass Anneli Jäätteenmäki von der bäuerlich-bürgerlichen Zentrumspartei die Wahlsiegerin war, und dass sie wahrscheinlich die nächste Ministerpräsidentin wird. Finnland würde dann von einer weiblichen Doppelspitze, von Jäätteenmäki und der Präsidentin Halonen, geführt. Es macht den Anschein, dass in Finnland die Frauen sehr viel politische Macht haben würden. Dies gibt wiederum den Eindruck, dass in Finnland die Frauen gleichberechtigt seien. Es wird klar, dass die Frauen die Möglichkeit haben, in die höchsten Ämter aufzusteigen. In dem Artikel *Duell der Frauen* (38/1999) werden die erreichte Gleichberechtigung und die Erfolge der finnischen Frauen deutlich betont.

In dem Artikel *Russophobie und Sex-Mission* (51/2004) schimpfen die Russen auf die Finnen wegen deren negativen Einstellung. Sie meinen, dass die Finnen eine Russophobie hätten, was in anderen EU-Ländern auch vorkomme. Die Russen sind der

Meinung, dass die Finnen in der letzten Zeit „nicht besonders freundlich“ gewesen seien. (Russophobie und Sex-Mission 51/2004.) Nach der Geiselnahme in einer Schule in Beslan soll das Beileid der Finnen „lauwarm“ gewesen sein. Der russische Diplomat Wjatscheslaw Tutschnin hat die Rolle Finnlands als Brückenbauer zwischen Russland und der EU angezweifelt. Die Russen seien beleidigt worden, weil die Polizei Finnlands eine Untersuchung in Wohnungen der Moskauer Handelsmission durchgeführt habe, wo russische Prostituierte ihre Sex-Geschäfte verwirklicht hätten. Nur ein Viertel der Finnen beschreiben ihr Verhältnis zu den Russen positiv. Von dem Artikel bekommen die Leser den Eindruck, dass die Finnen starke Vorurteile gegenüber den Russen hätten. Die russischen Prostituierten würden nach Finnland drängen. Es ist auch zu sehen, dass Russland sehr empfindlich darauf reagiert, wie Finnland sich gegenüber Russland verhält. Die Russen scheinen zu denken, dass die Finnen sie diskriminierten.

Der Artikel *Teurer Sargnagel* (41/2005) behandelt den Skandal über die riesigen Gewinne der Manager des finnischen, mehrheitlich staatlichen Energieversorgers Fortum, der auch ein aussichtsreicher Partner für die geplante Gaspipeline von Russland durch die Ostsee nach Deutschland ist. Fortum hat dem Management Aktienoptionen überlassen und demzufolge einen Polit-Skandal verursacht. 350 Manager der Firma bekamen insgesamt circa 500 Millionen Euro, der Geschäftsführer Mikael Lilius allein 12 Millionen. Im finnischen Reichstag soll jetzt geklärt werden, wer die politische Verantwortung dafür trägt. Der heutige und frühere Handels- und Industrieminister und der damalige Ministerpräsident werden beschuldigt. Der frühere Handels- und Industrieminister und der heutige Außenminister Erkki Tuomioja sei gegen die Optionen, und sehe in dem Skandal einen Erfolg: dieser Skandal sei „der letzte Sargnagel“ für solche Aktiencoups. Von dem Artikel formt sich die Vorstellung, dass die finnische Regierung merkwürdig und sinnlos freigebig das Spitzenmanagement belohne. Auch der Eindruck kann entstehen, dass man keine Kontrolle über die Firma gehabt hätte, und dass es auch in Finnland Korruption gäbe.

### **10.1.2 Die Umwelt**

Das Finnlandbild im Bereich der Umwelt kommt in einigen Artikeln vor. In den Artikeln werden hauptsächlich über die Umweltentscheidungen Finnlands berichtet. Es

gibt widersprüchliche Schlussfolgerungen: einerseits berücksichtige Finnland die Natur zu wenig, und andererseits habe es kluge Umweltentscheidungen gegeben.

In *Chip gegen Schmuggel* (9/1999) wird berichtet, dass Westeuropas Papierindustrie mit einem ökologischen Lauschangriff rechnet. Aus den Urwäldern, wie aus denen entlang der Grenze zwischen Finnland und Russland, werde Holz geschmuggelt. Deswegen will Greenpeace heimlich einen günstigen Mikrochip in geschlagenen Baumstämmen verstecken, um zu erfahren, wohin die Bäume transportiert werden. Die finnischen Holzkonzerne haben ein freiwilliges Moratorium bzw. das Schonen der Urwälder für eine bestimmte Zeit versprochen. Danach soll kein Holz aus Urwäldern mehr gekauft werden. Jedoch werden im Grenzgebiet von Kostamus jeden Tag bis zu 100 Laster Holz eingeschlagen. Die russischen Firmen sagen, dass sie die Wälder nur „für den Inlandsmarkt“ roden würden.

Von diesem Artikel kann man eine negative Vorstellung von Finnland bekommen, dessen Forstwirtschaft keine Rücksicht auf die Natur nehmen würde. Das Geld schein wichtiger zu sein. Allerdings wird es nicht klar, wer das Holz schmuggelt, die Finnen oder die Russen.

Der Artikel *Land unter für Singschwäne* (27/2000) behandelt den Streit über den Bau des Stausees, Vuotos, einem Wasserkraftwerk in Lappland. Der Fluss Kemijoki würde eingedämmt. Finnland plant den Bau schon seit 30 Jahren. Er wird heftig bekämpft. In Lappland seien schon zwei Stauseen, Lokka und Porttipahta, gebaut worden. Als die zwei alten Stauseen gebaut wurden, wurde der Bau so schnell durchgeführt, dass es keine Zeit für das Fällen des Waldes blieb, man ließ die Baumruinen im Wasser verfaulen. Später wurden sie doch geschlagen, aber es hatten sich schon viele Fäulnisstoffe im Wasser gelöst. Das Wasser war verschmutzt und die Fische starben. Der Staudamm hinderte die Lachse zu den Laichgründen zu gelangen.

In diesem Artikel wird so ein Eindruck vermittelt, dass Finnland in Umweltfragen nicht besonders kritisch sei, und dass es ohne Rücksicht auf die Natur und der Tiere handle. Andererseits scheint Finnland nicht alle Folgen des ersten Stauseebaus erkannt zu haben, und jetzt, wenn die Schäden für die Natur deutlich geworden sind, verzögere man den Bau des neuen Stausees.

Die Stauseen hätten auch die hohe Arbeitslosigkeit der Region nicht verringert, weil der Betrieb der Anlagen automatisiert sei. Der neue Stausee würde größer als der Bodensee sein. Er würde nur wenig Strom produzieren (0,5 Prozent von der Gesamtenergieproduktion Finnlands) und große Flächen natürliche Flusslandschaft und die Heimat vieler Vögel unter Wasser setzen. In der Region gibt es wichtige Vogelschutzgebiete. In dem Stausee Vuotos dürfte 12 Jahre lang nicht gefischt werden, weil die Quecksilberkonzentrationen zu hoch sein würden. Der Stausee würde auch die Ostsee verschmutzen. Das Phosphat und Quecksilber im Humus des moorigen Untergrunds würden als Folge der Überflutung in den Bottnischen Meerbusen fließen. Dies wäre eine Katastrophe, weil an der Küste die Fische sterben würden. Schweden hat Finnland schon als Umweltsünder verklagt. Die Phosphatbelastung des neuen Kraftwerksbetriebs würde am Anfang größer sein als die der Stadt Helsinki. Aus den überfluteten Mooren würde das Treibhausgas Methan freigesetzt werden. Laut der Umweltministerin Satu Hassi sollte Finnland seinen guten Ruf in der EU nicht aufs Spiel setzen. Sie hat auch am Widerstand gegen Vuotos teilgenommen.

Hier bekommt man den Eindruck, dass Finnland unmoralisch sei indem es den Bau plant, obwohl er so viele ernste Schäden für die Natur verursachen würde. Der Artikel gibt das Bild, dass Lappland für Finnland wie ein Kolonialgebiet sei. Es werde versucht, nur Nutzen daraus zu ziehen. Die Leser bekommen den Eindruck, dass die Landschaft von Finnisch-Lappland nicht mehr unberührt sei.

Wegen des Baus würden Hunderte von Rentierhaltern und Bauern ihre Heimat verlassen müssen. Bei dem Bau der beiden Stauseen, Lokka und Porttipahta, die Grundbesitzer betrogen worden, und man habe sie nicht über die wahren Absichten des Staats informiert. Hier bekommen die Leser den Eindruck, dass Finnland keine Rücksicht auf die Einwohner der Region genommen habe und sie sogar betrogen habe. In diesem Artikel wird Finnland in ein sehr negatives Licht gesetzt. Der Staat hätte dabei geholfen, die Umwelt zu zerstören, um die Energieproduktion zu maximieren. Der Staat hätte die Menschenrechte der Bürger ignoriert. In dem Artikel wurde deutlich versucht, an die Gefühle der Leser zu appellieren.

Der Artikel *Öko-Sieg in Lappland?* (29/2001) berichtet nochmals über den Streit um den Bau des Vuotos-Stausees in Lappland, der schon seit 30 Jahren umstritten ist. Es geht um einen riesigen, 237 Quadratkilometer großen, künstlichen See. Es ist eines der

umstrittensten Projekte in Finnland. Der Bau des Vuotos-Stausees würde Zerstörung seltener Sumpflandschaften und Eingriffe in den Vogelschutz bedeuten. Dieses gigantische Projekt wird von den Umweltschützern, der EU-Kommission und den schwedischen Nachbarn kritisiert. Laut dem Stromkonzern Kemijoki, der zu 67 Prozent in Staatsbesitz ist, wäre der Stausee wichtig zur Steuerung der Energieproduktion vor allem in Spitzenlastzeiten. Eine andere Alternative wären Ölkraftwerke, aber laut des Vertreters des Stromkonzerns Kemijoki belasteten auch sie die Umwelt. Der Streit ist bis ins höchste Gericht gegangen.

Finnland habe eine vernünftige Entscheidung in Umweltbereich gemacht (*Toxischer Euromüll* 4/2002). Die Regierung Finnlands hat die EU überrascht, indem sie beschloss, 1-Cent und 2-Cent - Münzen nicht zu prägen. Alle Preise werden in Finnland auf die nächsten fünf Cent auf- oder abgerundet. Die 1-Cent und 2-Cent - Münzen sind gering im Wert, aber sind teuer herzustellen. Früher, als die Finnen noch 10-Pfennig-Stücke hatten, verursachten sie nur toxischen Müll, weil die Menschen sie für wertlos hielten. Die Finnen haben sie einfach auf der Straße liegen lassen, kaum jemand hat sich bemüht, die Geldstücke vom Boden aufzusammeln. Die Leserschaft des *Spiegels* bekommen sicher das Bild, dass die Finnen nicht sehr pedantisch mit dem Geld seien. Die Finnen scheinen nicht sehr sparsam zu sein. Die Entscheidung Finnlands sei vernünftig und gut für die Natur, weil es jetzt diesen unnötigen toxischen Euromüll nicht mehr geben würde. Hier ist das ökologische Finnlandbild positiv.

Im Artikel *Alarm am Kap* (10/2003) geht es um die Umweltbedrohung, die von Russland ausgeht. Ein russischer Öltanker hat die ganze Ostsee in Gefahr gebracht, als er durchs Packeis fuhr. Ein Dutzend Riesentanker im Monat fahren über die Ostsee. Die Tanker sind aber nicht für das Fahren in dickem Eis gebaut worden. Überdies führt die Route der Tanker durch die Kinderstuben von Ringel- und Kegelrobben, die ihre Jungen auf dem Eis aufziehen. Die Zugvögel rasten und brüten dort auch. In dieser Situation ist das empfindliche Verhältnis zwischen Finnland und Russland wieder zum Vorschein gekommen. Der finnische Meerbusen ist eng und im Winter meist gefroren. Finnland ist sehr besorgt und hat gegen die Ölgefahr protestiert und ein Verbot von nicht eistauglichen Tankern verlangt. Russland hat nicht reagiert und die Sorgen der Finnen sogar als Neid interpretiert. Der Zustand der Tanker macht den Finnen Sorgen. Laut Sjöman sei kein russischer Eispass für Schiffe jemals international anerkannt worden. Man bekommt so den Eindruck, dass Finnland Russland für einen gefährlichen Umweltsünder halte. Die Russen werden mit den Wikingern verglichen; der Feind

„kommt wieder einmal zu See“. Von Finnland bekommt man den Eindruck, dass es sich um die Umwelt kümmern würde.

### 10.1.3 Die Technologie

In den Artikeln über Technologie erscheint Finnland als Technologie-Land, vor allem was Handys und Kernkraftwerke betrifft. Die Artikel geben so ein Bild, dass Finnland das Land der Atomreaktoren und Handys sei. In dem Artikel *Verbrecherjagd mit Enterhaken* (35/1996) wird eine neue High-Tech Harpune präsentiert, die die finnische Polizei bei der Verbrecherjagd in Zukunft helfen werde. Der Polizist Markku Limingoja habe eine Harpune erfunden, die an Stoßstange und Kühler des Polizeiwagens befestigt werde. Mit der Harpune könne 20 Zentimeter tief in das Blech des Fluchtwagens geschossen werden, der auf diese Art und Weise gestoppt werde. Wenn die Kriminellen nicht nachgeben würden, versprühe die Harpune auch Tränengas. Das Bild in dem Artikel ist von besonderer Bedeutung, weil es eine völlig falsche Vorstellung von den Autos der finnischen Polizei gibt: in dem Bild stehen zwei Polizisten in Dienstkleidung neben einem alten Lada. In die Stoßstange des Autos ist eine große Harpune befestigt. Hier wird Finnland als Sowjet - Finnland präsentiert. Der Artikel scheint ein „Aprilscherz“ zu sein.

Der Artikel *Flirten, was die Tastatur hergibt* (8/2000) behandelt den größten Wirtschaftszweig Finnlands: die Handytechnologie. Der Artikel ist mit mehr als drei Seiten einer der längsten. Finnland wird als die weltweit mobilste Gesellschaft bezeichnet. In dem Artikel wird geschrieben, dass fast jeder Finne ein Handy besitze: die Eltern würden sogar ihren 10-jährigen Kindern Handys kaufen, weil sie berufstätig seien und ihre Kinder unter Kontrolle haben wollten. Der Handyhersteller Nokia und der Mobilfunkbetreiber Sonera seien die stärksten Unternehmen in Finnland, sie hätten die traditionellen Bereiche wie Forst- und Papierindustrie längst überholt. Der Artikel gibt den Eindruck, dass Finnland ein naives Hightech-Land sei, und das Land der Handys. Das Handy scheint Finnlands Statussymbol zu sein.

Es wird gesagt, dass in Finnland die Zukunft bereits Gegenwart sei. Die Mobildienste sind in Finnland höher entwickelt als in irgendeinem anderen Land: mit dem Handy

könne man nicht nur telefonieren, sondern es werde mehr und mehr zu einem Allround-Gerät, mit dem man sogar seine Cola am Automaten bezahlen, seine Passbilder in einem Passbildautomat machen lassen oder sein Auto in einer Autowaschanlage waschen lassen könne. Die Leser bekommen vielleicht den Eindruck, dass die Finnen naive Technofreaks seien.

In dem Artikel wird gesagt, dass SMS verschicken und chatten mit dem Handy unter Finnen sehr populär sei, besonders unter Jugendlichen, die ihre ganze Zeit und ihr Taschengeld dafür benutzen. Es wird gesagt, dass deswegen sogar weniger ferngesehen würde. Das Verschicken von SMS sei der „Volkssport“ der Finnen, und nicht nur unter den Jugendlichen. Eine finnische Pädagogin sagt in dem Artikel, dass ihrer Meinung nach 12-jährige Jugendliche oder Kinder bei „entsprechender Reife“ im geeigneten Alter seien, ein Handy zu bekommen. Sie selber wollte ihrem achtjährigen Enkel ein Handy schenken, aber „weil der Junge schon so viel Spielzeug hat“, müsse er noch ein Jahr warten. Es wird gesagt, dass die Finnen nicht einmal ein paar Tage ohne Handy sein wollten. Die Finnen seien überall erreichbar, da fast das ganze Land von Funknetzen abgedeckt sei.

Der Eindruck entsteht, dass die FinnInnen technologieverliebt seien. Der Autor scheint nicht zu verstehen, warum die Finnen von der Technologie so begeistert sind. Aus dem Artikel bekommt man auch den Eindruck, dass die Finnen nichts anderes machen als mit ihren Handys spielen, nur Spaß und Unterhaltung haben wollten. Das Handy scheine ein Alltagsspielzeug für die Finnen zu sein. Aufgrund dieses Artikels bekommen die Deutschen den Eindruck, dass die Technologie ein wesentlicher Teil des alltäglichen Lebens sei, ohne die man nicht leben könne.

In dem Artikel wird Finnland auch gering eingeschätzt: es wird gesagt, dass Finnland ein Land sei, „das nur gut fünf Millionen Einwohner hat, das im Wesentlichen aus Wäldern und Schnee besteht, dessen Sprache nirgendwo sonst verstanden wird und überhaupt so klingt wie eine Halskrankheit“. Der einzige Beitrag, den die Finnen zur Weltkultur beigetragen hätten, sei die Sauna. Man scheint sich zu wundern, wie so ein Land technologisch so entwickelt sein könne. Die Leser bekommen von der finnischen Sprache den Eindruck, dass sie nicht besonders schön klinge.

*Clemens freut sich über Kraftwerksbau* (22/2002) ist ein sehr kurzer Artikel im Deutschland-Ressort. In dem Artikel wird mitgeteilt, dass Finnland beschlossen habe den fünften Atomreaktor des Landes zu bauen. Die Deutschen würden sich über den Kraftwerksbau freuen, weil der Kraftwerksbauer KWU, eine Siemens-Tochter, der Wunschkandidat der Finnen sei. Von dem Artikel entsteht das Bild, dass das von der Einwohnerzahl her kleine Finnland viele Atomkraftwerke habe, und dass die Finnen mit den Deutschen zusammenarbeiten wollten. Die Finnen würden auf das Know-how der Deutschen vertrauen.

In dem Artikel *Im Reich der Reaktoren* (47/2005) wird über die Kernkraft Finnlands gesprochen. Finnland wird als Reich der Reaktoren bezeichnet: das fünfte Kernkraftwerk des Landes und ein Endlager des Atommülls sind im Bau, und der sechste Reaktor sei schon in Planung. Finnland sei der einzige Staat in Europa, der einen neuen Atommeiler errichte. Der neue Reaktor werde der leistungsstärkste der Welt sein. Die Einstellung Finnlands zur Atomkraft wird als sehr positiv geschildert. Es wird gesagt, dass die Gemeinde Eurajoki, wo der neue Atomreaktor und das Endlager gebaut werden, sich über den Bau freue und darauf stolz sei. Dies schockiert sicher die deutschen Leser. Diese Gemeinde produziere fast 20 Prozent des gesamten Stroms des ganzen Landes, und mit dem dritten Meiler, der im Bau sei, würden es 35 Prozent sein. Die Gemeinde bezeichne sich als „The most electric municipality in Finland“. Im Artikel wird gesagt, dass die Gemeinde auch über die strahlende Atommülldeponie begeistert sei. Die Reaktoren seien die wichtigsten Sehenswürdigkeiten der Gemeinde Eurajoki. Dieses Lob ist deutlich ironisch gemeint. In dem Artikel wird behauptet, dass es kaum Atomkraftgegner gebe, und dass Risiken und ökonomische Einwände verdrängt würden. Es gebe Behauptungen der finnischen Atom-Kritiker wie zum Beispiel, dass es keine gründliche Einschätzung der Risiken und Kosten des Atomkraftwerks gegeben habe. Der britische Nuklearexperte John Large meine, dass die Baugenehmigung zu schnell erteilt worden sei. Es wird kritisiert, dass man sich nicht auf einen Terrorangriff eingestellt hätte.

Dieser Artikel gibt den Eindruck, dass die Finnen von der Kernkraft begeistert seien, und dass sie in Finnland viel benutzt werde. Die Finnen vertrauten auch auf die Sicherheit ihrer Reaktoren und hätten keine Angst vor einer Umweltkatastrophe. Auch der Eindruck wird vermittelt, dass Finnland den Widerstand unterdrücke. Finnland habe



sich naiv und achtlos für den Bau des Atomreaktors entschieden, man glaube, in Sicherheit zu sein, alles im Griff zu haben.

Ein finnischer Atom-Kritiker sagt, Finnland sei „unehrlicher“ geworden: „Lügen ist erlaubt, wenn es der nuklearen Sache dient.“ In dem Artikel behauptet Pentti Tiusanen vom Linksbund, dass der fünfte Atomkraftreaktor im Reichstag deshalb genehmigt worden sei, weil den Politikern ein Öko-Energieprogramm in Aussicht gestellt und weil Investitionen in erneuerbare Energiequellen versprochen worden seien. Die Bewilligung des Baus des fünften Reaktors scheint mit allen unfairen Mitteln im Parlament durchgesetzt worden zu sein. Es kann sein, dass dieser Artikel den Deutschen den Eindruck gibt, dass im finnischen Parlament die Energielobby herrsche, auch bei anderen Entscheidungen als bei solchem im Bereich Atomkraft.

Es wird berichtet, dass der Bau des fünften Atomreaktors zwar nur knapp im Parlament angenommen worden ist, aber dass es im Lande ruhig geblieben sei. Der Stromkonzernchef Simola meinte dazu: „Wenn wir etwas auf politischer Ebene entschieden haben, dann stehen wir auch dazu.“ Auch der Gemeinderatsvorsitzende von Eurajoki, Jaakkola sagt: „In Finnland gehen wir nicht auf die Straße, unsere Kritik hat keine laute Stimme.“ In dem Artikel wird zudem geäußert, dass in Finnland ernst genommen werde, was in der Zeitung stehe. Es wird gesagt, dass die Finnen an die Obrigkeit glauben würden: sie akzeptierten ohne Widerstand, was die Politiker entscheiden würden.

Der Artikel gibt so einen Eindruck, dass die Finnen die Autoritäten nicht in Frage stellen würden. Aufgrund dieses Artikels denken die Leser vielleicht, dass die Politiker in Finnland viel Macht hätten, weil das Volk sich passiv und dumm verhalte. Die Medien Würden in Finnland eine große Macht haben, weil die Finnen glauben würden, was in der Zeitung stehe.

Es gebe in Finnland nur kleine Zweifel darüber, dass Strahlung in die Umgebung freigesetzt werden könne. Es wird befürchtet, dass für Finnland eine „strahlende Zukunft“ zu erwarten sei. Die europäischen Länder möchten das dünnbesiedelte, an den äußeren Rand Europas liegende Finnland „zum Nuklearkamp für Europa“ machen, wohin man den eigenen Atommüll hinschicken könne. Es wird berichtet, dass der neue Reaktor der leistungsstärkste der Welt sein werde, und dass er die fortschrittlichste

Technologie darstelle. Der Eindruck wird hier vermittelt, dass Finnland auf die hohe Technologie vertraue. Die FinnInnen verhielten sich unkritisch gegenüber der Umweltgefahr.

Wir haben so ein Gefühl bekommen, dass der Autor des Artikels die Entscheidung des finnischen Parlaments nicht versteht und dass er sie sehr kritisch beurteilt. Es wurde nämlich geschrieben: „Bislang gibt es insgesamt vier Reaktoren, die das nordische Fünf-Millionen-Volk mit Strom versorgen. Später in dem Artikel werden jedoch auch die Gründe erklärt, warum Finnland die Atomkraft gewählt hat: Wind- und Wasserkraft funktionierten im hohen Norden nicht, und Finnland wollte auch vor allem vom „unbeliebten“ Nachbar Russland unabhängig sein, sagt der Stromkonzernchef Simola. Hier wird wieder zum Vorschein gebracht, dass die Russen bei den Finnen wenig Vertrauen besitzen würden. Jedoch gäbe es die Möglichkeit des umweltfreundlichen Heizens mit Holzpellets, die Finnland aber vernachlässige. Finnland hätte eigenes Abfallholz, aber es werde den Schweden verkauft. Der Stromverbrauch pro Kopf in Finnland sei doppelt so hoch wie in Deutschland, weil die Papier-, Metall- und Chemieindustrie so viel Energie verwende.

#### **10.1.4 Die Wesensart**

Die Wesensart der Finnen wird auch deutlich in den Artikeln über die finnische Kultur. In dem Artikel *Kopf Hoch!* (22/1996) wird über einen Film des finnischen Regisseurs Aki Kaurismäki geschrieben. Der Film heißt *Wolken ziehen vorüber*, und er ist im Jahr 1996 gedreht worden. Kaurismäki ist in Deutschland bekannt und beliebt. Im Film geht es um das alltägliche Leben eines Ehepaars und um ihre wirtschaftlichen Probleme. Kaurismäki beschreibt das Unglück mit Komik. Er ironisiert die finnischen Klischees. In dem Film trinken die Finnen viel, und die nationale Melancholie und Ärmlichkeit sind auch anwesend. Daraus formt sich der Eindruck, dass das Leben der Finnen trübselig sei, dass in Finnland viel getrunken werde, dass die Finnen arm, traurig und schweigsam seien und das Leben der Arbeiter in Finnland hart und schwierig sei. In dem Artikel wird jedoch festgestellt, dass der Film nicht dem heutigen realen Finnland entspreche.

Die Liebe der Hauptfiguren des Films wird beschrieben als eine Liebe von der Art, die „keine Worte zu machen weiß und doch niemals verzagt“. Davon bekommen die Leser möglicherweise den Eindruck, dass die Finnen schweigsam seien und dass sie nicht so schnell aufgeben. Die Aussage von Kaurismäki scheint zu sein, dass es ist immer zu spät, aber nie zu spät sei. Im Artikel gibt es ein Bild von Kaurismäki, der gekrümmt dasitzt und deprimiert aussieht. Kaurismäki meint, dass der Tango aus Finnland stamme und erst später nach Argentinien exportiert worden sei. Kaurismäki, wie alle Berühmtheiten, repräsentiert ein Bild von Finnland.

In dem Artikel (*Der Fluch der Väter* 44/1998) wird die finnische Autorin Leena Lander und die Themen ihrer Romane behandelt. Sie schreibt über Themen, die in Finnland verschwiegen werden: über Gewalt und Alkoholismus. Sie nimmt die Themen für ihre Romane aus der finnischen Geschichte, sie hat zum Beispiel über die faschistische Lapua-Bewegung der 30er Jahre, die die Kommunisten bekämpfte, geschrieben. Aufgrund ihrer Kommentare bekommt man so einen Eindruck, dass es in Finnland viel Gewalt gäbe, und dass in Finnland über schwierige Themen der Geschichte nicht gesprochen werde. Sie sagt zum Beispiel, dass ihre Familie eine Geschichte der Gewalt habe – „typisch finnisch“, behauptet sie. Viele von ihren Familienmitgliedern sind unter gewalttätigen Umständen gestorben. Im Artikel wird behauptet, dass alle Finnen einen riesigen Vaterkomplex hätten. Diese Behauptung wird weder genauer erklärt noch begründet. Die Autorin erklärt, dass in ihrem Roman *Die Insel der schwarzen Schmetterlinge* die Hauptfigur für den charismatischen Staatspräsidenten Finnlands Urho Kaleva Kekkonen in den Jahren 1956-1981 stehe. Er führte den Staat so patriarchalisch streng wie die Hauptfigur Olavi Harjula sein Jugendheim in dem Roman. Kekkonen hatte eine sichere Neutralität zwischen Westen und Osten geschaffen und setzte einen Sozialstaat durch, den das Land am Anfang der neunziger Jahre nicht mehr finanzieren konnte. In der Zeit Kekkonens sah alles von außen gut aus: alle arbeiteten hart, aber die Zahl der Selbstmorde stieg und der Alkoholkonsum vermehrte sich stark. Die Finnen werden als streng und fleißig geschildert. Die Leser können die Vorstellung bekommen, dass die Finnen so hart arbeiteten, dass viele Alkoholiker würden und dass dies zum Selbstmord führe. Von dem Artikel kann man den Eindruck bekommen, dass in den finnischen Familien eine sehr strenge Disziplin herrsche, aus der mit Hilfe des Alkohols ausgebrochen werde.

Die Autorin beschreibt auch das Klima Finnlands. Sie sagt, dass der Winter schon in der zweiten Septemberwoche beginne. Laut ihr ist es nicht wirklich kalt, aber die Abendluft sei schon feucht und kündige den Frost an. Die Tage würden anfangen, kürzer zu werden und die Nächte seien blauschwarz, während sie im Sommer grau seien.

Der Artikel (*Gefühle in Moll* 29/2005) behandelte den finnischen Tango. Es wird darüber informiert, dass in Finnland jährlich im Juli der fünftägige *Tangomarkt* in dem „Kaff“ Seinäjoki stattfindet. In dieser Zeit werde der Ort mit über 100 000 Besuchern zur zweitgrößten Tango-Metropole der Welt, nach Buenos Aires. Tango werde auf der Hauptstraße der Stadt getanzt. Auf Grund des Artikels entsteht der Eindruck, dass der Tango die Leidenschaft aller Finnen sei. Es steht in dem Artikel, dass der Tango in Finnland mehr als eine heimliche Leidenschaft, nämlich ein Kult sei. Der Mittsommer sei die Tango-Zeit in Finnland, „die fünfte Jahreszeit im Norden“. Es wird behauptet, dass überall im Land Tango getanzt werde. Die charakteristischen Züge des finnischen Tangos werden im Artikel beschrieben. Diese Eigenschaften verbindet der Leser wahrscheinlich weitgehend mit der finnischen Mentalität. Der finnische Tango habe einen harten Rhythmus und eine steife Körpersprache, einfache und monotone Schrittfolgen und er sei kaum erotisch. Laut dem finnischen Sänger, Musiker und Autor M. A. Numminen würden die Finnen einen einfachen Tanz brauchen, weil „die finnischen Männer nicht so gut tanzen“. Nach dem 80-jährigen finnischen Tanzlehrer Åke Blomqvist tanze 50 Prozent der Finnen, und die andere Hälfte trinke. Die Musik sei Akkordeonmusik in Moll, und die Texte erzählten von Sehnsucht, von Einsamkeit, von Liebe, meist unerfüllter, und von der ewigen Lust nach Leidenschaft. Ein finnischer Sänger wird zitiert, dass die finnischen Männer ungern und besonders nicht von Gefühlen sprechen würden. Stattdessen übernahmen die Lieder die Kommunikation. Man formt das Bild, dass die Finnen sehr reserviert, sogar gehemmt seien.

Der Artikel gibt den Eindruck, dass das Leben der Finnen sehr trübselig sei, und dass sie nur mit Hilfe des Tangos überleben würden. Es wird viel über die Kälte und Dunkelheit gesprochen, z. B. „... im frostigen Eck Nordeuropas, dort wo das Blut nur schwer in Wallung kommt, ...“. Die Finnen haben laut diesem Artikel die Sehnsucht nach Licht und Leben. Es wird erklärt, dass viele Texte während der Kriege Finnlands entstanden seien. Sie erzählten über Trauer, Tod, Schmerz und Leid. Laut der finnischen Musikexpertin Maarit Niiniluoto hätten die Finnen mit Hilfe des Tangos die schwierigen Kriegsjahre überlebt. Laut dem weltbekannten finnischen Regisseur Aki

Kaurismäki ist der Tango der Blues der Finnen. Die hellen Sommer und dunklen Winter wurden in dem Artikel mehrfach erwähnt.

### **10.1.5 Die Wirtschaft**

Fast alle Wirtschaftsartikel behandeln Sonera und Nokia. In *Crash in die Krise* (33/2002) wurde über die Finanzkrise des Telekommunikationskonzerns Sonera geschrieben. Die Wirtschaftskrise stelle eine schwere Belastung dar für die finnische Regierung. Sonera, das „Musterunternehmen“ Finnlands, hatte auf dem Höhepunkt der Handyeuphorie für den Erwerb der UMTS-Lizenzen vier Milliarden Euro an die deutsche Regierung überwiesen, die als Verlust abgebucht werden mussten. Überdies scheiterte die Idee über die Zusammenarbeit mit dem spanischen Partnerkonzern Telefónica Móviles, und laut Kritikern war dies der „größte unternehmerische Fehler aller Zeiten“. Die Regierung wird in der finnischen Presse kritisiert, weil sie nicht rechtzeitig eingegriffen habe. Es wird vermutet, dass die ökonomischen Risiken des Geschäfts von Sonera und von Regierungsmitgliedern vertuscht worden seien. Das Misstrauen, das diese Krise möglicherweise verursacht habe, könne die Resultate der kommenden Wahlen beeinflussen. Vor allem bedrohe dies den Ministerpräsidenten Paavo Lipponen und seine Partei, die Sozialdemokraten. Die oppositionelle Zentrumspartei und ihre neue Vorsitzende Anneli Jäätteenmäki würden Lipponen mitverantwortlich machen. Um das gleiche Thema geht es in *Finanz-Skandal ohne Ende* (52/2002). In diesem Artikel wird die drohende Wahlniederlage von Lipponen betont. In Meinungsumfragen hat die Zentrumspartei unter der neuen Parteivorsitzenden Anneli Jäätteenmäki die Sozialdemokraten schon überholt. Es wird erwähnt, dass Sonera halbstaatlich sei, dass sechs Sonera-Manager verhaftet worden seien und dass der Skandal ohne Ende sei. Aufgrund dieser zwei Artikel wird der Eindruck vermittelt, dass Sonera sehr wichtig für die Wirtschaft Finnlands sei, weil dieser Skandal das Wahlergebnis beeinflussen werde.

Das finnische Mobiltelefonunternehmen Nokia wird im Artikel *Handy-Firma im Höhenflug* (50/1999) behandelt. Der Artikel beschreibt die Wandlung der Firma Nokia von einem Gemischtwarenladen zu der größten Hightech-Handyfirma der Welt und den Aufstieg zum wertvollsten Unternehmen Europas. Die Rolle des Konzernchefs Jorma

Ollila wird dabei betont. Am Anfang stellte Nokia alles Mögliche her: Autoreifen, Förderbänder, Fernseher und Fußbodenbeläge, Toilettenpapier, Telefone usw. Ollila setzte ausschließlich auf Hightech: auf Handys und auf die Decoder für das Digitalfernsehen. Laut Ollila war die Innovation unumgänglich, das Unternehmen wäre untergegangen, weil das Land nach dem Zusammenbruch seines größten Handelspartners, der Sowjetunion, in einer tiefen Flaute steckte. Die Firma war sogar zum Verkauf angeboten, aber der schwedische Konkurrent Ericsson lehnte das Angebot ab. Zuerst war der Handy-Markt klein, nur die Geschäftsleute hatten Handys aber bald hatte fast jeder Finne ein eigenes Handy. 1998 waren mehr Handys, verkauft worden als Autos und Personalcomputer zusammen. In dem dünnbesiedelten Finnland habe sich das Handy schneller durchgesetzt als in irgendwo sonst.

Die kleine Firma sei schnell gewachsen und rund um die Fabrik sei eine Ortschaft entstanden, Nokia. Nokia habe seinen Namen von einem Wiesel bekommen, es sei eine umgangssprachliche Form für eine Wieselart in der waldigen Gegend. Nokia investierte in die Produktentwicklung und stellte zeitweise ganze Jahrgänge von Technikern frisch von den Universitäten ein. Neue Forschungslabors wurden in aller Welt gegründet, und ein italienischer Designer und Marketingexperte wurden engagiert. Nokia hat auch technische Neuerungen gemacht: ein Handy mit Internet. Nokia ist auch die einzige Firma, die die neue WAP-Technik besitze. Nokia hat acht Fabriken in vielen Ländern. Die Anleger haben die Aktien von Nokia in „schwindelnde Höhen“ gebracht. Nokia sei schneller als jede andere europäische Firma aus dem Nichts der Aktiennotierungen an die Spitze des internationalen Wirtschaftslebens aufgestiegen. Ein großes Wachstum sei noch zu erwarten, meinen die Analysten des Konzerns.

In dem Artikel wird der Konzernchef Ollila beschrieben, der weder charismatisch noch ein brillanter Redner sei, sondern eher brav und schüchtern wirke. Obwohl er der Chef des Riesenkonzerns sei, prahle er nicht. Es wird gesagt, dass am Arbeitsplatz eine sehr lockere Stimmung herrsche, weil alle den Chef nur fast kumpelhaft mit Vornamen ansprechen würden. Von den Wirtschaftsartikeln bekommt man den Eindruck, dass die finnische Wirtschaft aus Sonera und Nokia bestehe, innovationsfreudig sei und Teamarbeit betone.

### **10.1.6 Das Aussehen**

In einem Artikel in der Ausgabe 21/1996 werden prominente Personen vorgestellt, unter ihnen auch die dunkelhäutige finnische Schönheitskönigin Lola Odusoga. Laut dem Artikel hat ihr Sieg die in- und ausländische Presse in Konflikte mit dem Begriff der „politischen Korrektheit“ gestürzt. Nach der Meinung eines finnischen Kolumnisten erkläre ihre überwältigende Schönheit besser als alle politische Korrektheit, warum ihr Sieg solch einen massiven Niederschlag in der Öffentlichkeit gefunden habe. Es wird die Londoner *Times* zitiert, die Finnland die „Nation der Blondinen“ genannt habe, ein klassischer Stereotyp. Die Wahl der dunkelhäutigen Miss Finnland wurde kritisiert, weil sie nicht Finnland spiegele. Allerdings scheint es nicht so zu sein, weil auch die zwei anderen Konkurrentinnen, die gekrönt wurden, dunkelhaarig waren. Die *Times* schreibt auch, dass die neue Miss Finnland, „offenbar vernünftiger als ihre Landsleute“, ihre Aussichten auf einen Sieg bei den Miss Universum-Wahlen heruntergespielt habe, indem sie gesagt habe, dass sie „ein bisschen anders als die anderen“ sei. (Die Ausgabe 21/1996)

Der Artikel vermittelt die Stereotypen der blonden Finninnen. Die Leser können den Eindruck bekommen, dass die Finnen konservativ und sogar rassistisch seien, und die dunkelhäutigen Menschen nicht als Teil ihres Landes akzeptierten.

### **10.1.7 Das Bildungswesen**

Das finnische Bildungssystem wird im Artikel *Traumland im Norden* (22/2002) gelobt. Sechs deutsche SPD-Kulturminister und die Bundesbildungsministerin Bulmahn seien nach Finnland gereist, um das finnische Bildungssystem besser kennen zu lernen und um ein Muster für Deutschland zu schaffen. In der Pisa-Studie, woran 32 Länder teilgenommen haben, lag Finnland bei der Lesekompetenz auf dem ersten Platz. Der Präsident des finnischen Zentralamts für Unterrichtswesen sagte: „Wir sind nur fünf Millionen Einwohner; dass wir ein Kind nicht fördern, können wir uns nicht gar nicht leisten.“ Die Struktur des finnischen Schulsystems wird so erklärt: im Alter von sieben gehen alle in die neun Jahre dauernde Gesamtschule, und die ersten sechs Jahre lernen alle in der selben Gruppe. Der Lehrer kann jährlich wechseln, aber während eines

Schuljahrs würden alle Fächer von demselben Lehrer gelehrt. Laut dem Artikel bildet sich über die Hälfte der Schüler in der gymnasialen Oberstufe weiter.

Der Artikel vermittelt den Eindruck, dass das finnische Schulsystem ausgezeichnet sei und dass in Finnland alle gut ausgebildet würden. Der Eindruck entsteht, dass die finnischen Lerner infolge der Struktur des Schulsystems eine sichere und kontinuierliche Lernumgebung haben würden, und dass alle gefördert würden. In Finnland lernen alle Schüler neun Jahre lang zusammen und werden nicht aufgrund ihres Schulerfolgs in verschiedene Schultypen getrennt. Erst mit 15 Jahren müssten sie entscheiden, was sie mit ihrer Zukunft machen möchten.

Der Artikel gibt den Eindruck, dass der Unterricht in Finnland freier wäre, und dass es gar keine Lehrpläne gäbe. Ein Mädchen, das sowohl in eine finnische als auch in eine deutsche Schule gegangen ist, hat in dem Artikel über ihre Erfahrungen berichtet. Sie hat gesagt, dass das Lernen in der finnischen Schule viel mehr Spaß mache, und dass die Lehrer die Schüler fragen würden, was sie lernen möchten. Über die deutschen Lehrer sagt sie, dass sie immer alles streng durchziehen wollten, was im Lehrplan stehe.

#### **10.1.8 Die Frauen**

Der Artikel *Alles erreichen* (44/1996) behandelt die Gleichberechtigung der Frauen in Finnland. In dem Artikel wird gesagt, dass die finnischen Frauen gesellschaftlich alles erreichen könnten. Es wird berichtet, dass Frauen nirgendwo sonst so umfassend an der Politik und Wirtschaft teilnehmen wie in Finnland. In Finnland gebe es viele Frauen in gesellschaftlich hohen Stellungen, auch in den traditionell männlichen Bereichen wie z.B. im Außen-, Finanz- und Verteidigungsministerium und in der Zentralbank. Laut der damaligen Verteidigungsministerin Anneli Taina sei dies Weltspitze. In dem Artikel wurden einige hochrangige Finninnen erwähnt: die Parlamentspräsidentin Riitta Uosukainen, die Zentralbankpräsidentin Sirka Hämäläinen und die Verteidigungsministerin Anneli Taina. Es gab auch Fotos von diesen Personen.

Finnland wird „Vorreiter der Emanzipation“ genannt. Die Finninnen haben 1906 als erste Frauen das aktive und passive Wahlrecht bekommen. Finnland war noch kein



selbständiges Land, sondern ein autonomes Großfürstentum und Teil des russischen Reichs. Die Finninnen haben jedoch keine völlige Gleichberechtigung, auch heute noch nicht, denn sie bekommen weniger Lohn als die Männer. Es wird erwähnt, dass die Frauen in Finnland besser ausgebildet sind als die Männer: sechs von zehn Universitätsabsolventen sind Frauen. Die Pharmazie, das Gesundheitswesen und die Human- und Sozialwissenschaften sind Bereiche, in denen es fast nur Frauen gäbe. Es gibt Gesetze, die die Frauen und auch die Männer vor der geschlechtlichen Diskriminierung schützen. Es wird erwähnt, dass 70 Prozent der Finninnen ein eigenes Einkommen hätten. Die Sozialpädagogin Päivi Korvajärvi meint, dass es die Alternative Haus- oder Karrierefrau für die Finninnen nie gegeben habe. Der Mann konnte seine Familie nie allein ernähren, weil Finnland ein spät industrialisiertes Land sei.

Der Artikel gibt den Eindruck, dass die Frauen sehr gute Verhältnisse in Finnland hätten, und dass die Finninnen stark und unabhängig seien. Der Eindruck formt sich, dass die Finninnen die Gleichberechtigung für selbstverständlich halten würden.

### **10.1.9 Die Geschichte**

Der Artikel „*Preis der Freiheit*“ (48/2003) behandelt die Geschichte Finnlands, und zwar die Kollaboration der Finnen mit den Nationalsozialisten in den Jahren 1941 bis 1944. Im Artikel wird informiert, dass die Finnen mit den Deutschen Seite an Seite gegen die Sowjetunion gekämpft haben. Der Artikel berichtet, dass eine finnische Sozialwissenschaftlerin, Elina Sana, herausgefunden hat, dass Finnland in diesen Jahren fast 3000 Menschen an die deutsche Gestapo ausgeliefert habe. Die meisten starben in Konzentrationslagern. Die Gefangenen waren vor allem sowjetische Kriegsgefangene, darunter auch einige Juden, aber auch politische Gefangene, z. B. emigrierte deutsche NS-Gegner und finnische Kommunisten. Offiziell seien es nur 8 jüdische Flüchtlinge und 19 andere Gefangene gewesen. Die Untersuchungen von Sana waren der erste Anstoß für eine Untersuchung der finnischen Regierung. Finnland hat erst vor drei Jahren einen Gedenkstein für die jüdischen Opfer errichtet und sich dabei bei der jüdischen Gemeinde entschuldigt. In dem Artikel wird über den finnischen Geheimdienst Valpo berichtet. Es wird behauptet, dass es auch in Finnland Nazis und Lager gegeben habe.

Der Artikel bietet den Eindruck, dass Finnland auch ein nationalsozialistisches Land gewesen wäre, das seine politischen Gegner in Konzentrationslager geschickt habe. Von dem Artikel bekommen die Leser den Eindruck, dass die Beteiligung Finnlands an den Tätigkeiten der Nazis evident gewesen sei. Die Finnen scheinen aber keine Verantwortung dafür übernommen zu haben. Sana meint, dass die Deportationen „ein Teil des Preises für unsere Freiheit“ gewesen seien. Es sieht so aus, dass man in Finnland auch darüber geschwiegen habe. Der negative Eindruck entsteht, dass Finnland seine Vergangenheit verschweige.

#### **10.1.10 Der Tourismus**

Im Artikel *Pfiffige Finnen* (52/1996) geht um den finnischen Tourismus und zwar um die bekannteste Attraktion Finnlands: das Weihnachtsmanndorf am Polarkreis in Lappland, das 1985 eröffnet wurde. In der Weihnachtszeit kommen Tausende von Touristen aus vielen Ländern nach Rovaniemi, der Hauptstadt der finnischen Provinz Lappland, um den echten Weihnachtsmann zu sehen. Das Weihnachtsmanndorf bekam weltweite Öffentlichkeit, als 1995 die ganze Welt durch hunderte Sendungen im Fernsehen davon erfuhr. Die Idee mit dem Weihnachtsmanndorf ist entstanden, weil es in Disneyland keinen Weihnachtsmann gibt. Die Finnen dachten, dass man in Finnland diese Lücke schließen könnte. Finnisch-Lappland wurde von der finnischen Regierung offiziell zum Land des Weihnachtsmanns erklärt. Seither seien Zweifel an der finnischen Abstammung des Weihnachtsmanns laut dem Artikel nicht mehr erlaubt. Der Weihnachtsmann wurde interviewt, und er sagt, dass Finnland das Land des Weihnachtsmanns sei, weil es nur in Lappland Rentiere gäbe.

Der Ton des Artikels ist eventuell ironisch. Die Finnen hätten den Weihnachtsmann angeeignet und alles ohne gute Begründungen offiziell erklärt. Die Finnen werden in dem Titel dieses Artikels „pfiffig“ genannt, weil sie so eine gute Marktlücke gefunden hätten und viel Geld damit machen würden. Das Weihnachtsmanndorf sei wie eine Goldgrube und gebe auch Arbeitsplätze..

## 11 Schlussbetrachtung

In dieser Arbeit wurde das Finnlandbild untersucht, das das deutsche Nachrichtenmagazin *Der Spiegel* in seinen Artikeln den Lesern vermittelt. Die Artikel der Zeitschrift stammen aus den Jahren 1996 bis 2005. Wir haben die Methode der Inhaltsanalyse benutzt. Die Artikel wurden in 10 Themen kategorisiert. Diese Themenbereiche waren *Politik, Umwelt, Technologie, Kultur, Wirtschaft, Personen, Bildung, Frauen, Geschichte* und *Tourismus*.

Unsere Hypothese war, dass wir Artikel über die Stereotypen *Technologie, Sauna, Lappland, Klima* und *Mentalität* finden würden. Wir vermuteten, dass folgende stereotype Eindrücke auch vermittelt werden: in Finnland sei es kalt und dunkel und die Finnen seien zurückhaltend und schweigsam. Unsere Hypothese hat sich bewahrheitet. Es gab zwar keine Artikel ausschließlich über das Klima und die Mentalität, aber die Themenbereiche erscheinen implizit in vielen Artikeln. Die Sauna wurde nur in einem Artikel erwähnt. Die stereotypen Eindrücke über die Kälte und Dunkelheit Finnlands und über den zurückhaltenden Charakterzug der Finnen kamen in vielen Artikeln vor.

Die meisten Artikel waren im Nachrichten-Stil, aber es gab auch viele längere Artikel, Reportagen und Berichte. In den umfangreicheren Artikeln konnten wir weniger stereotype Verweise auf Finnland und die FinnInnen entdecken. In den längeren Artikeln wurde gründlicher, mit mehr Fachwissen über das jeweilige Thema geschrieben. Besonders in diesen Artikeln haben wir Äußerungen bemerkt, von denen wir glauben, dass sie von besonderer Bedeutung sind. Wir sind davon überzeugt, dass aufgrund dieser Äußerungen die Leserschaft einen bestimmten Eindruck über Finnland bekommt. Solche Stellen waren wichtig für die Analyse. Die Stereotypen waren nicht direkt in den Texten zu sehen, sondern sie waren zwischen den Zeilen zu bemerken. Solche Stereotypen wie Schweigsamkeit der Finnen und der Alkoholkonsum waren deutlich. Der einzige Stereotyp, der in den Artikeln implizit erwähnt wurde, war die Blondhaarigkeit der FinnInnen. Außer in diesem Fall wurde nie behauptet, dass die Finnen bestimmte Charakteristika haben. Finnische Informantinnen hatten selbst bestimmte Beschreibungen über ihre Kultur und über den Volkscharakter gemacht, und sie werden in den Artikeln hervorgehoben, z. B. wurde Leena Lander zitiert. Entscheidend ist, was für eine Wortwahl gewählt worden ist. Der Verfasser wählt die

Informanten und Themen zu seinen Artikeln, weil er den Lesern oder Informanten ein bestimmtes Bild geben will.

Auf Grund der Artikel haben wir gesehen, welche Informationen bzw. Nachrichten für die Spiegel-Redaktion berichtenswert sind. Der Spiegel vermittelte in den Artikeln das Bild, dass in der *Politik* Finnlands Neutralität und Demokratie Verständnis wichtig sei. Der Präsident in Finnland habe nicht sehr viel Macht, die Minister dagegen hätten viel Macht. In der finnischen Regierung seien viele Parteien vertreten. Es gäbe keine radikalen Parteien. Im Bereich der *Umwelt* berücksichtige Finnland in den Umweltentscheidungen nicht immer die Natur, sondern betone die wirtschaftlichen Aspekte. Finnland scheine den Wert seiner Natur nicht zu verstehen. Es wird klar, dass Finnland ein *High-Tech-Land* sei. Von der Hochtechnologie des Landes tauchten als Beispiel vor allem die Handys von Nokia immer wieder auf. Die prägende Besonderheit des finnischen *Volkscharakters*, die Melancholie, wird deutlich hervorgehoben. Die *Wirtschaft* Finnlands basiere auf Nokia und Sonera. Das *Schulsystem* Finnlands sei fortschrittlich, sogar überragend. Es sei weltweit führend. Die finnischen *Frauen* seien selbständig und unabhängig und keine Stellung in der Gesellschaft sei für sie unerreichbar. Die *Vergangenheit* sei vom Faschismus bzw. der Zusammenarbeit mit Nazideutschland befleckt. Finnland sei das offizielle Land des Weihnachtsmanns. Die Bedeutung von Lappland für den *Tourismus* Finnlands wird klar.

Aufgrund vieler Artikel wird der Eindruck vermittelt, dass Finnland ein hoch entwickelter *Wohlfahrtsstaat* sei. Es sei nicht nur ein Wohlfahrtsstaat, sondern ein Land mit einer erfolgreichen Wirtschaft. Finnland hat z. B. die Arbeitslosigkeit halbiert. In Finnland sei die Gleichberechtigung weit entwickelt. In Finnland halte man die *Gleichberechtigung* für *selbstverständlich*. Sie sei aber auch in Finnland nicht völlig verwirklicht. Finnland sei das Land der Atomreaktoren, der Technik-Gläubigkeit

Finnland wäre *ein ungewöhnliches Land*. Es habe nur fünf Millionen Einwohner und bestehe im Wesentlichen aus Wäldern und Schnee. Seine Sprache klinge wie eine Halskrankheit und werde nirgendwo sonst verstanden. Die Finnen hätten ihre besondere Erfindung, die Sauna, in die Weltkultur eingebracht. Der Winter sei sehr lang, dunkel und kalt. Im Sommer sei es hell. In Finnland seien viele blondhaarig. Finnland wolle ein Teil vom Westen sein und nicht mit Russland verbunden werden. Finnland habe Angst

vor Russland, das nicht nur militärisch drohe, sondern auch im Bereich der Umweltverschmutzung.

Die Finnen scheinen sehr *ausdauernd* zu sein. Dies zeigt das Beispiel eines finnischen Bauers, der mit 78 Jahren selbst das Holz für seinen großen Specksteinofen spaltet und den Bau des Vuotos-Stausees aktiv bekämpft. Die Finnen verwirklichen *standhaft*, was sie für wichtig halten. Finnland hat z. B. die Rechte der kleinen Staaten in der EU verteidigt, aus dem Bedürfnis nach Gleichberechtigung.

Die FinnInnen seien demütig und gehorsam gegenüberstaatlichen und wirtschaftlichen Autoritäten. Sie leisten keinen großen Widerstand und stellen die Autorität nicht in Frage. In Finnland gehe man nicht auf die Straße, die Kritik habe keine laute Stimme. In Finnland werde ernst genommen, was in der Zeitung steht. Die FinnInnen seien *brav* und *schüchtern*, nicht charismatisch, keine brillante Redner. Finnland würden einige schwierige Themen verschwiegen, wie Gewalt und Alkoholismus.

Die FinnInnen seien begeistert von dem Tango. Der finnische Tango wie die FinnInnen im Allgemeinen sei *steif, wenig locker, monoton* und *nicht erotisch*. Die finnischen Männer seien nicht sehr gute Tänzer. Die FinnInnen bräuchten einen einfachen Tanz. Eine Hälfte der FinnInnen tanze, und die andere Hälfte trinke. Die Musik sei Akkordeonmusik in Moll und die Texte melancholisch. Die finnischen Männer sprechen nicht gern, und besonders nicht von Gefühlen. Die FinnInnen seien *reserviert*.

In Finnland gäbe es auch Korruption. Umweltgefahren würden vertuscht. Der Staat habe Menschen betrogen und belogen, Einwände würden verdrängt. Die FinnInnen seien verknöchert und sogar rassistisch.

Gemäß den Themen der Artikel entstehen verschiedene Aspekte des Finnlandbilds: ein Naturbild, ein Gesellschaftsbild und ein Industriebild. Das *Finnland-Naturbild* ist dualistisch. Einerseits wird Finnland wie ein Umweltsünder und andererseits wie ein Umweltschützer präsentiert. Das auf Grund der Artikel entstehende *Finnland-Gesellschaftsbild* ist folgend: die finnische Gesellschaft sei modern und fortschrittlich, und es herrsche Gleichberechtigung, aber auch Kritiklosigkeit. Das Finnland-Technologiebild ist von der Modernität, der Bildung und dem technokratischen Denken geprägt. Der Zweck der Wissenschaft sei, den Menschen Nutzen zu erzeugen.

Außer dem Artikel über den Harpunewagen der finnischen Polizisten, geben die Artikel keine falschen Informationen. Das Finnlandbild, das *Der Spiegel* in seinen Artikeln seinen Lesern vermittelt, ist folglich relativ realistisch. Das Finnlandbild ist aber klischeehaft, z. B. die Eindrücke werden vermittelt, dass alle Finnen begeistert von dem Tango seien.

Es wäre interessant zu überprüfen, was für ein Bild die Leser über Finnland aufgrund dieser Artikel in der Wirklichkeit geformt haben. Man könnte Menschen bitten, diese Artikel zu lesen und sie danach interviewen und befragen.

## Literaturverzeichnis

- Benkhoff, Birgit (1998): *Stereotype durch Gruppenidentifikation*. In: Löschmann, Martin & Stroinska, Magda (Hrsg.) *Stereotype im Fremdsprachenunterricht*. 1998. Frankfurt am Main: Peter Lang GmbH, 59-71.
- Dabrowska, Jarochna (1999): *Stereotype und ihr sprachlicher Ausdruck im Polenbild der deutschen Presse*. Eine textlinguistische Untersuchung. Tübingen: Gunter Narr.
- Gudykunst, William B. (1991): *Bridging Differences – Effective Intergroup Communication*. *Interpersonal commtexts* 3.
- Kleinstauber, Hans J. (1991): *Stereotype, Images und Vorurteile – Die Bilder in den Köpfen der Menschen*. In: Trautmann, Günter (Hrsg.) 1991. *Die hässlichen Deutschen? Deutschland im Spiegel der westlichen und östlichen Nachbarn*. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- Kynkäänniemi, Marja (2000): *Stereotypiat Venäjän oppijan kulttuurikuvan muotoutumisessa*. In: Kalaja, Paula & Nieminen, Lea (Hrsg.) 2000. *Kielikoulussa – Kieli koulussa*. AFinLAN vuosikirja 2000. Suomen soveltavan kielitieteen yhdistyksen julkaisuja no. 58. Jyväskylä: Jyväskylän yliopistopaino.
- Leppäjärvi, Anne (2003): *Medialukutaidon ABC*. Forssa: Forssan kirjapaino.
- Lustig, Myron W., Koester Jolene (1996): *Intercultural Competence. Interpersonal Communication Across Cultures*. Second Edition. By HarperCollins College Publishers.
- Lerkkanen, Marja-Kristiina (1993): *Kansalliset imagot ja stereotypiat – Ruotsalaisten ja Norjasta. - Norjalaisten opiskelijoiden Suomi-kuva ja suomalaisten opiskelijoiden mielikuvia Ruotsista*. Jyväskylän yliopisto. Opettajankoulutuslaitos. Tutkimuksia 51.
- Löschmann, Martin (1998): *Stereotype, Stereotype und kein Ende*. In: Löschmann, Martin & Stroinska, Magda (Hrsg.). 1998. *Stereotype im Fremdsprachenunterricht*. Frankfurt am Main: Peter Lang GmbH, 7-33.
- Masterman, Len (1991): *Medioita oppimassa – mediakasvatuksen perusteet*. Helsinki: Hakapaino.
- Meyn, Hermann (1996): *Massenmedien in der Bundesrepublik Deutschland*. Neuauflage 1996. Berlin: Wissenschaftsverlag Volker Spiess GmbH.
- Meyn, Hermann (2001): *Massenmedien in Deutschland*. Neuauflage 2001. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH.

- Pietikäinen, Sari (2002): *Media, kieli ja etniset identiteetit*. In: Laihiala-Kankainen, Sirkka, Pietikäinen, Sari & Dufva, Hannele (Hrsg.). 2002. Moniääninen Suomi – Kieli, kulttuuri ja identiteetti. Jyväskylä: Jyväskylän yliopistopaino.
- Popovic, Branka (1998): *Stereotype im Fremdsprachenunterricht in einer multikulturellen Gesellschaft*. In: Löschmann, Martin & Stroinska, Magda (Hrsg.) 1998. Stereotype im Fremdsprachenunterricht. Frankfurt am Main: Peter Lang GmbH, 205-224.
- Rusanen, Soile (1993): *Suomalainen kansainvälisessä viestintätilanteessa*. In: Lehtonen, Jaakko (Hrsg.). 1993. Kulttuurien kohtaaminen – Näkökulmia kulttuurienväliseen kanssakäymiseen. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto, viestintätieteiden laitos.
- Samovar, Larry A., Porter Richard E., Stefani Lisa A. (1998): *Communication between cultures*. Wadsworth Publishing Company A Division of International Thomson Publishing Inc.
- Sarajärvi, Anneli & Tuomi, Jouni (2003): Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Jyväskylä: Gummerus kirjapaino Oy.
- Scollon, Ron & Wong Scollon, Suzanne (1995): *Intercultural communication*. Oxford: Blackwell Publishers Ltd.
- Tiittula, Liisa (1993): *Kulttuurit kohtaavat*. Suomalais-saksalaiset kulttuurierot talouselämän näkökulmasta. Helsinki: Helsingin kauppakorkeakoulun kuvalaitos.
- Virtanen, Leea (1994): *Arjen uskomuksia*. WSOY:n graafiset laitokset. Juva. Toinen painos.
- Internet 1 Mediaetiikan puheenvuorot – Kalevi Kivistö (2001): Media, valta ja vastuu. Journalismi.fi. Abrufbar unter der Internet-Adresse <http://journalismi.uta.fi/index.php?page=artikkelit&type=artikkelit&id=43> (Letzte Verifizierung am 6.5.2008)
- Internet 2 München (ots.)-SevenOne Media untersucht Nutzung von TV, Radio, Print und Internet (2005): Deutsche verbringen immer mehr Zeit mit Medien. Medienkonsum steigt seit 1999 auf acht Stunden pro Tag. Internet ergänzt die klassischen Medien. na Presseportal. Abrufbar unter der Internet-Adresse [http://www.presseportal.de/pm/42713/752029/sevenone\\_media\\_gmbh](http://www.presseportal.de/pm/42713/752029/sevenone_media_gmbh) (Letzte Verifizierung am 21.11.2005 um 10.56 Uhr)
- Internet 3 Eri viestimien seuraamiseen käytetty aika. Tuhti tietopaketti. Intermediatutkimus (2004): Sanomalehtien liitto. Abrufbar unter der Internet-Adresse [http://www.sanomalehdet.fi/index.php?valittu\\_id=3&valittu\\_aid=13&aaot\\_sikko\\_id=106&paaotsikko\\_id=3&sisalto\\_id=134&kieli=](http://www.sanomalehdet.fi/index.php?valittu_id=3&valittu_aid=13&aaot_sikko_id=106&paaotsikko_id=3&sisalto_id=134&kieli=)



Internet 4 Alle macht Presse (2000): QNC GmbH 2008. 123 recht.net. Abrufbar unter der Internet-Adresse <http://www.123recht.net/printarticle.asp?a=411> (Letzte Verifizierung am 29.11.2000)

Internet 5 Fenske, Ute (2005/06): VI. MEDIEN IN DEUTSCHLAND

Die Medienlandschaft wächst und wächst. Mit ihr die Informationsflut. Das folgende Kapitel hilft ihren Schülern bei der Orientierung und vor allem beim Umgang mit Informationen aus dem Internet. Cornelsen Verlag. Violeta Trkulja. Institut für Sprache und Information. Heinrich-Heine Universität. Düsseldorf. Als PDF-Datei abrufbar unter der Internet-Adresse

[http://www.phil-fak.uni-duesseldorf.de/infowiss/admin/public\\_dateien/files/2/11431947026\\_medien\\_i.pdf](http://www.phil-fak.uni-duesseldorf.de/infowiss/admin/public_dateien/files/2/11431947026_medien_i.pdf)

Internet 6 Wikipedia. Spiegel Online. Abrufbar unter der Internet-Adresse

[http://de.wikipedia.org/wiki/Spiegel\\_online](http://de.wikipedia.org/wiki/Spiegel_online) (Letzte Verifizierung am 21.4.2008 um 00.46 Uhr)

## Anhang 1: Der Stil der Artikel

### Personen

[Lola Odusoga] Die Siegerin der finnischen Schönheitskonkurrenz. In Finnland ist eine dunkelhäutige Miss Finnland gewählt; Finnland wird für „Nation der Blondinen“ gehalten. 21/1996

### Kultur

[Kopf hoch!] Über den Stil von dem finnischen Regisseur Aki Kaurismäki. Die Themen seiner Filme sind nationale Melancholie, Armut, Sozialismus, und Alkohol. Auch finnische Eigenschaften? 22/1996 Kultur.

### Technologie

[Verbrecherjagd mit Enterhaken] High-Tech-Harpune der Polizei in Oulu. Der finnische Polizist Markku Limongoja hat eine Harpune erfunden, die an Stoßstange und Kühler des Polizeiwagens befestigt wird. Mit der Harpune kann 20 Zentimeter tief in das Blech des Fluchtwagens geschossen werden. Wenn die Kriminellen nicht nachgeben, versprüht die Harpune auch Tränengas. 35/1996 Ausland.

### Frauen

[Alles erreichen] Starke Frauen in Politik und Wirtschaft

Z. B. die Parlamentspräsidentin Uosukainen und die Zentralbankpräsidentin Hämäläinen werden vorgestellt. Finnland ist Vorreiter der Emanzipation. Frauen könnten gesellschaftlich sowie beruflich alles erreichen, was sie anstreben. Die Finninnen waren die ersten Frauen der Welt, die das aktive wie passive Wahlrecht bekamen, aber das bedeutete keine völlige Gleichberechtigung der Geschlechter. Nirgendwo anders sind die Frauen so umfassend am politischen und wirtschaftlichen Leben beteiligt wie in Finnland. Von den 18 Ministerien der derzeitigen finnischen Regierung sind sieben Frauen, darunter die Ministerinnen im Außen-, Finanz- und Verteidigungsministerium. Das bedeutet Weltspitze. Mehr als ein Drittel aller Parlamentarier des Reichstags in Helsinki sind Frauen. Die Finninnen (51,2 % der Bevölkerung) sind gebildeter bzw. besser ausgebildet als die finnischen Männer. Ganze Branchen sind fast in Frauenhand (Apotheker, Ärzte). Beim Geld aber hört die Gleichberechtigung auch in Finnland auf: die Frauen bekommen ca. 80 % vom Gehalt

der Männer. Gesetz: 40 % aller kommunalen Körperschaften müssen aus Frauen (und auch Männern) bestehen. Weil Finnland ein armes, spät industrialisiertes Land war, hat auch die Frau immer die Ernährung der Familie besorgen müssen und war gleichberechtigt. 44/1996 Ausland.

#### Tourismus

[Pfiffige Finnen] Weihnachtsmann, Lappland, Polarkreis. 52/1996 Tourismus.

#### Kultur

[Der Fluch der Väter] Die finnische Autorin Leena Lander schreibt über Themen, die in Finnland verschwiegen werden: Arbeitslager, Alkoholismus und Gewalt. 44/1998 Kultur.

#### Umwelt

[Chip gegen Schmuggel] Greenpeace will heimlich einen Mikrochip in Baumstämmen verstecken, um den Holzschmuggel auf die Spur zu kommen Urwälder der finnisch-russischen Grenze. 9/1999 Panorama Deutschland.

#### Politik

[Nordische Dimension] Die mögliche Niederlage der Sozialdemokraten, der Partei des finnischen Ministerpräsidenten Paavo Lipponen in den kommenden Parlamentswahlen, bedroht die „Nordische Dimension“, die die Finnen anstreben, wenn sie zum ersten Mal EU-Vorsitzender werden. Die „Nordische Dimension“ bezieht sich auf den Ostseeraum, „Europas vielleicht wichtigste Wachstumsregion“ (Lipponen). 11/1999 Panorama.

#### Politik

[Europa braucht Russlands Energie] Interview mit dem finnischen Ministerpräsidenten Paavo Lipponen über die Situation nach den finnischen Reichstagswahlen und die Auswirkungen auf die EU. Das Ziel der „Nördlichen Dimension“ ist die Zusammenarbeit mit Russland bei der Energie- und Umweltpolitik. Russland verursacht die größten Umweltprobleme und –risiken, hat aber auch die größten Energiequellen. 14/1999 Ausland.

## Politik

[Ende der Neutralität] Die Aussage des finnischen Ministerpräsidenten Paavo Lipponen über den Kosovo-Krieg hat die Diskussion über die Neutralität Finnlands geweckt. In der Aussage hat Lipponen vorgeschlagen, dass die EU und die Nato mehr Verantwortung von den USA abnehmen sollten. Ein Grund für das Mandat des finnischen Präsidenten Martti Ahtisaari im Kosovo-Konflikt war die Neutralität Finnlands. 21/1999 Ausland.

## Politik

[Brief nach Helsinki] Bundeskanzler Gerhard Schröder hat in einem Brief an den finnischen EU-Ratspräsidenten Paavo Lipponen gebeten, dass Finnland Deutsch als Konferenzsprache bei Ministertreffen etablieren würde. Finnland hat den Antrag abgelehnt, die deutschen und österreichischen Minister haben das Ministertreffen daraufhin boykottiert. 27/1999 Deutschland.

## Politik

[Mit eigenem Stil] Die Themen und die Probleme der ersten EU-Präsidentschaft Finnlands sind die Sprachenstreit, die Kosovo-Folgen, die „nördliche Dimension“. Der Stil von Paavo Lipponen wird als langsam und bedächtig, leise, betulich beschrieben. 30/1999 Ausland.

## Politik

[Duell der Frauen] Präsidentschaftswahl, Damen-Duell: Elisabeth Rehn gegen Tarja Halonen 38/1999 Ausland.

## Wirtschaft

[Handy-Firma im Höhenflug] Nokia, Jorma Ollila, das wertvollste Unternehmen Europas 50/1999

## Technologie

[Flirten, was die Tastatur hergibt] Finnland ist das Land, wo es mehr Handys gibt als sonst auf der Welt, und wo die Mobilservices besser sind. Mit dem Handy kann man nicht nur telefonieren, sondern es wird auch mehr und mehr zu einem Allround-Gerät, mit dem man sogar sein Cola am Automat bezahlen kann. Fast jeder Schüler hat ein Handy. Das Chatten mit dem Handy per SMS ist sehr populär. Es gibt viele Gründe

dafür, dass es die Finnen so viele Handys haben. Wegen der Größe und Unzugänglichkeit des Landes ist es einfacher, Mobilfunkmasten aufzubauen als Festnetzleitungen zu ziehen. In vielen Familien sind beide Elternteile berufstätig. Sie wollen ihre Kinder immer erreichen können und kaufen ihnen deswegen Handys. Finnland „besteht im Wesentlichen aus Wäldern und Schnee“, Finnisch klingt „wie eine Halskrankheit“. 8/2000 Kommunikation.

#### Umwelt

[Land unter für Singschwäne] Finnland plant einen Riesen-Stausee in Lappland ungeachtet der Verschmutzung der Ostsee und der Überflutung der Wildnis. Finnland besitzt dort auch ein wichtiges Vogelschutzgebiet. Die früheren Regierungen wollten den Stausee bauen, aber die Bevölkerung des Gebiets und die EU widersetzen sich. Das Wasserkraftwerk würde nur 0,5 Prozent von Finnlands Gesamtenergieproduktion erbringen. 27/2000 Wissenschaft.

#### Politik

[Atomstrom spaltet die Regierung] In der Regierung Finnlands wird heftig über den Bau des fünften Atomkraftwerks gestritten. 6/2001 Panorama.

#### Politik

[„Sensibel für die eigenen Ängste“] Interview mit der finnischen Präsidentin Tarja Halonen über die Nato-Osterweiterung, die Stabilität im Ostseeraum und Europas Verhältnis zu Russland. Finnland will bündnisfrei bleiben. Wir brauchen unsere eigene nationale Verteidigung und eine starke EU, die international mehr Verantwortung übernimmt. 15/2001 Ausland.

#### Umwelt

[Öko-Sieg in Lappland?] Der Bau des Vuotos-Stausees im Lappland ist aus ökologischen Gründen endgültig gestoppt worden. Umweltschützer, die EU-Kommission und Schweden kritisierten das Projekt wegen der Zerstörung der Sumpflandschaften und des Vogelschutzes. 29/2001 Panorama.

## Umwelt

[Toxischer Euromüll] Die Regierung in Helsinki hat beschlossen, auf die Prägung neuer 1- und 2-Cent-Münzen zu verzichten. Sie legte ein Rundungsgesetz fest, indem alle Preise in Finnland auf die nächsten fünf Cent auf- oder abgerundet werden. Es wurde jedoch eine Sonderauflage geprägt, und die Kleinmünzen befinden sich in den Starter-Kits. Die Kleinmünzen wurden nicht in Gebrauch gebracht, weil sie nur toxischer Müll sind. Sie sind gering im Wert und teuer herzustellen. 4/2002 Panorama Ausland.

## Politik

[„Das ist prinzipienlos“] Interview mit dem Premierminister Paavo Lipponen über die EU-Stimmrechtsreform. Laut Lipponen sollte jedes Land in der EU in Relation zur Staatsgröße mitreden können. Alle Ländern und Bürger sollten prinzipiell gleich berechtigt sein. Doch die Länder, die mehr Verantwortung übernehmen, zum Beispiel in der Sicherheitspolitik, müssen in diesen Fragen auch mehr politische Entscheidungen treffen. Lipponen ist der Meinung, dass es prinzipienlos ist, dass die neuen Mitgliedsländer weniger Sitze im EU-Parlament haben als die alten. 17/2002 Panorama

## Politik

[Zwang zur Kündigung] In Finnland sind die Abstimmungen über das fünfte Atomkraftwerk in Gang. Im Fall einer Zustimmung zwingt die Partei der Grünen die Umweltministerin Satu Hassi zur Aufkündigung der Koalition. 21/2002 Panorama Ausland.

## Bildung

[Traumland im Norden] SPD-Kultusminister und die Bundesbildungsministerin reisten nach Finnland, um das finnische Schulsystem kennen zu lernen und um etwas davon zu lernen. Sie möchten wissen, warum die Finnen in der Pisa-Studie auf dem ersten Platz in der Lesekompetenz gelandet sind. 22/2002 Deutschland.

## Technologie

[Clement erfreut über Kraftwerksbau] Wolfgang Clement, SPD-Regierungschef von Nordrhein-Westfalen freut sich über die Entscheidung der Regierung Finnlands, das fünfte Atomkraftwerk zu bauen. Der Wunschkandidat der Finnen ist der Kraftwerksbauer KWU, eine Siemens-Tochter. 22/2002 Panorama Deutschland.

## Wirtschaft

[Crash in die Krise] Das finnische Telekommunikationunternehmen Sonera ist in einer Finanzkrise und das stellt eine schwere Belastung für die finnische Regierung dar. 33/2002 Ausland.

#### Wirtschaft

[Finanz-Skandal ohne Ende] Der Finanz-Skandal des finnischen Telekommunikationskonzern Sonera hat die Popularität von Ministerpräsident Paavo Lipponen beeinträchtigt und seine politische Zukunft gefährdet. 52/2002 Ausland.

#### Umwelt

[Alarm am Kap] Die Finnen machen sich Sorgen um einen riesigen russischen Öltanker, der in der Ostsee durchs Packeis fährt. 10/2003 Technik.

#### Politik

[Rote Erde] Die Wahlsiegerin ist Anneli Jäätteenmäki (bäuerlich-bürgerliche Zentrumspartei), und Paavo Lipponen (Sozialdemokraten) hat eine Niederlage erlitten. 13/2003 Panorama.

#### Politik

[Zurück in die Steinzeit] Führende Wirtschaftchefs und Unternehmensverbände haben die finnische Regierung kritisiert, weil sie Vorschläge zur Senkung der Steuer unberücksichtigt haben. Die Regierung will die Wirtschaft fördern, indem sie die öffentlichen Ausgaben und Investitionen steigert. Es sieht so aus, dass Finnland in den nächsten Jahren von einer weiblichen Doppelspitze geführt wird: von der Präsidentin Tarja Halonen und von der wahrscheinlich nächsten Ministerpräsidentin Anneli Jäätteenmäki. 16/2003 Ausland.

#### Geschichte

[„Preis der Freiheit“] Die neuen Forschungsergebnisse verursachten eine Debatte über die Kollaboration der Finnen mit den Nationalsozialisten zwischen 1941 und 1944. „In Finnland habe es auch Nazis und Lager gegeben.“ Laut einer Untersuchung hat Finnland in diesen Jahren fast 3000 Menschen den Nationalsozialisten ausgeliefert, darunter auch politische Gegner, z. B. finnische Kommunisten. Die meisten starben in den Konzentrationslagern. 48/2003 Panorama Ausland.

## Politik

[Russophobie und Sexmission] Die Russen haben sich darüber beschwert, dass die Finnen in der letzten Zeit „nicht besonders freundlich“ gewesen seien und dass in der EU die neuen Mitgliedstaaten und „gewisse nordische Länder“ wie Dänemark und Finnland russophobisch seien. In Finnland sind die russischen Prostituierten ein Problem gewesen und das hat teilweise auch negativ auf die Einstellung zu Russland gewirkt. 51/2004 Ausland.

## Kultur

[Gefühle in Moll] Tango ist Kult in Finnland, „im frostigen Eck Nordeuropas, dort wo das Blut nur schwer in Wallung kommt“. Der finnische Tango unterscheidet sich von der lateinamerikanischen. Der finnische Tango wird als einfach und monoton beschrieben. Er hat weniger Körpersprache und ist meist in Moll. Die Kriegszeit war die große Zeit des Tangos. Der Tango war der Weg zu überleben. Aki Kaurismäki meint, der Tango ist der Blues der Finnen. 29/2005 Ausland.

## Politik

[Teurer Sargnagel] Der finnische, mehrheitlich staatliche Energieversorger Fortum hat seinem Millionengewinne aus Aktienoptionen Spitzenmanagement bezahlt und demzufolge einen Polit-Skandal verursacht. Im finnischen Reichstag soll jetzt geklärt werden, wer die politische Verantwortung trägt. Fortum ist ein Partner für die geplante Gaspipeline von Russland durch die Ostsee nach Deutschland. 41/2005 Ausland.

## Technologie

[Im Reich der Reaktoren] Finnland errichtet ein neues Atomkraftwerk. Es wird das leistungsstärkste der Welt sein. Dabei wird auch ein Endlager für den Atommüll gebaut. Die Anwohner auf dem Gebiet des neuen Atomkraftwerks sind davon begeistert. Die finnische Papier-, Metall- und Chemieindustrie konsumiert viel Energie. Deswegen ist der Stromverbrauch pro Kopf doppelt so hoch wie in Deutschland. Finnland will unabhängig von Russland sein. Wenn die Politiker etwas entscheiden, akzeptieren die meisten Finnen das ohne Widerstand. Die Finnen glauben, was in den Zeitungen steht und bezweifeln die Obrigkeit nicht. Doch existiert auch Widerstand unter den Finnen. Es gibt Behauptungen, wie zum Beispiel, dass es keine gründliche Einschätzung der Risiken und Kosten des Atomkraftwerks gegeben habe und dass die Baugenehmigung zu schnell erteilt worden sei. Die Europa würde wahrscheinlich auch aus dem neuen



Kernkraftwerk Nutzen ziehen, weil es Strom ins Ausland exportieren könnte und weil es in Finnland dann eine Möglichkeit gäbe, Atommüll aus anderen Ländern zu lagern. Als Nachteil wird erwähnt, dass es sehr teuer für Finnland werde Windkraft und Wasserkraft funktionierten im hohen Norden nicht und deswegen wurde die Atomkraft gewählt. Jedoch vernachlässigte Finnland im Gegensatz zu Deutschland die Möglichkeit für umweltfreundliches Heizen mit Holzpellets. 47/2005 Technik.