

**NATIONALE STEREOTYPE**  
**ÜBER DEUTSCHE UND FINNEN**

Eine qualitative Analyse der Lifestyle-Blogeinträge der deutschen und  
finnischen Lifestyle-Blogger

Pro-Gradu-Arbeit  
Universität Oulu  
Germanische Philologie  
Malla-Reetta Puolitaival  
2015

1 EINLEITUNG .....	1
2 THEORETISCHE GRUNDLAGE .....	3
2.1 Blogs .....	3
2.1.1 Entstehung und Entwicklung einer neuen Kommunikationsform .....	4
2.1.2 Blog als Tagebuch .....	5
2.1.3 Blog als Medium .....	5
2.1.4 Äußere Erscheinung des Blogs .....	7
2.1.5 Blogosphäre und Blogger .....	8
2.1.6 Bedeutung der Blogs .....	8
2.2 Stereotype .....	9
2.2.1 Definition des Begriffs Stereotyp .....	9
2.2.2 Typische Merkmale der Stereotype .....	10
2.2.3 Multidimensionaler Charakter der nationalen Stereotype .....	11
2.2.4 Funktionen der Stereotype .....	12
2.2.5 Erscheinungsformen der Stereotype .....	13
3 MATERIAL UND METHODEN .....	15
3.1 Materialwahl und Sammlung .....	15
3.2 Die Leistungen einer qualitativen Studie .....	18
3.3 Über die Analysemethode .....	21
4 ANALYSE .....	23
4.1 Stereotype über Deutsche .....	23
4.1.1 Eigenschaften der Deutschen .....	23
4.1.1.1 Pünktlich und systematisch .....	23
4.1.1.2 Sparsam .....	25
4.1.1.3 Sauberliebend .....	27
4.1.2 Beziehungen der Deutschen .....	28
4.1.2.1 Familie .....	28
4.1.2.2 Rollenverteilung .....	29
4.1.3 Esskultur der Deutschen .....	31
4.1.3.1 Kuchen .....	31
4.1.3.2 Fleisch und Wurst .....	32
4.1.3.3 Abendbrot .....	33
4.1.4 Freizeitaktivitäten der Deutschen .....	34
4.1.4.1 Reisen .....	34

4.1.4.2 Spaziergang .....	35
4.1.4.3 Fußball.....	36
4.1.4.4 Feiern .....	37
4.1.5 Kleidung der Deutschen.....	38
4.1.5.1 Nicht-Förmlichkeit .....	38
4.1.5.2 Sorgfältigkeit und Wiederverwendung der Kleidung .....	39
4.1.6 Wohnen der Deutschen.....	40
4.1.6.1 Wohnung.....	40
4.1.6.2 Einrichtung .....	41
4.1.6.3 Revier .....	41
4.1.6.4 Heimatverbundenheit.....	42
4.2 Stereotype über Finnen .....	43
4.2.1 Eigenschaften der Finnen .....	43
4.2.1.1 Individualismus.....	43
4.2.1.2 Verbissenheit.....	44
4.2.1.3 Stolz.....	45
4.2.1.4 Fluchen.....	46
4.2.1.5 Minderwertigkeit und Pessimismus .....	47
4.2.2 Beziehungen der Finnen .....	48
4.2.2.1 Freundeskreis .....	48
4.2.2.2 Kernfamilie .....	50
4.2.2.3 Karriere und Mutterschaft .....	51
4.2.3 Essen und Trinken der Finnen.....	53
4.2.3.1 Roggenbrot und Brei.....	54
4.2.3.2 Alkohol .....	55
4.2.3.3 Kaffee .....	56
4.2.3.4 "Pulla", das Kardamomhefegebäck .....	56
4.2.4 Freizeitaktivitäten der Finnen .....	57
4.2.4.1 Natur .....	58
4.2.4.2 Sommerhaus und Sauna .....	59
4.2.4.3 Beerenpflücken.....	60
4.2.4.4 Handarbeitskunst.....	61
4.2.4.5 Feiertage und Feste .....	62
4.2.4.6 Kreuzfahrt.....	66

4.2.5 Kleidung der Finnen.....	66
4.2.5.1 Windanzug und Gummistiefel.....	67
4.2.5.2 Marimekko .....	67
4.2.5.3 Kinderkleidung.....	68
4.2.5.4 Tennisschuhe.....	69
4.2.6 Wohnen der Finnen.....	70
4.2.6.1 Wohnformen und Wohnraum.....	70
4.2.6.2 Ausstattung .....	71
4.2.6.3 Sauna.....	74
5 ZUSAMMENFASSUNG UND DISKUSSION .....	75
5.1 Ergebnisse der Analyse.....	76
5.2. Ausblick.....	81
QUELLENVERZEICHNIS .....	82

## 1 EINLEITUNG

Im Laufe der letzten Jahre ist ein neues Medienformat im Internet entstanden — Weblogs. Es geht um Websites, die in der Regel mit großem Tempo datiert werden und bestimmte Inhalte darstellen. Im Unterschied zu traditionellen Tagebüchern werden Weblogs chronologisch umgekehrt veröffentlicht. (Schmidt 2006, 13.) Dadurch sind auch die Themen der Weblogs brandaktuell. Weblogs können auch als digitale Tagebücher definiert werden. Die Angelegenheiten werden aus dem persönlichen Blickwinkel betrachtet und deshalb ist der Text oft lebendig und nicht formell.

Bloggen ist aktuell. “Immer mehr Menschen führen ein Weblog, um ihre persönlichen oder beruflichen Erlebnisse, Gedanken und Empfehlungen im Internet zu reflektieren und für andere zugänglich zu machen” (Schmidt 2006, Rückseite). Sowohl Privatpersonen als auch Prominente bloggen gerne. Es gibt bestimmt ebenso viele Motive fürs Bloggen wie Blogger. Bloggen ermöglicht die eigenen Gedanken, Ideen und Meinungen auf eine originelle Weise darzustellen und ist darüber hinaus kostenlos. Weil immer mehr Menschen täglich das Internet nutzen, erreicht diese Kommunikationsform ihr Publikum besser als je zuvor.

So wie Peabody (1985, 17) konstatiert, können die nationalen Stereotype Diskrimination verursachen. Die Rolle der Massenmedien, wie Blogs, als Vermittler der nationalen Stereotype ist eine unbestrittene Tatsache. Wenn die Menschen Blogs schreiben, schaffen sie Vorstellungen von anderen Nationen. Diese Ideen können die nationalen Stereotype entweder stärken oder schwächen. Insofern die Blogs immer noch die steifen, oft negativen Vorstellungen gegenüber anderen Nationalitäten stärken, kann kein wirklichkeitsgetreues Nationalbild entstehen. Ich glaube, dass die Blogs in dem Alltag des gewöhnlichen Bürgers eine Möglichkeit bieten, um eine menschlichere und wirklichkeitsgetreuere Vorstellung von anderen Nationalitäten zu entwerfen.

Im Mittelpunkt meiner Problemstellung steht die Frage, ob die Blogs die nationalen Stereotype durch Text- und Bildeinträge dem Leser vermitteln. Was sind die typisch deutschen und finnischen Stereotype und wie stark sind sie in den Blogs vorhanden? Die Problemformulierung der Studie basiert auf folgenden Fragen:

*Vermitteln die deutschen und finnischen Blogs nationale Stereotype?*

*Stärken oder schwächen die Blogs nationale Stereotype oder schaffen sie neue nationale Vorstellungen?*

Das Ziel der Studie ist zu untersuchen, welche Art von nationalen Stereotypen Blogs in den veröffentlichten Texten und auf den Bildern vermitteln. Als erstes habe ich die vorgekommenen nationalen Stereotype auf den Bildern und in den Texten identifiziert. Mit Hilfe der Thematisierung sind sie in eigene Klassen zusammengefasst. Meine Studie vertieft sich in die nationalen Stereotype über Deutsche und Finnen. Die Deutschen und Finnen sind international verglichen kulturell relativ nahe beieinander, aber ihre nationalen Stereotype unterscheiden sich voneinander jedoch in vielerlei Hinsicht.

## 2 THEORETISCHE GRUNDLAGE

In diesem Kapitel werden die für meine Arbeit grundlegenden Begriffe, Blog und Stereotyp, vorgestellt. Blogs können auch als öffentliche Tagebücher verstanden werden. Sie sind oft persönlich und der Aspekt des Autors wird in den Blogbeiträgen sichtbar. Das Stereotyp ist dagegen eine steife und förmliche stark vereinfachte Vorstellung von etwas.

### 2.1 Blogs

Jeder Internetbenutzer und Zeitungsleser ist unbedingt in letzter Zeit den Begriffen "Weblog" und "Bloggen" begegnet. Weblogs sind Websites mit aktuellen Inhalten und sie sind mit Datum eingerichtet. Typisch für Weblogs ist, dass die alten Einträge unverändert und lesbar bleiben. Normalerweise kann der Leser das Weblog kommentieren und der typische Blogger kommentiert andere Weblogs in seinem Eigenen. Diese Definition erklärt den Begriff Weblog aus dem Blickwinkel des Lesers. Jedoch sind die wichtigsten Faktoren hinter der Entstehung der Blogkultur die Leichtigkeit, Schnelligkeit und Einfachheit der Blogveröffentlichung. (Kilpi 2006, 3.) Typisch für ein Blog ist, dass der persönliche Aspekt, die Zeit und die Verlinkungen in der Informationsweitergabe eine wesentliche Rolle spielen. Meines Erachtens sind eben der persönliche Aspekt des Bloggers und die Leichtigkeit der Blogveröffentlichung wichtige Faktoren in der Schaffung der nationalen Vorstellungen.

Auch Kortesuo und Kurvinen (2011, 10) meinen, dass die Unveränderlichkeit und Kommentarmöglichkeit typische Züge für die Blogs sind. Sie betonen, dass ein Blog kein einzelner Text ist, sondern eine Website in ihrer inhaltlichen Ganzheit. Ein Individuum oder eine Gruppe von Individuen kann das Blog führen. Das Blog kann öffentlich oder für eine bestimmte Gruppe begrenzt sein. (Kortesuo & Kurvinen 2011, 10.) In meiner Arbeit habe ich die Kommentare der Leser ausgelassen, weil diejenigen, die die Sprache nicht beherrschen, sie nicht verstehen können.

Schmidt (2006, 13) hat die Blogs aus einem wissenschaftlicheren Blickwinkel definiert und ist zur gleichen Beschreibung gekommen:

In Verlauf weniger Jahre haben sich Weblogs als Medienformat im Internet etabliert. Es handelt sich bei ihnen um regelmäßig aktualisierte Webseiten, die bestimmte Inhalte (zumeist Texte beliebiger Länge, aber auch Bilder oder andere multimediale Inhalte) in umgekehrt chronologischer Reihenfolge darstellen. Die Beiträge sind einzeln über URLs adressierbar und bieten in der Regel die Möglichkeit, Kommentare zu hinterlassen. Dadurch sowie durch

Verweise auf andere Weblogs, denen interessante Informationen entnommen wurden oder zu deren Autoren ein persönlicher Kontakt besteht, bilden sich Netzwerke von untereinander verbundenen Texten und Webseiten heraus; die Gesamtheit aller Weblogs wird auch als "Blogsphäre" bezeichnet.

Es scheint ziemlich schwer zu sein den Begriff "Weblog" zu definieren. Eine Ursache ist, dass die Aussichten der Weblogs sich ständig entwickeln und verändern. Neue technische Erfindungen bieten dem Blogger immer mehr Möglichkeiten. Ein Weblog kann jede Form haben: es kann sowohl ein persönliches Tagebuch einer Privatperson als auch ein öffentliches Tagebuch eines politischen Leiters sein. Die Möglichkeiten des Bloggens sind beinahe grenzenlos. (Clyde 2004, 2-3.) Für meine Studie sind die von Privatpersonen geschriebenen Blogs von Interesse, weil sie den Alltag des Bürgers aus einem persönlichen Blickwinkel beschreiben.

### **2.1.1 Entstehung und Entwicklung einer neuen Kommunikationsform**

Am Ende der 90er Jahre entstanden die ersten Weblogs in der Form, die wir heute kennen. Das Bloggen wurde als revolutionäre Kommunikationsform wahrgenommen. Die Forscher scheinen unterschiedliche Vorstellungen über die Entstehung des Weblogs zu haben. Der wichtigste Grund dafür sind die verschiedenen Vorstellungen über den Begriff "Weblog". Auf jeden Fall wurden die Weblogs verfügbar und beliebt, als 1999 freie Software auftauchte. (Clyde 2004, 4-5.)

Im August 1999 veröffentlichte eine kleine amerikanische Firma Pyra Labs einen Internetdienst, der Blogger heißt. Da kann, wer auch immer, sein eigenes Blog veröffentlichen. Alle Grundfunktionen waren kostenlos, aber für die mehr fortgeschrittenen Eigenschaften musste der Anwender bezahlen. Man konnte die Beliebtheit des Bloggens an wachsenden Besucherzahlen bemerken. Bloggen wurde so beliebt, dass es zu viel für die kleine amerikanische Pyra Labs wurde. 2003 kaufte die Google-Suchmaschine Pyra Labs und Blogger wurde ein Teil der Google-Dienste. (Kilpi 2006, 11-12.)



### **2.1.2 Blog als Tagebuch**

Millionen von Blogs können als persönliche Onlinetagebücher beschrieben werden, da die meistens jungen Leute über ihre Handlungen und Gefühle für die ganze Welt schreiben (Heinonen & Domingo 2009, 75). Auch Kilpi (2006, 5) meint, dass Blogs oft für im Internet publizierte Tagebücher gehalten werden, aber seiner Meinung nach ist das eine zu enge Definition. Er ergänzt die Definition auf folgende Weise: Diskurs, und Kollektivismus sind wichtige Merkmale der Blogs und sie sind nicht die typischsten Merkmale der traditionellen Tagebücher. Weiterhin bemerkt Ainetter (2006, 31), dass das Wahrheitskriterium für autobiographische Texte wie Blogs nicht gilt. Sie meint, dass Blogs nur die Wahrheit aus dem Blickwinkel des Bloggers spiegeln. Meines Erachtens ist das gleiche Problem überall vorhanden. Die Wahrheit ist nie vollständig objektiv.

Die Wurzeln des Bloggens stammen aus dem traditionellen Tagebuchschreiben (vgl. dazu auch Barlow 2007, 152). Die Menschen begannen tagebuchähnliche Texte auf ihrer Homepage zu publizieren. Zum ersten Mal wurde das Wort "Weblog" auf der Homepage von John Barger 1997 verwendet. Das Wort wurde zusammengestellt von Wörtern "web" d.h. Netz und "log" d.h. Logbuch. Ein paar Jahre später erfand Peter Merholz ein Wortspiel auf seiner Homepage und kam auf einen neuen Terminus "we blog", also wir bloggen. (Kilpi 2006, 11.)

### **2.1.3 Blog als Medium**

Einer der effektivsten Kommunikationskanäle von heute sind die Blogs. Sie eignen sich sowohl für Massenkommunikation als auch für Zielgruppenkommunikation. Blogs können unterschiedliche Themen haben und verschiedene Texttypen beinhalten: Nachrichten, Rezensionen, Humor und Meinungsäußerungen. Sie passen für ein Individuum, aber auch für eine Gemeinschaft - sowohl in der Freizeit als auch in der Arbeit. (Kortesuo & Kurvinen 2011, Epilog.) Weil die Blogs einer der effektivsten Kommunikationskanäle sind, haben sie meiner Meinung nach eine bedeutende Rolle als Vermittler der nationalen Stereotype.

Das Internet bietet eine demokratische Weise um daran teilzunehmen. Wenn man Internetverbindung hat, kann man dort selber Material produzieren. Durch das Internet kann man potenziell ein Publikum von Millionen von Menschen erreichen. (Herkman 2001, 77.) Kilpi (2006, 3) meint, dass das Bloggen die Meinungsfreiheit konkret gemacht hat. Jeder von uns kann in seinem Blog zu jeder Zeit alles veröffentlichen, für alle. Er sieht Blogs als eine wichtige technologische, soziale und wirtschaftliche Wandlungskraft. Im Augenblick wird der Leser ein Verleger, der Verbraucher ein Produzent. (Kilpi 2006, 3.) Der Ausgangspunkt der Blogs ist, dass sie sich ständig entwickeln und verändern. Die Blogs ergänzen und bereichern die traditionellen Medien. Der Blogger ist persönlicher und sichtbarer als der objektive Zeitungsartikelschreiber. (Heinonen & Domingo 2009, 84–85.) Wir finden, dass die Entwicklungsfähigkeit der Blogs Möglichkeiten zur Bildung realistischer, kultureller Vorstellungen bietet.

Blogs sind ein Teil der sozialen Medien und des Journalismus. Das Publizieren der Blogs ähnelt journalistischen Prozessen, jedoch gibt es Unterschiede. Trotz der Unterschiede sind Blogs ein Gebiet der sozialen Medien, wo die sozialen und traditionellen Medien sich begegnen. (Matikainen 2009, 13.) Die meisten Blogs folgen gewissen journalistischen Prinzipien. Heinonen & Domingo (2009, 77-83) ordnen Blogs in vier verschiedene Typen ein: *Das Bürgerblog* ist ein außerhalb der Medien publiziertes Blog, das von jedem Bürger geschrieben werden kann. *Publikumblogs* werden in einem Medium publiziert und vom Publikum geschrieben. *Journalistblogs* sind oft persönliche Blogs, die von berufstätigen Journalisten geschrieben werden. Journalisten haben da die Möglichkeit über Themen freier und breiter zu schreiben, als wenn sie traditionelle Artikel schreiben. *Medienblog* ist ein von einem bestimmten Medium gehaltenes Blog, in dem man die Nachrichten freier publizieren kann. Der Inhalt wird doch erst nach einem Publikationsprozess veröffentlicht. Bürgerblogs stehen in der lockersten Beziehung zu den traditionellen Medien. Diesen stehen die Medienblogs am nächsten, die Inhalte für Medien produzieren. (Heinonen & Domingo 2009, 76.) In dieser Studie betrachte ich Bürgerblogs, die von gewöhnlichen Bürgern geschrieben werden. Ich interessiere mich für die nationalen Stereotype, die sie vermitteln. Ich bin aber der Meinung, dass auch die Bürgerblogs zu den Medien gehören.

### 2.1.4 Äußere Erscheinung des Blogs

Im Blog steht der neueste Eintrag im Mittelpunkt der Seite. Zuoberst steht die Anfangszeile, die der Blogger gestaltet. Der Blogger wird oft an seiner Anfangszeile erkannt, weil das Design nur selten verändert wird. Zum Weblog gehört oft eine Linkliste, die verschiedene Begriffe beinhaltet: Rubriken, Blogroll, Linklisten, Bilder und Graphiken und Kontakt. Die Blogeinträge werden meistens in Rubriken eingeteilt, damit der Leser Einträge unter bestimmten Themenbereichen leicht finden kann. Blogroll ist eine Linkliste von Weblogs, die der Blogger selber gerne liest. Das Verlinken soll immer auf der Startseite des verlinkten Blogs geschehen, nicht auf bestimmte Einträge des verlinkten Blogs. Linklisten sind in Weblogs üblich. Der Blogger listet die Seiten, die er interessant und nützlich findet. Viele Blogger fügen Bilder und Graphiken ihrem Weblog bei. Die Bilder können entweder in demselben Eintrag eingebunden sein oder in einem „Fotoalbum“ präsentiert werden. Obwohl der Leser Kommentare zum Blog schreiben kann, ist es normalerweise möglich, persönliche E-Mails dem Blogger zu schreiben. Doch sind die Adressen meistens nicht einsehbar. (Ainetter 2006, 22-23.)

Ein Blogeintrag kann ein Text, Bild, Video, eine Zeichnung oder ähnliches Material sein, das der Blogger publiziert hat. Jeder Blogeintrag kann als ein Artikel betrachtet werden. Damit die Leser leichter einen bestimmten Blogeintrag finden können, muss jeder Eintrag eine eigene Webadresse haben. Der Blogeintrag ist zeitgestempelt, damit der Leser die Aktualität der Information einschätzen kann. (Kortesuo & Kurvinen 2011, 10.) Doch kann man die Aktualität der Blogeinträge in Frage stellen, weil es die Möglichkeit gibt, dass der Blogger seinen Eintrag schreibt und ihn erst später publiziert. Das geschieht in der Blogosphäre, wo die Blogger in ihren Texten auf die kommenden Einträge deuten.

Mit Hilfe von Bildern kann der Blogger sein Blog interessanter machen. Bilder können als Hintergrundbild verwendet werden oder die Blogtexte ausschmücken. Bildmaterial macht das Lesen großer Textmengen leichter. Sie binden das Thema zusammen. (Kortesuo & Kurvinen 2011, 10.) Die Zielgruppe spielt eine große Rolle für den Erfolg eines Blogs. Zielgruppe der finnischen und deutschen Blogs sind diejenigen, die über vorausgesetzte Sprachkenntnisse verfügen. Bilder sind jedoch nicht sprachgebunden und deshalb können auch die, die nicht die

Sprache beherrschen, innerhalb der Zielgruppe angesprochen werden. Damit wird die Zielgruppe grenzenlos.

### **2.1.5 Blogosphäre und Blogger**

Ohne repräsentative Zahlen kann man behaupten, dass die überwiegende Mehrheit der Blogs von Privatpersonen geführt wird. Sie nutzen die heutige Technologie, um persönliche Eindrücke, Gedanken und Erlebnisse zu vermitteln. (Schmidt 2006, 69.)

Die Gemeinschaft aller Weblogs bildet die Blogosphäre, meint Kilpi (2006, 17). Es ist nach ihm jedoch unklar, ob diese Gemeinschaft wirklich existiert. Diese Frage kommt in den meisten Weblogs als ein philosophischer Zweifel zum Ausdruck. Auch die Blogger selbst zweifeln daran, dass die Blogosphäre zu der Wirklichkeit gehört.

Man kann schnell die Frage "Wer schreibt Weblogs?" beantworten: Jeder. Es gibt trotzdem Faktoren, die die Gruppe der Blogger beschränken. Um bloggen zu können, muss man natürlich das Internet verwenden können. Allein dieses Faktum, dass nicht alle Menschen in der Welt diese Möglichkeit haben, vermindert die Gruppe der Blogger. Blogs werden grob in zwei Hauptkategorien eingeteilt: persönliche Tagebücher und Blogs für berufliche Zwecke oder Informationsseiten. (Clyde 2004, 8-9.)

### **2.1.6 Bedeutung der Blogs**

Die Motive fürs Bloggen sind so viele wie es Blogger gibt. Sie können sehr unterschiedlich sein. Einer bloggt um die Frustration seines Alltags zu vergessen, ein anderer um seine Kenntnisse in einem bestimmten Gebiet zu vermitteln. Das Bloggen bedeutet Kommunikation und manche wollen einfach ihre Erfahrungen, Ideen und Gedanken weiter geben, und das Weblog bietet eine leichte Möglichkeit dazu. Es gibt nicht nur persönliche Weblogs oder Blogger, sondern auch Weblogs von Organisationen, Universitäten oder Firmen. (Clyde 2004, 9.) Gillmor (2004, 29) konstatiert, dass die besten individuellen Blogs eindeutig von Menschen mit echter menschlicher Leidenschaft geschrieben sind.

Haasio (2008, 162) meint, dass man in einem Blog über alles schreiben kann. Die einzige Begrenzung ist die Phantasie. Tägliche Überlegungen über den Alltag und persönliche Meinungsäußerungen sind typische Inhalte für die beliebtesten Blogs (Heinonen & Domingo 2009, 76). Die täglichen Überlegungen über den Alltag berühren auf alle Fälle die Lifestyle-Blogs, weil ihr Thema, der Alltag, mit der Lebensweise eng zusammen gehört.

## **2.2 Stereotype**

Hier wird der Stereotyp-Begriff definiert. Die Kennzeichen und Funktionen der Stereotype werden zusammengefasst. Zuletzt werden die zwei verschiedenen Stereotype, Auto- und Heterostereotype präsentiert. Das Stereotyp ist eine relativ unbewegliche Verallgemeinerung. Die wirkliche Natur der Deutschen und Finnen ist immer etwas anderes, als das, was das stereotype Bild verstehen lässt. Stereotype können als Mittel zur Bildung eines Selbstverständnisses verwendet werden.

### **2.2.1 Definition des Begriffs Stereotyp**

Schon im Jahr 1922 hat Walter Lippmann in seinem Buch *Public Opinion* über Wirklichkeitsbilder der verschiedenen Nationen geschrieben. Er definierte das Stereotyp als vereinfachtes Weltbild, das das Bedürfnis, die Wirklichkeit als eine beherrschende und verständliche Ganzheit zu sehen, befriedigt. (Rikkinen 1996, 9.)

Nach Hahn (2002, 9) lieh Lippmann das ursprünglich aus der Druckersprache stammende Wort "Stereotyp". Lippmann benützte den Begriff "Stereotyp" im Sinne von feststehenden Bildern in unseren Köpfen (vgl. dazu auch Florack 2001, 10). Diese feststehenden Bilder existieren nicht nur in unseren Köpfen, sondern sie werden auch in der Werbung und zu politischen und wirtschaftskommunikativen Zwecken verwendet. Diese Bilder verändern sich langsam. Ich bin doch der Meinung, dass die Möglichkeit existiert, dass sie im Laufe der Zeit sich umbilden.

Lippmann (1965, 59) meint, dass das Leben so dynamisch ist, dass man seine Meinung schnell bilden muss. Was man tut, beruht nicht auf unmittelbarem und sicherem Wissen,

sondern auf Bildern, die man selbst geschaffen oder übermittelt bekommen hat. Man bemerkt meistens nur eine Besonderheit. Lippmann (1965, 61) vermutet auch, dass die Stereotype konsequent und autoritär genug vermittelt werden, und dass sie nahezu für biologische Fakten gehalten werden können. Ich bin der Meinung, dass Stereotype nicht für biologische Fakten gehalten werden können, weil die Gedankenwelt des Individuums sich verändern kann. Niemand wird mit einem fertigen Weltbild geboren, sondern der denkende Mensch hat die Fähigkeit, Wertungen von seiner Umwelt zu machen und die Vorstellung gegenüber der Welt aufgrund der eigenen Erfahrungen zu ändern.

In der Regel definiert der Mensch nicht aufgrund des Sehens, sondern definiert erst und sieht dann. Wir pflücken das Material, das unsere Kultur fertig definiert hat und wir haben die Tendenz, gerade die Sachen zu bemerken, die stereotypisch sind. Wir halten für authentische Vertreter des Nationalbildes nur diejenigen, die auf das stereotypische Bild passen. (Lippmann 1965, 54-55.) Dieses trifft auf die Natur des Menschen zu. Wenn wir einen Deutschen sehen, der an einem Samstagvormittag vor seinem Garten den Wagen poliert, denken wir direkt, dass er typisch deutsch ist. Wir merken nicht, dass bei weitem nicht alle Deutsche ihre Autos zwanghaft jeden Samstag putzen.

### **2.2.2 Typische Merkmale der Stereotype**

Bausinger (1988, 13) meint, dass Stereotype unkritische Verallgemeinerungen sind, die sich nicht leicht verändern. Sie sind ein wissenschaftlicher Begriff für unwissenschaftliche Einstellungen. In der Wissenschaft hat man versucht die Richtigkeit der Stereotype in der Wirklichkeit zu messen und damit die Steifheit, Immunität und verstärkte Verallgemeinerungen der Stereotype zu beweisen. Aufgrund dessen hat Bausinger folgendes bemerkt:

1. der relative Wahrheitsgehalt - Stereotype entstehen nicht immer, aber in der Regel aus der Überverallgemeinerung tatsächlicher Merkmale;
2. die Orientierungsfunktion - Stereotype ordnen diffuses Material und reduzieren Komplexität;
3. die realitätsstiftende Wirkung - Stereotype bieten Identifikationsmöglichkeiten an, über die neue Realbezüge entstehen können. (Bausinger 1988, 13)

Wir haben alle Bilder im Kopf von vermuteten Eigenschaften verschiedener Gruppen. Aufgrund dieser Bilder beurteilen wir die Individuen in einer Gruppe. Derartige Bilder nennt man Stereotype. Sie sind notwendigerweise nicht wahrheitsgetreu und können in die Irre

führen. Trotzdem benutzen wir Stereotype um eine Menge von Stimuli schnell und leicht zu klassifizieren. (Gannon et al. 1994, 14-15.)

Stereotype treten in allen sozialen Bereichen auf. Hahn & Hahn (2002, 19) heben professionelle Stereotype (der zerstreute Professor, der arrogante Manager), konfessionelle bzw. religiöse Stereotype (der fanatische - oder heute fundamentalistische - Mohammedaner), Klassenstereotype (der beschränkte Kleinbürger) als auch sexistische Stereotype (die Frau am Steuer) hervor. Nach Hahn & Hahn haben sich nationale bzw. ethnische Stereotype besonders wirksam und verbreitet erwiesen. Sie sind das Lieblingsobjekt der Stereotypen-Forschung in nahezu alle Wissenschaftsdisziplinen.

### **2.2.3 Multidimensionaler Charakter der nationalen Stereotype**

Nach Berting & Villain-Gandossi (1995, 25-26) sind Stereotype soziale Konstruktionen der Realität, nicht kollektive oder individuelle Konstruktionen einer anderen Realität. Sie meinen, dass sie gemeinsam für die meisten Völker sind und von Generation zur Generation vermittelt werden, obwohl der Prozess nicht mechanisch ist. Sie werden konsequent wieder interpretiert. Stereotype sind nicht isoliert, sondern Elemente der kollektiven Lebensweise. Stereotype sind konkrete Erscheinungsformen eines gemeinsamen Kodes, die die Beziehungen zwischen verschiedenen Gruppen auf einer mentalen Landkarte strukturieren. Stereotype spiegeln engstirniges Denken. Die Menschen, die sich an Stereotype klammern, testen sie nicht in der Wirklichkeit. Im Gegenteil verstärken die sozialen Erfahrungen die Stereotype durch Ausnahmen. Kollektives Denken wird durch Stereotype sichtbar. Stereotype sind langlebig und ausdauernd.

Die Stereotype haben meistens einen negativen Klang. Dieser negative Klang hat verursacht, dass es sehr schwierig geworden ist, die wirklichen Verschiedenheiten zu diskutieren. Viele sozialpsychologische Wissenschaftler meinen doch, dass es wirklich echte Unterschiede zwischen verschiedenen Gruppen und Gemeinschaften gibt. Sie meinen auch, dass die negativen Assoziationen der Stereotype uns dazu veranlassen haben, die wirklichen Unterschiede zwischen verschiedenen Gruppen zu minimieren. (Gannon et al. 1994, 15)

## 2.2.4 Funktionen der Stereotype

Stereotypisierung ist eine Weise die Welt zu beherrschen. Durch Stereotypisierung kann das Individuum die Welt in kleinere Stücke einteilen, damit es besser die Welt verstehen kann. (Löytty 2005, 11.) Herkman (2001, 221) meint, dass Stereotype ein wichtiges Werkzeug sind um Hegemonien zu festigen. Sie klassifizieren Menschen in scheinbar selbstverständliche Kategorien und ungerechte Positionen. Gleichzeitig ordnen sie die Welt und Menschen in hierarchische Machtbeziehungen.

Die Menschen neigen dazu Dinge zu klassifizieren, um die Strukturierung der Welt um uns herum zu erleichtern. Schwarz-Weißes- und kontrastives Denken erscheint im menschlichen Handeln. Aus diesem Grund gefallen Stereotype unserer Denkweise. (Holzapfel 1993, 69.)

Die Kenntnis der Unterschiede zwischen verschiedenen Kulturen führt dazu, dass wir besser schwierige Situationen verstehen und behandeln können (Laine-Sveiby 1991, 144). Wenn man andere Kulturen nicht kennt, ist es unmöglich die eigene Kultur zu analysieren. Wenn man in anderen Ländern lebt, entsteht eine Distanz zu der eigenen Kultur und Selbstverständlichkeiten verschwinden. Man merkt, dass die einzige natürliche Weise zu leben, eine stark kulturgebundene Weise zu handeln und reagieren war. (Laine-Sveiby 1991, 154.)

Nationale Stereotype haben nach Berting & Villain-Gandossi (1995, 23) folgende Funktionen: (1) Mitglieder der Gemeinde strukturieren die Außenwelt und andere Nationen durch Stereotype, (2) Sie erhöhen das Gefühl der Zugehörigkeit innerhalb der Gemeinde, (3) Sie spiegeln die eigenen Werte und Sitten im Vergleich zu anderen, (4) Sie können die Eigenschaften der eigenen Gemeinde auf eine positive Weise betonen, so dass die eigene Gemeinde sich positiv von den anderen unterscheidet, (5) Sie können auch als Diskriminierung verwendet werden, wenn die Werte und Bräuche der anderen Kultur eine Bedrohung für die eigenen sind. (6) Sie können verwendet werden um die Loyalität der Person zu der Gruppe zu zeigen und (7) in ungünstigen Bedingungen bieten Stereotype einen Sündenbock für die Nation.

Nationale Stereotype beeinflussen auch die eigene nationale Identität. Sie sind oft eingeschlafen und wachen unter bestimmten Umständen auf, wie z.B. bei Fußballspielen, in



internationaler Interaktion oder im Massentourismus. (Berting & Villain-Gandossi 1995, 24.) Nationale Eigenschaften können über Generationen, sogar Jahrhunderte lang übertragen werden. Weil sie so lange halten, kann gesagt werden, dass sie tief in uns sitzen. Ein selektives Gedächtnis ist eine wesentliche Grundlage für die Entwicklung der nationalen Identität. Dass wir gewisse Eigenschaften ausschließen und gleichzeitig andere nähren, ermöglicht die Struktur der Ähnlichkeiten und Kontinuität, die in der modernen Gesellschaft nicht existieren. (Mandler 2006, 2-3). Einerseits kann die Idee eines nationalen Charakters uns helfen, eine Nation zu verstehen. Andererseits kann sie aber das Verständnis vermehren, dass die Idee des nationalen Charakters nicht unbedingt etwas mit der Nationalität zu tun hat. (Mandler 2006, 3.) In dem Sinn haben die Blogs eine relevante Bedeutung, weil wir glauben, dass sie den nationalen Charakter etwas persönlicher machen. Der nationale Charakter und das Bild von einer anderen Nation wird nuancenreicher. Das vermehrt das Verständnis für Verschiedenheiten, aber gleichzeitig findet man mehr Gemeinsamkeiten, und das Gefühl - wir und die Fremden – lässt nach.

Giselind Werner (2012, 10-12) führt ein Gespräch "Über Stereotype von Deutschen und Finnen" mit der Ethnologin Helena Ruotsala. Ruotsala erläutert, dass Fremdbilder wegen ungenügenden Kulturkenntnissen entstehen. Wir haben nicht genug Kenntnisse über fremde Menschen, wenn die Kultur uns fremd ist. Stereotype können uns helfen, uns in unterschiedlichen sozialen Kontexten zurechtzufinden. Sie vereinfachen und generalisieren und bieten gleichzeitig die Möglichkeit, die Fremdbilder umzuformen.<sup>1</sup>

### **2.2.5 Erscheinungsformen der Stereotype**

Nach Hahn & Hahn (2002, 28) gibt es zweierlei Stereotype: Autostereotype und Heterostereotype. Mit Autostereotypen meinen sie Bilder, die man von sich selbst macht. Mit Heterostereotypen meinen sie die Bilder, die man von anderen hat. Autostereotype werden auch Selbstbilder und Heterostereotype Fremdbilder genannt. (Voßschmidt 2000, 31). Nach Hahn & Hahn (2002, 28) werden Eindrücke durch Stereotype integriert, die "Wir"-Gruppe gestärkt, die u.a. durch einen gewissen Stereotypen-Konsens funktioniert, und nach außen abgegrenzt, indem deutlich gemacht wird, wer nicht zur "Wir"-Gruppe gehört.

---

<sup>1</sup> <http://www.uni-hamburg.de/onTEAM/newsletter/pdf/21341921616.pdf>

Hahn (2002, 12) meint, dass Stereotype Wege und Ausdruck der Identitätssuche und -formulierung sind, ob der Weg nun über das Fremd- oder über das Eigenbild führt. Nach Hahn sind sowohl die Auto- als auch Heterostereotype ein Werkzeug für die Identitätsentwicklung. Meiner Meinung nach sind diese Begriffe eng miteinander verbunden und sie existieren nicht ohne einander. Sie gehören zu der menschlichen Denkweise. Trotzdem glauben wir, dass es möglich ist, diese stereotypen Bilder zu verändern.

Im interkulturellen Kontakt spielen nicht nur die beiderseitigen Fremdbilder eine große Rolle. Die Selbstbilder sind viel mehr im Spiel. Sie haben eine starke Einwirkung auf die Fremdbilder. Im Gegenteil lassen sich Fremdbilder anhand der Eigenwahrnehmung begreifen. Das Selbstbild ist bedeutend für die Identität und die Abgrenzung zu anderen ist ein Werkzeug für die Identitätsentwicklung. (Arras 1998, 161.) Ich untersuche vor allem die Heterostereotype, weil wir die Bedeutung der Blogs als Vermittler der nationalen Stereotype untersuchen wollen. Es ist unmöglich zu behaupten, dass die Autostereotype nicht auf die Entstehung der Heterostereotype wirken. Wegen der Sprache wäre es möglicherweise natürlicher, gerade die Autostereotype zu untersuchen, aber ich glaube, dass die Blogs als neues, internationales Medium bahnbrechend als Vermittler des stereotypen Bildes wirken. In der Blogosphäre sind die Bilder bedeutungsvoll und ein wesentlicher Teil des Bloggens. Ihre Rolle als Vermittler der nationalen Stereotype ist unbestritten.

Nach Hahn & Hahn (2002, 28) gibt es Stereotype, die doppelt auftreten, sowohl als Auto- als auch als Heterostereotype. Sie meinen, dass Auto- und Heterostereotype in einem engen Verhältnis zueinander stehen. Weiter behaupten Hahn & Hahn (2002, 34), dass die Auto- und Heterostereotype integrativ und ausgrenzend funktionieren. Sie können gruppenbildend einwirken und gleichzeitig die Einteilung „Wir“ und „Anderen“ verstärken.

### 3 MATERIAL UND METHODEN

Das Kapitel drei gibt einen Überblick über Forschungsmethoden und Forschungsmaterial. Es wird über die Relevanz der Arbeit diskutiert und wie die Forschung in der Praxis fortgeschritten ist. Die Angemessenheit der qualitativen Forschungsmethode für meine Forschung wird erwogen. Die Materialsammlungsmethoden, die in der Arbeit verwendet wurden, werden präsentiert.

#### 3.1 Materialwahl und Sammlung

Ich wählte 10 deutsche und 10 finnische Blogs als Untersuchungsobjekt. Ich entschiede das Material aus mehreren Blogs mit relativ kurzer Zeitspanne zu sammeln, weil ich finde, dass ein oder zwei Blogs nicht für die stereotype Bildübertragung ausreichen. Das Material besteht aus den Blogeinträgen vom Mai 2013. Die untersuchten Blogs sind Lifestyle-Blogs. Ich bin der Meinung, dass die Inhalte der Lifestyle-Blogs vielseitig genug sind. Die Blogs sind nicht zufällig gewählt, sondern auf der Grundlage meiner eigenen Beurteilung. Ich habe tatsächlich mehrere Jahre Lifestyle-Blogs verfolgt und gelesen. Dadurch ist mir eine Idee von Blogs als Stereotypvermittler entstanden. Auch das in dem Blog vermittelte Bild des Alltags hat einen Einfluss auf die Wahl gehabt, weil es für meine Studie wichtig war, dass die Blogger ihren Alltag beschreiben und fotografieren.

Die Blogs, die ich untersucht habe, werden von in Deutschland und in Finnland wohnenden Frauen geschrieben. Ein Kriterium war, dass die Blogeinträge in Deutschland auf Deutsch und in Finnland auf Finnisch geschrieben waren. Ein Teil der Blogger schreiben auf zwei Sprachen. In den Fällen habe ich nicht den fremdsprachigen Text untersucht. Die Blogs sollten sowohl Text als auch Bilder enthalten. Ich finde, dass die Bilder ein wichtiger Teil als Stereotypvermittler sind, weil nicht alle die Sprache beherrschen. Wenn der Leser nicht die Sprache kann, kann er auf jeden Fall das Bild verstehen. So wie die Redewendung „Ein *Bild* sagt *mehr als tausend* Worte“ behauptet. Ich konzentriere mich nicht nur auf die Bilder oder Texte, sondern ich untersuchte die Kombination der Darstellungen von jeder Kultur.

Obwohl das typische Kennzeichen der Blogs die Kommentarmöglichkeit der Leser ist, habe ich nicht die Kommentare betrachtet, weil ich mich auf die von den Bloggern vermittelten Stereotype konzentrieren wollte. Ich habe bewusst nur die von den Frauen geschriebenen Blogs für meine Studie gewählt, weil die überwiegende Mehrheit der Lifestyle-Blogger Frauen sind. Männer als Lifestyle-Blogger sind eher eine Ausnahme. Aufgrund meiner Erfahrungen vermutete ich, dass ein Mann als Lifestyle-Blogger eine abweichende Idee von seiner Kultur vermittelt. Es war auch eine Weise für die Abgrenzung des Forschungsproblems. Ich wollte nicht die Unterschiede der Frauen- und Männerblogs untersuchen, sondern mich auf die nationalen Stereotype konzentrieren, die die Blogs vermitteln. Das wäre ein Gebiet der weiteren Forschung.

Ich bin mir dessen bewusst, dass es nicht sinnvoll und überhaupt möglich ist allumfassende Verallgemeinerungen gegenüber Lifestyle-Blogs zu machen, weil meine Studie nur aus 10 deutschsprachigen und 10 finnischsprachigen Blogs besteht. Ich will auch nicht Behauptungen betreffs der ganzen Blogosphäre nennen, sondern ich diskutiere nur die 20 Blogs, die ich untersuche.

Blogs und Bloggen haben die Möglichkeit geschaffen, dass wer auch immer seine Texte und Bilder publizieren kann. Ich finde, dass die Entstehung der Blogosphäre radikal ist, weil jeder Bürger seinen Alltag präsentieren kann. Eben darum, weil es keinen schwierigen Publikationsprozess gibt, ist die Blogosphäre eine interessante Erscheinung. Auch die Tatsache, dass die Blogosphäre sich dem Leser mit einem Klick öffnet, macht die Blogosphäre einzigartig. Die Beziehung zwischen dem Blogger und Blogleser wird immer persönlicher, weil der Leser fast immer die Möglichkeit hat, die Blogeinträge nahezu realzeitlich zu kommentieren.

Ich bin mir der Tatsache bewusst, dass die Blogger ein ideales Selbstbild in den Blogs konstruieren, aber es ist für mich von Interesse, wie das Idealbild des deutschen und finnischen Alltags ist und wie die deutschen und finnischen Realitäten sich voneinander unterscheiden. Die Blogger sind Studentinnen, Voll- oder Teilzeit arbeitende oder Hausfrauen. Mein Interesse an diese Bloggergruppe hängt damit zusammen, dass meine Lebenssituation ähnlich ist. Die Hintergrundinformation aller Blogger wird nicht in allen Blogs herausgestellt. Alle Bloggerinnen waren auch nicht bereit mehr über sich selbst zu erzählen.

Die von mir untersuchten deutschen Blogs:

- \* bianca´s wohnlust, Bianca
- \* EDELFROSCH, Ruth
- \* FEE IST MEIN NAME, Fee
- \* Feel Wunderbar, Vivienne
- \* heimatPOTTential, Juli
- \* kleine Meise – großes Herz, Miss James
- \* Liebesbotschaft, Joanna
- \* SLOMO, Okka
- \* TEXTERELLA, Susanne
- \* the art of confusion.

und die finnischen Blogs:

- \* TIME OF THE AQUARIUS, Minna
- \* Oi mutsi mutsi, Elsa
- \* MAMI GO GO, Minttu
- \* MUUTAMA HETKI, Kaisu
- \* Emilia´s new moon, Emilia
- \* kaikki mitä rakastin, Eeva
- \* PEACE, love AND POOPDIAPERS, Essi
- \* Musta tuntuu, Jonna
- \* Bambula, Naku
- \* tirsat, Laura.

Die Web-Adressen der in der Studie untersuchten finnischen und deutschen Blogs sind in der Liste der Primär-Literatur aufgeführt.

Massenmedien und Popularkultur, wie Blogs, produzieren nun zunehmend Material, das ausgezeichnet für die qualitative Analyse passt (Eskola & Suoranta 2000, 118). Eskola & Suoranta (2000, 64) meinen, dass Blogs deshalb eine dankbares Untersuchungsobjekt sind, da in der Blogosphäre ständig neues Forschungsmaterial entsteht. Weil das Forschungsmaterial im Prinzip endlos ist, ist es wesentlich das Material genau abzugrenzen. Später kann man noch mehr Material suchen, wenn es nötig wäre. Am Anfang der Studie dachte ich, dass ich

das Material von 12 Monaten sammelte, aber ich bemerkte schon relativ schnell, dass ein Monat für meine Studie reicht. Auch Eskola & Suoranta (2000, 62) meinen, dass es genug Material gibt, wenn die neuen Fälle nichts Neues für das Forschungsproblem bringen. Dies geschah auch in meinem Material, weil ich schon relativ schnell Ähnlichkeiten in dem Material fand. Ich hätte natürlich die Anzahl der Blogs verringern können und den Zeitrahmen verlängern, aber ich hielt es für wichtiger, dass das Sample etwas breiter ist damit ich die Blogs als Stereotypvermittler untersuchen kann.

### **3.2 Die Leistungen einer qualitativen Studie**

Die Grundidee der qualitativen Studie ist die Beschreibung der Wirklichkeit, des wirklichen Lebens. Die Natur der Studie ist eine ganzheitliche Informationsbeschaffung und das Ziel ist Tatsachen zu finden. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara, 2005, 152.) Meiner Meinung nach schildern die Lifestyle-Blogs das wirkliche Leben, den Alltag und dadurch vermitteln sie die Vorstellungen der deutschen und finnischen Lebensweise.

In der qualitativen Studie wird ein Phänomen beschrieben und man versucht eine gewisse Handlung zu verstehen und eine theoretische Interpretation dazu zu finden. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 85). Es wird nach komplexer und ausführlicher Interpretation gestrebt (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara, 2005, 155). In meiner Studie werden die Realität und die kulturverbundenen Angelegenheiten der Deutschen und Finnen beschrieben. Diese Realitäten und kulturverbundenen Angelegenheiten reflektieren nationale Stereotype.

Eine weitere Idee der qualitativen Forschung ist, dass in dem Privaten das Allgemeine sich wiederholt. Durch die gründliche Untersuchung der einzelnen Fälle versucht man das Wesentliche sichtbar zu machen, was oft auftritt auf einer allgemeinen Ebene. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara, 2005, 171.) Meiner Meinung nach reflektieren auch die von Privatpersonen geschriebenen Blogs auf der allgemeinen Ebene die Spezifika der deutschen und finnischen Kultur.

Die qualitative Studie sucht ihre endgültige Form im Laufe der Studie. Sie geht in Zyklen voran, nicht geradlinig sondern in zeitlich wechselnder Ordnung. Am Ende der Studie werden

die Literatur, das Material und die Interpretation zu einer einheitlichen Ganzheit zusammengefasst. (Eskola & Suoranta 2000, 16.) Wie es typisch für eine qualitative Studie ist, ist auch meine Studie in Zyklen vorangegangen. Die Rückkehr zum Material und das Wiederlesen des Materials waren eine Notwendigkeit und dies geschah kontinuierlich, weil sowohl die theoretische Grundlage und die unter der Analyse entstandenen Fragen eine Vielzahl von weiteren Fragen in der Stereotypinterpretation geschaffen haben. Ich habe zusammen die Bedeutung der in dem Material vorgekommenen Phänomene für meine Studie diskutiert. In den meisten Fällen habe ich eine Vereinbarung über die Relevanz der Angelegenheiten dank der begründeten Diskussionen und Überlegungen erreicht. Auf der anderen Seite ist diese Art der Analyseweise zeitaufwendig, aber auf der anderen Seite sehr lohnend, und ich glaube, dass ich auf diese Weise eine breitere Perspektive und Zuverlässigkeit für die Abhandlung bekommen habe.

Eskola & Suoranta (2000, 15) klassifizieren die qualitative Studie u.a. mit Hilfe von Materialsammlungsmethode, Sample, qualitativ-induktiver Analyse, Meinungslosigkeit, Genre der Studie und Vortragsweise der Ergebnisse samt Stellung des Forschers. Das qualitative Material ist in der einfachsten Form Text. Doch können die Texte inhaltlich komplex sein. Die Texte können entweder mit dem Forscher verbunden oder nicht verbunden sein. Wenn die Texte von dem Forscher produziert werden, so wie z.B. Interviews oder Notizen, sind sie Forscher-verbundene Texte. Forscher-unverbundene Texte sind z.B. private Tagebücher und Biografien. Mein Forschungsmaterial besteht aus Forscher unverbundenen Texten und Bildern. Die Texte sind Blogbeiträge, die mit persönlichen Tagebüchern verglichen werden können. Die in den Blogbeiträgen publizierten Bilder sind in meiner Studie gleichwertig mit den publizierten Texten. Sie bilden zusammen eine Einheit, die ich analysiere. Zum Beispiel wenn im Text Sommerhaus genannt wird und auf dem Bild ein Sommerhaus steht, betrachte ich die beiden als finnisches Stereotyp verstärkende Phänomen.

Obwohl für die qualitative Studie die Teilnahme des Forschers von zentraler Bedeutung ist, besteht sie aus vielfältigen Untersuchungsmethoden. Die objektivistische Untersuchungsmethode bezieht sich auf die Art der Erklärung, in der das Untersuchungsobjekt unparteiisch aus dem Betrachterwinkel betrachtet wird. Es ist jedoch fraglich, ob diese objektivistische Weise überhaupt möglich ist, weil die eigenen Überzeugungen, Werte und Einstellungen sich schwer aussperren lassen. Es ist wichtig für den Forscher ihre eigene Subjektivität zu identifizieren. (Eskola & Suoranta 2000, 16-17.) Ich

habe in meiner Studie nach Unparteilichkeit gestrebt. Ich bin nicht in dem Schriftprozess dabei gewesen und habe nicht die Blogs der Studie kommentiert.

In der qualitativen Studie ist die Menge der Fälle relativ klein und die Analyseweise gründlich. Es wird sich statt der Menge auf die Qualität konzentriert. In der auf Ermessen beruhender Probe geht es um die Geschicklichkeit des Forschers, eine starke theoretische Grundlage zu bauen, die dem Forscher mit der Materialsammlung hilft. (Eskola & Suoranta 2000, 18.)

Mein Forschungsmaterial besteht aus den Blogbeiträgen der zehn deutschsprachigen und zehn finnischsprachigen Blogs in einem Monat. Alle Blogbeiträge sind im Mai 2013 publiziert worden. Der Korpus wurde umfangreich mit über 300 Blogbeiträgen obwohl die Zeitperiode relativ kurz war. Sowie Eskola & Suoranta (2000, 117) stellen fest, dass es eine unendliche Menge Material gibt, passt das für eine qualitative Studie. Meiner Meinung nach sind die publizierten Blogbeiträge ausgezeichnetes Forschungsmaterial, weil sie ein authentisches und unbearbeitetes Kulturbild vermitteln. Eskola & Suoranta (2000, 117) meinen, dass man nicht immer neues Material für die qualitative Studie sammeln muss. Der Vorteil des fertigen Forschungsmaterials ist natürlich auch das, dass ich die Ressourcen für die Analyse statt der Materialsammlung verwenden konnte.

In der qualitativen Studie startet man ohne Vorurteile oder Definitionen. Die Theorie wird aufgrund des empirischen Materials gebaut. Deshalb ist die Abgrenzung des Materials sinnvoll und angebracht. Die Hypothesenlosigkeit in der qualitativen Studie bedeutet, dass der Forscher keine festen Voraussetzungen von den Forschungsobjekten oder Forschungsergebnissen hat. In der qualitativen Analyse wird der Forscher eher überrascht und lernt neues über sein Forschungsobjekt. (Eskola & Suoranta 2000, 19-20).

Als erstes las ich deutsche und finnische Blogs. Am Anfang hatte ich 15 Blogs in beiden Sprachen und danach wählte ich 10 Blogs von jeder Sprache, die am besten zu meiner Studie passten. Sie sollten Text und Bilder beinhalten. Ich las das Material und betrachtete die vorkommenden Erscheinungen, die mehrmals in dem Material vorkamen. Sie wurden in der Analyse betrachtet. Aufgrund der vorkommenden Stereotype suchte ich nach Unterstützung für die Stereotype in der Literatur. Ich verwendete auch Netzpublikationen und geschriebene Finnland-Bilder von dem "Veteraneinwanderer" Roman Schatz.



### 3.3 Über die Analysemethode

Die Analysemethode der Studie ist qualitativ. Ich untersuche das Material mit Hilfe der Thematisierung und der Denkansatz ist erklärend. Die Thematisierung war datengesteuert. Mit Thematisierung meinen Eskola & Suoranta (2000, 174-175) eine wissenschaftliche Methode, deren Ziel darin besteht, die Themen, die das Forschungsproblem erläutern hervorzuheben, damit die unterschiedlichen Erscheinungen in dem Material verglichen werden können. Thematisierung erfordert die Interaktion zwischen Theorie und Empirie und es wird sichtbar, weil sie in dem Text einander überlappen.

Bevor ich das Material analysierte, diskutierte ich die Analysemethoden. Zuerst dachte ich, dass die quantitative Forschungsmethode für meine Studie passend wäre. Dann hätte ich quantitativ das Vorkommen gewisser Erscheinungen in meinem Forschungsmaterial untersucht. Als ich mir in das Material versenkte, entstand doch die Idee von der qualitativen Forschungsmethode. Mit der quantitativen Analysemethode hätte ich meiner Meinung nach nur oberflächliche Information von den Stereotypen gefunden, eher nur die Häufigkeit der Erscheinungen in meinem Forschungsmaterial. Meiner Meinung nach passte eine tiefere, qualitative Betrachtung besser, um meine Forschungsprobleme zu lösen, weil Kultur ein so komplexer Begriff ist, dass die quantitative Erklärung ungenügend wäre.

Eskola & Suoranta (2000, 152-153) präsentieren die Themakartei als einen Klassifizierungsgrund. Sie ist ein vorzügliches Hilfsmittel, um das Material zu behandeln. Wenn das Material Forscher-unverbunden ist, muss er selbst die theoretischen Brillen entwickeln, mit denen er sein Forschungsmaterial betrachtet. Ich nutzte die Idee der Themakartei in meiner Analyse. Ich entwickelte von dieser Idee eine eigene Analysemethode, die für meine Studie passte. Die Themakartei wird nach jeweiligem Material gebildet. Wenn das Material gelesen wird, werden die vorkommenden Themen auf die Seite geschrieben. Danach sammelt man die Textabschnitte, die das Thema berühren. Entweder kopiert man die Textabschnitte direkt auf die Themakartei oder der Forscher macht eigene Zusammenfassungen. (Eskola & Suoranta 2009, 152-153.) Ich habe aufgrund des Forschungsmaterials ein Analysemodell konstruiert, der sechs Klassen enthält. Es beschreibt meiner Meinung nach umfassend das Leben eines Individuums.

Danach begann ich das Forschungsmaterial zu lesen und analysieren. Das Ziel der Arbeit war zu untersuchen, wie Lifestyle-Blogs die nationalen Stereotype über Deutsche und Finnen vermitteln. Das Analysemodell war folgend:

1. Eigenschaften
2. Beziehungen
3. Essen & Trinken
4. Wohnen
5. Kleidung
6. Freizeitaktivitäten

Aufgrund des Analysemodells habe ich das Material so analysiert, dass ich von jedem Blog eine kleine Zusammenfassung gemacht habe, die die vorgekommenen Stereotype beinhalten. Ich markierte alle Angelegenheiten betreffend nationaler Stereotype, die in jedem Blogeintrag, sowohl auf den Bildern als auch in den Texten vorkamen. Sie konnten zum Beispiel in den finnischen Blogs ein Sommerhaus sein (Freizeitaktivitäten) oder in deutschen Blogs Bier und Wurst (Esskultur).

## **4 ANALYSE**

In diesem Kapitel werden die Forschungsergebnisse meines Materials präsentiert. Das Material wurde mit dem 6-teiligen Analysemodell untersucht. Zuerst werden die Ergebnisse der deutschsprachigen Blogs vorgetragen. Anschließend folgen die Ergebnisse der finnischen Blogs nach.

### **4.1 Stereotype über Deutsche**

Es gibt immer die Gefahr, dass man wegen der Stereotype eine große Gruppe von Menschen in die gleiche Schublade steckt. Die Menschen aus anderen Ländern verallgemeinern auch das Bild von Deutschen. Als nächstes wird dargestellt, was für ein Bild die deutschen Lifestyle-Blogs über die Deutschen vermitteln.

#### **4.1.1 Eigenschaften der Deutschen**

Meine Ergebnisse zeigen, dass Deutschen Pünktlichkeit wichtig ist, dass sie gerne systematisch vorgehen und planen. Ausbildung, Vermögen, Sparsamkeit und Ordnung scheinen einen hohen Stellenwert zu haben. Im Folgenden werden die einzelnen Aspekte der Eigenschaften der Deutschen im Detail analysiert und mit früheren Forschungsergebnissen verglichen.

##### **4.1.1.1 Pünktlich und systematisch**

Die Analyse meines Forschungsmaterials zeigt wie systematisch und mit welcher Pünktlichkeit die deutschen Blogger vorgehen. Das systematische Vorgehen und Pünktlichkeit zeigt sich u.a. in einem akribisch eingehaltenen wöchentlichen Publikationsrhythmus. Die Bloggerin *Texterella* beispielsweise schreibt jeden Montag ein Personeninterview mit der Rubrik "Frauen ab 40: Das Montagsinterviews mit...". Die Bloggerin *Fee ist mein Name* hat die Systematik in ihrem Blog weiter entwickelt. Sie publiziert pedantisch jeden Tag einen Blogeintrag für ihre Leser. Jeden Freitag veröffentlicht

sie eine Liste von Webadressen “Liebe in Links”, mit ihrer Meinung nach tollen Webseiten. Jeden Mittwoch publiziert sie ihre Lieblingsmusik “Mittwochsmusik mit ...”. Am Anfang jeder Woche publiziert sie eine Bildserie von der vorigen Woche, “Wochenüberblick in Bildern, Nr...”. Sie publiziert systematisch drei Bilder pro Tag, die sind 1) *Getragen*, 2) *Gegessen* und 3) *Gemacht*. Die deutsche Systematik wird damit deutlich sichtbar.

Meine Studie hat ergeben, dass den Deutschen die Pünktlichkeit wichtig ist. *Slomo*-Bloggerin Okka schreibt:

[...] pünktlich zu Marlenes Geburtstag.

*The art of confusion* -Bloggerin verrät, dass die deutsche Pünktlichkeit sich wie in roter Faden durch den Alltag zieht. Selbst das Wecken wird zur Demonstration der Pünktlichkeit. In diesem Sinne schreibt sie folgendes:

unter der woche geht der wecker um 6:00 uhr, am wochenende bin ich um 8:00 uhr ausgeschlafen.

Die deutsche Pünktlichkeit beginnt am frühen Morgen und geht den ganzen Tag hindurch. Der Deutsche ist überall rechtzeitig, also pünktlich auf dem richtigen Glockenschlag.

Olga Isliwanowa, die an der Universität Zhezkazgan studiert, hat deutsche Kulturerben in Zentralasien untersucht. Sie wollte wissen, was typisch deutsch ist. In ihrer Studie (2012) hat sie die Vertreter der deutschen Minderheit in Zhezkazgan interviewt. Die Befragten haben deutsche Familienbande, aber sie sind nicht unbedingt selber deutsche. Zum Teil geht es um Autostereotype, aber hauptsächlich identifizieren sich die Befragten außerhalb der Gruppe und deshalb meine ich, dass es um Heterostereotype geht. Für die Befragten war typisch deutsch: Fürsorglichkeit, Vernünftigkeit, Pedanterie, Zielstrebigkeit, die ideale Ordnung überall, Pünktlichkeit und Sauberkeit.<sup>2</sup> Zudeick (2012) fügt hinzu, dass die Deutschen stolz auf ihre Pünktlichkeit sind. Sie sind durch und durch rechtzeitig.<sup>3</sup> Sie mögen das Wort pünktlich zu verwenden. Die deutschen Lifestyle-Blogger vermitteln das Bild von pünktlichen und systematischen Deutschen.

Es ist typisch für die Deutschen, dass sie alles im Voraus planen. Ruth *Edelfrosch* -Bloggerin will nicht das neue Frauenmagazin spontan lesen, sondern sie will erst in Ruhe überlegen, welche Artikel und Bilder das Magazin beinhaltet. Sie liest nicht das Magazin spontan,

<sup>2</sup> <http://deutsche-allgemeine-zeitung.de/de/content/view/2378/74/>

<sup>3</sup> <http://www.dw.de/der-deutsche-und-die-p%C3%BCnktlichkeit/a-16398754>

sondern will sogar den Inhalt des Magazins vor dem Lesen sich vorstellen. Eine Ausnahme in dem Forschungsmaterial gab es doch im *the art of confusion*. -Blog. Sie schreibt:

denn ich plane nicht viel was nicht gleichzusetzen ist mit unorganisiert sein. Ich mache einfach das, wozu ich gerade lust habe und durch alles andere muss man halt durch. nutzt ja nix.

Mein Forschungsmaterial zeigt, dass die Deutschen Lifestyle-Blogger alles ganz genau planen, nicht nur den Jahresurlaub am gleichen Ort jedes Jahr, sondern sie planen gern auch die Zukunft ihrer Kinder vom Kindergarten bis zur Berufswahl. Die Systematik der Deutschen ist auch in früheren Forschungen entdeckt worden (Tuomi-Nikula 1989, 242; Bausinger 2002, 80). Die Autoren Tuomi-Nikula und Bausinger sind der Meinung, dass der Deutsche sich nicht leicht in neuen Situationen anpassen kann und dass die Deutschen gerne planen. Sie sind auch nicht geschickt im Improvisieren. Die Analyse meines Forschungsmaterials gibt Anzeichen darauf, dass das Stereotyp Systematik immer noch existiert.

#### **4.1.1.2 Sparsam**

Meine Studie hat ergeben, dass Deutsche sparsam sind und sich über günstige Preise freuen. *Liebesbotschaft*-Bloggerin Joanna schreibt scherzhaft darüber, wie sie mit jedem Freundeskandidat ihrer Tochter einen Fragebogen ausfüllen möchte. In dem Fragebogen soll der Freundeskandidat u.a. folgende Fragen beantworten:

Zukunftspläne, bzw. jetziger Berufsstand.  
Ausbildungsstand und aktueller Beruf der Eltern  
Sind Vermögenswerte in der Familie vorhanden?

Diese Fragen heben hervor, was der Deutsche bei anderen Personen schätzt. Status, Erfolg, gesellschaftliche Stellung und Reichtum sind wichtige Merkmale für die Deutschen, um die Welt strukturieren zu können.

Zum Thema Sparsamkeit schreibt *Kleine Meise - großes Herz* -Blogautorin Miss James wie sie mit einem Freund in einem Restaurant Caipirinha bestellt, ein Cocktail ohne Alkohol. Als entgegen der Bestellung beide Getränke alkoholhaltig sind, wird sie zuerst empört, aber als sie dann das richtige Getränk mit einer Entschuldigung auf den Tisch bekommt und dazu noch das falsche Getränk trinken darf, ist sie zufrieden. Die deutsche Sparsamkeit kann in anderen Ländern sogar als Geiz und freches Verhalten gesehen werden. Die sparsame Denkweise ist jedoch deutsche Vernünftigkeit.

*Bianca's Wohnlust* -Blogautorin fährt mit ihrem Mann in den Urlaub. Sie schreibt mit Kleindruck in Klammern:

(Und da haben wir uns gesagt, "fahren wir einfach in der Vorsaison und sparen Geld".)

Es ist reines Sparen wenn man Sachen supergünstig kauft. *Fee ist mein Name* -Blogautorin schreibt:

Entsprechend verfiel ich im Februar nahezu in Ekstase, als ich in einem Düsseldorfer Fotoladen zufällig einen gerade abgelaufenen 5er Pack Fujichrome Velvia 100F Mittelformatfilm erspähte, der sich mir mit seinem massiv reduzierten Preis geradezu anbot. Selbstverständlich liess ich mich von seinen Reizen verführen und nahm ihn mit nach Hause, ---.

Die Vergeudung wird nicht begrüßt. *Bianca's Wohnlust* -Blogautorin Joanna schreibt von ihren eigenen Erfahrungen in der Fahrschule, die nicht sehr gut klappte, weil sie zweimal die Prüfungsfahrt fahren musste:

Meine Eltern waren natürlich alles andere als begeistert. Sie durften den ganzen Spass schliesslich bezahlen.

*Liebesbotschaft* -Blogautorin macht Einkäufe in Polen und schrieb einen langen Blogbeitrag mit Bildern, was man günstig in Polen kaufen kann.

[...] ein schönes Stück zum kleinen Preis [...]  
das Meiste sehr günstig.[...]  
bietet einige gute Produkte zum kleinen Preis[...] und alles sehr günstig!  
Im sale sind die Preise unschlagbar günstig [...] Sehr preiswert [...]

Die deutsche Preisbewusstheit erscheint in *Liebesbotschaft*-Blog deutlich. Joanna schreibt:

Die Hose, die ich ausgesucht habe, liegen preislich meist im unteren bis mittleren Bereich - das ist wunderbar, weil solche Trendteile nicht ewig tragbar sind.

Zudeick (2012) schreibt über die deutsche Sparsamkeit. „Keiner legt so viel Geld auf die hohe Kante, wie wir Deutsche. Besonders die Schwaben gelten als sehr sparsam und enthaltsam.“<sup>4</sup> Deutschen sind sparsam und wollen für nichts umsonst bezahlen. Der Deutsche passt auch auf, dass er für die Dienste nicht zu viel bezahlt. Tuomi-Nikula (1989, 244) schreibt, dass die Deutschen an die Ökonomie denken. Mein Forschungsmaterial liefert klare Beweise dafür, dass das Klischee immer noch da ist.

---

<sup>4</sup> <http://www.dw.de/die-deutsche-sparsamkeit/a-16368438>

### 4.1.1.3 Sauberliebend

Die Analyse meines Forschungsmaterials hat ergeben, dass die Deutschen Sauberkeit mögen. *Kleine Meise - großes Herz* -Blogautorin Miss James besichtigt den naheliegenden Kletterpark.

Die Schuhe sind dreckig und die Klamotten haben wir auch sofort in die Waschmaschine geworfen. Wie viel Spaß es macht, sich dreckig zu machen.

Die Blogautorin gibt zu, dass es ab und zu Spaß macht zu verschmutzen, aber die dreckigen Kleider werden sofort in die Waschmaschine gestopft. *The art of confusion*. -Blogautorin nennt in ihrem Blogeintrag “gnocchiparty” und berichtet wie ärgerlich es ist, den Wirrwarr nach dem Essen aufzuräumen.

das ist dann der moment, in dem die küche einer fleisch gewordenen rauminstallation aus mehl gleicht und man sich schwört, diese sauerei niemals mehr zu veranstalten.

*HeimatPOTTential* -Blogautorin verstärkt den Eindruck, dass die Deutschen gerne putzen. Juli bekommt eine Filmgruppe von dem Fernsehen zum Besuch und das wichtigste nach Juli ist, dass alles ganz genau geputzt ist.

Also habe ich vorab nicht nur geputzt, als ob es um mein Leben ginge, [...].

*Bianca's Wohnlust* -Blogautorin zeichnet ein klares Bild- sie scheint immer zu putzen:

Ich muss jetzt unbedingt das Bad putzen. Sieht aus wie Sau!  
 Unser Staubsauger ist wieder kaputt!  
 Das man nicht ums Staubsaugen gekloppt hat, war alles.  
 Und Männelein war sogar bereit, NACH AUFFORDERUNG die untere Etage zu saugen.  
 Meine bügelwäsche verlangt jetzt meine volle Aufmerksamkeit.  
 Mit dem Putzlappen in der Hand fröhlich winkend, Bianca.  
 Ich habe grad jede Menge Wäsche (an der frischen Luft) gebügelt, [...]

Auch andere Blogautorinnen nennen das Putzen. *Feel Wunderbar* -Blogautorin Vivienne sagt:

[...] habe ich heute mal fleißig den Putzlappen geschwungen.

Das Putzen geschieht auch symbolisch. *Liebesbotschaft*-Blogautorin Joanna publiziert unter Rubrik “Frühjahrsputz! Teil II” und nennt sich selbst “Fräulein Ordnung”. Konkret wird nicht in dem Blogeintrag geputzt, sondern Joanna putzt ihren Kopf nur symbolisch. Sie will die schlechten Gedanken aus ihrem Kopf heraus.

Auch in der früheren Forschung (Wagner 2003, 32; Soronen & Koirikivi 2003, 55) ist klar geworden, dass die Finnen die Sauberkeit mit den Deutschen verbinden. Sie sind der Meinung, dass die Deutschen bekannt für ihre Sauberkeit sind. Dieses Stereotyp wurde aufgrund meines Forschungsmaterials gestärkt. Der Deutsche hält seine Wohnung sauber und auch die schickere Hausfrau schwingt selbst mit dem Putzlappen.

## 4.1.2 Beziehungen der Deutschen

In der vorliegenden Studie wurde klar, dass die Bedeutung der Familie und Verwandten in Deutschland groß ist. Die Frauenrolle zu Hause ist immer noch ziemlich traditionell, aber sie sind auch immer öfter berufstätig. Sie sind noch nicht gleichwertige Versorger mit den Männern, aber die Rolle der Hausfrau wird immer schwächer. Im Folgenden werden die einzelnen Aspekte der Beziehungen der Deutschen im Detail analysiert und mit früheren Forschungsergebnissen verglichen.

### 4.1.2.1 Familie

In meinem Forschungsmaterial wurde klar, dass der deutsche Familienbegriff relativ breit ist. *Fee ist mein Name* -Blogautorin überlegt ihre Herkunft in ihrem Blogeintrag am 11. Mai 2013 "Wo komme ich her? - Fotografische Ahnenforschung...". Sie erzählt, dass das Bild in dem gleichen Blogeintrag das älteste Bild ihrer Familie ist. Sie hat das Bild in dem Fotoalbum ihrer Oma gefunden. Auf dem Bild sind die Uroma von Fee, Ur-Ur-Oma, Ur-Ur-Opa, Ur-Großtanten und Ur-Großonkel. Die Deutsche Verwandtschaft reicht bis in die weite Vergangenheit. Der Blogeintrag berichtet auch, dass die Deutschen oft wissen wo sie her kommen, weil die Verwandten sehr wichtig für sie sind. Auf jeden Fall diskutieren sie darüber.

*Slomo*-Blogautorin Okka erzählt, dass sie mit ihrer Tochter ein Abendlied singt, in dem alle wichtigen Menschen genannt werden. Sie schreibt:

Bevor ich Dich ins Bett singen darf, müssen wir allerdings erst[...] Omi und Opi, Tante Lene und Onkel Aiko, alle Kuschtiere [...] ins Bett singen, [...]

Es ist wichtig schon für das deutsche Kleinkind alle seine Verwandten zu kennen. Sie wohnen oft nahe beieinander. Die Großeltern helfen den Eltern im Haushalt und mit der Kinderpflege<sup>5</sup>. *Bianca's Wohnlust* -Blogautorin fährt in den Urlaub mit ihrem Mann. Die Kinder bleiben zu Hause mit den Schwiegereltern.

---

<sup>5</sup> [http://www.axelspringer-mediapilot.de/dl/446201/BILDamSONNTAG-Familienstudie2011\\_final.pdf](http://www.axelspringer-mediapilot.de/dl/446201/BILDamSONNTAG-Familienstudie2011_final.pdf)



In den früheren Studien ist klar geworden, dass das soziale Netzwerk der Deutschen sich aus der Familie zusammensetzt. Zur Familie gehören nicht nur Vater, Mutter und Kinder, sondern auch Großeltern. Die Deutschen verlassen sich auf ihre Familie, sowohl materiell als auch immateriell. Die Großeltern helfen bei der Kinderbetreuung, aber auch bei alltäglichen Sachen wie Einkäufen und kleinere Arbeiten im Haushalt.<sup>6</sup> Die Familie ist sehr wichtig für die Deutschen. Auch mit den entfernten Verwandten wird verkehrt. Sie sitzen gerne mit der Familie am Tisch und verbringen Zeit miteinander. (Matschke 2010, 17.) Mein Forschungsmaterial deutet darauf hin, dass das Stereotyp von dem familienorientierten Deutschen immer noch Wirklichkeit ist. Sie scheinen mehr Zeit mit ihrer Familie zu verbringen als mit den Freunden. Die deutschen Blogger schreiben nicht über die Zusammenkünfte ihrer Freunde. Sie schreiben auch nicht, dass ihre Freunde sie besuchten oder im Gegenteil. Die deutschen Lifestyle-Blogger scheinen keinen breiten Freundeskreis zu haben.

#### **4.1.2.2 Rollenverteilung**

*Slomo*-Blogautorin Okka richtet Aufmerksamkeit auf ihre Tochter mit einem ganzen Blogbeitrag, in dem sie innig unter Rubrik "(Fast) zweieinhalb Jahre" schreibt:

Du bist groß geworden, Fännchen. So groß.

Dieser Satz lässt den Leser zu verstehen, dass Okka etwas melancholisch über das Großwerden ihres Kindes ist.

Mein Forschungsmaterial lässt sich merken, dass die Mutterschaft den deutschen Lifestyle-Bloggern sehr wichtig ist. *Edelfrosch*-Blogautorin schreibt, dass sie beeindruckt war von den Bildern, die eine Mutter mit ihrem Neugeborenen präsentieren. Sie beschreibt die Beziehung der Mutter und des Kindes mit dem Wort "inniglichste". Die Mutterschaft wird in Deutschland ernst genommen. Die deutsche Hausfrau will ihre Kinder sinnvoll aktivieren, so dass sie sagen kann, dass sie die Mutterrolle zum Klappen bringt. Sie backt mit den Kindern und geht mit den Kindern in Kunstausstellungen, so wie *Edelfrosch*-Blogautorin Ruth. Die traditionelle Rollenverteilung herrscht in der deutschen Familie in der Hausarbeit. Obwohl die

---

<sup>6</sup> [http://www.axelspringer-mediapilot.de/dl/446201/BILDamSONNTAG-Familienstudie2011\\_final.pdf](http://www.axelspringer-mediapilot.de/dl/446201/BILDamSONNTAG-Familienstudie2011_final.pdf)

Mutterschaft ernst genommen wird, wird die traditionelle Rollenverteilung nicht in der Familienversorgung sichtbar. Fast alle deutschen Bloggerinnen waren im Arbeitsleben.

Die Zeitung *Bild am Sonntag* hat eine Familienstudie unter Beteiligung des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend gemacht. In der Studie stehen die Alltagsmythen rund um die Familie und Kinder im Mittelpunkt. Die repräsentative Studie wurde vom Allensbacher Institut für Demoskopie 2011 durchgeführt und basiert auf einer zweistufigen Untersuchung mit insgesamt 2800 persönlichen Interviews. Nach dieser Familienstudie sind 38 % der deutschen Frauen nicht berufstätig. Nur 1 % der Befragten sind der Meinung, dass eine ideale Familienform ist, dass die Frau Vollzeit arbeitet und der Mann Teilzeit oder gar nicht und um Kinder und Haushalt kümmert.<sup>7</sup> Die deutschen Lifestyle-Blogger sind berufstätig und kümmern sich um die Versorgung der Familie.

*Liebesbotschaft*-Blogautorin Joanna ist die einzige Blogautorin in meiner Studie, die völlig dem traditionellen Frauenbild in Deutschland entspricht.

Schau, ich war 18 Jahre lang mit den Kindern daheim. Während meine Klassenkameraden studierten, um die Welt gereist sind, Ärzte und Anwälte geworden sind, habe ich meine ganze Zeit und Energie in die Kinder investiert. Nach aussen hin betrachtet ist es nicht so prestigeträchtig, richtig? Ich sag dir was: das ist mir scheissegal. Ich habe mich noch NIE eine Sekunde lang minderwertig gefühlt deswegen. Ganz im Gegenteil: ich empfinde es als eine sehr große Ehre und ein Privileg.

Joanna schreibt stolz, dass es nicht minderwertig ist eine Hausfrau zu sein als zu arbeiten. Sie schreibt auch etwas religiös:

Weil ich meinen Wert nicht daran messe, wie viel Bedeutung mir andere zugestehen: mein Wert ist in Gott. (Und einen höheren findet man nirgendwo.)

Sie ist 18 Jahre lang mit den Kindern zu Hause gewesen. Jetzt, wenn die Kinder schon älter sind, arbeitet sie momentan freiberuflich.

Ergebnisse meiner Analyse deuten darauf hin, dass die deutschen Frauen Karriere machen können. Auch für die deutsche Karrierefrau ist die Familie wichtig. Dieses kommt in *Texterella*-Blog vor, als die Autorin ihre eigene Mutter und Großmutter als einflussreiche Faktoren für ihre Karriere nennt. *Slomo*-Blogautorin bekommt oft eine Frage: “Wie kriegst du es hin, Muttersein und Karriere so gut zu vereinbaren?” Sie antwortet:

Eigentlich klappt es immer irgendwie. Wir konnten zum Glück einen guten Organisationsweg finden. Ich binde meinen Sohn Levi mittlerweile in meine Arbeit ein bisschen ein, und das findet er ziemlich gut.

<sup>7</sup> [http://www.axelspringer-mediapilot.de/dl/446201/BILDamSONNTAG-Familienstudie2011\\_final.pdf](http://www.axelspringer-mediapilot.de/dl/446201/BILDamSONNTAG-Familienstudie2011_final.pdf)

Carina Laux, eine der Befragten in *Texterella*-Blog balanciert zwischen der Mutterschaft und Karriere. Aus den Blogs bekommt man den Eindruck, dass immer mehr deutsche Frauen im Arbeitsleben sind, auch mit kleinen Kindern.

Die Ergebnisse meiner Analyse haben ergeben, dass die deutschen Frauen sich mehr als die deutschen Männer um die Hausarbeit kümmern obwohl sie berufstätig sind. *The art of confusion* -Blogautorin ist eine Ausnahme. Sie erzählt, dass der Mann in ihrem Haushalt kocht und einkauft. Dieses Paar hat keine Kinder. Deshalb weichen sie von dem typisch deutschen Ideal ab und gehen in der modernen, gleichberechtigten Weise vor.

### **4.1.3 Esskultur der Deutschen**

Die Deutschen essen viel Fleisch. Unzählige kleine Konditoreien und Bäckereien finden zunehmend ihren Platz in den deutschen Dörfern. Fleisch wird direkt vom Metzger über den Ladentisch gekauft. Mütter sind daran interessiert, eine Vielzahl von Kuchen zu backen. Die Kuchen werden mit Tee oder Kaffee gegessen. Im Folgenden werden die einzelnen Aspekte der Esskultur der Deutschen im Detail analysiert und mit früheren Forschungsergebnissen verglichen.

#### **4.1.3.1 Kuchen**

Meine Studie hat ergeben, dass die Deutschen nicht nur Kuchen essen, sondern auch gerne selber backen. *Bianca's Wohnlust* -Blogautorin liebt Kuchen und erzählt von dem Geburtstag ihrer Tochter:

Bevor die Verwandtschaft auftauchte, hatte Mutter drei Stücke des Geburtstagkuchens schon selber verdrückt. Ups.

Bianca beglückt ihre Leser und publiziert viele Kuchenbilder. Sie hat u.a. Kuchen gekauft und dekoriert sie mit Erdbeeren. Am Muttertag träumt sie von einem Kuchen, den die Kinder heimlich gebacken haben. Auch die Tatsache, dass die deutschen Blogautorinnen unterschiedliche Kuchenrezepte in ihren Blogs publizieren, verrät die Liebe der Deutschen zu Kuchen. Die *Slomo*-Blogautorin Okka publiziert ein Nora-Kuchen -Rezept in ihrem Blog und *Liebesbotschaft*-Blogautorin Joanna berätet, wie man Mini-Ricotta-Cheesecakes mit

Himbeeren backt. Der Kuchen ist dem Deutschen so wichtig, dass er sogar ein eigenes Sprichwort bekommen hat. Okka schreibt in *Slomo*-Blog:

Wenn nichts mehr geht, geht immer noch Kuchen.

In der typisch deutschen Weise, wenn alles schief läuft, kann der Kuchen noch einen trösten.

In den deutschen Blogs backt man Kuchen, isst man Kuchen und fotografiert man Kuchen. In *Liebesbotschaft*-Blog backt man beispielsweise Mini-Cheesecakes mit Himbeeren und in *Feel Wunderbar* -Blog werden modische Cupcakes gebacken. Claudia Hilke, die in *Texterella*-Blog interviewt wird, beantwortet die Frage “Hast du ein Schönheitsgeheimnis?” auf folgende Weise:

Viel Trinken, besonders Kräutertee und Wasser sind wichtig. Wenig Alkohol und wenig Zucker, was mir allerdings schwer fällt, weil ich gerne Kuchen, Eis und Schokonasche. Aber eine Sünde darf sein.

Die Ergebnisse meiner Analyse zeigen, dass man in Deutschland Kuchen in so vielen Sorten backt, dass es für jeden Geschmack etwas gibt. Zur deutschen Esskultur gehören die Kuchen<sup>8</sup>. Dieses Stereotyp war in meinem Forschungsmaterial klar zu sehen.

#### **4.1.3.2 Fleisch und Wurst**

Bei meiner Studie hat sich ergeben, dass die Deutschen gerne Fleisch essen. *Kleine Meise - großes Herz* -Blogautorin Miss James ist zum Grillen eingeladen und konstatiert:

Es gibt kein falsches Wetter für Steaks.

*Kleine Meise - großes Herz* -Blogautorin Miss James schreibt am Anfang Mai in ihrem Blogeintrag “Fleisch mit Fleisch”:

Ich esse nicht viel Fleisch, aber gerne. Einem guten Steak kann und möchte ich nicht widerstehen.

Die Deutschen essen sehr viel Fleisch: Rind, Schwein, Lamm, Huhn und Wurst. Auch Würstchen sind für jeden Anlass. Miss James isst im Restaurant u.a. Paprikawürstchen.

Die Deutschen essen so viel Fleisch und Wurst in verschiedenen Formen, dass es in jedem kleinen Dorf eine eigene Metzgerei gibt. *Texterella*-Blogautorin nennt den Metzgereibesuch ihre tägliche Routine. *HeimatPOTTential* -Blogautorin hat ein Wurstbild publiziert und sagt,

<sup>8</sup> <http://www.deutsche-lebensart.de/4114.html>

dass sie “Bockwurst nebst Mininudelsalätchen an Senf und Brot” gegessen hat. Die Deutschen mögen so gerne Fleisch, dass sie sogar im Ausland zu der lokalen Metzgerei gehen, so wie *Liebesbotschaft*-Blogautorin Joanna während ihres Polen-Urlaubs macht.

Die deutsche Küche ist in den meisten Ländern gleichbedeutend mit Würsten<sup>9</sup>. Das ist nicht sonderlich, weil nach Gerber (2010) in Deutschland rund 800 Millionen Currywürste pro Jahr gegessen werden. Sie meint auch, dass die Currywurst sogar für Nationalgericht der Deutschen gehalten werden könnte (vgl. dazu auch Matschke 2010, 20).<sup>10</sup> Mein Forschungsmaterial weist nach, dass die Deutschen immer noch gerne Fleisch essen. Doch war es gewöhnlicher, dass sie eher richtiges Fleisch, nicht nur Würste essen.

#### **4.1.3.3 Abendbrot**

Zu der deutschen Ordnung gehören auch die genau festgelegten Mahlzeiten und sie respektieren sie auch. Auch was gegessen wird, ist im Detail geplant. Wie es auch aus den deutschen Blogs klar wird, ist das Abendessen eine kalte Mahlzeit. *Liebesbotschaft*-Blogautorin publiziert ein Rezept für einen Brotaufstrich. Sie publiziert auch Bilder davon. In einem anderen Blogbeitrag empfiehlt sie das Abendessen in einem Park zu essen.

Das Abendbrot bedeutet Brot mit verschiedenen Beilagen. *Liebesbotschaft*-Blogautorin Joanna gibt einen Wink ihren Lesern:

Wann habt ihr zum letzten mal [...] Stockbrot gemacht? Egal, welches Alter: ein Abendessen am Feuer fasziniert wirklich jeden, probiert es aus! Packt einfach ein paar Würstchen ein [...], bereitet den Teig zu, und füllt den Salat in Gläser - einfacher geht's wirklich nicht :-)

Die früheren Forschungen zeigen, dass eines der typischen Merkmale der deutschen Küche die Liebe zu Brötchen ist. Ein typisches deutsches Abendessen besteht aus Brot mit Käse, Wurst, Butter und Gewürzgurke<sup>11</sup>. Es wird gegen 18 Uhr gegessen und ist meistens eine kalte Mahlzeit. Dazu trinkt man Früchtetee, Kräutertee, kühles Bier, ein Glas Weiß- oder Rotwein. Die Idealvorstellung der deutschen Frühstückler ist frisches Brot, unterschiedliche Brötchen<sup>12</sup>.

<sup>9</sup> <http://www.deutsche-lebensart.de/411.html>

<sup>10</sup> [http://www.welt.de/print/die\\_welt/wissen/article10308549/Das-essen-die-Deutschen.html](http://www.welt.de/print/die_welt/wissen/article10308549/Das-essen-die-Deutschen.html)

<sup>11</sup> <http://www.tagesspiegel.de/weltspiegel/essen-trinken/essen-und-trinken-die-retter-des-abendbrots/7339700.html>

<sup>12</sup> <http://www.diefruehstuecker.de/jeden-tag-sonntagsbroetchen-2/>

Auch Matschke (2010, 20) behauptet, dass ein wesentlicher Teil des deutschen Frühstücks Brötchen sind. 94 % der Bevölkerung essen täglich Brot und Brötchen<sup>13</sup>. Auch Boyes (2009) meint, dass das deutsche Brot zu einem deutschen Markenzeichen geworden ist<sup>14</sup>. Mein Forschungsmaterial stützt dieses Stereotyp. Die Deutschen essen gerne Brot und Brötchen zum Abendbrot. Deutschland ist ein Land des guten Brotes.

#### 4.1.4 Freizeitaktivitäten der Deutschen

Deutsche Touristen okkupieren die Touristenattraktionen. Besonders gerne fährt der Deutsche nach Süden. Abend- und Nachmittagsspaziergänge gehören zu der deutschen Kultur, obwohl die Deutschen auf einen Spaziergang um zu schwitzen gehen, sondern um die Umgebung zu beobachten. Die Deutschen lieben Fußball mehr als alles andere. Im Folgenden werden die einzelnen Aspekte der Freizeitaktivitäten der Deutschen im Detail analysiert und mit meinen Forschungsergebnissen unterstützt.

##### 4.1.4.1 Reisen

Die typische deutsche Ferienreise findet entweder am Strand und in der Sonne oder in den in der Nähe liegenden Stadtregionen statt. Der Deutsche reist gerne und viel. Jedes Jahr soll er mindestens einmal in die Sonne fliegen. Die beliebteste Reiseperiode sind die Schulferien. *Bianca's Wohnlust* -Blogautorin fährt in den Urlaub nach Süden. Sie schreibt später mit dicken Buchstaben: **“Wir waren auf Ibiza!”**

*Liebesbotschaft*-Blogautorin Joanna publiziert einen Blogeintrag am 26. Mai unter der Rubrik: “Liebesgrüsse von der Ostsee”. Sie ist mit ihrer Familie unterwegs, in Polen, in ihrem Sommerhaus. Sie publiziert Bilder von weißem Strand, Sonne und schöner Landschaft und kommentiert:

Ich bin jedesmal auf's Neue davon überwältigt, dass es bei uns in der Nähe wirkliche Traumstrände gibt, mit feinstem weissen Sand und unendlichen Weiten, ganz ohne Touristenmassen.

<sup>13</sup> <http://www.essen-und-trinken.de/topthemen/gesunde-ernaehrung/frische-qualitaet/brot.html?eid=1004490>

<sup>14</sup> <http://www.goethe.de/ins/gb/lp/prj/mtg/typ/bro/de4539763.htm>

Von den deutschen Blogautorinnen ist Joanna eine Ausnahme, weil sie ein Sommerhaus hat. Das Sommerhaus spielt keine große Rolle im Leben des Deutschen. Wenn der Deutsche ein Sommerhaus hat, ist das nicht irgendeine Hütte in der Wildnis, sondern es liegt in der Nähe von schönen Sandstränden und der Wärme der Sonne.

Die deutschen Blogs heben eine neue stereotype Darstellung des deutschen Tourismus hervor. Auch die Umgebung und die deutschen Städte interessieren die Deutschen, nicht nur die Sonne und die Wärme. Kurze Städtereisen muntern den Deutschen in seinem Alltag auf. *The art of confusion*- Blogautorin schreibt über ihre Reise in Wien:

wien. vienna. capitale de la valse. wieden.  
 wien ist... kaiserlich. wirklich kaiserlich. mein lieber schwan. wo man hinguckt prunkbauten.  
 heieiei. zwischendurch wurde mir ganz schwindelig, wenn meine synapsen  
 aufgrund akuterreizüberflutung kurzfristig den dienst einstellten.  
 aber schön war's. und leeeeeeeeeeeeeeecker.

*Heimatpottential* –Blogautorin schreibt einen Blogeintrag über Berlin.

Liebes Ruhrgebiet und Rest vonne Welt, wie bereits kurz erwähnt haben Fee und ich am vergangenen Wochenende der Hauptstadt unsere werte Aufwartung gemacht. The Hivestand an - eine internationale Blogger-Konferenz.

Nach Bausinger (2002, 59) verbrauchen die deutschen Haushalte durchschnittlich mehr als ein Zehntel ihrer Ausgaben in Ferienreisen. Er schreibt zu, dass die Deutschen Gegenwelten in sonniger Landschaft und schöner Natur suchen, weil sie in engen und weithin unveränderlichen Verhältnissen leben. Sie wollen für ein paar Tage oder Wochen Freiheit von Konventionen haben, die den Alltag steuern. Dieses Stereotyp stimmt überein mit meinem Forschungsmaterial. Die Deutschen schätzen Sonne, aber können auch die Stadtatmosphäre genießen. Sie reisen viel und gerne.

#### **4.1.4.2 Spaziergang**

Okka schreibt in *Slomo*-Blog:

Eine dieser Wochen. Was haken kann, das hakt. Was schief gehen kann, geht schief.  
 Was hilft: Rausgehen. An die Luft. Weg vom Schreibtisch. Ein Riesenspaziergang.

In diesem Satz kristallisiert sich die deutsche Liebe zum Spaziergang. Wenn der Finne spazieren geht, macht er es um zu schwitzen. Wenn der Deutsche spazieren geht, macht er es um herum zu schauen, die Umgebung zu betrachten und die frische Luft zu atmen.

*Liebesbotschaft*-Blogautorin Joanna erwähnt den Spaziergang in ihrem Blog:

Am besten etwas später losfahren, wenn alle Spaziergänger bereits weg sind, [...].

Von ihrem Ausspruch bekommt man ein Gefühl, dass es fast immer Spaziergänger draußen gibt. Man muss den Zeitpunkt planen um die Spaziergänger nicht zu treffen. Sie findet auch ein Kleid als passende Kleidung für Spaziergang. *Feel Wunderbar* -Blogautorin Vivienne fotografierte sich selbst, als sie draußen war. Man kann sehen, dass sie auf einem Spaziergang ist, auf die deutsche Weise. Sie ist schick gekleidet und hat keinen Plan zu schwitzen. Der Spaziergang ist eine natürliche Freizeitaktivität der Deutschen.

#### **4.1.4.3 Fußball**

Die deutschen Bloggerinnen halten den Fußball für wichtig. *Kleine Meise - großes Herz* - Blogautorin schreibt am 25. Mai 2013 unter Überschrift "Willkommen in der 2. Liga":

Ich teile mit dem Mann nicht nur die Wohnung, die Liebe zur Musik und mein Leben - sondern auch noch die Leidenschaft für DrittZWEITLIGA-Fussball. Er unterstützt den KSC, ich den DSC.

Der ganze Blogeintrag ist auf den Fußball und verschiedene Fußballmannschaften gerichtet. Miss James publiziert in der gleichen Woche noch einen zweiten Blogeintrag, da sie verschiedene Fußballmannschaften, die sie favorisiert, präsentiert. Am Ende des Blogeintrags ruft sie aus:

Düsseldorf und Köln: zwei Städte, die nicht weit entfernt sind. Hurra! Die zweite Liga ist schon jetzt toll (er als die dritte)!

Die deutschen Lifestyle-Blogs zeigen, dass der Fußball eine attraktive Freizeitaktivität der Deutschen ist. Sowohl Männer als auch Frauen spielen und verfolgen Fußball. Der Sohn der *Bianca's Wohnlust* -Blogautorin spielt Fußball und der Vater verfolgt die Matches. *Kleine Meise - großes Herz* -Blogautorin Miss James hält es für gut, dass es sogar Kinderpflege in den deutschen Fußballmatches gibt. Der Fußball ist eine Aktivität der ganzen Familie. Auch *Fee ist mein Name* -Blogautorin klagt:

Gleich spielt Borussia Dortmund gegen Bayern München im Champions League Finale. Und ich kann es nicht gucken, weil ich in Berlin beim gemeinsamen The Hive-Dinner sitzen werde.

Die Fußballbilder in den deutschen Blogs vermitteln die Liebe zum Fußball und zu der eigenen Mannschaft. Auf den Bildern sind Unterschriften der Lieblingsspieler (*Fee ist mein Name*) und Fußbälle, aber auch Halstücher der eigenen Mannschaft (*Kleine Meise - großes*



*Herz*) zu sehen. Meine Studie stärkt die Vorstellung gegenüber fußballliebenden Deutschen. Die Deutschen lieben den Fußball.

Meines Erachtens haben die Deutschen ein Lied für jede Sache oder Situation. Die typischsten sind die Trinklieder. Auch jede Fußballmannschaft hat ihr eigenes Lied oder mehrere Lieder. *Fee ist mein Name* -Blogautorin schreibt am 25. Mai unter der Überschrift "Leuchte auf mein Stern Borussia". Sie öffnet die Überschrift auf folgende Weise:

P.S. Der Titel dieses Posts ist natürlich der gleichnamigen BVB-Hymne entlehnt, bei der ich mir nie sicher bin, ob ich eine Gänsehaut bekomme, weil sie so ergreifend oder so gruselig ist :)! Ganz im Gegensatz zur Champions-League-Hymne, mit deren monumentalen, orchestralen Klängen man mich tatsächlich umgehend in der Tasche hat, sobald die ersten Klänge ertönen: "Die Meister, Die Besten, Les grandes équipes, The champions..." Ja, ich bin einfach zu beeindrucken!

Die früheren Forschungen weisen nach, dass der Deutsche seine Freizeit mit anderen Leuten verbringen will. Er reist gerne zu Touristenzentren mit organisierten Freizeitaktivitäten. Die Deutschen gehören gerne zu verschiedenen Vereinen. Sie treffen regelmäßig andere, die zu gleichem Verein gehören. Eine Uniform oder Flagge verstärkt das Gruppengefühl. (Tuomi-Nikula 1989, 242.) Der Fußball sammelt jede Woche Menschenmassen in Deutschland. Sie spielen und folgen dieser Sportart mit Leidenschaft. (Matschke 2010, 22). Meiner Meinung nach sind die Deutschen unpatriotisch wegen ihrer Vergangenheit und es ist sittenwidrig den Patriotismus zu unterstreichen. Der Fußball ist eine Ausnahme. Wenn es um Fußball geht, kann der Deutsche sich deutsch fühlen und es wird mit Farben und Flaggen betont. Mein Forschungsmaterial deutet darauf hin, dass das Stereotyp von dem fußballliebenden Deutschen stimmt. Ihr Nationalsport wird immer noch geliebt.

#### **4.1.4.4 Feiern**

*Fee ist mein Name* -Blogautorin überlegt die Bedeutung des Mutter- und Vatertags:

Mutter- und Vatertag sind ja gemeinhin eine umstrittene Sache. Konsumwahn, unsinnige Fokussierung auf einen Tag... bla bla.

Sie schreibt weiter von ihren eigenen Erfahrungen und Meinungen:

Die Tage wurden bei uns Zuhause zwar nie gross begangen, aber ich finde es schadet trotzdem nie, seinen Eltern mal "Danke" zu sagen. Und wenn das alle am gleichen Tag tun- auch egal. Besser als gar nicht. Ich versuche meine Liebe das ganze Jahr über zu zeigen, aber zu Mutter- und Vatertag gibt es trotzdem immer eine (selbstgemachte) Kleinigkeit.

*Fee ist mein Name* -Blogautorin nennt ihren Geburtstag und Weihnachten in ihrem Blog. Ein wichtiges deutsches Fest, Hochzeit, wird in *the art of confusion* -Blog erwähnt. *Bianca's Wohnlust* -Blogautorin nennt Kommunion, Muttertag, Vatertag und Geburtstag. *Liebesbotschaft* -Blogautorin Joanna schreibt über Hochzeitsfeier und Muttertagthemen, über Geschenkideen und Blumenarrangements. Mein Forschungsmaterial zeigt, dass die Deutschen die traditionellen Feiertage wie Muttertag und Vatertag feiern. Auch Geburtstage und Hochzeitsfeier sind immer noch bedeutend in der deutschen Kultur.

#### **4.1.5 Kleidung der Deutschen**

Im Folgenden werden die einzelnen Aspekte der Kleidung der Deutschen im Detail analysiert und mit früheren Forschungsergebnissen verglichen.

##### **4.1.5.1 Nicht-Förmlichkeit**

Meine Ergebnisse zeigen, dass die Deutschen sich locker anziehen. Sie tragen Bluse, Strickjacke, Shirts, Jeans und Turnschuhe. *Fee ist mein Name*-Blogautorin fotografiert täglich wie sie sich angezogen hat. Die absoluten Lieblingskleider von Fee sind Strickjacke oder Pulli und Shirts mit Jeans. Auch Blusen trägt sie gerne. Manchmal mag sie auch Rock, Kleid und Blazer tragen, aber sie sind locker, nicht förmlich. Sie verwendet am liebsten Tennisschuhe. Auch *the art of confusion*-Blogautorin trägt gerne Tennisschuhe.

Es ist in den früheren Forschungen klar geworden, dass die Deutschen sich förmlich anziehen. Laut Soronen & Koirikivi (2003, 53) wird die Förmlichkeit der Deutschen auch in der Bekleidung sichtbar. Besonders auf dem Arbeitsplatz kann der Deutsche nicht in Hemdsärmeln sein. Die Frauen tragen meistens einen Rock und eine Jacke. Die Männer dagegen ziehen einen Anzug an. Obwohl ein Teil der Blogautorinnen sogar beruflich bloggen, ist die Förmlichkeit ihrer Kleidung nicht identifizierbar. Sie sind nicht in formelle Anzüge gekleidet. Öfter sieht man sie in Strickwaren, T-Shirts, Jeans und Turnschuhen. Die Ergebnisse meiner Analyse zeigen, dass die Deutschen sich locker anziehen. Natürlich kann die Bloggergruppe einen Einfluss auf den Bekleidungsstil haben. Die Blogger sind meistens relativ junge Leute, die mit der Mode gehen.

#### 4.1.5.2 *Sorgfältigkeit und Wiederverwendung der Kleidung*

Die Ergebnisse meiner Analyse beweisen, dass die Deutschen ihre Kleider pflegen und die Wiederverwendung einen hohen Stellenwert hat. Die Kleider werden sorgfältig gewaschen und gebügelt. *Fee ist mein Name* –Blogautorin schreibt:

Nichts Bemerkenswertes, denn während Ihr Euch alle bei Traumwetter die Sonne habt auf den Pelz brennen lassen, bestand mein Tag hauptsächlich aus Bügeln. Das kommt davon, wenn man so lange wartet, bis man zwei Wäschekörbe voll hat.

In der früheren Forschung hat man ähnliche Ergebnisse bekommen. Nach Soronen & Koirikivi (2003, 53), achten die Deutschen sorgfältig auf ihre Kleider und Schuhe. Alles muss ordentlich sein. Die Schuhe werden genau geputzt und eine lange Zeit verwendet.

Die Deutschen verwenden gerne ihre Kleider weiter. *Edelfrosch*-Bloggerin Ruth präsentiert in ihrem Blogeintrag “Die Flohmarkt-Saison ist eröffnet! Bezaubernde Fundstücke vom Flohmarkt” Schnäppchen, die sie auf dem Flohmarkt gemacht hat. Sie hat ihre Funde fotografiert und beschreibt sie so:

Das sind also meine neuesten Fundstücke vom Flohmarkt: Quasi ungetragene Märchenschuhe, ein fäbulöser Mantel für das Hamburger Regenwetter, ein sommerliches Etuikleid, ein Blümchenkleid mit farblich passendem Pullover und ein unfassbar romantisch-verspielter Rock mit Spitze. Ach ja, und dann noch die Kette mit den Rosenquarz- und Amethystanhängern, aus denen ich zwei Ketten machen werde! Roundabout 25 Euro, alles zusammen.

Die Analyse meines Forschungsmaterials gibt Anzeichen dafür, dass die Deutschen ihre Kleider sorgfältig pflegen und dass sie auch getragene Kleider auf dem Flohmarkt kaufen.

Die Blogautorinnen von *Bianca's Wohnlust*, *Feel Wunderbar* und *Liebesbotschaft* lieben Kleider, Taschen und Schmuck. Sie publizieren Bilder von sich selbst. Der Leser kann merken, dass die Kleider eine genau überlegte Wahl sind. Taschen und Schmuck ergänzen die Gesamtheit auf eine gut gelungene Weise.

Bianca schreibt in ihrem Blogeintrag “Shopping-Day”:

Gestern waren wir shoppen. Ich hab mir vier neue Blusen gegönnt. Ich **liebe** Blusen!! Weil sie feminin sind und weil man damit "immer gut angezogen ist".

Sie publiziert viele Bilder von sich, in denen sie ihre neuen Hemden trägt. Auch *Liebesbotschaft*-Blogautorin Joanna hat Frühlingskäufe gemacht. Sie publiziert Bilder von

sich selbst mit den neuen Kleidern. Feel Wunderbar –Blogautorin schreibt und publiziert Bilder, und in jedem Bild hat sie Schmücke und verschiedene Handtaschen.

Die Analyse meines Forschungsmaterials gibt Anzeichen dafür, dass die Deutschen Blogger ihre Handtaschen und Schmuck lieben. Sie sind ein Teil der Kleidung. Schmuck und Handtaschen sind ein neues Stereotyp von dem deutschen Kleidungsstil.

#### **4.1.6 Wohnen der Deutschen**

Laut meinem Forschungsmaterial wohnen die Deutschen in genau eingezäunten Höfen. Die Miet- oder Eigentumswohnung ist ein privates Gelände des Deutschen. Dorthin darf keiner treten, wenn er nicht eingeladen ist. Die Wohnungen werden mit Schnittblumen dekoriert und die Deutschen wohnen am liebsten in dem gleichem Ort das ganze Leben lang. Im Folgenden werden die einzelnen Aspekte der Wohnstile der Deutschen im Detail analysiert und mit früheren Forschungsergebnissen verglichen.

##### **4.1.6.1 Wohnung**

*Bianca's Wohnlust* -Blogautorin lässt verstehen, dass sie Freunde mag. Es gibt doch eine Bedingung, die Freunde dürfen erst nach 15 Uhr kommen. Dieses spiegelt die deutsche Ordnung und Unspontaneität. Unerwartete Besucher sind nicht erwünscht. Auch in der früheren Forschung ist klar geworden, dass die Deutschen keinen großen Freundeskreis haben und nur nahe Freunde werden nach Hause eingeladen. Das Zuhause ist ein privates Gebiet und keiner kommt spontan, ohne Einladung zum Besuch. Die Wohnung ist nicht der Raum um die Freunde zu treffen. Die deutschen Bloggerinnen treffen ihre Freunde woanders.

*Slomo*-Blogeintrag am 14. Mai 2013 “Mini - Badezimmer - Renovierung” zeigt, dass sie in ihrer Wohnung folgende Zimmer hat: Küche, Kinderzimmer, Schlafzimmer und Badezimmer. Weil die meisten Bloggerinnen nicht ihre Wohnungen im Mai 2013 präsentierten, war es schwierig irgendwelche Verallgemeinerungen über die Wohnungen der Deutschen zu ziehen. Die deutschen Wohnungen sind privates Gelände und die Bloggerinnen verraten dem Leser nicht sehr viel davon.

#### **4.1.6.2 Einrichtung**

*Liebesbotschaft*-Blogautorin richtet die Zimmer ihrer Kinder ein. Sie wird nicht zufrieden mit den neuen Textilien, sondern sie will auch die Wände tapezieren, passende Möbel und Gegenstände wählen. Sie mischt angemessen Altes und Neues, Günstiges und Wertvolles. Sie findet es wichtig, dass auch die Kinder in dem Renovierungsprozess dabei sind, damit sie auf ihre eigenen Zimmer Einfluss haben. Die Präsentation der eigenen Wohnung scheint den Deutschen nicht sehr beliebt zu sein. Es gibt einige Blogeinträge mit diesem Thema. Auf der anderen Seite hat die *Liebesbotschaft*-Blogautorin eine unzählige Menge Bilder über die kleinsten Einzelheiten in ihrer Wohnung. Nach meiner Studie finden die Deutschen ihre Wohnungen so intim, dass die öffentliche Präsentation in Blogs zu privat ist.

Der Deutsche mag seine Wohnung zu schmücken und einzurichten. Sie haben frische Blumen auf dem Tisch. Sie kaufen frische Blumen um den Esstisch oder das Wohnzimmer zu dekorieren. Auch in dem Garten ist es wichtig viele Blumensorten zu haben. Zum Beispiel *Edelfrosch*-Blogautorin schreibt einen ganzen Blogeintrag über die Blumen. Ihre Lieblingsblume ist die Tulpe. *Feel Wunderbar* -Blogautorin publiziert Bilder von einer Blume, die sie gepflückt hat und nach Hause nimmt, um die Wohnung zu verschönern.

Mit der Überschrift "Spieglein, Spieglein an der Wand, wer hat die schönste Tapete im ganzen Land" schreibt die *Edelfrosch*-Blogautorin darüber, dass die Deutschen konkurrieren, wer die schönste Wohnung hat. Die Deutschen investieren in ihre Wohnungen, aber außer zwei Bloggerinnen, wird dies nicht in den deutschen Blogs sichtbar, weil sie eben nicht ihre Wohnungen so gerne für den Leser präsentieren. Nur die Details wurden fotografiert, aber verräterische Bilder von den Innenräumen waren nur wenig zu sehen.

#### **4.1.6.3 Revier**

Die deutschen Blogs, die ich untersucht habe, zeigen, dass die Lust der Deutschen zur Reviermarkierung zu sehen war, weil ich nicht einmal ihre Privatgelände angucken dürfte. *HeimatPOTTential*-Blogautorin lässt das Fernsehteam ein. Gleichwohl werden nicht alle

Zimmer ihrer Wohnung den Lesern präsentiert. In *Bianca's Wohnlust* kann man auch sehen, dass ihr Garten eingeeht ist. Der kurze Zeitabschnitt meiner Studie hat sicher seinen Einfluss darauf, dass die Wohnungspräsentationen so wenige sind. Oft kann der Blogleser auf die alten Einträge zurückgehen, wenn er die Schlüsselwörter anklickt. Auf die Weise kann er sich mit den Blogbeiträgen bekannt machen, die die Wohnung präsentieren. Es sieht so aus, als ob das Revier der Deutschen vor der Schwelle liegt.

In einer früheren Forschung von Wagner (2003, 30-31) wurde klar, dass in den Deutschen Wohnungen jedes Zimmer mit der Tür geschlossen werden kann und die Deutschen machen das auch. Die Intimität herrscht sogar in der Wohnung. Die Angst vor dem Verlust der Intimität wird verteidigt. Die sozialen Grenzen werden auch draußen deutlich markiert. Gärten sind mit Zäunen begrenzt und in der Wohnung werden die Fenster mit dicken Gardinen bedeckt. Mein Forschungsmaterial stimmt überein mit der Behauptung von Wagner. Die Wohnungen der Deutschen sind immer noch private Räume.

#### **4.1.6.4 Heimatverbundenheit**

In den deutschen Blogs wird die Heimatliebe sichtbar. Das Blog *HeimatPOTtential* beruht darauf, dass die Blogautorin vor allem über die Ereignisse und Phänomene in ihrer Gegend schreibt. Auch *Fee ist mein Name* -Blogautorin nimmt Teil an einer Bloggruppe namens Ruhrpott. Dies verstärkt die Vorstellung über das deutsche Gruppengefühl. Auch die Blogger wollen zu einer Gruppe oder einem Verein gehören.

Keine von den deutschen Bloggerinnen plante einen Umzug. Sie schreiben nicht über Träume von einer neuen Wohnung oder von dem Leben in einer anderen Gegend. Sie scheinen in dem Ort, wo sie wohnen, sich wohl zu fühlen. Auch Wagner (2003, 34) meint, dass die Deutschen nur umständehalber umziehen. Es ist besser von hier zu sein als aus einer anderen Gegend. Das Forschungsmaterial zeigt, dass die Deutschen ihre Heimatgegend lieben.

## 4.2 Stereotype über Finnen

Als nächstes wird dargestellt, was für ein Bild die finnischen Lifestyle-Blogger über die Finnen vermitteln. Die Einteilung folgt dem früher vorgestellten Analysemodell. Es ist untersucht worden wie die finnischen Lifestyle-Blogger ihr Leben beschreiben, schriftlich und durch Bilder.

### 4.2.1 Eigenschaften der Finnen

Der Individualismus und die Spontaneität sind typisch finnische Eigenschaften. Auch die weltbekannte, finnische Verbissenheit war in meinem Forschungsmaterial deutlich sichtbar. Stolz und Neid sind eine schwere Kunst der Finnen. Stolz ist keine Tugend und Neid ist giftig. Die Finnen verwenden Fluchwörter sogar in dem geschriebenen Text um ihre Sprache zu färben. Das Gefühl von Minderwertigkeit, Skeptizismus und Pessimismus folgen dem Finnen sogar ins Ausland. Im Folgenden werden die einzelnen Aspekte der Eigenschaften der Finnen im Detail analysiert und mit früheren Forschungsergebnissen verglichen.

#### 4.2.1.1 Individualismus

Der finnische Individualismus wird in dem finnischen Blog *Muutama hetki* sichtbar. Da schreibt Kaisu:

Tein nuoruudessani kaiken päinvastoin kuin muut. Kuljin omaa polkua ja päätin asioistani omalla päällä, en tehnyt niinkuin muut tekevät tai jotain vain siksi kun se oli coolia.

In meiner Jugend machte ich alles anders als alle anderen. Ich ging meinen eigenen Weg und traf eigene Entscheidungen, ich machte nichts so wie die anderen oder machte etwas nur deshalb, weil es cool war.

Meiner Meinung nach herrscht der Individualismus in der finnischen Gesellschaft. Die finnischen Bloggerinnen schätzen Originalität und wagen ihren eigenen Weg zu gehen. Auch in der früheren Forschung ist klar geworden, dass der Finne nicht von einer Gruppe abhängig ist, sondern er handelt individualistisch und spontan und kann sich neuen Situationen rasch anpassen (Tuomi-Nikula 1989, 242). Mein Material deutet darauf hin, dass das Stereotyp von dem individualistischen Finnen immer noch eine Tatsache ist.

### 4.2.1.2 Verbissenheit

In meiner Studie stellte sich die finnische Verbissenheit stark heraus. Meines Erachtens ist die finnische Verbissenheit, "Sisu", ein weit bekannter Begriff. Sie ist auch erfolgreich im Ausland vermarktet worden. Sie ist etwas, worauf die Finnen sehr stolz sind. Der finnische Individualismus, verbunden mit der finnischen Verbissenheit, schafft die weltbekanntesten finnischen Individualsportler. Die finnische Verbissenheit tritt meiner Meinung nach am deutlichsten bei den sportlichen Leistungen hervor. Der Finne ist so verrückt, dass er ohne Training einen Marathon läuft und ins Ziel kommt, nur dank der Verbissenheit.

In meinem Forschungsmaterial gab es mehrere Beispiele für die Verbissenheit der Finnen. *Kaikki mitä rakastin* -Bloggerin Eeva hat sich entschieden, den 10 km langen Midnight run - Lauf im August zu schaffen. Ihr Kommentar beschreibt die finnische Verbissenheit:

Hah, minähän muuten rämmin sinne maaliin, vaikka se menisi syyskuun puolelle ja vaikka viralliset maalibanderollit olisi siinä vaiheessa jo kääritty pakun perään ja ajettu Raisioon, vai missä ikinä juoksutapahtuman virallisia maalibanderolleja säilytetäänkään.

Hah, ich werde ins Ziel stapfen, obwohl es bis September dauert und obwohl die offiziellen Ziellinie-Banderolen schon verpackt und im Lieferwagen nach Raisio geliefert wurden, oder wo die offiziellen Ziellinie-Banderolen auch immer gelagert werden.

Im Blog *Time of the Aquarius* sind sogar die Kinder tapfer und mutig:

Hullut lapset, ei voi muuta sanoa. Onkohan merivesi +14°C? Niillä lähti talviturkit narikkaan ja nopskaa.

Die verrückten Kinder, das kann ich nicht anders sagen. Kann das Meerwasser vielleicht +14°C sein? Sie warfen schnell ihre Winterfelle ab.

Nicht einmal das kalte Meerwasser hält den finnischen Schwimmer auf.

Minna in *Time of the Aquarius* -Blog beschreibt die Renovierung des Sommerhauses auf folgende Weise:

Viikonloppu oli vähän hidas. Flunssa hidasti hommia, mutta sain silti nuo ulkovalot, joista taisin jo vihjaista, vaihdettua.

Das Wochenende war etwas langsam. Die Grippe wurf die Arbeit zurück, aber trotzdem bekam ich die Außenbeleuchtung in Ordnung, worüber ich schon früher etwas sprach.

Der verbissene Finne arbeitet hart, obwohl er den Kopf unter dem Arm trägt. *Kaikki mitä rakastin* -Bloggerin Eeva genießt den Urlaub, vor langer Zeit. Mit Hilfe der finnischen Verbissenheit hat sie drei Jahre lang gearbeitet, ohne Urlaub.

In einem anderen Blogeintrag beschreibt die Bloggerin den finnischen Starrsinn und den festen Glauben. Der Finne beherrscht die Kunst das Unmögliche möglich zu machen.

Meille sanottiin aika rehellisesti, kun ostimme paikan, että mökkien arvo on 0€ ja onhan sen välillä tuntenut. Nyt kuitenkin alkaa olla sellainen fiilis, että voiton puolella ollaan.



Es wurde ehrlich gesagt, als wir das Sommerhaus kauften, dass der Wert der Sommerhäuser 0€ ist und das hat man ja auch zwischendrin erlebt. Jetzt beginnt man langsam zu merken, dass wir schon auf die bessere Seite gekommen sind.

*Time of the Aquarius* -Bloggerin Minna erläutert den finnischen Starrsinn:

Onnellinen mutta uupunut. Viisi ohutta ikkunankarmia ja vajan takaosa on vielä maalaamatta. Muuten -pensselin heilutukset on tehty. Vaja oli tarkoitus jättää kesäksi, mutta kun aloitin, oli vaikea taas lopettaa.

Glücklich aber erschöpft. Fünf dünne Fensterrahmen und das Hinterteil des Schuppens sind noch nicht gemalt. Sonst sind die Pinselschwingungen getan. Den Schuppen dachte ich erst im Sommer zu streichen, aber es war schwierig damit aufzuhören, weil ich schon angefangen hatte.

Der finnische Starrsinn blüht. Die Sachen werden durchgeführt und da kennen die Finnen keine Gnade.

Die Verbissenheit der Finnen ist auch in der früheren Forschung registriert. Zum Beispiel Laine-Sveiby (1991, 8) meint, dass die Finnen für wortkarge, verbissene Waldmensen gehalten werden. Schatz (2005, 24-27) beschreibt die finnische Verbissenheit, "Sisu", als magische Kraft. Sie ist eine Kraft, die einen übermannt und das Unmögliche möglich macht. Der Mensch übertrifft sich selbst. Die finnische Verbissenheit ist nicht aggressiv, sondern eine relativ passive und introvertierte Sache. Sie bedeutet, dass alles zu Ende geführt werden soll. Nicht deshalb, dass es wichtige Sachen sind, sondern weil sie gemacht werden müssen. Nichts lässt man unbeendet stehen. Es ist nicht so wichtig, was die anderen darüber denken, sondern man führt die Sachen wegen ihrer selbst zu Ende. Tapferkeit heißt, dass man ausdauernd, aber nicht nachgebend ist. Es heißt, dass man nie aufgibt. Extraenergie wird entwickelt, wenn die Situation hoffnungslos wird, und man wird stärker, wenn die Möglichkeiten sich vermindern. Meine Studie beweist, dass die finnische Verbissenheit immer noch lebt.

#### **4.2.1.3 Stolz**

Die vorliegende Studie hat bewiesen, dass die Finnen Stolz meiden. *Peace, love and poopdiapers* -Bloggerin schreibt:

Pakahdun päivittäin ylpeydestä, monista eri syistä, mutta en aina tiedä kenelle ja missä voisin hehkuttaa. Täällä Suomessa kun kuuluu on olla niin hemmetin vaatimatonta naista... ja toisaalta ärsyynyn itsekin, kun joku leuhkii "väärällä tavalla". Ylpeys on vaikea laji.

Ich erstickte täglich an Arroganz, aus vielen verschiedenen Gründen, aber immer weiß ich nicht, wen und wo ich loben kann. Hier in Finnland soll man so verdammt

anspruchslos sein... und andererseits bin selber auch gereizt, wenn jemand sich “auf falsche Weise” großtut. Arroganz ist eine schwierige Art.

Die Bloggerin versucht zu erklären, warum der Finne so anspruchslos und schüchtern wirkt. Die finnische Bescheidenheit stammt aus dem Selbstbild der Finnen. Der Finne darf nicht stolz sein, weil der Stolz einen negativen Ruf in Finnland hat. Zu der finnischen Tugend gehört die Bescheidenheit. Auch Ekwall & Karlsson (1999, 26) sind der Meinung, dass folgende Adjektive: zurückhaltend und schüchtern zu der finnischen Mentalität gehören.

#### 4.2.1.4 Fluchen

Meine Untersuchung hat ergeben, dass die Finnen viel fluchen. Der Text im Blog *Peace, love and poopdiapers* beschreibt die finnische Art zu fluchen:

... ja taas kyllä mielessäni kirosin sitä, kuinka tämä vaan on niin mun tuuria!  
... und schon wieder fluche ich in meinem Kopf, weil ich immer von Unglück verfolgt werde!

Meiner Meinung nach ist die Verwendung der Fluchwörter alltäglich für die Finnen. Da sieht der Finne keine Flegelhaftigkeit. *Musta tuntuu* -Bloggerin Jonna schreibt folgendes:

Ajattelin, että sinnittelen ilman, ihan vain valkoisilla pussilakanoilla, mutta paskanmarjat, päiväpeittokaipuu on kova ja käytännön sanelema.  
Ich dachte, dass ich einen langen Atem habe und ohne die weißen Bettbezüge auskomme, aber verdammt, die Sehnsucht nach der Bettdecke ist sehr groß und auch eine praktische Notwendigkeit.

Die finnische Art Fluchwörter zu gebrauchen ist nicht auf das weibliche Geschlechtsorgan “Vittu” begrenzt sondern die Schimpfwörter werden gebraucht um sich reicher und stärker auszudrücken. Kaisu schreibt in *Muutama hetki* -Blog:

Joskos iltateeni ei enää piristäisi niin perkuleesti.  
Vielleicht muntert der Abendtee mich nicht mehr so höllisch auf.

In einem anderen Blogbeitrag fluchte Kaisu wieder:

Paitsi jos pihallamme aloitetaan remontti. Sitten istun etupihalla. Perkele.  
Außer, wenn die Renovierung in unserem Garten weitergeht. Sonst werde ich im Vorgarten sitzen. Teufel nochmal.

Die Bloggerin würzt ihren Text auf finnische Weise mit Fluchwörtern. Damit wird das Geschriebene tatkräftiger.

”Perkele”, Teufel, ist oft das erste finnische Fluchwort, das die Ausländer lernen und gerne verwenden. Die Lautform des Wortes verstärkt das Gefühl, das man verteilen möchte. In dem Ausruf: “Jeesuskristus miten KUUMA!”, erläutert Kaisu die Vielfalt der finnischen

Kraftwörter. Auch „Jeskamandeera“, welches Kaisu verwendet ist ein weiteres Beispiel für die Phantasie der finnischen Fluchwörterverwendung.

Auch andere Bloggerinnen fluchen in ihren Texten. Zum Beispiel Eeva in *Kaikki mitä rakastin* -Blog will ihre Botschaft betonen:

Saakelin rasittavat ukot, rakastan teitä.  
Satan anstrengende Männer, ich liebe euch.

Meine Studie hebt die finnische Weise hervor Fluchwörter zu gebrauchen. Die Finnen verwenden diese Wörter um ihre Botschaft zu verstärken und die Sprache zu bereichern.

#### **4.2.1.5 Minderwertigkeit und Pessimismus**

In den finnischen Blogs kommt zum Ausdruck, dass der Finne unter Minderwertigkeitsgefühlen leidet. *Kaikki mitä rakastin* -Bloggerin Eeva warnt ihre Leser vor der typischen finnischen Eigenschaft:

Milanossa saattaa iskeä ns. alemmuus- tai nujuuskompleksi.  
In Mailand kann der Minderwertigkeitskomplex sich entwickeln.

Eeva ist sich bewusst, dass die Stimmung verschwindet, wenn der Minderwertigkeitskomplex da ist. Sie schreibt weiter:

Itse tein kuitenkin tietoisien valinnan, että en lähde siihen *voi voi kun nämä ihmiset ovat kauniita ja pikiä ja laihoja ja tylikkääitä ja itse olen niin paksupohkeinen ja homsuinen ja tukkakin hapsottaa* -hommaan.

Ich habe selbst eine bewusste Wahl getroffen, ich werde das *ach wie schön und groß und dünn und stilvoll diese Menschen sind und ich selbst habe so dicke Beine und auch die Haare sind ungekämmt nicht* mitmachen.

Sie wird die Aussicht der mailändischen, perfekten Friseure und Kleidungen genießen. Diese Aussage berichtet, dass Eeva sich selbst für nicht genauso modisch hält. Sie findet sich eher schluderig, -so typisch für einen Finnen. Eeva will aber nicht deshalb gestört werden.

In meiner Studie kommt der Pessimismus zum Ausdruck. Es ist typisch finnisch. Eeva *Kaikki mitä rakastin* -Bloggerin schreibt:

Pitäisi vain useammin sanoa asioille ja ihmisille kyllä. Vaikka tukka olisi rasvainen ja naama kärehtänyt.

Man sollte nur öfters ja zu Menschen und Sachen sagen. Obwohl das Haar ungewaschen und das Gesicht sonnenverbrannt ist.

Hierbei geht es um den eingeborenen, finnischen Pessimismus, den die Bloggerin verschwinden lassen will.

Ekwall & Karlsson (1999, 100) sind in ihrer Forschung zu dem Ergebnis gekommen, dass der Finne skeptisch ist und lieber wartet als glaubt. Sie sind der Meinung, dass der Finne als Pessimist und Fatalist gesehen werden kann, weil er gerne die negativen Seiten hervorhebt, damit die Probleme nicht im Schatten bleiben und als eine Überraschung nachher auftreten. Meine Studie belegt die Existenz des Pessimismus in Finnland.

## 4.2.2 Beziehungen der Finnen

In der vorliegenden Studie ist sichtbar, dass den Finnen die Freunde sehr wichtig sind. Der soziale Umgang wird stärker mit dem Freundeskreis verbunden als mit den Familien oder mit den Verwandten. Die Kernfamilie entspricht dem finnischen Familienbegriff und die Gleichberechtigung herrscht vor allem in der Haushaltsarbeit. Das Forschungsmaterial der vorliegenden Studie zeigt, dass die Karriere sehr bedeutend für die finnische Frau ist. Die finnische Frau kann natürlich trotz dem schlechten Gewissen Karriere und Mutterschaft kombinieren. Im Folgenden werden die einzelnen Aspekte der Beziehungen der Finnen im Detail analysiert und mit früheren Forschungsergebnissen verglichen.

### 4.2.2.1 Freundeskreis

Die Spontaneität der Finnen wurde in meinem Forschungsmaterial sichtbar, da die finnischen Bloggerinnen unerwartete Besucher mögen. Auch meiner Meinung nach ist die finnische Spontaneität deutlich in der finnischen Besuchskultur zu sehen. Die unerwarteten Besucher werden meistens mit Freude aufgenommen. *Muutama hetki* -Bloggerin Kaisu schreibt von ihrem Wunsch, in das Sommerhaus der Bekannten eingeladen zu werden und bei Bedarf lädt sie sich selbst ein:

Toivottavasti saamme kutsuja mökille pitkin kesää. Olen myös erityisen hyvä kutsumaan itse itseni paikanpäälle jos tuntuu ettei kutsuja satele. Heh.  
Hoffentlich bekommen wir den ganzen Sommer hindurch Einladungen zu Sommerhäusern. Wenn wir keine bekommen, bin ich auch selber geschickt beim Einladen. Haha.

Auch *Kaikki mitä rakastin* -Bloggerin Eeva deutet an, dass eine Polterabendgesellschaft mit 20 Leuten sie unerwartet besucht. Das ist in Ordnung für sie.

Nach meiner Erfahrung sind unerwartete Besucher in Finnland willkommen - ganz besonders mit Mitbringeln. In der finnischen Kultur ist es gewöhnlich, dass man mit einem Mitbringsel zu Besuch kommt. Meiner Meinung nach ist es oft eine Flasche Wein oder etwas anderes Alkoholhaltiges. Auch Kuchen und Torten sind beliebt. Besonders das Mitbringsel bei einem Sommerhausbesuch ist wichtig. *Kaikki mitä rakastin* -Bloggerin Eeva will eine Lebensregel geben:

Yllätysvieraat ovat aina tervetulleita, jos he tuovat mukanaan mansikkakakkua.  
Die unerwarteten Besucher sind immer willkommen, wenn sie halt Erdbeertorte mitbringen.

Sie formuliert das gleiche auch auf eine andere Weise:

Ihmisillä on tapana pitää ihmisistä, jotka ilmestyvät oven taakse kakkuvati kädessään.  
Die Menschen pflegen die Menschen zu mögen, die mit einer Tortenplatte in der Hand hinter der Tür stehen.

Mein Forschungsmaterial spiegelt den breiten Freundeskreis der Finnen wieder. Zu dem Freundeskreis der Bloggerinnen gehören sowohl die eigenen Geschwister als auch die Arbeitskollegen, Kommilitonen und Bloggerfreunde. Die finnischen Bloggerinnen bauen mit Hilfe von ihren Blogs leicht tiefe Freundschaftsbeziehungen zueinander auf.

Unter anderem im *Mami go go* -Blog wird die Freundschaft zwischen den Bloggern klar.

Minttu schreibt:

Suurin osa tapaamistani bloggareista ovat olleet ihan oikeassakin elämässä ihania ihmisiä, joita on aina kiva nähdä erilaisissa tapahtumissa. Sitten on vielä se kourallinen bloggaajia joista on tullut paljon enemmän. He ovat ystäviä joihin ole yhteydessä vähintään viikottain.

Die meisten Blogger, die ich getroffen habe, sind auch im wirklichen Leben herrliche Menschen gewesen, die man gerne auf verschiedenen Veranstaltungen trifft. Dazu gibt es noch eine Handvoll Blogger, die mir noch viel mehr bedeuten. Sie sind Freunde, mit dem ich mindestens einmal pro Woche verkehre.

Meiner Meinung nach ist es sehr interessant, dass die Blogger die Blogosphäre oft nicht als Wirklichkeit ansehen, obwohl die Blogfreunde sehr nah miteinander werden können. Die Blogosphäre hat zum Teil das soziale Netz der Menschen erweitert.

Die vorliegende Studie hat ergeben, dass der Finne Besuche mag und seine Freunde gerne trifft, obwohl er auch die Einsamkeit genießen kann. *Tirsat*-Bloggerin Laura genießt die Einsamkeit:

Hillittömän fetatankkauksen lisäksi suurin lomasavutukseni oli se, etten ahdistunut aikuisseuran puutteesta enkä edes muutamasta pilvisestä päivästä. Pelkäsin kumpaakin etukäteen, mutta jotenkin onnistuin psyykkaamaan itseni mitä väliä -tilaan. Kun muksu kirmasi uusien kavereidensa kanssa, minä katosin kirjoihin ja ajatuksiini. Etenkin jälkimmäinen tuntui ihanalta, pilvienkin alla.

Außer dem grenzenlosen Fetatanken ist meine größte Urlaubsleistung, dass ich nicht betrübt wurde wegen des Fehlens der Gesellschaft im Erwachsenenalter oder

irgendwelchen wolkigen Tagen. Ich hatte Angst vor beidem, aber irgendwie gelang es mir den Zustand zu erreichen, in dem man sich um nichts kümmert. Als das Kind sich mit seinen neuen Bekanntschaften herum trieb, verschwand ich in meinen Büchern und Gedanken. Vor allem das letztgenannte war wunderbar, auch unter den Wolken.

Der Finne kann die Einsamkeit genießen und vermisst nicht immer Menschenmengen um sich herum, was in meiner Studie zum Ausdruck kommt. *Muutama hetki* -Bloggerin Kaisu ist auf dem Weg zum 75. Geburtstagfeier ihrer Oma. Sie selbst denkt lustlos, dass sie zu einem langweiligen Verwandtentreffen geht, aber die Oma überrascht sie positiv. Sie hat nur die ihr Nahestehenden eingeladen. Kaisu schreibt:

Täten siis kippistimme omalla porukalla ja totesimme, että eipä täällä muita tarvittaiskaan.  
Unter diesen Umständen brachen wir mit dem eigenen Trupp aus und stellten fest, dass keine anderen hier gebraucht werden.

Laut den früheren Forschungen ist die finnische Freundschaft tiefsinnig. U.a. Daun, Mattlar & Alanen (1989, 273) meinen, dass die Finnen nahe und tiefe Freundschaftsrelationen schätzen. Auch Ekwall & Karlsson (1999, 105) sind der Meinung, dass die Finnen ihre Freunde das ganze Leben lang behalten. Mein Forschungsmaterial präsentiert spontane Finnen, die einen breiten Freundeskreis haben und lange, tiefsinnige Relationen schätzen.

#### **4.2.2.2 Kernfamilie**

Mein Forschungsmaterial beweist, dass die finnische Familie aus der Kernfamilie besteht: Mutter, Vater und Kinder. Die Frau und der Mann werden als gleichberechtigte Personen gesehen und die Hausarbeiten werden möglichst gleichwertig verteilt. In dem Blogeintrag von *Muutama hetki* kann man die Aktivität der Männer in der typisch traditionellen Frauenarbeit sehen. Am Anfang wurde das Essen in Zusammenarbeit von Männern und Frauen vorbereitet, aber am Ende waren es dann aber doch die Männer, die das Essen zu Ende brachten. Kaisu konstatiert:

Loppujenlopuksi vetovastuu jäi miehille.  
Zum Schluss lag die Verantwortung bei den Männern.

Mein Forschungsmaterial gibt eine Vorstellung davon, dass die Gleichberechtigung und das Streben danach in Finnland wohlbekannt sind, obwohl es immer noch gewisse Arbeiten gibt, die Männer- und Frauensachen sind. Solche Arbeiten sind beispielsweise diejenigen, die

draußen gemacht werden. *Uusikuu-Bloggerin* Emilia verstärkt diese Vorstellung wenn sie erzählt:

Mies hoitaa nuo puuhommat, ja minä sitten sen enemmän sarjaan puutarhatyöt kuuluvan osuuden.[...] Kuten kuvista näkyy, toinen on ollut jo hiukan ahkerampi.

Der Mann kümmert sich um die Holzarbeit, und ich kümmer mich dann mehr um den Teil, der zur Gartenarbeit gehört. [...] Wie es in den Bildern zu sehen ist, ist der andere schon ein bisschen fleißiger gewesen.

Auf dem Bild sieht man einen mächtigen Holzstoß.

Die in der finnischen Familie herrschende Gleichberechtigung wurde nur in den traditionell weiblichen Haushaltsarbeiten sichtbar. Die Gleichberechtigung gilt nur den Frauen. Die traditionell männlichen Arbeiten werden immer noch nur von den Männern ausgeführt.

#### **4.2.2.3 Karriere und Mutterschaft**

Laut meiner Studie ist für die finnische Frau die Karriere wichtig - oft sogar wichtiger als die eigenen Kinder. Dieses wird in dem *Oi mutsi mutsi* -Blogeintrag "Tarvitsetko vinkkejä bloggaamiseen?" sichtbar.

Naapurin tokaluokkalainen heitti eilen pahan: "mikä on sellainen paikka tai asia mistä olet eniten kiinnostunut?". Hänellä se kuulemma on avaruus. Mulle tuli heti pieni alemmuuskompleksi, että ei mua kyllä kiinnosta mikään avaruus ja keksin hätäpäissäni, että oma lapsi on se kiinnostukseni numero 1. Ja oikeastaan se on valhe, sillä jos mua kiinnostaisi lapseni sellaisella kiinnostusKIINNOSTUS-mittakaavalla, lukisin varmaankin tosi paljon kaikkia lapsiopusia ja muistaisin ilmoittaa pojan neuvolaankin mittauksiin silloin tällöin. Lopulta myönsin, että mun suurin kiinnostus tällä hetkellä taitaa olla blogimaailma, mitä olen päässyt seuraamaan tekijänä jo vuosia.

Das 9-jährige Nachbarkind stellte gestern eine schlimme Frage: „Wofür interessierst du dich am meisten?“ Für ihn war es der Weltraum. Ich bekam gleich einen Minderwertigkeitskomplex, weil der Weltraum mich überhaupt nicht interessiert und hastig habe ich erfunden, dass das eigene Kind mein Interesse Nummer eins ist. Und eigentlich ist das eine Lüge, weil wenn es wirklich stimmte, würde ich sicher sehr viele Erziehungswälzer lesen und würde mich auch erinnern mein Kind zum Hebammenpraxis bringen um die Wachstumskurven zu kontrollieren. Schließlich habe ich zugegeben, dass mein größtes Interesse gerade die Blogosphäre ist, an die ich schon seit Jahren selber teilnehme.

Die finnische Mutter wird in meinem Forschungsmaterial von dem Gedanken belästigt, dass sie Vollzeit zu Hause ist. Die Karriere und Arbeit sind sowohl für einen Arbeiter als auch für einen selbstständigen Unternehmer wichtig, nicht nur wegen der ökonomischen Gründe, sondern auch wegen der geistigen Gesundheit. *Oi mutsi mutsi* -Bloggerin Elsa beschreibt das Hausfrausein auf folgende Weise:

Että tulisin hulluksi jos joutuisin vielä vuoden olemaan kotihoidontuella kotona pelkästään lapsen rytmiä ja lapsen ehtojen mukaisesti, päivän kohokohtana puistossa käyminen tai kauppareissu. Se veti multa mehut jo vuodessa ja jos

vertaan tätä toista vuotta vauvuvuoteen, olen nyt kevään korvalla pitkstä sairausjaksosta huolimatta enemmän elossa kuin vuosi takaperin kokonaisuina kotiäitinä ollessani.

Dass ich verrückt werde, wenn ich noch ein Jahr von dem Erziehungsgeld abhängig und zu Hause bleiben sollte, im Rhythmus und mit der Bedingung des Kindes. Der einzige Höhepunkt des Tages sind das Einkaufen und der Spielplatzbesuch. Das alles hat mich schon in einem Jahr belastet und wenn ich das zweite Jahr damit vergleiche, bin ich in diesem Frühjahr trotz der langen Krankheitsperiode viel lebendiger als vor einem Jahr als Hausfrau.

*Muutama hetki* -Bloggerin Kaisu beschreibt ihre Rolle als Mutter auf folgende Weise:

Olen itsekäs ihminen ja haluan elää myös minun omaa elämäni, tai noh. Onko se sitten itsekästä vai ei... Eikös sitä sanota, että kun äiti voi hyvin, perhe voi hyvin. Haluan tehdä elämää itselleni jotta en katkeroidu. En tällä hetkellä koe, että voisin elää vain lapsille. Mutta loppujen lopuksi kun kaikki muu karsitaan, vain heillä on väliä. Vain heillä on merkitystä.

Ich bin ein egoistischer Mensch und will auch mein eigenes Leben leben.. Das ist doch egoistisch oder nicht... Sagt man nicht, dass wenn die Mutter sich wohl fühlt, fühlt sich die Familie auch wohl. Ich will ein gutes Leben führen, so dass ich nicht verbittere. Genau jetzt fühle ich nicht so, dass ich nur für die Kinder da bin. Am Ende, wenn all das andere ausgeschieden wird, sind nur die Kinder das wichtige. Nur sie spielen eine Rolle.

Hier wird die Beziehung der finnischen Mutter zu ihren Kindern kristallisiert. Die finnische Frau opfert sich nicht für ihre Familie, sondern die Kinder sind ein Teil des Lebens, neben allem anderen.

Auf der anderen Seite haben die finnischen Bloggerinnen ein schlechtes Gewissen. Kaisu konstatiert:

Lasten kanssa tuntemuksia on miljoonia. Kehiin astuu myös huono omatunto ja itsensä mollaaminen "huono äiti" fraaseilla.

Mit den Kindern trifft man Millionen von Gefühlen. In den Kreis treten das schlechte Gewissen und die Selbsterniedrigung mit "schlechte Mutter"-Phrasen.

Hier wird auch die finnische unterschätzende Denkweise sichtbar. Auch *Oi mutsi mutsi* - Blogautorin Elsa schreibt über das schlechte Gewissen. In einem weiteren Blogeintrag schreibt Elsa:

Vaikka en missään nimessä haluaisi alkaa pelkää lasta hoitavaksi kotimamaksi, muutama extrapäivä kotona lapsen kanssa tekisi oikeasti terää pitkän (öö, no se 3 kk...) 5 päivää päiväkodissa -rutiinin sijaan.

Obwohl ich auf keinen Fall nur eine Kinder pflegende Hausfrau werden möchte, könnten mir einige Extra-Tage zu Hause mit dem Kind nach einer langen (na ja, diesen 3 Monaten...) 5 Tage in der Kindergarten -Routine auch gut tun.

*Mami go go* -Bloggerin Minttu findet die Beschreibung ihrer Mutterrolle schwierig, weil sie in der finnischen Weise nicht über die Mutterrolle besonders nachgedacht hat. Die Mutterschaft wird mit Spontanität entgegen genommen.

Äitiys on ollut alusta saakka minulle todella luontevaa. Viiden veljen isosiskona oleminen on voinut osaltaan myös helpottaa roolia kahden pojan äitinä. En usko että olen ikinä kovinkaan tarkasti suunnitellut minkälainen äiti minun pitäisi olla, on ollut



itsestään selvää että tahdon että lapseni ovat onnellisia, tuntevat olonsa turvalliseksi ja kohtelevat muita ihmisiä hyvin ja suvaitsevasti.

Die Mutterschaft ist mir vom Anfang an sehr natürlich gewesen. Dass ich immer die große Schwester von 5 Brüdern gewesen bin, hat mir wahrscheinlich in der Mutterrolle geholfen. Ich glaube nicht, dass ich jemals geplant habe, was für eine Mutter ich sein soll, aber es ist selbstverständlich gewesen, dass ich will, dass meine Kinder glücklich sein können, sich geschützt fühlen und andere Leute mit Respekt behandeln.

Die finnische Mutter scheint ihre Mutterrolle nicht besonders zu skizzieren und ihre Erwartungen an die eigenen Kinder sind weltweit gleich. *Mami go go* -Bloggerin Minttu schreibt auch:

Äitinä olo on kaiken kesleä myös aika useinkin hyvin rankkaa ja uuvuttavaa.  
Die Mutterschaft ist heftig und erschöpfend zugleich.

In meiner Studie hat sich herausgestellt, dass es sowohl natürlich als auch anspruchsvoll ist eine Mutter in Finnland zu sein. Die *Oi mutsi mutsi* -Bloggerin Elsa ist in ewiger Dankesschuld gegenüber dem Kindergarten ihres Sohnes. Dieses Thema steigert die Alltagsbeklemmung der finnischen Karriere-Eltern. Obwohl es akzeptierend ist, dass die Eltern arbeiten und die Kinder in den Kindergarten gehen, haben die Eltern, jedenfalls die Frauen, ein schlechtes Gewissen, weil sie sich nicht genügend um ihre Kinder kümmern.

In den früheren Forschungen ist man dazu gekommen, dass die finnische Frau eine Karriere machen will. Daun, Mattlar & Alanen (1989, 281) sind der Meinung, dass die finnischen Frauen schon lange im Arbeitsleben gewirkt haben. Das kommt z.B. zum Ausdruck, dass die finnischen Frauen selbstständig sind oder mindestens nach Selbstständigkeit streben. Auch Tuomi-Nikula (1989, 241-243) meint, dass Beruf und Karriere wichtig für die weibliche Identität in Finnland sind. Die Ehe beeinflusst nicht die soziale Stellung der finnischen Frau, sondern sie verdient sie durch Ausbildung und Arbeit. Die finnische Frau ist selbstständig und ökonomisch unabhängig. Mein Forschungsmaterial deutet darauf hin, dass das Stereotyp von der finnischen Karrierefrau immer noch da ist. Laut meiner Studie wird er sogar kräftiger, weil die eigene Karriere sogar die eigenen Kinder übergeht.

#### **4.2.3 Essen und Trinken der Finnen**

Roggenbrot, „Pulla“ und Brei samt ständigem Kaffeetrinken symbolisieren die finnische Ess- und Trinkkultur. Alkohol wird in Finnland oft und viel getrunken, am liebsten Schaumwein und Bier. Im Folgenden werden die einzelnen Aspekte der Esskultur der Finnen im Detail analysiert und mit meinen Forschungsergebnissen unterstützt.

#### 4.2.3.1 Roggenbrot und Brei

Die finnische Liebe zum Roggenbrot war in meinem Forschungsmaterial zu sehen. Das Roggenbrot erscheint oft auf den Blogbildern, u. a. *Usikuu* (Emilia). *Peace, love and poopdiapers* -Bloggerin präsentiert Bilder von einem anderen Blog. Auf den Bildern sind Roggenbrotkonstellationen zu sehen. Meiner Meinung nach ist das Roggenbrot ein Warenzeichen der finnischen Esskultur.

Das finnische Roggenbrot wird sogar als Nationalgericht der Finnen gesehen. Schatz (2010, 87) meint, dass das traditionelle finnische Brot Roggenbrot ist, je dunkler desto besser. Auf der Web-Site von Ruokatieto<sup>15</sup> wird behauptet, dass das Roggenbrot so beliebt ist, dass es eine der heiligsten finnischen Gerichte geworden ist. Aufgrund meiner Studie wird Roggenbrot zum Frühstück, Mittag und Abendbrot gegessen. Es kommen ständig neue Rezepte und der Roggen ist nicht mehr nur finnisch.

Bei der vorliegenden Studie hat es sich ergeben, dass der Brei unter den Finnen beliebt ist. *Oimutsi mutsi* -Bloggerin Elsa stellt fest, dass ein unscharfes Thema im Bloggen der Brei ist, obwohl die Finnen täglich Brei essen. Auch in *Muutama hetki* -Blog wird die Breizeit erwähnt:

Meinaa venyä arki-illat vähän pitkiksi kun kyläilee ja ei ollenkaan tajua, että kello on jo "puuroaika".

Die Alltagsabende ziehen sich in die Länge wenn man einen Besuch macht und gar nicht versteht, dass es schon "die Breizeit" der Kinder ist.

Meiner Meinung nach wird Brei in Finnland für ein gesundes Frühstück oder Abendessen gehalten, für Erwachsene und Kinder. Es gibt verschiedene Breisorten. Es gibt den traditionellen Grieß-, Gersten-, Roggen-, Reis- und Haferflockenbrei aber auch Speltbrei, der eben gerade sehr aktuell ist. Brei wird in Finnland am liebsten mit Beeren gegessen. Meine Studie deutet darauf hin, dass das Roggenbrot seine Stellung als ein stereotypes, finnisches Essen behält. Außerdem ist der Brei als finnisches Essen beliebt.

---

<sup>15</sup> <http://www.ruokatieto.fi/ruokakulttuuri/vieraasta-omaksi>

### 4.2.3.2 Alkohol

Meine Studie hat ergeben, dass die Finnen gerne und viel Alkohol trinken, um berauscht zu werden. Sie trinken aber nicht so gerne, wenn es Kinder in der Gesellschaft gibt. *Oi mutsi mutsi* -Bloggerin Elsa feiert das erste Mai -Fest mit Nulltoleranz. Das heißt, dass sie nicht einmal ein Glas Schaumwein trinkt. Die wahre Ursache ist, dass ihre Medikation das nicht erlaubt. Elsa spart sich die Mühe zu erklären, weil sie ein Kind dabei hat. Das Kind gilt als Argument.

Auch meines Erachtens trinkt man nicht so gerne Alkohol in Finnland, wenn die Kinder dabei sind, weil die Finnen gerne so viel trinken, dass sie total betrunken sind. Das ist auf jeden Fall nicht sozial akzeptabel. Es wird viel getrunken oder gar nicht. Elsa schreibt später:

En perusta yhtään suomalaisesta ajatusmallista, ettei lapset saisi nähdä alkoholia mutta sitten kun lapset on poissa, vanhemmat saavat olla kuinka perseet tahansa. Mä juon harvoin, mutta voin juoda lasillisen arkenakin, ihan vaikka keskiviikkoamuna jos niikseen tulee ;)

Ich kümmerge mich nicht um das finnische Denkmodell, da die Kinder keinen Alkohol sehen dürfen, aber wenn sie weg sind, dürfen die Eltern so wie Schweine saufen. Ich trinke selten, aber auch ein Glas im Alltag, sogar an einem Mittwochsmorgen, wenn ich es möchte.

In meiner Studie erscheinen Schaumwein und Bier als finnische Getränke. Der prickelnde Schaumwein ist ein neues Genussmittel bei den finnischen Feiern. Auch das für die Deutschen bekannte Bier scheint den Finnen zu schmecken. In der Geburtstagsfeier der Oma der *Muutama hetki* -Bloggerin Kaisu trinkt man Schaumwein am Anfang, aber sogar die Oma meint, dass etwas Wesentliches fehlt:

Mua ei vielä naurata, kun en ole saanut kaljaa.

Das bringt mich nicht zum Lachen, weil ich noch kein Bier bekommen habe.

In den früheren Forschungen hat man herausgefunden, dass Wodka das beliebteste Alkoholgetränk in Finnland ist. Zum Beispiel Dahlgren & Nurmelin (1998, 74) halten Koskenkorva-Vodka für eine finnische Nationalsportart. Das typische Wodka-Trinken wird nicht in den finnischen Blogs sichtbar. Dagegen ist der Schaumwein die Nummer Eins der Alkoholgetränke und das von den Deutschen geliebte Bier folgt nach.

### 4.2.3.3 Kaffee

Bei der vorliegenden Studie hat sich ergeben, dass der Kaffee den Finnen am besten aus dem finnischen Porzellan schmeckt. *Peace, love and poopdiapers* -Bloggerin trinkt ihren Kaffee in ihrer Arbeitsnische aus Iittalas Sarjaton-Becher. *Kaikki mitä rakastin* -Blogautorin Eeva nimmt einen Kesti-Becher von Arabia als Kaffeetasse. Der Finne glaubt so stark an die Kraft des Kaffees, dass er den Tag nur mit einer Tasse Kaffee anfangen kann. *Oi mutsi mutsi* -Bloggerin Elsa verstärkt diese Vorstellung, da sie am Muttertag nur Kaffee zum Frühstück trinkt.

*Uusikuu*-Bloggerin Emilia nennt Kaffee in mehreren Blogeinträgen: Gartenkaffee und Kaffeepausenstimmung, in der Mitte der Blumen möchte sie den Nachmittagskaffee trinken. Von den Kaffeepausenstimmungen hat sie schon zwei verschiedene Bildcollagen gemacht, die insgesamt acht Bilder beinhalten. Auf jedem Bild gibt es einen Kaffeebecher. Auch *Oi mutsi mutsi* -Bloggerin Elsa genießt ihren Nachmittagskaffee. Die finnische Liebe zum Kaffee ist so stark, dass es auf den Arbeitsplätzen einen Kaffeeraum gibt. *Oi mutsi mutsi* -Bloggerin Elsa wundert sich über die ärmliche Einrichtung der Kaffeeräume und überlegt Verbesserungsvorschläge. *Kaikki mitä rakastin* -Blogautorin Eeva beendet ihren Putztag gemütlich:

Sitten keitetään päiväkahvit laventelipesuaineen tuoksuissa keittiössä.  
Dann kocht man Nachmittagskaffee in einer lavendelduftenden Küche.

In der früheren Forschung hat man Ergebnisse bekommen, dass die Finnen viel Kaffee trinken. Laut Dahlgren & Nurmelin (1998, 92) trinken die Finnen am meisten Kaffee in der Welt. Auch Schatz (2010, 91) ist der Meinung, dass in Finnland nichts ohne Kaffee geschieht. Die finnischen Blogs deuten darauf hin, dass die Finnen immer noch viel Kaffee trinken.

### 4.2.3.4 „Pulla“, das Kardamomhefegebäck

„Pulla“ war stark in meinem Forschungsmaterial repräsentiert. Die Bilder von *Tirsat*-Bloggerin, Laura, erzählen über die finnische Relation zu „Pulla“. Man hat nicht das wichtigste von den Servierschüsseln vergessen: die mit Zimt gebackenen ‚Ohrfeigen‘ schmücken den Kaffeetisch. Auch andere finnischen Bloggerinnen haben dieses Hefengebäcks fotografiert. *Kaikki mitä rakastin* -Bloggerin Eeva hat ein Bild den Lesern verteilt, auf dem

ein halbgeessenes Hefegebäck liegt und freut sich auf die Sonne, obwohl das Fotografieren des Hefegebäcks in diesen Lichtverhältnissen schwieriger wird.

Meiner Meinung nach gehört es zu der finnischen Mentalität, dass es im Tiefkühlschrank immer "Pulla" geben muss. *Uusikuu*-Bloggerin Emilia hat ein kleines Baby und deshalb hat sie während der letzten Monate kein "Pulla" gebacken. Am Ende Mai holt sie diese Monate ein und backt mit ihrem Sohn "die 4-Monate Pullas". Auf dem Bild sieht man leckere finnische Gebäcke, Ohrfeigen. Sie sind finnische Hefegebäcke, die mit Zucker, Zimt und Butter gefüllt sind. Wenn man also in Finnland eine Ohrfeige bekommt, kann man glücklich sein. Die Finnen gebrauchen das Wort "Pulla" auch in Redewendungen und symbolisch. *Kaikki mitä rakastin* -Bloggerin Eeva kommentiert:

Molempi parempi, rusinat molemmista pullista ja niin edelleen.  
Beides besser, Rosinen aus beiden "Pullas" und so weiter.

Dieses Hefegebäck wird in verschiedenen Formen gebacken. Die Finnen essen diese Kardamomgebäcke sowohl im Alltag als auch an verschiedenen Ehrentagen. Das Weißbrot wird "Pullabrot" genannt. Wenn man in Finnland "Pullakaffee" trinkt, bedeutet das, dass man Kaffee trinkt und "Pulla" isst. In *Uusikuu*-Blog schreibt Emilia über "Pullasaft".

In meinem Forschungsmaterial gab es eine weitere Art von "Pulla", die Kräpfel, die speziell zu der Mai-Feier gehören. *Peace, love and poopdiapers* -Bloggerin hat die Kennzeichen der finnischen Mai-Feier fotografiert: Kräpfel und Met. Die Finnen feiern das Erste Mai nicht ohne selbst gebackte Kräpfel und nach Zitrone schmeckende Erfrischungsgetränk, Met.

Schatz (2010, 91) behauptet, dass man in Finnland immer Backwerk zum Kaffee reicht. "Pulla" wird am liebsten in Finnland gegessen. Meine Studie beweist, dass „Pulla“ immer noch stark zu der finnischen Esskultur gehört. Sie ist die Grundlage auf dem Kaffeetafel in Finnland.

#### **4.2.4 Freizeitaktivitäten der Finnen**

Laut meinem Forschungsmaterial sind die Finnen immer noch Menschen, die die Natur schätzen und ihre einheimische, wasser- und walddreiche Umgebung lieben. Sie fahren zum Sommerhaus um zu saunieren und die Natur zu genießen. Auf Kreuzfahrt fährt der Finne

sowohl im Sommer als auch im Winter. Im Folgenden werden die einzelnen Aspekte der Freizeitaktivitäten der Finnen im Detail analysiert und mit früheren Forschungsergebnissen verglichen.

#### 4.2.4.1 Natur

Wenn der Frühling endlich nach dem kalten, schneereichen und langen Winter kommt, freut sich der Finne auf die schöne Natur. Vor der richtigen Beerenpflücken- und Pilzsaison konzentriert sich der Finne darauf, die Natur in vollen Zügen zu genießen. Sie gehen baden und machen Waldausflüge ohne Stress von der Beerenernte.

Die finnische Liebe zur Natur war in dem Bildmaterial der finnischen Blogs deutlich zu sehen. In *Peace, love and poopdiapers* -Blog zielt der Nationalvogel Finnlands, der Singschwan, ein Bild. Auch die Nationalblume Finnlands, das Maiglöckchen, ist schön fotografiert worden. In diesem Blog gibt es reichlich von Naturbildern mit finnischem Wald, Bäume und die Menge der finnischen Gewässer bleibt nicht unbemerkt. Die Bloggerin schreibt:

Siitepölyallergikkona oikea järjen riemuvoitto on lähteä keräämään metsästä kukkia kotiin, mutta kuka äiti voisikaan lapselleen sanoa, “älä kerää äidille niitä kukkia”?  
Für einen Pollenallergiker ist es ein Triumph der Vernunft im Wald Blumen zu pflücken, aber welche Mutter könnte ihrem Kind sagen, “pflücke bitte keine Blumen für Mama”?

Die Oma der *Muutama hetki* -Bloggerin Kaisu wird zu ihrem Geburtstag mit einem Maiglöckchen-Strauß bedacht. Im gleichen Blog wird Kaisus Sohn Leevi vor dem Holzstoß fotografiert und ist mit Oma auf einem Waldausflug zu sehen. Die Natur liegt den Finnen am Herzen, zumindest wenn die finnischen Blogs glaubhaft sind.

Die Strände wurden in mehreren finnischen Blogs fotografiert. *Kaikki mitä rakastin* und *Peace, love and poopdiapers* -Blogs vermitteln das Bild der typisch finnischen Strandlandschaft. *Kaikki mitä rakastin* -Bloggerin Eeva schreibt:

Joki ja meri samassa kaupungissa, olisivatpa kaikki yhtä onnekkaita.  
Der Fluss und das Meer in der gleichen Stadt, wenn nun alle genauso glücklich wären.

Nicht nur ein Gewässer genügt dem Finnen, sondern je mehr desto besser. Mein Forschungsmaterial gibt die Idee wieder von dem wasserreichen Land mit vielen Wäldern und von den Finnen, die ihre Natur für wichtig halten.

Die vorherige Forschung hat ergeben, dass Finnland ein dünn besiedeltes, walddreiches und ödes Land am Rand der Zivilisation ist (Ekwall & Karlsson 1999, 99). Auch Berg, Bergman und Törnroos (1991, 18) sind der Meinung, dass Finnland ein großes und schönes Land mit vielen Seen und weiten Wäldern ist. Mein Forschungsmaterial deutet darauf hin, dass die Natur immer noch ein Gegenstand der finnischen Liebe ist. Die Vorstellung von einem Land mit Tausenden von Seen bleibt in meiner Studie nicht unbemerkt.

#### **4.2.4.2 Sommerhaus und Sauna**

Mein Forschungsmaterial beweist, dass am Anfang des Sommers der Finne ein Stück weiter in die Natur geht und zu seinem Sommerhaus fährt. Dort beschäftigt er sich mit Holzarbeit und Renovierung. Das Sommerhaus liegt traditionell mitten in der Wildnis, am liebsten am Meer oder See in der stillen Einsamkeit. Im Wald findet der Finne seine Ruhe.

Meine Studie hat ergeben, dass das Sommerhaus und die Sauna für den bloggenden Finnen wichtig sind und dass sie ein wesentlicher Teil des finnischen Sommers sind. Es gab viele Bilder von Sommerhäusern und Saunen und mehrere Blogbeiträge über Sommerhausaktivitäten. Die hellen Holzpaneele und Blockwände sind heutzutage in den finnischen Sommerhäusern zu sehen. In dem Sommerhaus von *Time of the Aquarius* - Bloggerin Minna gibt es Balken sowohl drinnen als auch draußen. Minna schreibt:

On taas se päivä viikosta, kun tämä perhe sulloutuu autoon ja ajaa mökille. [...] Sydän sykkii niin hyvin maalla ja vaikka kotona pestään pyykkiä ja tehdään ne pakolliset, on kaupunkipostaustenkin aika aina jossain välissä.

Es ist wieder der Tag der Woche, an dem die Familie sich ins Auto drängt und zum Sommerhaus fährt. [...] Das Herz schlägt so gut auf dem Lande und obwohl man zu Hause Wäsche wäscht und das Nötige macht, gibt es zwischendurch auch Platz für Stadteinträge.

Im gleichen Blog beschreibt Minna die Ausrüstung der Sommerküche und das Ruska-Geschirr von Arabia auf dem schönen String-Regal bleibt nicht unbemerkt. Minna fotografiert die Renovierung des Sommerhauses fleißig. Besonders gerne fotografiert sie das Saunagebäude. Vorher und nachher -Bilder berichten exakt wie das Projekt weitergeht. Zu der Sauna gehört eine Saunakammer und das alte Gebäude ist mit einer schönen hölzernen Terrasse erweitert worden. Auf der Terrasse kann man in der schönen finnischen Meerlandschaft das Saunabier trinken.

*Kaikki mitä rakastin* -Bloggerin Eeva freut sich auf den kommenden Sommer und das Sommerhausleben:

Yhtenä päivänä pääsin ihan mökkifiliksiin edellämäinillä terassilla - oli lämpöä, aurinkoa, sortsit ja paljaat varpaat, nurmikko ja tuoreita mansikoita.

An einem Tag erreichte ich die Sommerhaustimmung auf der letztgenannten Terrasse - es war warm und sonnig, ich hatte Shorts an und war barfuß und es gab eine Grasmatte und frische Erdbeeren.

Ein finnisches Sommerhaus und Sommer gehören zusammen wie Pech und Schwefel. Der Sommer ist nichts ohne Hütte. Auch das Sommerhaus von *Time of the Aquarius* -Bloggerin Minna liegt mitten in der Natur. Die Rehe hüpfen friedlich im gleichen Bild mit dem glänzenden Stadtjeep.

Menee vähän sinne, tänne ja välillä metsäänkin. Tai no, mökkimakkarin ikkunan eteen.

Es läuft hin und her, zwischendurch auch in den Wald. Oder, vor das Schlafzimmerfenster des Sommerhauses.

Der Wald und die Natur als Blogthemen begleiten den Blogger auch zum Sommerhaus, wo es traditionell keine Elektrizität oder fließendes Wasser gab, und noch weniger eine Internet-Verbindung. *Muutama hetki* -Bloggerin vermittelt stark die traditionelle, finnische Sommerhauskultur. Das Sommerhaus liegt an einem See. Die Kinder saunieren und am Lagerfeuer grillen sie Wurst. Die Kinder sind mit Marimekko-Trikots in der idyllischen Naturlandschaft angezogen.

Auch Ekwall & Karlsson (1999, 34) und Tuomi-Nikula (1989, 242) sind der Meinung, dass die Sauna stark zu der finnischen Kultur gehört. Mein Forschungsmaterial deutet daraufhin, dass das Stereotyp von dem saunierenden Finnen, der in seinem Sommerhaus hart arbeitet, immer noch stimmt.

#### **4.2.4.3 Beerenpflücken**

Die Zeitperiode meiner Studie, Mai 2013, ist keine Beerensaison. Trotzdem gab es in den finnischen Blogs mehrere Hinweise darauf, dass die Blogger Beeren lieben. Selbst in einer städtischen Umgebung will man diese finnische Nationalaktivität nicht verpassen. Dies spiegelt in *Oi mutsi mutsi* -Blog, in dem Elsa von Busch Heidelbeeren und Erdbeeren träumt und auf dem Balkon Erdbeeren pflanzt um ihre Beerenernte zu gewährleisten. Zum Schluss plant sie die Beerensträucher in Säcke zu pflanzen, weil:

...marjapuskan voi ottaa vaikka kainaloon muuttaessa tai vaikka kesämökille lähdeäessä.



...Beerensträucher kann man sogar unter den Arm nehmen wenn man umzieht oder zum Sommerhaus fährt.

Die Finnen pflücken Beeren nicht nur, um durch die Wälder zu schweifen, sondern wegen der Beeren. Sie schmecken gut an sich, aber auch in Nachtischen, Kuchen und Kompotten. Beeren werden auch mit Brei gegessen. Sie sind Reformkost. In *Kaikki mitä rakastin* -Blog gibt es Bilder von Heidelbeeren. Die Bloggerin Eeva schreibt, dass sogar ihr Lieblingssalat Erdbeeren beinhaltet. Sie schreibt weiter:

Tein salaatile jälkkäriksi raakasuklaakakun (siihenkin ainekset löytyivät kaapista), jonka päälle viipaloin mansikoita.

Für den Salat zum Nachtsch bereitete ich eine Rohschokoladentorte zu (alle Zutaten waren im Schrank zu finden), auf die ich Erdbeeren zerteilte.

Obwohl der Finne sich selbst nicht die Mühe macht, in den Beerenwald zu gehen, gehören die Beeren unbedingt zu dem finnischen Sommer.

Seuraavana aamuna pyöräytin vielä mansikkasmoothiet. Ja sinne ne lopulta hupenivat. Neljä ruokalajia yhdestä ja samasta mansikkasatsista. Monikäyttöisiä veijareita.

Am nächsten Morgen erdichtete ich noch ein Erdbeersmoothie. Und die Erdbeeren sind am Ende. Vier Gerichte aus einer und der gleichen Erdbeerportion. Mehrzwecksschmelze.

Der Kreativität ist in der Beerenverwendung kein Ende gesetzt.

Auch in der früheren Forschung ist klar geworden, dass die Finnen Außen-Aktivitäten, Naturwanderungen, Segeln, Fischen, Beerenpflücken und ähnliches schätzen (Ekwall & Karlsson 1999, 34). Mein Forschungsmaterial verrät, dass der Finne immer noch Beeren mag und anbaut. Wahrscheinlich wären die finnischen Bloggerinnen in der Beerensaison Juli und August im Wald gewesen.

#### **4.2.4.4 Handarbeitskunst**

Weil in den finnischen Blogs die traditionellen Wand- und Flickenteppiche erscheinen, muss es eine Leidenschaft für Handarbeit geben. *Musta tuntuu* -Bloggerin Jonna leitet eine Webergruppe in ihrem Garngeschäft. In ihrem Blog macht sie Reklame für ihr Buch *Kerällä*, das verschiedene Strickanleitungen beinhaltet.

Meine Studie zeigt, dass die Finnen eine Vorliebe für Handarbeit haben. Jede Bloggerin präsentiert einen Gebrauchs- oder Einrichtungsartikel, den sie selbst hergestellt hat. Die gehäkelten Teppiche waren ein beliebtes Objekt. Zum Beispiel *Musta tuntuu* -Bloggerin häkelte schwarze Trikotteppiche. Auch die gewobenen und gehäkelten Körbe waren in *Uusikuu*-Blog von Emilia zu sehen. Es war auch beliebt einen neuen Verwendungszweck für

ein Produkt zu erfinden. *Bambula*-Bloggautorin Naku z.B., erfand die Verwendung von Sauna-Kübeln als Blumentöpfe.

Die Studie hat ergeben, dass die Finnen gerne mit ihren eigenen Händen arbeiten. Es ist typisch finnisch, dass man das eigene Haus oder Sommerhaus selber baut oder renoviert. *Time of the Aquarius* -Bloggerin Minna renoviert ihr Sommerhaus mit ihrem Mann und *Uusikuu*-Bloggautorin Emilia renoviert ihr Haus selbst.

#### 4.2.4.5 Feiertage und Feste

So wie der Finne sagt: "Schwere Arbeit erfordert schwere Vergnügungen" gibt es allerlei Feiertage in Finnland. Von Weihnachten über Ostern bis zur Mai -Feier. Im Mai werden die Mütter in der traditionellen Weise gefeiert. Die Abschlussfeier der Schule bedeutet, dass das Mittsommerfest sich nähert. Johannes wird sicher am stärksten mit den finnischen Festen verbunden.

Meine Studie hat ergeben, dass der Mai von allen in Finnland gefeiert wird. Krampfen werden gegessen und Met und Alkoholgetränke ordentlich getrunken. Ballons und Serpentina gehören im Wesentlichen zu der finnischen Mai -Feier. In den finnischen Blogs erschienen die Mai -Vorbereitungen und Feiern deutlich, sowohl auf Bildern als auch in Texten. *Peace, love and poopdiapers* -Bloggerin fasste die finnische Mai -Feier so zusammen:

Vielä eilen jaksettiin juhlia. Ilmapalloja ja serpentiiniä. Simaa ja munkkeja.

Noch gestern hatte man Lust zu feiern. Ballons und Serpentina. Kräpfel und Met.

*Uusikuu*-Bloggerin Emilia organisiert eine Mai -Verlosung. *Bambula*-Bloggerin Naku schneidet das erste Mai -Thema an:

Sokerihumala oli taattu, kiitos siman, suklaamansikoiden ja valtaisan munkkibaarin.

Dank des Mets, der Schokoladenerdbeeren und der riesigen Kräpfel- Bars Was der Zuckerrausch garantiert.

*Time of the Aquarius* -Bloggerin Minna kristallisiert die wichtigsten Dinge des derzeitigen Lebens heraus:

Nyt täytyy alkaa vapputtamaan, jotta ehtii taas huomenna mökittämään.

Jetzt muss ich den ersten Mai feiern, so dass ich morgen Zeit fürs Sommerhaus habe.

*Muutama hetki* -Bloggerin Kaisu erzählt von ihrer 1. Mai -Feier:

Jeskamandeera miten hauska vappu. Siis täytyy kyllä myöntää, että siskoni ja lankoni huumorintaju on vallan verratonta. Lämpällä ei ollut tasoa, niin huonoa se oli. Mutta nauroin ääneen, kyyneliä ja suu auki koko Vapun. Aattona olimme meillä, peruspöppöillä. Ruoka oli hyvää ja sitä oli liikaa, kuten aina. Ilokseni meille jäi myös

yövieraita. Vappupäivänä kävimme aamulla torilla ja päikkäreiden jälkeen siirryimme äitille ja isille. Perinteistä.

Herrjemine was für eine lustige erste Mai -Feier. Ich muss doch zugeben, dass der Humor meiner Schwester und meines Schwagers durchaus zügellos ist. Ohne Niveau. Aber ich lachte laut, mit Tränen in den Augen und offenem Mund den ganzen Abend. Am Abend des ersten Mais waren wir bei uns, mit der gewöhnlichen Gang. Das Essen war gut und es gab zu viel, wie immer. Zu meiner Freude blieben welche und übernachteten bei uns. Am Maifeiertag waren wir auf dem Markt und nach dem Mittagsschlaf gingen wir zu Mama und Papa. Traditionell.

Die finnischen Mai -Traditionen florieren. Der Met mit Rosinen ist auf dem Bild von *Muutama hetki* -Bloggerin Kaisu zu sehen und statt eines Kräpfels gibt es einen mit Nonpareilles verzierten Berliner. So gibt es keinen Maifeiertag ohne Met und Kräpfel. Auch mit einer recht entspannter Haltung werden die spontanen Übernachtungsgäste entgegen genommen. Die Schlafgelegenheit wird anstandslos geordnet. *Kaikki mitä rakastin* -Bloggerin Eeva plant die erste Mai -Feier:

Kaverini sai luovan idean -tänä vappuna raahataan piknikille pöytä ja tuolit!  
Ein Freund von mir kam auf die Idee, dass wir dieses Jahr den Tisch und die Stühle zum Picknick schleppen!

Zu der finnischen ersten Mai -Feier gehören auch das Picknick mit Ballons und Serpentinaen. Vor allem diejenigen, die in Helsinki wohnen, feiern den ersten Mai mit Picknick auf dem Grasteppich von Kaivopuisto, nachdem sie erst die Havis Amanda -Skulptur bedeckt haben. Der Mai kann auch in gemischter Gesellschaft gefeiert werden:

Sulassa sovussa tytöt, pojat, ihmiset, koirat, eksät ja nyksät. Vappu se taitaa olla semmoinen yhdistävä tekijä. Siis tietysti paitsi jos sitä inhoaa.  
Schiedlich und friedlich Mädchen, Jungen, Menschen, Tiere, ehemalige und jetzige.  
Der erste Mai scheint ein verbindender Faktor zu sein. Also natürlich nicht, wenn man den ersten Mai nicht mag.

Auch in *Kaikki mitä rakastin* -Blog sieht man gezuckerte Kräpfel, aber statt des traditionellen Mets trinkt man Schaumwein aus dem Glas.

Der Muttertag wird in Finnland traditionell mit der Familie gefeiert, und zu der Natur des Muttertags gehört nicht der Alkohol. Auch Muttertag wird in den finnischen Blogs nach Traditionen gefeiert. *Peace, love and poopdiapers* -Bloggerin bekommt eine selbst gebastelte Muttertagkarte. Kaffee wird der Mutter ans Bett gebracht und man kann den selbst gepflückten Blumenstrauß bewundern. Auch *Uusikuu*-Bloggerin Emilia bekommt einen selbst gepflückten Blumenstrauß und eine selbst gebastelte Muttertagkarte. Zum Muttertag gehört auch das traditionelle Mittagessen. Dahin navigiert *Oi mutsi mutsi* -Bloggerin Elsa mit ihrem Sohn. Es ist gewöhnlich, dass die Mutter Geschenke bekommt. Man kann auch für sich selbst ein Geschenk kaufen, wie *Uusikuu*-Bloggerin Emilia es macht. Sie kaufte eine Hortensie für sich selbst. Viele Bilder werden am Muttertag aufgenommen. *Oi mutsi mutsi* -Bloggerin Elsa nimmt sogar ein offizielles Muttertagsbild auf. Ihrer Meinung nach sollte jeder Tag Muttertag

sein. *Muutama hetki* -Bloggerin Kaisu nennt den Muttertag in ihrem Blog und schreibt gleichzeitig über ihre Beziehung zu den Kindern:

Äitienpäivän kunniaksi me Aapon kanssa vähän mykyiltiin päikkäreiden jälkeen.  
Monesti kun on paha olla, lapset piristää.  
Anlässlich des Muttertags kuschelten wir mit Aapo nach dem Mittagsschlaf. Oft wenn man sich schlecht fühlt, muntern die Kinder einen auf.

In *Uusikuu*-Blog von Emilia feiert man Taufe und Muttertag, aber auch der Vatertag wird genannt.

Vatertag wird im November gefeiert und es ist ein Fest, an dem man nicht viel Alkohol trinkt. Obwohl die Zeitspanne der Studie Mai ist, wird der Vatertag in den finnischen Blogs genannt. Der Vatertag wird auf jeden Fall in *Uusikuu*-Blog und *Oi mutsi mutsi* -Blog genannt. Der Vatertag im November hat nicht ebenso lange und ausgewachsene Traditionen in Finnland wie der Muttertag. Sicher, der Vater bekommt in der Regel Kuchen und Karten ans Bett, aber auch ein kleines Geschenk. Emilia plant ein Geschenk zu kaufen, und *Oi mutsi mutsi* -Bloggerin Elsa ist in der Vatertags-Event-Planungs-Gruppe beteiligt. Meine Studie schwächt das Stereotyp, dass der Alkohol bei allerlei Feiern dabei ist. Der Mutter- und Vatertag werden auf jeden Fall nicht betrunken gefeiert.

In den finnischen Blogs verpasst man nicht die Abschlußfeier der Schule, das Frühlingsfest. *Peace, love and poopdiapers* -Bloggerin gratuliert allen Schulabgängern. Finnische Schüler beginnen ihre Sommerferien gleichzeitig, anders als in Deutschland, wo die Ferien aufgrund von Staus regional unterteilt werden. Auch *Kaikki mitä rakastin* -Bloggerin Eeva gratuliert den Absolventen und gibt Lebensregeln als Geschenk. In Finnland gibt es eine Tradition, dass auch die Lehrer des Kindes zum Frühlingsfest ein Geschenk bekommen, als Dank für das vergangene Jahr. *Oi mutsi mutsi* -Bloggerin Elsa schreibt einen ganzen Blogeintrag über Geschenkideen. Die Abschlussfeier der Schule ist sicher eines der ersten Alkoholexperimente der finnischen Jugend. Dann werden sie ordentlich trinken, und zum ersten Mal richtig betrunken.

*Time of the Aquarius* -Bloggerin Minna nennt Johanni in ihrem Blogeintrag im Mai:

Kuukausi vielä pompitaan aropupuna ja sitten on kuulkaas jo loma, eli siis jo juhannus.  
Nur noch einen Monat und wir hüpfen - wie Steppenkaninchen, und dann ist Urlaub,  
also Johanni.

Johannis ist für den Finnen der richtige Sommer. Diese Mitternachtsfeier wird in Finnland nach besonderen Traditionen gefeiert. Tanz im Freien, Johannisfeuer, Johannisbirken und das Fahren in die Hütte gehören zu den finnischen Johannis-Feierlichkeiten. Auch Weihnachten

ist ein wichtiges Fest für die Finnen. Schon am ersten Mai plant Emilia von *Uusikuu*-Blog die Kleidung für die Weihnachtsfeier. Auch die finnischen Weihnachtsfeiern mit der Familie, Freunden oder Arbeitskollegen sind wichtiger als der Weihnachtsabend selbst.

Der Finne feiert gerne und findet immer einen Grund zum Feiern. *Uusikuu*-Bloggerin Emilia nennt die Themafete. Der Alkohol spielt eine große Rolle für das finnische Feiern. Der Finne trinkt nicht nur gerne, sondern gern auch so viel, dass er betrunken ist. Schaumwein und sprudelnde Getränke werden auf einer Wochenendparty genossen. Eine Multi-Bild-Serie beweist dem Leser die Verwendung von Stimulanzien. *In Muutama hetki* -Blog wird die Verwendung von Alkohol mehrfach erwähnt:

Nu ska vi kreba (nyt kreisibailataan))!! Viime lauantai oli nollaus. Jorattiin suht tiedottomassa tilassa kaksi tuntia putkeen.

Jetzt wird gefeiert!! Der vorige Samstag war ein Flopp. Wir schwofen zwei Stunden lang im relativ bewußtlosen Zustand.

*Mami go go* -Bloggerin Minttu erzählt von ihren Feiern:

Pojat ovat isän hellässä huomassa ja tänään juhlietaan blogikaksikkomme voimin, eli Elsa tuli kylään skumppakassi kilisten. Poksautettiin pulloja äsken keittiössä, ja jälleen kerran kesäfiilis on huipussaan!

Die Söhne sind in Vaters zärtlicher Obhut und heute wird im Bloggerduo gefeiert, d.h. Elsa kommt zu Besuch mit einer klirrenden Schaumweintüte. Wir lassen die Flaschen knallen und wieder ist die Sommerstimmung auf dem Höhepunkt!

Zu den finnischen Feiern gehört ausnahmslos der Alkohol. Die Finnen feiern nur ungerne ohne Alkohol und wenn sie ohne Alkohol feiern, gibt es meistens einen Grund dafür. *Kaikki mitä rakastin* -Bloggerin Eeva kündigt das Kommen der Gäste an:

Ja sen vuoksi suljen kohta koneen, tartun ehkä imuriin, jos jaksan, mutta ainakin laitan kuoharin kylmään ja tanssin vähän.

Und deshalb schließe ich den Computer bald, vielleicht werde ich noch staubsaugen, wenn ich das schaffe, aber auf jeden Fall lege ich eine Schaumweinflasche kalt und tanze ein bisschen.

Mein Forschungsmaterial signalisiert, dass der Alkohol nicht nur zu den finnischen Feiern gehört, sondern auch zu dem mehr alltäglichen sozialen Umgang. Alkohol krönt die Atmosphäre. Die finnischen Blogs bilden ein Stereotyp von dem rauschtrinkenden Finnen. Das Feiern ist akzeptabel und es wird für eine gute Tradition gehalten. Im Vergleich zu den deutschen Blogs, wird das Feiern mit Alkohol stark betont. In den deutschen Blogs geschieht das überhaupt nicht.

#### 4.2.4.6 Kreuzfahrt

Die Finnen verbringen ihren Urlaub lieber auf einer Kreuzfahrt als an dem Strand. Das ist ein Unterschied zwischen den Finnen und Deutschen, die einmal im Jahr in die Sonne fahren. Wenn der Finne eine Mini-Reise machen möchte, bietet die Schweden-Fähre eine gute Möglichkeit dazu. Die Kreuzfahrerkultur ist nach meiner Studie typisch finnische Reisen. Auf eine Kreuzfahrt kann man entweder mit der Familie oder mit den Freunden fahren.

Meine Studie hat ergeben, dass die Schweden-Fähre das beliebteste Reiseziel der Finnen ist. Auf der Schweden-Fähre fährt man entweder ganz spontan mit oder lang geplant. *Oi mutsi mutsi* -Bloggerin Elsa fährt mit den Nachbarskindern auf der Schweden-Fähre. Es ist typisch, dass die Finnen mit ihren Freunden mit der Schweden-Fähre eine Kreuzfahrtreise machen. Da will man mit den Leuten umgehen, tanzen, Karaoke singen, gut essen und trinken. *Kaikki mitä rakastin* -Bloggerin Eeva ist in letzter Minute auf Kreuzfahrt gefahren,. In ihrem Blogeintrag "Seilataan auringonlaskuun" hat sie die Stimmungen auf der Fähre fotografiert.

Ylisipola (2008) schreibt über den finnischen Eifer zu Kreuzfahrten auf der Internetseite von Kaleva. Er hat den stellvertretenden Betriebsleiter von Viking Line, Boris Ekman interviewt. Ekman stellt fest: "Die Finnen sind ein Kreuzfahrervolk! Es gibt kein anderes Land in der Welt, in dem die Menschen so viele Kreuzfahrten machen wie in Finnland."<sup>16</sup> Mein Forschungsmaterial stärkt die These von dem Finnen, der sich auf der Fähre erholt.

#### 4.2.5 Kleidung der Finnen

Der Finne schätzt einheimisches Design auch in der Kleidung. Marimekko-Bekleidung und Nokia-Gummistiefel sind echte finnische Produkte. Die Finnen legen ihr Geld in Kinderkleidern an und die Verwendung der Tennisschuhe ist finnischer Kleidungsstil von heute. Im Folgenden werden die einzelnen Aspekte der Kleidung der Finnen im Detail analysiert und mit früheren Forschungsergebnissen verglichen.

---

<sup>16</sup> <http://www.kaleva.fi/uutiset/talous/risteily-on-toisille-kuin-etelanmatka/318713/>

#### 4.2.5.1 Windanzug und Gummistiefel

Die Finnen werden auch Windanzugvolk genannt<sup>17</sup>. Sie werden mit Luhta-Kleidern assoziiert (Berg, Bergman und Törnroos 1991, 19-21). Der Windanzug passt in Finnland sowohl für Einkaufen, Spaziergang, Besuch als auch für gesellschaftliche Ereignisse. Sogar die vorige Präsidentin Tarja Halonen war im Windanzug zu sehen.<sup>18</sup>

Der Finne kleidet sich in Windanzug und Gummistiefel und kann damit gleichzeitig modisch aber auch unmodisch sein. In meinem Forschungsmaterial wird der Windanzug sichtbar. In *Muutama hetki* -Blog gibt es Bilder von einem jungen Mann und einer jungen Frau im Windanzug. Die Farben des Windanzugs geben den Zeitgeist wieder. Auch im Windanzug kann der Finne cool und modisch sein.

Meine Studie weist darauf hin, dass der Finne nicht nur in Gummistiefeln beim Beerenpflücken und Pilzsammeln im Wald läuft, sondern sogar im Shopping-Center kann man modische, junge Frauen sehen, die Gummistiefel tragen. Meine Studie hat ergeben, dass die finnischen Bloggerinnen Nokia mögen. Nokia ist die beliebteste Stiefelmarke, die die Finnen tragen. In *Oi mutsi mutsi* -Blog plant die Bloggerin Elsa Gummistiefel für ihren Sohn zu kaufen, weil gerade das Gummistiefelwetter herrscht. Die finnischen Nokia-Stiefel werden als eine Alternative genannt.

#### 4.2.5.2 Marimekko

Meine Studie stärkt die Vorstellung, dass der Finne sich auch modisch ankleiden kann. Die finnischen Blogeinträge schaffen eine Idee von einem lockeren, stilvollen Kleidungsstil der Finnen. Vor allem Marimekko, das Flaggschiff des finnischen Stils, hat einen starken Rang in Finnland aber auch in der internationalen Modebranche. Ein typisches Kennzeichen des finnischen Kleiderstils sind die gestreiften Marimekko-Trikots.

---

<sup>17</sup> [http://yle.fi/vintti/ohjelmat.yle.fi/kuudes\\_aisti/tutkimustuloksia.html](http://yle.fi/vintti/ohjelmat.yle.fi/kuudes_aisti/tutkimustuloksia.html)

<sup>18</sup>

[http://www.suomenmaa.fi/paakirjoitus/tarja\\_halonen\\_on\\_hoitanut\\_presidentin\\_p%C3%A4%C3%A4ty%C3%B6t%C3%A4\\_hyvin\\_5706175.html](http://www.suomenmaa.fi/paakirjoitus/tarja_halonen_on_hoitanut_presidentin_p%C3%A4%C3%A4ty%C3%B6t%C3%A4_hyvin_5706175.html)

In den Bildern von *Peace, love and poopdiapers* -Blog spielen die Kinder zu Hause in diesem traditionellen blauweißen Trikot. Die Marimekko-Muster sind sowohl bei den Kleidern als auch bei der Einrichtung beliebt. In *Peace, love and poopdiapers* -Blog hat der kleine Junge eine Marimekko-Mütze aus dem traditionellen Pikku bo boo -Stoff. In *Oi mutsi mutsi* -Blog hat der Sohn eine rot-weiß-gestreifte Schirmmütze aus Marimekkos Jokapoika-Stoff und in einem anderen Bild hat er ein Jokapoika-Hemd, ein schwarz-weißes. In den Bildern vom *Muutama hetki* -Blog haben die Kinder sowohl gestreifte Marimekko-Trikots als auch Kleider aus einem anderen, legendären Muster, Pallo.

Bei der vorliegenden Studie hat ergeben, dass Marimekko-Produkte auch beliebte Flohmarktartikel sind. *Kaikki mitä rakastin* -Bloggerin Eeva wird auf dem Flohmarkt ihre Sachen verkaufen. Sie lockt die Leser mit einer Marimekko-Ledertasche, *Matkuri*. Die starke Erscheinung von Marimekko-Produkten in den finnischen Blogs verstärkt die Vorstellung des finnischen Stils in der finnischen Kleidung und Einrichtung.

#### **4.2.5.3 Kinderkleidung**

Die Liebe der finnischen Bloggerinnen zu Kinderkleidern stellte sich in den finnischen Blogs heraus. Meiner Meinung nach wurde sie so deutlich sichtbar, dass jeder Blogleser sie bemerken soll. Die finnischen Blogs haben ein neues, nationales Stereotyp, eine neue nationale Idee gebildet. Die finnischen Blogs verraten, dass die Finnen viel Geld in die Kinderkleider investieren. Speziell die finnischen Bloggerinnen scheinen das finnische Kinderkleidungsdesign zu schätzen. Die Ausdrücke der Aarekid-Kleider haben einen ganz eigenen Blogeintrag bekommen in *Mami go go* -Blog. Minttu schreibt:

Kävimme eilen tutustumassa Aarekidin liikkeessä syysuutuksiin aamupalan merkeissä. Kuten taas kerran, oli todella hienoa tavata ihmisiä tämä Suomalaisen design vaatemerkin takana.

Wir waren gestern in Aarekid-Geschäft und lernten die Herbstneuheiten am Frühstückstisch. So wie immer, war es wirklich hervorragend die Menschen hinter der finnischen Design Kleidungsmarke zu treffen.

Auch *Oi mutsi mutsi* -Bloggerin Elsa hat eine Kleiderparty organisiert, worüber *Mami go go* -Bloggerin Minttu schreibt. In dieser Party wurde finnisches Nosh Organics -Kinderkleiderdesign präsentiert.

Nosh on siis suomalaista suunnittelua ja sen luomupuuvillaiset vaatteet valmistetan Portugalissa, joka on hyvin tunnettu laadukkaasta luomupuuvillastaan.



Nosh ist also finnisches Design und die aus Öko-Baumwolle genähten Kleider werden in Portugal hergestellt, das sehr bekannt für seine hochwertige Öko-Baumwolle ist. Das finnische Design in der Kinderkleidung ist wichtig und es wird sichtbar auf den Kinderbildern der finnischen Blogs.

#### 4.2.5.4 Tennisschuhe

Eine andere Sache, die in meiner Studie auftaucht und die ich in dem finnischen Kleidungsstil gemerkt habe sind die Van's- und Converse-Tennisschuhe. *Peace, love and poopdiapers* - Bloggerin schreibt auf folgende Weise:

Aika vahvasti näyttää siltä, että äiti ja pojat tamppaavat kesän vansseissa ja converseissa, mutta niihin on ollut luottaminen jo vuosia, joten miksi vaihtamaan? Es sieht ziemlich stark so aus, dass die Mama und die Söhne in Van's und Converse laufen, aber auf sie hat man sich schon jahrelang verlassen, warum soll man tauschen?

Vor allem tragen die finnischen Kinder diese Markentennisschuhe, aber die *Musta tuntuu* - Bloggerin Jonna beschreibt ihren alltäglichen Kleiderstil:

Yksi kimmoke on se, että kuljen kaiken aikaa Converseissani. Yhtenä päivänä valkkaan mustat, toisena valkoiset. Ei sillä, etteikö minulla olisi muitakin - onhan niitä, erivärisiä Conseejakin, mutta ne ovat pahvilaatikoissa pitkin kotia. Ein Motiv ist natürlich, dass ich die ganze Zeit in Converse herumlaufe. An einem Tag wähle ich schwarze, an anderen weiße. Nicht, dass ich in keine anderen Farben hätte - es gibt sie, aber sie sind zu Hause in verschiedenen Pappkartons rundherum.

*Oi mutsi mutsi* -Bloggerin Elsa fährt Rad um Van's für ihren Sohn zu kaufen. Diese Markenschuhe werden gekauft, obwohl der Preis unverschämte teuer ist. In *Mami go go*-Blog hat die Bloggerin ihre eigenen Converse in Nahaufnahme fotografiert. In gleichem Blog fotografiert Minttu mehrmals ihre Kinder mit Converse-Schuhen.

Ein lockerer Kleidungsstil gefällt den Finnen, aber mit dem werden nicht der Windanzug und die Gummistiefel gemeint, sondern sie werden genau überlegt verwendet. Ein locker angezogener Finne trägt Jeans, T-Shirt und Tennisschuhe. Die Deutschen scheinen ähnliche Kleidungsstücke zu tragen. Meiner Meinung nach ist der lockere Kleidungsstil in Deutschland und Finnland ähnlich. Die Finnen investieren ihr Geld gerne in die Kinderkleidung. In den deutschen Blogs werden die Kinderkleider dagegen gar nicht präsentiert.

## 4.2.6 Wohnen der Finnen

Mein Forschungsmaterial beweist, dass man heutzutage selten Familien in Finnland trifft, die zusammen mit den Großeltern wohnen. Die Verwandten wohnen oft weit voneinander und das Wohnen hat sich auf die Kernfamilie konzentriert. In den finnischen Wohnungen gibt es eine Küche, ein Wohnzimmer und Schlafzimmer. Die typisch finnische Redensart ‘Eine rote Stube mit Kartoffelacker’ scheint nicht die Wirklichkeit der finnischen Bloggerinnen zu sein. Sie betonen nicht ihre Wohnform und sie kommt nicht unbedingt in den finnischen Blogs zum Ausdruck.

### 4.2.6.1 Wohnformen und der Wohnraum

Die finnischen Bloggerinnen wohnen und leben in der Kernfamilie. Keine von den finnischen Bloggerinnen wohnt mit anderen Verwandten zusammen.

*Tirsat*-Bloggerin Laura beschreibt das Wohnen ihrer Großmutter auf folgende Weise:

Koko päivän ajattelin omaa mummoani, joka asui viimeiset elinvuotensa vanhainkodissa. Muistan tarkasti ne hetket, kun vierailin hänen luonaan. Mummu tahtoi ehdottomasti tarjota viinerit kahviossa, joka kerta. Kun työnsin hänet pyörätuolissa tiskille ja mummo kaivoi kukkarostaan kolikoita maksaakseen, tilanteessa oli jotain äärettömän liikuttavaa, kuin pientä juhlaa.

Den ganzen Tag dachte ich an meine Oma, die die letzten Jahre ihres Lebens in einem Altersheim wohnte. Ich erinnere mich ganz genau an die Stunden bei ihr. Die Oma wollte mich immer zu einem Plundergebäck in der Cafeteria einladen, jedes Mal. Als ich sie in dem Rollstuhl zur Theke schob und die Oma in ihrem Portemonnaie Münzen holte, war das alles etwas rührend, wie ein kleines Fest.

Dieser Text zeigt, dass nicht einmal die eigene, kranke und alte Oma die letzten Jahre ihres Lebens von ihren Verwandten versorgt werden darf. Die Gesellschaft, Krankenschwester und Altenpfleger kümmern sich um die alten Menschen in Finnland. Dieses spiegelt meiner Meinung nach den finnischen Individualismus und die Verbissenheit der Finnen wider. Sogar die eigenen Großeltern sollen ohne Hilfe der Kinder zurechtkommen.

Die finnischen Blogs zeigen, dass es eine Küche, ein Wohnzimmer und Schlafzimmer in den finnischen Wohnungen gibt. Ein echtes Arbeitszimmer gab es nicht in allen Wohnungen der finnischen Bloggerinnen, aber oft gab es eine Arbeitsnische in der Wohnung. In den Wohnungen der Bloggerinnen gab es oft ein oder zwei Kinderzimmer. Die Einrichtung und Styling von Kinderzimmern war ein wesentlicher Teil des Lifestyle-Bloggens in Finnland.

Die finnischen Bloggerinnen betonten nicht ihre Wohnform und die finnischen Blogs zeigen das auch nicht. Die Wohnung in sich ist wichtig, aber es ist nicht so wichtig ob man in einem Einfamilienhaus oder in einem Appartement wohnt. Zum Beispiel *Uusi kuu* -Bloggerin Emilia wohnt wahrscheinlich in einem Einfamilienhaus. Das wird klar durch die Bilder und Texte in ihrem Blog.

#### **4.2.6.2 Ausstattung**

Es wurde in meinem Forschungsmaterial sichtbar, dass die Liebe der Finnen zur Handarbeit sich auch in dem finnischen Wohnstil zeigt. Handgewebte Flickenteppiche gehörten zu den finnischen Wohnungen. In vielen finnischen Blogs erschien die modernisierte Form eines Flickenteppichs, ein runder aus Einschlag gehäkelter Teppich. Die Flickenteppiche sind sowohl in den finnischen Wohnungen als auch in den Sommerhäusern zu finden, sowohl drinnen als auch draußen. In *Muutama hetki* -Blog sind die Böden des Sommerhauses mit Flickenteppichen bedeckt. In *Musta tuntuu* -Blog werden die Flickenteppiche in Inspirationsbildern verwendet. Meine Studie hat ergeben, dass die finnische Tradition die Böden mit bunten Flickenteppichen zu bedecken keinen Anklang in den deutschen Wohnungen findet.

In vielen finnischen Blogs wurden hölzerne Gebrauchsartikeln, sogar das Putzzeug, wegen ihrer Schönheit in verschiedenen Stillleben fotografiert. Ein Kennzeichen des finnischen Möbeldesigns ist, dass sie aus Holz hergestellt werden. Viele der weltbekannten finnischen Designmöbelstücke sind aus dem hellen Birkholz hergestellt. Die *Musta tuntuu* -Bloggerin Jonna schreibt von der Schönheit des reinen Holzes:

Paljas puu näyttää hyvältä ihan minkä vain värin rinnalla, niin se vain on.  
Das bloße Holz sieht gut aus neben allen Farben, so ist es bloß.

Die Liebe der Finnen zum Holzmaterial kann keiner verneinen. Auch helle, aus Span geflochtene Körbe symbolisieren die finnische Handarbeitskunst in den modernen finnischen Wohnungen. In *Oi mutsi mutsi* -Blog diente der Spankorb als Einkaufstasche. Im Text erwähnt die Bloggerin den Spankorb auf folgende Weise:

Jatketaan mummoiluaiheilla, kun ensin ajeltiin mummopyörällä päekorit viuhuen...

Man geht weiter mit dem Großmutterthema, als wir zuerst mit dem Großmutterfahrrad mit Spankorb Rad gefahren sind...

Huomatkaa muuten trendikäs laatikkopyöräni :D Verso designin ja Iittalan yhteistyöpärekorit oli saanut uuden koon, minkä nappasin heti sen bongattuani. Guck mal an, wie aktuell mein Kastenrad (direkte Übersetzung aus dem Finnischen) ist :D Die Körbe, die eine Zusammenarbeit von Verso-Design und Iittala sind, sind in einer neuen Größe erschienen, und ich habe ihn sofort gekauft, als ich ihn entdeckt habe.

In *Peace, love and poopdiapers* -Blog ist der Spankorb ein Aufbewahrungsort der Stoffe. Er ist eine moderne Version von der traditionellen Handarbeit. In den deutschen Blogs konnte ich weder Wandteppiche noch Spankörbe finden.

Bei meiner Studie hat sich ein unerwartetes Phänomen ergeben. Auch in den deutschen Blogs wie *Biancas Wohnlust*, *Liebesbotschaft*, *the art of confusion* und *HeimatPOTTential* konnte ich die skandinavische Atmosphäre spüren. Möbelanschaffungen wurden in IKEA gemacht. Doch konnte ich sehen, dass auch die alten, geerbten Möbel geachtet werden.

In *Muutama hetki* -Blog findet man einen traditionellen Wandteppich an der Wand. In *Bambula*-Blog gibt es dagegen einen modernen Wandteppich mit frischeren Farbnuancen. Der Wandteppich ist nicht an der Wand, sondern hängt auf einem schwarzen Kleidergestell. In *Muutama hetki* -Blog gibt es helle Kiefern Möbel in den Sommerhausbildern. Auch die Wände und die Böden sind aus Kiefernholz. Das helle Holz ist deutlich im *Bambula*-Blog zu sehen, da das Holz nicht nur für Möbel, sondern auch für Gebrauchsartikel sowie für eine Tasche, Lampenleitung, Blumengestell, einen Kamm und Teppich verwendet wurde.

Die finnischen Blogs zeigen gerne das finnische Design. Das Glasdesign von Iittala, Porzellan von Arabia, Stahl von Hackman und Textilien von Marimekko treten in fast jedem Blog auf. Die neuere Produktion von Marimekko umfasst auch das Geschirr. Sowohl die ältere als auch die neuere Produktion von Arabia ist unter den finnischen Bloggern beliebt. (Siehe *Time of the Aquarius* Blogeintrag am 17.5.2013 "Perjantaille".) Auch die alten Fabrikgebäude von Arabia und das ganze Fabrikgebiet haben eine besondere Stellung in der Stadtlandschaft bekommen. *Oi mutsi mutsi* -Bloggerin feiert das jährliche Straßenfestival auf dem alten Fabrikgelände von Arabia in Toukola in Helsinki. Dieses alte Fabrikgelände ist zu einem beliebten, wertvollen Wohnviertel geworden. Die alten Fabrikgebäude prägen die Landschaft auf eine stimmungsvolle Weise.

Der Finne schätzt das einheimische Porzellan. *Oi mutsi mutsi* -Bloggerin Elsa beschreibt ihre Beziehung zu dem finnischen Porzellan:

Olen tässä muutaman vuoden harmitellut, ettei meillä ole ns. fiinimpää astiastoa. Sellaisia lautasia, mitkä voisi kattaa isolle porukalle ruokajuhlissa ilman, että joku saisi aina syödä erilaisesta lautasesta. Kuten varmasti moni muukin, olen pitänyt Arabiaa ykkösvalintana, varmaan ihan kulttuurisidonnaisista syistä.  
Ich habe mich schon einige Jahre lang darüber beschwert, dass wir kein feineres Geschirr haben. Solche Teller, die man für eine größere Gesellschaft decken kann, ohne dass jemand von einem unterschiedlichen Teller essen soll. So wie sicher viele andere, habe ich Arabia als erste Wahl gehalten, vermutlich aus kulturverbundenen Gründen.

In *Muutama hetki* -Blog wird der Geburtstag der Großmutter Laila gefeiert. Das finnische Porzellan, Textilien und Stahlgebrauchsartikel werden auf dem gedeckten Festtisch gebraucht. Auch im Sommerhaus trinkt man Morgenkaffee aus Arabia-Tassen und die alten Hackman-Töpfe genügen zum Kochen. Das finnische Designgeschirr wird sowohl im Alltag als auch im Fest verwendet, aber auch als Dekoration in der Küche. Es wird nicht sparsam verbraucht, sondern man kann auch den Reiseproviant am Rande eines Feldes aus dem Design-Porzellan essen. Die Kastehelmi-Serie von Iittala präsentiert sich in den finnischen Blogs. Die Neuproduktion von Oiva Toikkas Kastehelmi-Serie ist zum Beispiel in Cupcake -Bildern von *Oi mutsi mutsi* -Blog zu finden.

In *Peace, love and poopdiapers* -Blog liegt der Kräpfel auf einer Marimekko-Serviette. Das Muster dieser Serviette hat ihre Inspiration von den alten Flickenteppichen geholt und heißt sogar Räsymatto, Flickenteppich. Das finnische Design reicht bis zu Einwegartikeln. Der Lokki-Stoff von Marimekko hängt als Gardine in dem Kinderzimmer von *Peace, love and poopdiapers* -Blog. Auch in einer Wohnung in *Muutama hetki* -Blog schmückt der gleiche schwarz-weiße Stoff das Wohnzimmer.

Auch der Alkohol hat laut meiner Studie eine dekorative Funktion in der Wohnung. In der Wohnung der *Muutama hetki* -Bloggerin Kaisu hat sie bildschöne Vodka-Flaschen stehend auf dem Schrank. Auch in *Uusikuu*-Blog richtet sich Emilia mit Alkoholflaschen ein. Statt der Flasche hat sie Hunderte von Weinflaschenkorken in eine große Glasschüssel gesammelt.

Auch in der früheren Forschung ist klar geworden, dass die Wohnung und die Sachen in der Wohnung viel von ihren Bewohnern erzählen. Sogar die Werte, Glaubensvorstellungen und der Schönheitssinn kommen zum Ausdruck. Die Einrichtung zeigt was einem wichtig ist. Ein Volk, das eigenes Design und Handwerk schaffen kann, ist ein kulturell starkes Volk. Die

finnische Architektur und Einrichtungskunst waren ein Werkzeug, um die Existenz des Volks zu kämpfen.<sup>19</sup> Meine Studie weist daraufhin, dass die Finnen das einheimische Design stark schätzen. Ebenso Tuomi-Nikula (1989, 8) und Berg, Bergman & Törnroos (1991, 45) meinen, dass die finnische Architektur und Handarbeit typische Merkmale für das Finnlandbild im Ausland sind.

#### 4.2.6.3 Sauna

Die größte Überraschung meiner Studie war, dass kein finnischer Blog zeigte, dass die Finnen die finnische Hochburg, Sauna, in ihrer Wohnung hätten. Nur in *Kaikki mitä rakastin* -Blog wurde ein Sauna-Abend gefeiert. Dann befanden sie sich in der Sauna der Hausgemeinschaft. Eeva schreibt:

Asun nyt ekaa kertaa aikuisiälläni taloyhtiössä, jossa on sauna, joten edellisestä kerrostalon saunailasta on päässyt vierähtämään rapiat 20 vuotta. Muistan kyllä ne saunailat 80- ja 90-luvun Tikkurilasta edelleen oikein hyvin. Kotona laitettiin ylle kylpytakit ja tohvelit ja pakattiin sampoot ja saunakaljat (lapsille jaffaa) punaiseen muovikoriin.

Ich wohne jetzt zum ersten Mal im Erwachsenenalter in einer Hausgemeinschaft, in der es eine Sauna gibt, so dass 20 Jahre gegangen sind, als ich letztes Mal in einer Hochhaus-Sauna gewesen bin. Ich erinnere mich an den Sauna-Abenden in den 80er und 90er Jahren in Tikkurila sehr wohl. Zu Hause hat man erst die Bademäntel und Hausschuhe angezogen und Shampoos und Saunabier (Orangenlimonade für Kinder) in einen roten Flaschenkorb verpackt.

Die Saunen der Hausgemeinschaften, Hallenbäder, Fitnessräume und Badeanstalten waren sonst nicht in den finnischen Blogs genannt.

Obwohl ich finde, dass die Sauna traditionell zu der finnischen Wohnung gehört, war das nicht in meinem Forschungsmaterial zu sehen. Laut Tuomi-Nikula (1989, 8) ist die Sauna beinahe ein Muss für die Finnen. Die Rolle der Saunen zu Hause ist nicht in den finnischen Blogs wichtig. (Vgl. Sommerhaussauna.) Kann es sein, dass das Saunieren eine so alltägliche Routine ist, dass die Blogger es nicht für nennenswert halten? Oder ist die Sauna ein so heiliger, intimer Platz, dass man nicht darüber bloggen will? Oder ist der finnische Saunabader nicht seinen Ruf wert?

<sup>19</sup> <http://yle.fi/elavaarkisto/haku/#toimituksen%20koostama/Suomalainen%20koti%20tuvasta%20kerrostaloon>

## 5 ZUSAMMENFASSUNG UND DISKUSSION

Das Ziel der vorliegenden Arbeit war durch Thematisierung zu untersuchen, welche Art von nationalen Stereotypen Blogs in den veröffentlichten Texten und Bildern vermitteln. Ich untersuchte die Stereotype über Deutsche und Finnen. Das Untersuchungsmaterial teilte sich in zwei Kategorien: Stereotype über Deutsche und Stereotype über Finnen. Die nationalen Stereotype wurden doch mit dem gleichen Analysemodell betrachtet. Das Analysemodell enthielt sechs Kategorien, die den Alltag des gewöhnlichen Bürgers relativ ganzheitlich beschreiben.

In der theoretischen Grundlage habe ich die Begriffe Stereotyp und Blog vorgestellt. Auch auf die vorige Stereotypenforschung über den finnischen und deutschen Nationalcharakter ist in dem Analyseteil hingedeutet worden. Lifestyle-Blogs können ein wirklichkeitsgetreues Bild von einer Nation vermitteln und dieses Bild ist authentischer als die Lehrbücher oder Reiseführer. Sie vermitteln Information aus dem persönlichen Blickwinkel und dadurch können möglicherweise die steifen, nationalen Stereotype erneuert werden. Lifestyle-Blogs können eine Informationsquelle für andere Nationalitäten sein. Besonders für diejenigen, die sich für andere Kulturen interessieren, können Lifestyle-Blogs eine schnelle, leichte und kostenlose Informationsquelle sein.

Die Eigenschaften-Kategorie umfasste die charakteristischen Züge der jeweiligen Nation. Mit der Kategorie *Beziehungen* meinte ich die sozialen Beziehungen des Individuums in Deutschland und Finnland. Zu der *Esskultur* -Kategorie gehörten die stereotypen Speisen der jeweiligen Nation. Zu der finnischen Kultur gehörten außerdem stark die Alkoholgetränke und Kaffee. Deshalb wurden auch diese Getränke in der Esskultur-Kategorie betrachtet. In der vierten Kategorie wurden die *Aktivitäten der Freizeit* behandelt. Die *Kleidung*-Kategorie verdeutlichte die Kleidungsweise der Deutschen und Finnen. Zuletzt wurden *Wohnen* und *Wohnraum* in Deutschland und Finnland analysiert.

Ich habe die Thematisierung als Analysemethode vorgestellt und begründet, warum sie für meine Studie passt. Es wurde auch besprochen, dass die Blogs heute ein wichtiger Teil der Massenmedien sind. Es wurde festgestellt, dass die nationalen Stereotype diskriminierend sein können. Deshalb wäre es wichtig, dass die echten, wahrheitsgetreuen Ideen auf die nationalen Vorstellungen wirkten und damit die Stereotype positiver wurden.

## 5.1 Ergebnisse der Analyse

Meine Studie zeigt, dass die Deutschen alles im Voraus planen und zielstrebig vorgehen. Die Deutschen planen Aktivitäten weit in die Zukunft. Ordnung muss sein, und die geplante Organisation hilft dem Deutschen Ordnung zu halten. Die Deutschen scheinen auch systematisch zu sein. Es wird in den wöchentlichen Beschäftigungen der Blogger sichtbar. Auch die deutsche Pünktlichkeit erreicht alle Ebenen des Lebens. Es beginnt am frühen Morgen und geht weiter den ganzen Tag hindurch. Die Deutschen erwarteten, dass auch andere Menschen diese Eigenschaften schätzen und andere Leute wurden durch Status, Erfolg, gesellschaftliche Stellung und Reichtum bewertet. Die deutschen Lifestyle-Blogs zeigen, dass der Deutsche nicht spontan handelt, im Gegensatz zu den Finnen.

Die finnischen Lifestyle-Blogs zeigen, dass die Finnen sich selbst gerne als von der Gruppe unabhängig definieren, obwohl sie nach der Anerkennung der Umgebung streben. Die finnischen Blogger waren aktiv, um an verschiedenen Festen und Ereignissen teilzunehmen. Die finnische Verbissenheit war in den finnischen Blogs stark vorhanden. Die finnischen Blogger zeigen ihre Verbissenheit im Sport und in der Arbeit. Auch die Bescheidenheit war in den finnischen Blogs zu sehen. Neid wurde sichtbar in der Geschwisterrivalität. Bei der Untersuchung hat es sich ergeben, dass die Finnen immer noch viel fluchen. In den Blogtexten wurden viele verschiedene Fluchwörter verwendet. Der Finne ist skeptisch und pessimistisch. Für die Finnen ist das Minderwertigkeitsgefühl ein bekannter Begriff. Die Deutschen dagegen vermeiden es gerne.

Mein Forschungsmaterial beweist, dass die deutschen Lifestyle-Blogger keinen breiten Freundeskreis haben. Sie schrieben nicht über das Zusammentreffen ihrer Freunde. Sie berichteten auch nicht über die Besuche der Freunde. Der Familienbegriff der Deutschen ist breiter. Meine Studie erwies, dass die Verwandten sehr wichtig für die Deutschen sind. Die meisten deutschen Bloggerinnen waren im Arbeitsleben beschäftigt. Es kam trotzdem vor, dass auf die typisch deutsche Weise sich die Frauen meist um die Hausarbeit kümmern und die Mutterschaft ernst genommen wird.

Obwohl der Finne die Einsamkeit genießen kann, ist meiner Meinung nach die finnische Spontaneität deutlich in der Besuchskultur zu sehen. In den finnischen Blogs war zu sehen, dass die unerwarteten Besucher meistens mit Freude aufgenommen wurden. Es ist üblich in



Finnland Mitbringsel zu bringen und bei meiner Studie hat es sich ergeben, dass es oft ein Kuchen war. Die Finnen behalten ihre Freunde das ganze Leben lang. Die finnischen Familien bestehen aus Mutter, Vater und Kinder. Die finnischen Lifestyle-Blogs zeigen, dass die Männer und Frauen gleichberechtigt sind. Es wurde sichtbar in den finnischen Blogs, da die Männer und Frauen beide mit den Hausarbeiten sich beschäftigten. Es gab doch in einem Blogeintrag eine Erwähnung, in dem das Holzhacken als Männerarbeit gesehen wird. Da ging es aber um die körperliche Angemessenheit der Männer. Bei der Studie hat es sich ergeben, dass für die finnische Frau die Karriere wichtig war - oft sogar wichtiger als die eigenen Kinder. Diese Tatsache war überraschend. Die finnischen Frauen wollten nicht nur wegen der ökonomischen Gründe, sondern auch wegen der geistigen Gesundheit arbeiten. Trotzdem hatten die finnischen Bloggerinnen ein schlechtes Gewissen, weil sie sich nicht genügend um ihre Kinder kümmern.

Es wurde in den deutschen Blogs sichtbar, dass die Kuchen zu der Esskultur in Deutschland gehören. Sowohl die Bilder als auch die Texte präsentierten unterschiedliche Kuchen. Das beliebteste Gericht der Deutschen, das auch im Ausland mit Deutschland verbunden wird, waren Fleisch und Wurst. Vor allem Fleisch aber auch Wurst kamen in den deutschen Blogs mehrmals vor. Ein weiterer Favorit der Deutschen waren Brötchen. Sie wurden zum Frühstück gegessen, am liebsten Ofen warm. Auch zum Abendbrot wurden Brötchen mit verschiedenen Beilagen gegessen. Das Abendessen, Abendbrot, war in Deutschland eine kalte Mahlzeit.

Das Wahrzeichen der finnischen Esskultur, Roggenbrot, gehörte stark zu der Esskultur in Finnland. Die Bloggerinnen fotografierten Roggenbrot mit verschiedenen Beilagen. Es war in den finnischen Blogs zu sehen, dass der Alkohol eine wichtige Rolle für die Finnen spielte. Die Finnen trinken prickelnden Schaumwein. Auch Bier und Kaffee wurden gerne getrunken. Das finnische Hefengebäck, "Pulla", war unter den finnischen Bloggern beliebt. Auch verschiedene Breisorten wurden in den finnischen Blogs genannt. In meiner Studie wurde sichtbar, dass die Finnen gerne Brei essen.

Die typisch deutsche Ferienreise findet an den Strand und in die Sonne statt. Der Deutsche reist gerne und viel. Sie fahren gerne in die Sonne, aber die deutschen Blogs hoben auch eine neue stereotype Darstellung des deutschen Tourismus hervor. Nicht nur die Wärme und Sonne verlockten den Deutschen, sondern auch die Umgebung und die deutschen Städte.

Kurze Städtereisen munterten den Deutschen in seinem Alltag auf. In den deutschen Blogs war auch eine andere Erscheinung zu sehen. Die Deutschen gingen gerne spazieren um die Umgebung zu betrachten und die frische Luft zu atmen. Fußball ist der Nationalsportart der Deutschen. Dieses war auch in meiner Studie zu sehen. Sowohl Frauen als auch Männer verfolgten Fußball. Die deutschen Bloggerinnen schienen nicht zu feiern. Im Vergleich zu den finnischen Blogs war das Thema Feiern in den deutschen Blogs nur wenig sichtbar.

Die Natur liegt den Finnen am Herzen. Mitten in der Natur haben die Finnen ihr Sommerhaus. In meiner Studie wurde klar, dass das Sommerhaus und die Sauna für die bloggenden Finnen wichtig sind und dass sie ein wesentlicher Teil des finnischen Sommers sind. Die Beeren waren wichtig für die Finnen, obwohl sie nicht im Wald um Beeren zu pflücken waren, weil das Forschungsmaterial im Mai gesammelt wurde. Die Finnen lieben auch die Handarbeit. Unterschiedliche Einrichtungselemente waren handgemacht. Der erste Mai, der Muttertag und die Abschlussfeier der Schule waren stark in den finnischen Blogs vorhanden, wahrscheinlich wegen der Zeitspanne meiner Studie. Auch andere Feiertage wurden genannt, obwohl sie nicht im Mai gefeiert werden. Der Finne feiert gerne und findet immer einen Grund zum Feiern. Das Feiern geschah auch auf einer Kreuzfahrt. Meine Studie beweist, dass die Finnen Kreuzfahrt reisende Urlauber sind. Während der Deutsche in die Sonne fährt, verbringt der Finne seinen Urlaub gerne auf der Fähre.

Die Deutschen waren genauso so locker angezogen wie die Finnen. Mein Forschungsmaterial deutet darauf hin, dass sie Bluse, Strickjacke, Shirts, Jeans und Turnschuhe tragen. Bei meiner Studie hat sich auch ergeben, dass die Deutschen ihre Kleider sorgfältig pflegen und die Wiederverwendung hat einen hohen Stellenwert. Die Kleider werden gewaschen und gebügelt. Ein spezifischer Zug unter den Deutschen war, dass sie Handtaschen und Schmuck mögen. Sie gehören eng zu dem deutschen Kleidungsstil. Die Bedeutung der Accessoires ist eine Besonderheit, die ich in meinem Forschungsmaterial entdeckt habe.

Bei meiner Studie hat es sich ergeben, dass ein modischer Finne sogar im Windanzug oder in Gummistiefeln laufen kann. Meine Studie beweist, dass die Finnen sich auch modern ankleiden können. Speziell die starke Erscheinung von Marimekko-Kleidern war in den finnischen Blogs zu sehen. Marimekko-Kleider waren gleichzeitig traditionell und modern. Die Liebe der Finnen zu Kinderkleidern stellte sich in den finnischen Blogs heraus. Die finnischen Blogs haben ein neues, nationales Stereotyp, eine neue nationale Idee gebildet.

Eine andere Sache, die in meiner Studie auftauchte und die ich in dem finnischen Kleidungsstil bemerkte, waren die Van's- und Converse-Tennisschuhen. Der Finne trug Jeans, T-Shirt und Tennisschuhe. Die Deutschen schienen ähnliche Kleidungsstücke zu tragen. Meiner Meinung nach ist der lockere Kleidungsstil in Deutschland und Finnland ähnlich.

Die Wohnung des Deutschen schien sehr privat zu sein, weil sie eben nicht ihre Wohnungen so gerne präsentierten. Die unerwarteten Besucher waren nicht willkommen. Sie dekorieren gerne ihre Wohnungen mit frischen Blumen. Es sieht so aus, als ob das Revier der Deutschen vor der Haustür liegt. In den deutschen Blogs wurde die Heimatliebe sichtbar.

Die finnischen Bloggerinnen wohnten in Kernfamilien, sowie die Deutschen. Keine wohnt mit anderen Verwandten. In den Wohnungen gab es Wohnzimmer, Schlafzimmer und Küche. Die Einrichtung in den finnischen Wohnungen bestand aus finnischem Design. Auch die finnische Handarbeitskunst war in den finnischen Wohnungen vorhanden. Speziell die bunten Flickenteppiche waren zu sehen. Dagegen hatten die Deutschen nicht so viele Teppiche, aber auch die deutschen Blogger wurden von dem skandinavischen Einrichtungsstil hingerissen. Dieses schildert die Beliebtheit des skandinavischen Einrichtungsstils in der Blogosphäre. Möglicherweise hat der internationale Charakter der Blogosphäre dazu geführt, dass die Deutschen skandinavische Einflüsse bekommen haben. Die größte Überraschung meiner Studie war, dass die finnischen Bloggerinnen nicht über den heiligen Raum der finnischen Wohnungen, Sauna, schrieben. Nur eine Bloggerin schrieb über ihren Saunaabend. Die Sauna wurde nicht in den finnischen Blogs vorgestellt. Entweder ist das Saunieren eine alltägliche Routine oder ein intimer Platz, dass die Blogger es nicht nennen oder ist die Rolle der finnischer Sauna nur eine Illusion?

Meine Studie vermittelt aktuelle Information über deutsche und finnische Kultur. Bei der Studie hat es sich ergeben, dass die Blogs Vorstellungen gegenüber der jeweiligen Nation vermitteln. Durch die Blogs bekommt der Leser eine Vorstellung gegenüber den Deutschen und Finnen. Teilweise sind die Stereotype in meinem Forschungsmaterial auch in den früheren Forschungen entdeckt worden. Mein Forschungsmaterial rückte auch neuere, frischere Stereotype heraus, und ich glaube, dass die Blogs eine wirklichkeitsgetreuere Vorstellung gegenüber verschiedenen Nationen geben kann.

Die relativ kurze Zeitspanne meiner Studie hatte sicher ihren Einfluss auf die Forschungsergebnisse. Angenommen, dass die Zeitspanne beispielsweise ein Jahr gewesen wäre, wäre die Skala der Erscheinungen vermutlich breiter gewesen. Das Material der 20 Blogs wäre riesig gewesen und die Durchführung der Studie hätte viel mehr Zeit verlangt. Die qualitative Analyse hat meiner Meinung nach die Problemlösung behindert. Andererseits hätte die quantitative Analyse einen genaueren Ausblick auf die Häufigkeit der Erscheinungen gegeben. Ich wollte mich jedoch statt der Menge auf die Qualität konzentrieren.

Ich glaube, dass die Ergebnisse meiner Studie nicht der ganzen Blogosphäre gelten. Jedoch kommen die Züge der Lifestyle-Blogs deutlich hervor und die Themen der Blogs sind sicher in allen Lifestyle-Blogs vorhanden. Ich habe zur Kenntnis genommen, dass die zehn deutschen und zehn finnische Blogs, die ich untersucht habe, eine verhältnismäßig unbedeutende Menge neben den Millionen Blogs in der Blogosphäre ist. Deshalb soll man wirklich kritisch auf die Ergebnisse und deren Generalisierung eingestellt sein.

Die deutschen Blogs waren beachtlich individueller als die finnischen Blogs. Sie hatten aber oft ein gewisses Muster, nach dem sie sich richteten. Der finnische Blogautor dagegen publizierte seine Einträge spontaner. Die Lifestyle-Blogs der Finnen drückten stark die Trends des finnischen Alltags aus. In den finnischen Blogs waren die Modephänomene deutlich sichtbar. Auf die Weise wurde die Aktualität betont. In den deutschen Blogs wurde die Egozentrität betont. Die Blogbeiträge handelten über den Blogger selbst oder seine Familienmitglieder.

Mein Interesse für die Blogosphäre ist schon vor einigen Jahren entstanden. Weil ich in anderen Ländern gewohnt habe, interessierte ich mich für nationale Stereotype und ihre Entstehung. Vor der Vertrautheit mit dem Thema hatte ich eigentlich nur Information darüber, dass die nationalen Stereotype auf die Einstellung gegenüber anderen Nationen wirken. Ich hatte nicht nachgedacht, wie sie entstehen und was ihre breitere Bedeutung ist. Während der Studie wurde mir klar, dass die Stereotype sehr diskriminierend sein können. Oft sind sie so starke Verallgemeinerungen, dass deren Wahrheitsgehalt gar nicht geprüft wird.

## 5.2. Ausblick

Meiner Meinung nach sind Lifestyle-Blogs ein gutes Untersuchungsobjekt, weil das Material in Internet leicht zu finden ist. Die Lifestyle-Blogs vermitteln die nationalen Stereotype aus dem persönlichen, alltäglichen Blickwinkel. Meines Erachtens kann Blogforschung über nationale Stereotype in internationaler Wirtschaftskommunikation und Vermarktung genutzt werden. Dadurch wächst das Verständnis für andere Nationalitäten und die Kommunikation gelingt. Die Unternehmen können Blogs lesen und ihre Vermarktung passend auf die Zielgruppe richten.

Es wäre interessant, dass der Blickwinkel des Lesers in der Forschung betrachtet würde und die Leserkommentare auch zum Forschungsmaterial gehörten. Da die Anzahl der Leserkommentare oft sehr groß ist, habe ich sie nicht in meiner Studie betrachtet. Sonst wäre der Fokus nicht auf dem Blogger gelegen sondern auf dem Leser. Es wäre auch interessant eine vergleichende Studie der deutschen Frauen und deutschen Männer durchzuführen um heraus zu finden, ob die Unterschiede zwischen den bloggenden Frauen und Männern deutlich zu sehen wären. Andererseits könnte die Perspektive der Studie ganz anders sein. Die Blogger könnten interviewt werden, wie bewusst sie sich von den eigenen nationalen Stereotypen sind. Auch die Zeitspanne der Studie könnte länger sein, so dass die Blogeinträge eines ganzen Jahres zu dem Forschungsmaterial gehörten. Eine weitere Möglichkeit wäre die Zeitspanne zu verkürzen und dagegen verschiedene Blogtypen zu untersuchen.

## QUELLENVERZEICHNIS

### Primärquellen

#### Blogs, Deutschland

bianca´s wohnlust, Bianca

<http://biancaswohnlust.blogspot.fi/>

EDELFRSCH, Ruth

<http://www.edelfrosch.de/blog/>

FEE IST MEIN NAME, Fee

<http://www.feeistmeinname.de/>

Feel Wunderbar, Vivienne

<http://feel-wunderbar.blogspot.fi/>

heimatPOTTential, Juli

<http://heimatpotential.blogspot.fi/>

kleine Meise – großes Herz, Miss James

<http://dieschoenheitderchance.wordpress.com/>

Liebesbotschaft, Joanna

<http://liebesbotschaft.blogspot.fi/>

SLOMO, Okka

<http://okkarohd.blogspot.fi/>

TEXTERELLA, Susanne

<http://www.texterella.de/>

the art of confusion.

<http://theartofconfusion.blogspot.fi/>

### **Blogs, Finland**

TIME OF THE AQUARIUS, Minna

<http://www.timeoftheaquarius.com/>

Oi mutsi mutsi, Elsa

<http://oimutsimutsi.bellablogit.fi/>

MAMI GO GO, Minttu

<http://mamigogo.bellablogit.fi/>

MUUTAMA HETKI, Kaisu

<http://muutamahetki.blogspot.fi/>

Emilia's new moon, Emilia

<http://uusikuu.bellablogit.fi/author/uku5emil/>

kaikki mitä rakastin, Eeva

<http://www.lily.fi/blogit/kaikki-mita-rakastin>

PEACE, love AND POOPDIAPERS, Essi

<http://mainiotyyppi.bellablogit.fi/>

Musta tuntuu, Jonna

<http://mmmustatuntuu.blogspot.fi/>

Bambula, Naku

<http://bambulablogi.blogspot.fi/>

tirsat, Laura

<http://tirsat.blogspot.fi/>

## Sekundärliteratur

**Ainetter**, Sylvia 2006: Blogs – literarische Aspekte eines neuen Mediums. Eine Analyse am Beispiel des Weblogs Miagolare. Lit Verlag, Wien.

**Arras**, Ulrike 1998: Fremd- und Selbstbilder: Thematisierung und Bewußtmachung von Stereotypen und Vorurteilen bei marokkanischen Germanistikstudierenden. In Löschmann, Martin und Stroinska, Magda (Hg.): Stereotype im Fremdsprachenunterricht. Peter Lang, Frankfurt a.M. (S. 161)

**Barlow**, Aaron 2007: The rise of the blogosphere. Praeger, Westport.

**Bausinger**, Hermann 2002: Typisch deutsch. Wie deutsch sind die Deutschen? 3. Aufl. (1. Aufl. 2000) C.H. Beck oHG, München.

**Bausinger**, Hermann 1988: Name und Stereotyp. In Helge Gerndt (Hg.): Stereotypvorstellungen im Alltagsleben. Beiträge zum Themenkreis Fremdbilder - Selbstbilder - Identität. Festschrift für Georg R. Schroubek. Münchner Vereinigung für Volkskunde, München. (S. 13)

**Berg**, Niklas; **Bergman**, Karin & **Törnroos**, Jan-Åke 1991: Finlands image i Europa – europeiska företagsledares finlandsbild. Åbo Akademis kopieringscentral, Åbo.

**Berting**, Jan & **Villain-Gandossi**, Christiane 1995: The role and significance of national stereotypes in international relations: an interdisciplinary approach. In Walas, Teresa (Hg.): Stereotypes and Nations. International Cultural Centre, Cracow. (S. 23-26)

**Clyde**, Laurel A. 2004: Weblogs and Libraries. Chandos Publishing, Oxford.

**Dahlgren**, Maija & **Nurmelin**, Marja 1998: Sauna, Sisu & Sibelius for businesspeople. A survival guide to finnish. Yrityskirjat Oy, Finland.

**Daun**, Åke; **Mattlar**, Carl-Erik & **Alanen**, Erkki 1989: Finsk och svensk personlighet. In: Daun, Åke & Ehn, Billy Blandsverige. Om kulturskillnader och kulturmöten. Carlsson, Malmö.

**Ekwall**, Anita & **Karlsson**, Sven-Olof 1999: Kohtaaminen. Kirja kulttuurieroista ja johtajuudesta. Arkmedia, Vaasa.

**Eskola**, Jari & **Suoranta**, Juha 2000: Johdatus laadulliseen tutkimukseen. 4. p. (1. p. 1998) Gummerus kirjapaino Oy, Jyväskylä.

**Florack**, Ruth 2001: Tiefsinnige Deutsche, frivole Franzosen. Nationale Stereotype in deutscher und französischer Literatur. Verlag J. P. Metzler, Stuttgart.



- Gannon**, Martin J. and Associates 1994: Understanding global cultures. Metaphorical journeys through 17 countries. SAGE Publications, Thousand Oaks California.
- Gillmor**, Dan 2004: We the media. Grassroots journalism by the people, for the people. O'Reilly, Sebastopol.
- Haasio**, Ari 2008: Kaikki irti Internetistä. Gummerus Kirjapaino Oy, Vaajakoski.
- Hahn**, Hans Henning 2002: Einführung. Zum 80. Geburtstag des Begriffs ‚Stereotyp‘. In Hahn, Hans Henning (Hg.): Stereotyp, Identität und Geschichte. Peter Lang, Frankfurt a.M. (S. 9-12)
- Hahn**, Hans Henning & **Hahn**, Eva 2002: Nationale Stereotypen. Plädoyer für eine historische Stereotypenforschung. In Hahn, Hans Henning (Hg.): Stereotyp, Identität und Geschichte. Peter Lang, Frankfurt a.M. (S. 19-34)
- Herkman**, Juha 2001: Audiovisuaalinen mediakulttuuri. Vastapaino, Tampere.
- Heinonen**, Ari & **Domingo**, David 2009: Blogit journalismin muutoksen merkkeinä. In Väliverronen, Esa (Hg.): Journalismi murroksessa. Gaudeamus, Helsinki.
- Hirsjärvi**, Sirkka, **Remes**, Pirkko & **Sajavaara**, Paula 2009: Tutki ja kirjoita, 15.p. (1. p. 1997) Tammi, Helsinki.
- Holzappel**, Otto 1993: Das deutsche Gespenst. Wie Dänen die Deutschen und sich selbst sehen. Wolfgang Butt Verlag, Kiel.
- Kilpi**, Tuomas 2006: Blogit ja bloggaaminen. Gummerus Kirjapaino Oy, Jyväskylä.
- Kortesuo**, Katleena & **Kurvinen**, Jarkko 2011: Blogimarkkinointi. Blogilla mainetta ja mammonaa. Kariston kirjapaino Oy, Hämeenlinna.
- Laine-Sveiby**, Kati 1991: Suomalaisuus strategiana. WSOY, Juva.
- Lippmann**, Walter 1965: Public Opinion. Free Press, New York.
- Löytty**, Olli 2005: Johdanto: toiseuttamista ja tilakurittomuutta. In Löytty, Olli (Hg.) Rajanylityksiä. Tutkimusreittejä toiseuden tuolle puolen. Tammerpaino Oy, Tampere. (S. 11)
- Mandler**, Peter 2006: The english national character. The history of an idea from Edmund Burke to Tony Blair. Yale University Press, London.
- Matikainen**, Janne 2009: Sosiaalisen ja perinteisen median rajalla. Viestinnän laitoksen tutkimusraportteja 3/2009. Viestinnän tutkimuskeskus CRC, Helsingin yliopisto.
- Matschke**, Alexandra 2010: Tyskland. Bundesrepublik Deutschland. UNIpress Ab, EU.
- Peabody**, Dean 1985: National characteristics. Cambridge University Press, Cambridge.

**Rikkinen**, Hannele 1996: Opiskelijoiden Eurooppa-identiteetti ja kansalliset mielikuvat. Yliopistopaino, Helsinki.

**Schatz**, Roman 2005: Suomesta, rakkaudella. WS Bookwell Oy, Juva.

**Schatz**, Roman 2010: Gebrauchsanweisung für Finnland. Piper Verlag GmbH, München.

**Schmidt**, Jan 2006: Weblogs. Eine kommunikationssoziologische Studie. UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz.

**Soronen**, Satu & **Koirikivi**, Irina 2003: Saksalainen tapakulttuuri. In Selkälä, Satu (Hg.): Ymmärrätkö yskän, tajuatko tilanteen? Näkökulmia kaupankäyntiin saksalaisten kanssa. Oulun yliopistopaino, Oulu. (S. 43-58)

**Tuomi-Nikula**, Outi 1989: Suomalaisena saksassa. In Korhonen, Teppo & Räsänen, Matti (Hg.): Kansa kuvastimessa. Etnisyys ja identiteetti. Hakapaino Oy, Helsinki.

**Tuomi**, Jouni & **Sarajärvi**, Anneli 2009: Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Tammi, Helsinki.

**Voßschmidt**, Liisa 2000: "Schon mal etwas von finnischer Literatur gehört?" *Fünfzehn Meter nach Links* von Antti Tuuri im finnischen und deutschen Kontext. In Müssener, Helmut & Kirsch, Frank-Michael in Zusammenarbeit mit Brylla, Charlotta & Naeve-Bucher, Ursula (Hg.): Nachbarn im Ostseeraum unter sich. Vorurteile, Klischees und Stereotypen in Texten. Akademitryck, Edsbruk. (S. 31)

**Wagner**, Doris 2003: Historian vaikutus saksalaiseen arkipäivän kulttuuriin. In Selkälä, Satu (Hg.): Ymmärrätkö yskän, tajuatko tilanteen? Näkökulmia kaupankäyntiin saksalaisten kanssa. Oulun yliopistopaino, Oulu. (S. 27-42)

## Internetquellen

**Ruotsala**, Helena (2012). In: Werner Giselind. Über Stereotype von Deutschen und Finnen: Gespräch mit der Ethnologin Helena Ruotsala.

<http://www.uni-hamburg.de/onTEAM/newsletter/pdf/21341921616.pdf>

Aufgenommen am 25.6.2013

**Isliwanowa**, Olga (2012). Was ist typisch "deutsch"?

<http://deutsche-allgemeine-zeitung.de/de/content/view/2378/74/>

Aufgenommen am 10.7.2013

**Zudeick**, Peter (7.12.2012). Der Deutsche und die Pünktlichkeit.

<http://www.dw.de/der-deutsche-und-die-p%C3%BCnktlichkeit/a-16398754>

Aufgenommen am 9.7.2013

**Zudeick**, Peter (9.11.2012). Die deutsche Sparsamkeit.

<http://www.dw.de/die-deutsche-sparsamkeit/a-16368438>

Aufgenommen am 9.7.2013

Bild am Sonntag in Zusammenarbeit mit dem Institut für Demoskopie, Allensbach (2011).  
Verliebt, verlobt, Vergangenheit? Familienstudie 2011.

[http://www.axelspringer-mediapilot.de/dl/446201/BILDamSONNTAG-Familienstudie2011\\_final.pdf](http://www.axelspringer-mediapilot.de/dl/446201/BILDamSONNTAG-Familienstudie2011_final.pdf)

Aufgenommen am 10.7.2013

<http://www.deutsche-lebensart.de/4114.html>

Aufgenommen am 9.7.2013

<http://www.deutsche-lebensart.de/411.html>

Aufgenommen am 9.7.2013

**Gerber**, Maria (15.10.2010). Das essen die Deutschen.

[http://www.welt.de/print/die\\_welt/wissen/article10308549/Das-essen-die-Deutschen.html](http://www.welt.de/print/die_welt/wissen/article10308549/Das-essen-die-Deutschen.html)

Aufgenommen am 10.7.2013

**Dalkowski**, Sebastian (2.11.2012). Die Retter des Abendbrots.

<http://www.tagesspiegel.de/weltspiegel/essen-trinken/essen-und-trinken-die-retter-des-abendbrots/7339700.html>

Aufgenommen am 9.7.2013

Jeden Tag „Sonntagsbrötchen“.

<http://www.diefruehstuecker.de/jeden-tag-sonntagsbrotchen-2/>

Aufgenommen am 9.7.2013

Brot und Brötchen: Multitalente für fast jede Mahlzeit.

<http://www.essen-und-trinken.de/topthemen/gesunde-ernaehrung/frische-qualitaet/brot.html?eid=1004490>

Aufgenommen am 9.7.2013

**Boyes**, Roger (2009). Deutsches Brot: eine Institution, die nicht bröckelt.

<http://www.goethe.de/ins/gb/lp/prj/mtg/typ/bro/de4539763.htm>

Aufgenommen am 9.7.2013

Vieraasta omaksi.

<http://www.ruokatieto.fi/ruokakulttuuri/vieraasta-omaksi>

Aufgenommen am 11.7.2013

**Ylisipola**, Heino (3.7.2008). Risteily on toisille kuin etelänmatka.

<http://www.kaleva.fi/uutiset/talous/risteily-on-toisille-kuin-etelanmatka/318713/>

Aufgenommen am 11.7.2013

Tutkimustuloksia – tällaisia me suomalaiset olemme!

[http://yle.fi/vintti/ohjelmat.yle.fi/kuudes\\_aisti/tutkimustuloksia.html](http://yle.fi/vintti/ohjelmat.yle.fi/kuudes_aisti/tutkimustuloksia.html)

Aufgenommen am 12.7.2013

Tarja Halonen on hoitanut presidentin päätyötä hyvin (29.2.2012).

[http://www.suomenmaa.fi/paakirjoitus/tarja\\_halonen\\_on\\_hoitanut\\_presidentin\\_p%C3%A4%C3%A4ty%C3%B6t%C3%A4\\_hyvin\\_5706175.html](http://www.suomenmaa.fi/paakirjoitus/tarja_halonen_on_hoitanut_presidentin_p%C3%A4%C3%A4ty%C3%B6t%C3%A4_hyvin_5706175.html)

Aufgenommen am 12.7.2013

**Sommar**, Heidi. Suomalainen koti tuvasta kerrostaloon.

<http://yle.fi/elavaarkisto/haku/#toimituksen%20koostama/Suomalainen%20koti%20tuvasta%20kerrostaloon>

Aufgenommen am 12.7.2013