

**ПРЕДСТАВЛЕНИЯ СОТРУДНИКОВ ДВУХ
ФИНСКИХ ФИРМ О РОЛИ ЗНАНИЯ РУССКОГО
ЯЗЫКА И КУЛЬТУРЫ В СФЕРЕ ФИНСКО-
РУССКОГО БИЗНЕСА**

Дипломная работа

Пийа Порвали

Университет г. Ювяскюля

Отделение языковедения

Кафедра русского языка и культуры

Ноябрь 2014 г.

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

| | |
|--|---|
| Tiedekunta – Faculty Humanistinen tiedekunta | Laitos – Department Kielten laitos |
| Tekijä – Author Piia Porvali | |
| Työn nimi – Title Predstavleniâ sotrudnikov dvuh finskih firm o roli znaniâ russkogo âzyka i kul'tury v sfere finsko-russkogo biznesa (Kahden suomalaisen yrityksen työntekijöiden käsityksiä venäjän kielen ja kulttuurin osaamisen merkityksestä suomalais-venäläisessä kaupankäynnissä) | |
| Oppiaine – Subject Venäjän kieli ja kulttuuri | Työnlaji – Level Pro gradu -tutkielma |
| Aika – Month and year Marraskuu 2014 | Sivumäärä – Number of pages 64 + 4 sivua liitteitä |
| Tiivistelmä – Abstract <p>Venäjä on jo kauan ollut Suomen tärkeimpiä kauppakumppaneita, mutta huolimatta siitä, että Suomi ja Venäjä ovat naapurimaita, niiden kulttuurit ja elämäntavat eroavat paljon toisistaan. Tässä tutkimuksessa haluan selvittää, millaisena suomalaisten yritysten työntekijät näkevät venäjän kielen ja kulttuurin osaamisen merkityksen kaupankäynnissä venäläisten kanssa. Lisäksi haluan selvittää, millaisia haasteita työntekijät ovat kohdanneet venäläisten kanssa toimiessaan ja miten he ovat näistä haasteista selviytyneet.</p> <p>Tutkimukseni on laadullinen tutkimus, jonka tutkimusmateriaalin kokosin teemahaastattelun avulla. Informanteina toimi yhteensä 9 henkilöä kahdesta keskisuuresta Venäjälle vientiä harjoittavasta suomalaisesta yrityksestä. Yrityksestä A tutkimukseeni osallistui 3 henkilöä ja Yrityksestä B 6 henkilöä. Haastateltavien joukossa oli molemmista yrityksistä yksi johtotason henkilö ja loput muita työntekijöitä. Kaikki haastateltavat ovat päivittäin tai lähes päivittäin tekemisissä venäläisten kanssa, yleisimmin sähköpostin tai puhelimen välityksellä.</p> <p>Tutkimukseni osoittaa, että venäjän kielen ja kulttuurin osaamisella on tärkeä merkitys kaupankäynnissä venäläisten kanssa. Kaikki informantit eivät itse osanneet venäjän kieltä, mutta kokivat silti, että venäjän kieltä on erittäin tärkeä osata. Suurimpina haasteina kaupankäynnissä venäläisten kanssa informantit kokivat kielimuurin, venäläisten erilaisen aikakäsityksen sekä sen, että venäläiset pelkäävät ottaa vastuuta ja tehdä päätöksiä. Molemmissa yrityksissä käytetään venäläisten kanssa toimiessa kielenä pääasiassa venäjää, joko tulkin välityksellä tai ilman. Informanttien mukaan venäläisten kanssa toimiessa täytyy nähdä vaivaa ja perustella asiansa hyvin sekä olla tarpeeksi tiukkana. Tutkimukseni pohjalta voi sanoa, että henkilökohtaisten suhteiden luominen ja ylläpitäminen venäläisten kanssa on erityisen tärkeää liiketoiminnan onnistumisen kannalta.</p> | |
| Asiasanat – Keywords ulkomaankauppa, yrityskulttuuri, Venäjä, Suomi, kielitaito, stereotypiat | |
| Säilytyspaikka – Depository Jyväskylän yliopisto, Kielten laitos | |
| Muita tietoja – Additional information | |

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|--|-----------|
| 1 ВВЕДЕНИЕ | 4 |
| 2 КУЛЬТУРА И БИЗНЕС-КУЛЬТУРА | 7 |
| 2.1 О понятии «культура» | 7 |
| 2.2 О понятии «бизнес-культура» | 9 |
| 3 ОСОБЕННОСТИ РУССКОЙ И ФИНСКОЙ БИЗНЕС-КУЛЬТУР | 13 |
| 3.1 Ценности | 14 |
| 3.2 Стереотипы | 16 |
| 3.3 Стиль разговоров и переговоров | 18 |
| 3.4 Другие особенности русской и финской бизнес-культур | 22 |
| 4 МЕТОД И МАТЕРИАЛ | 24 |
| 4.1 Полуструктурированное интервью как метод сбора материала | 24 |
| 4.2 Материал | 27 |
| 4.3 Контент-анализ как метод анализа материала | 28 |
| 5 РЕЗУЛЬТАТЫ | 30 |
| 5.1 Знание русского языка и культуры в финских фирмах | 30 |
| 5.1.1 Знание русского языка | 31 |
| 5.1.2 Знание русской культуры | 35 |
| 5.2 Роль знания русского языка и культуры в бизнесе с россиянами | 38 |
| 5.2.1 Роль знания русского языка | 38 |
| 5.2.2 Роль знания русской культуры | 43 |
| 5.3 Языковые и культурные проблемы в бизнесе с россиянами | 45 |
| 5.3.1 Языковые проблемы и их решения | 46 |
| 5.3.2 Культурные проблемы и их решения | 48 |
| 5.3.3 Материал для обучения русскому языку и культуре в финских фирмах | 53 |
| 5.4 Выводы | 54 |
| 6 ЗАКЛЮЧЕНИЕ | 59 |
| СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ | 62 |
| ПРИЛОЖЕНИЕ 1: СХЕМА ИНТЕРВЬЮ ПО-ФИНСКИ | 65 |
| ПРИЛОЖЕНИЕ 2: СХЕМА ИНТЕРВЬЮ ПО-РУССКИ | 67 |

1 ВВЕДЕНИЕ

Темой данного исследования является роль знания русского языка и культуры в сфере бизнеса с Россией с точки зрения финских фирм. Россия уже давно является важным торговым партнером Финляндии, и поэтому, тема данного исследования является актуальной. Хотя Финляндия и Россия являются соседними странами, их культуры, обычаи и образ жизни во многом отличаются. Финны и россияне разные, и поэтому, в общении между ними могут возникнуть проблемы. Чтобы избежать таких сложных ситуаций в области бизнеса, очень важно осознавать культурные различия. Для финнов полезно знать, какова русская культура, и что необходимо принимать во внимание, когда они занимаются бизнесом с российскими клиентами. Поэтому, данное исследование ставит своей целью выяснить, какое значение сотрудники финских фирм приписывают знанию русского языка и культуры.

Торговля между Финляндией и Россией имеет длинные традиции (Kallonen & Ketola 1996, 66), и торговые отношения всегда имели свои подъемы и спады. Когда Финляндия стала независимой в 1917 году, экспорт в Россию почти кончился (Shlyamin 2008, 14). Во время Второй мировой войны в 1939-1944 годах экономические связи между Финляндией и Россией совсем прервались (Shlyamin 2008, 14), и после войны торговля по большей части состояла из репараций (Rautava &

Sutela 2000, 272). После этого, экономические связи между странами стали лучше, и в 1950-70-е годы главным конкурентным преимуществом Финляндии являлось соседство с Советским Союзом (Shlyamin 2008, 18). Во время холодной войны в 1970-80-е годы Советский Союз стал самым главным торговым партнером Финляндии, и Финляндия также стала вторым главным торговым партнером Советского Союза (Shlyamin 2008, 16). После распада Советского Союза количество маленьких финских фирм, действующих в России, выросло (Ollus & Torvalds 2005, 55). С точки зрения всего торгового оборота, Россия являлась самым большим торговым партнером Финляндии с 2007-ого года по 2013-ый год. В начале 2014-го года Германия стала самым большим торговым партнером Финляндии. Россия еще является самой большой страной импорта и третьей страной по экспорту Финляндии. (Tulli, 2014.) Значение Финляндии во внешней торговле России уменьшается, так как другие страны расширяют деятельность в России. В связи с этим, конкуренция стала более сильной, и умения стало играть решающую роль. (Mustajoki 2007, 21.)

Финляндия является соседом России, и поэтому Финляндия имеет географическую выгоду и выгоду транспортировки экспорта и импорта в сравнении с другими странами (Vahvaselkä 2009, 9). Быстрый рост экономики России предлагает возможность рентабельного и быстрого роста для финских фирм (Ollus 2008, 104). Чтобы реализовать возможности российского рынка, финские фирмы должны иметь достаточные способности увидеть потенциал района сбыта России и риски экономики. Финским фирмам необходимо иметь достаточно информации о России, чтобы оценить риски русского капитализма. (Ollus 2008, 104.) Россия является экономикой, где личные отношения играют важную роль, и, следовательно, удачная торговля с россиянами предполагает, что финские руководители хотят и умеют создавать личные отношения с россиянами (Ollus 2008, 105).

По Оллус (Ollus 2008, 96), что касается знания России, понимание русского языка и культуры является, естественно, важным, но незнание не мешает деятельности с россиянами. Более важными являются понимание и предвосхищение развития России и интерес работать с россиянами. Необходимо также избавиться от предубеждений (Ollus 2008, 96). Между тем, по исследованию Толванена (Tolvanen 2009, 23), большая часть интервьюируемых фирм стремятся нанять на адми-

нистративные должности людей, у которых есть предыдущий опыт о рынке в России, и которые говорят по-русски и возможно учились или жили в России. Фирмы предпочитают, чтобы претендент на должность имел предыдущие знания о России, так как тогда им достаточно обучить человека собственным процессам данной фирмы. (Tolvanen 2009, 23.)

Цель нашего исследования – выяснить, какова роль знания русского языка и культуры среди финских фирм, занимающихся бизнесом с россиянами. Нас также интересует, с какими проблемами сотрудники финских фирм столкнулись в бизнесе с россиянами. Исследовательскими вопросами данного исследования являются:

- (1) Какими знаниями русского языка и культуры располагают сотрудники финских фирм, занимающихся бизнесом с россиянами?
- (2) Какую роль играет знание русского языка и культуры в бизнесе с россиянами?
- (3) Как сотрудники финских фирм, занимающиеся бизнесом с россиянами, решают возможные языковые или культурные проблемы?

Данная работа состоит из введения, четырех глав и заключения. Во введении представлены тема, цель и актуальность нашей работы. В первой главе рассматриваются понятие «культура» и «бизнес-культура». Во второй главе представлены основные особенности финской и русской бизнес-культур. В третьей главе рассматривается методология исследования. В четвертой главе даны результаты нашего исследования и обсуждаются основные выводы исследования. В заключении коротко представлены результаты данного исследования.

2 КУЛЬТУРА И БИЗНЕС-КУЛЬТУРА

В сотрудничестве с другими культурами часто происходят ситуации, когда культурные ценности находятся в противоречии. Например, участники могут понять друг друга неправильно из-за культурных различий, и это может мешать сотрудничеству. Обычно люди не осознают, как культура влияет на них. Люди, может быть, не считают, что они имеют культурные ценности и предположения, которые разные, чем у других. (Chydenius 2001, 41.) В данной работе важно определить сначала понятия «культура» и «бизнес-культура».

2.1 О понятии «культура»

Культура является сложным понятием, которое изучают многие науки, например, лингвистика, этнология, семиотика, социология, история и антропология. Общим для всех определений культуры является то, что культура рассматривается как реально существующий феномен. (Садохин 2004, 23.) Как отмечает Садохин (2004, 17), «трудно представить себе более распространенный термин, который выступает во многих значениях не только в обиходном языке, но и в различных

науках». Таким образом, существует много разных определений термина «культура», но в данной работе мы используем определения В.А. Масловой (2007, 2010) и А.П. Садохина (2004).

Маслова (2010, 13) считает, что культура является одним из основных понятий социально-гуманитарного познания. Слово «культура» восходит из латинского слова «colere», которое значит «воспитание, развитие, почитание» (Маслова 2010, 12). Первоначально слово «культура» связано с природой и действиями человека в природе и означало земледелие, но с XVII века культура стала означать все, что возникло в результате деятельности и целенаправленного мышления человека (Маслова 2010, 12-13). Все эти значения сохранились, и по-прежнему входят в понятие культуры (Маслова 2010, 13).

По Масловой (2010, 24), культура является сложным, многогранным и загадочным феноменом, который имеет коммуникативные, ценностные и символические характеристики, и который определяет место человека в обществе. Культура везде: простые проявления поведения, указания, запрещения, моральные нормы и идеалы красоты, и более сложные образы мышлений и действия (Маслова 2007, 162). Также культура является общественным процессом и результатом творческих действий человека (Маслова 2007, 236).

По Садохину (2004, 21), культура может пониматься также как личный процесс знания символов и значений, который дает индивиду понимание об окружающем мире. Знание и опыт человека всегда находятся в изменении, и из-за этого представления об окружающем мире меняются все время (Садохин 2004, 21-22). По мнению Садохина (2004, 25), культуру нельзя увидеть, услышать, почувствовать или попробовать. Конкретно можно отмечать только ее отдельные проявления, например, человеческое поведение, ритуалы, традиции и материальные предметы. Человек может видеть отдельные проявления культуры, но никогда не видеть всю ее целиком. (Садохин 2004, 25.)

По мнению Садохина (2004, 24), человек создает свой синтетический мир, вторую природу, которая состоит из материальных предметов, духовных ценностей, норм поведения и так далее. Человек создает самого себя, когда он создает материаль-

ные и духовные предметы и явления, нормы поведения и развивает умения. Человек является продуктом своей собственной истории, деятельности и сознания. Нравы, традиции и общие нормы поведения необходимы для выживания и усовершенствования. Они передаются в каждом народе из поколения в поколение. Благодаря этому, культура хранит и облегчает жизнь человека. Культура составляет модели взаимоотношений человека с природой, другими людьми и самим собой. (Садохин 2004, 25.)

Садохин (2004, 22) продолжает, что разные определения культуры имеют общие характеристики. Все они заключают в себе понимание, что культура является универсальным явлением человеческой жизни, и, таким образом, не существует социальных групп, у которых нет свойственной им культуры (Садохин 2004, 22). Все определения говорят также, что культура является продуктом деятельности людей, которая не наследуется генетически, а в процессе изучения (Садохин 2004, 22-23). Она содержит в себе ценности, принципы, обычаи и традиции (Садохин 2004, 23).

Итак, Садохин (2004, 23) и Маслова (2010, 24) оба считают, что культура является многозначным понятием. По авторам (Маслова 2007, 162; Садохин 2004, 23), культура содержит в себе ценности, обычаи и образы мышления. По Масловой, (Маслова 2007, 236), культура является общественным процессом и результатом творческих действий человека. По Садохину (2004, 21), культуру возможно понимать как личный процесс. Конкретно можно отмечать только ее отдельные проявления, не целую культуру (Садохин 2004, 25).

2.2 О понятии «бизнес-культура»

В нашей работе понятие «бизнес-культура» содержит в себе стили бизнес-операций внутри фирмы (см. BusinessDictionary 2014). Холстиус и Тернрус (Hols-tius & Törnroos 1990, 12) отмечают, что по исследованиям, самыми главными элементами бизнес-культуры являются этика бизнеса, стиль переговоров и понятие о

времени, групповая работа и индивидуальное поведение, а также экономические и законодательные системы.

Бизнес-культура во многом отличается от национальной культуры и является другой социальной системой, чем нация. Например, члены организации могут влиять на то, хотят ли они вступить в организацию или нет. Они могут также входить в организацию только во время работы и у них есть возможность уйти из организации. (Hofstede 1993, 38.) Бизнес-культура является системой самоочевидных правил, предположений и ожиданий. С их помощью люди формулируют представления об окружении и событиях, внутри которых они живут. (Aaltonen & Junkkari 2003, 101.) Как в национальную культуру, так и в бизнес-культуру входят ценности, оценивание и поверья. Обряды и ритуалы также разные в фирмах, и они помогают избегать неудобных ситуаций. Одной важной частью бизнес-культуры является также культура управления. Существуют многие способы управления, и на них влияет, конечно, личность руководителя. (Aaltonen & Junkkari 2003, 104.) Изменения в культуре фирмы вызывают, например рост фирмы, слияние с другой фирмой, заграничные совместные предприятия и объединение с новыми культурами (Passila 2009, 64). Изменения бизнес-культуры было бы хорошо проводить по плану, чтобы была возможность обсудить ценности и будущее фирмы (Passila 2009, 64-65). Бизнес-культура, как национальная культура, живая и склонная к изменениям (Passila 2009, 66).

Бизнес-культура состоит из трех частей – коммуникации, организации и руководства. Коммуникация связана с языком, но в нее входят также невербальная коммуникация и другое поведение, которые выражают наши ожидания и поверья. В данном контексте организация определяет роли людей, которые являются членами данной организации. Руководство решает, например, кто имеет власть, как можно получить власть, на чем власть основывается, как использовать власть, кто принимает решения и какой хороший руководитель. В коммуникацию, организацию и руководство входят разные поверья, и вместе они влияют на то, как люди ведут себя друг с другом. (Mole 2004, 23.)

Когда люди из разных культур собираются вместе на переговорах, они все приносят с собой разные предположения и поверья о том, как они должны работать

вместе. Они имеют разные мнения и мысли о том, какова организация, как надо руководить организацией и как вести себя в организации. Всякие культуры, национальные или бизнес-культуры, невидимые, но когда представители разных культур встречаются, культуры и различия между ними становятся видимыми. Менее опасными являются различия, которые ясные и которые мы почти все можем заметить. Более опасными являются различия вне поля зрения. В корпоративном окружении такими являются, например, поверья о роли руководителя, продвижении переговоров, важности планирования и важности совместной работы. Члены организаций или фирм обычно считают, что такие элементы естественные, но в других фирмах такие элементы могут быть совсем разными. Если другие участники бизнес-встречи действуют по-другому, это не значит, что они делают так, потому что они глупые или неаккуратные, хотя иногда может быть, кажутся такими. Обычно люди поступают так, как они считают правильным. Мнение о том, что является правильным, отражено в поведении, традициях, поверьях, ценностях, позициях и нормах. Другими словами, это зависит от национальной культуры или бизнес-культуры человека. (Mole 2003, 9.)

На международных переговорах одной из самых первых проблем является язык. Когда язык выбран, часть участников могут чувствовать себя неудобно, если они не говорят на данном языке так хорошо, как другие участники. (Mole 2003, 42.) Значит, тогда существует риск, так как те, которые знают язык лучше, доминируют над теми, кто не так хорошо знает этот язык (Mole 2003, 43). Несмотря на язык переговоров, вежливо знать некоторые самые важные формы вежливости на языке другого участника. Обычно люди радуются, если другой участник говорит хотя бы несколько фраз на их языке. Далее, изучение другого языка полезно также потому, что тогда можно получить информацию об образе мышления, поведении и позиции другого человека, так как многие культурные детали видны через язык. (Mole 2003, 12.)

Независимо от национальностей, бизнесмены везде имеют общие цели. Такими целями являются корыстолюбие и создание хороших отношений с торговыми партнерами, чтобы обеспечить продолжение торговли. Важен также постоянный рост международного бизнеса и энтузиазм усовершенствовать и расширить деятельность с иностранными торговыми партнерами как возможно быстро и гармо-

нечно. (Lewis 1993, 22.) Обычаи бизнес-культуры общепринятые и медленно меняются. Они могут быть официальными или полуофициальными. От всех, кто работают в области бизнеса, требуют общепринятого поведения и следования общему коду одежды. В деловой жизни значение хороших манер и этикета подчеркивается. За границей возможно попасть в ситуации, в которых человек первый гражданин его страны, с кем иностранец знакомится. Тогда человек не только представляет себя, а создаст представление вообще о своем народе и своей культуре. (Naaraniemi et al. 2005, 11.)

3 ОСОБЕННОСТИ РУССКОЙ И ФИНСКОЙ БИЗНЕС-КУЛЬТУР

В бизнесе между финнами и россиянами много аспектов, которые надо принимать во внимание. Понимание другой культуры, по крайней мере, такая же большая проблема, как знание языка в бизнесе с россиянами. (Lehto 1995, 35.) Люди из западных стран часто встречаются проблемы с пониманием и эффективной коммуникацией с россиянами. Проблемы обычно связаны с различиями в экономике, политике, национальных культурах и бизнес-культурах. (Holden et al. 1998, ix.) Лучшее средство избегать культурных столкновений – заранее ознакомление с русской культурой. Открытая душа и здоровое любопытство являются также важными в бизнесе с россиянами. (Lehto 1995, 46.) Иностранным бизнесменам, работающим с россиянами, важно знать русские торговые обычаи, русскую бизнес-культуру и местные правила. Знание правил важно, потому что русский торговый партнер уважает иностранного бизнесмена, который знает основы рыночной экономики России. (Lehto 1995, 45.) Вообще знание бизнес-этикета и умение вести себя культурно являются важными для успеха международного бизнеса (Лавриченко 2005, 333).

Мы считаем, что общий характер для всей используемой нашей научной литературы то, что описания культур довольно стереотипные. Вся научная литература также написана как справочник, и поэтому надо относиться к ней правильно. Хотя описания культур обычно довольно стереотипные, в них всегда есть что-то, что отражает мысли и опыт, которые иностранцы получают об определенной культуре (Salminen & Routanen 1996, 101). Предварительно ознакомление с чертами другой культуры не должно влиять на отношения к людям. Общие черты какой-то культуры автоматически не являются чертами индивидуумов этой культуры. Поэтому важно помнить, что каждый человек – индивидуум, и каждая ситуация уникальная. (Salminen & Routanen 1996, 68.) В данной главе рассмотрим, как российские и финские люди, культуры и бизнес-культуры были характеризованы в исследовательской литературе.

3.1 Ценности

Ценности россиян изменились после распада Советского Союза (Seppänen 2014, 26). Во время Советского Союза россияне ценили больше нематериальные элементы, например уважение общества и получение уважения близких людей (Seppänen 2014, 27). Оценивание традиционных русских ценностей, как честность, ответственность и одухотворенность снизилось. Сегодня россияне следуют так называемому моральному коду успеха, который включает в себе постоянно более строгие требования и стремление к своей выгоде. (Seppänen 2014, 51.) Сегодня россияне больше всего ценят деньги и материальное благосостояние, здоровье, семью, работу с высокой зарплатой, успешную карьеру и возможность отказываться от чего-либо (Левашов 2012; Sokolov 2007 via: Seppänen 2014, 28).

Финны в свою очередь стремятся к спокойствию и стабильности. Законопослушание, добросовестность, надежность и безопасность являются важными в финском принципе стабильности и равноправия. Для финнов нормальным состоянием являются стабильность и длительное и последовательное развитие. Слишком быстрое или медленное движение событий создает беспокойство среди финнов. (Mustajoki & Protassova 2009, 399.) Финны ценят свойства, например надежность,

честность, индивидуализм и упорство (Davidsson et al. 2001, 19). Они ценят также тишину, осторожность, патриотизм, нетребовательность, равноправие, пунктуальность и эффективность (Davidsson et al. 2001, 19; Mole 2003, 77). Поэтому не странно, что финская торговля основывается на аккуратности, честности, числовых фактах, хорошей технике, практическом мышлении и техническом умении (Lewis 1996, 282). Финны не доверяют устным источникам, но доверяют фактам, официальным информации и научным данным, и ищут информацию из устоявшихся и верных источников (Lewis 1996, 282; Mustajoki & Protassova 2009, 402). Письменные договоры не менее значительные для россиян, чем для финнов, но они имеют другое значение. Россияне не считают, что письменные договоры неизменные, а когда условия обстоятельство меняются, возможно снова договариваться о них. (Mole 2003, 252.)

Православная религия и постоянство традиционных ритуалов являются элементом русской культуры, которые человеку с западным воспитанием трудно понимать (Lehto 1995, 45). Религия и сохранение религиозных ценностей в жизни всегда являлись важными для россиян (Mustajoki & Protassova 2009, 402; Seppänen 2014, 195). Сегодня россияне считают, что роль религии является, прежде всего, педагогической (Seppänen 2014, 196). Многие россияне являются также суеверными (Mustajoki & Protassova 2009, 401). Они верят приметам, целителям и натуральным лекарствам (Mustajoki & Protassova 2009, 401-402). Вообще финны менее религиозные, чем россияне, и отношение к религии более свободное и личное, чем в России. Обычно финны также не являются суеверными, в отличие от россиян. (Mustajoki & Protassova 2009, 402.)

В русскую традицию входит привычка, что мужчины принимают женщин во внимание со словесными и другими вежливостями. В русской культуре заботятся о так называемых более слабых, то есть, кроме женщин, о детях и пожилых людях. (Mustajoki 1998, 154.) В Финляндии статус женщин не различается от статуса мужчин так много, как в России. В Финляндии у женщин равноправное положение с мужчинами. Равноправие касается также детей и животных. (Mustajoki & Protassova 2009, 399.)

Русскую культуру можно характеризовать как культуру личных отношений, где неофициальные личные отношения имеют главное значение на всех уровнях общества. Так как в России официальным устоям не могут доверять, люди ищут доверия в личных отношениях. (Bäckman 1997, 12.) Если переговоры с россиянами оказались в сложной ситуации, личные отношения с этими россиянами могут быть решающими для ситуации (Lewis 1996, 263). Поэтому финским бизнесменам стоит хорошо ознакомиться с русским торговым партнером, заинтересоваться ими и рассказать ему немного о своей персоне (Haapaniemi et al. 2005, 12). Россияне более интересуются личными, чем торговыми целями, и поэтому стоит рассказывать им о своих чувствах, мечтах и стремлениях. Россияне очень ценят семью, и поэтому, хорошая тема для разговоров – семья, особенно дети и родственники. (Lewis 1996, 264.) Вообще, россияне любят говорить (Aaltola et al. 1993, 203). На встречах россияне считают, что порядок по важности следующий: 1. личные отношения 2. формальности 3. возможности прибыли (Lewis 1996, 264). В России знание о бизнесе очень ценное, но ничто не компенсирует долгосрочные личные деловые связи с российскими партнерами. Другой важный фактор – компетентность, которая основывается на опыте. (Lehto 1995, 29.) Создание социальных сетей, личные отношения, строительство взаимопонимания и изменение информации и услуг являются также важными для русских директоров в отношениях с сотрудниками и с иностранными торговыми партнерами. (Mole 2003, 257.)

3.2 Стереотипы

Как мы уже отметили выше, описания культур обычно стереотипные, и поэтому, в данной главе мы рассмотрим некоторые характеристики финнов и россиян как стереотипов. По Э. Сеппянену (Seppänen 2002, 63; 67), россиянин эмоциональный, импульсивный, искренний и раскованный. Эмоциональность россиян относят к импульсивности и к резким и неожиданным изменениям в настроении россиян (Seppänen 2014, 82). Россияне являются также покорными, чуткими и сочувствующими (Seppänen 2002, 67, 78). Россиянин обижается легко, спрашивает бестактно и бесстыдно, имеет чувство юмора и страшится критики, но он также самый беспощадный критик (Seppänen 2002, 73, 77-79, 83).

Еще другой основной характер россиян – оптимизм. Они имеют наивную веру и доверие к завтрашнему дню. (Mustajoki 1998, 152.) Иностранцы часто критикуют, что россияне ленивые, но они сами считают, что это только мечтательность о лучших временах (Рууккё 2002, 27). Финны в свою очередь по характеру терпеливые, нетребовательные и они даже сдерживают свои эмоции (Lewis 1996, 283-284). Упорство, которое иностранцы могут описывать как упрямство, является одной финской чертой (Mole 2003, 77), которая также видна в финских бизнес-манерах.

Самые большие различия с западным образом мышления связаны с русским понятием времени (Lehto 1995, 45; Mustajoki 2012, 126). Россияне обычно не считают, что время идет линейно, а скорее как спиральный круговорот (Lehto 1995, 45). Поэтому многие россияне считают, что возможно решить вопрос также завтра и действовать послезавтра, если сегодня они не успеют (Lehto 1995, 46).

Левис (Lewis 1996, 264) советует, что самым легким средством создавать контакты с россиянами является алкоголь. По Левису (Lewis 1996, 264), россиянам нравится пьянствовать и поднимать тосты. Финны хорошо умеют создавать контакты с россиянами в данной сфере, потому что финнам также нравится выпивать (Lewis 1996, 164; 280).

Официальная Россия может казаться строгой, но частная Россия является ласковым и теплым обществом, где сеть друзей создает социальную и духовную безопасность (Mustajoki 1998, 152). Россияне гостеприимные и знают, как праздновать даже самые маленькие радости (Mustajoki 1998, 152; Рууккё 2002, 164; Seppänen 2002, 93). Россияне обычно также настороженные, и поэтому, незнакомцам россияне не доверяют. Когда россияне подружатся с иностранцами или друг с другом, они очень гостеприимные и сердечные. (Рууккё 2002, 164.) По Моле (Mole 2003, 80), финны являются также осторожными в новых отношениях и медленно открываются. Поэтому иностранцам нужно быть готовыми строить доверие со временем, если они хотят строить отношения с финнами (Mole 2003, 80).

По Давидссон и др. (Davidsson et al. 2001, 18), финны отделяют рабочую жизнь от личной жизни и коллег от друзей. Общение с сотрудниками ограничивается

обычно организованными событиями, которые фирмы проводят несколько раз в год (Davidsson et al. 2001, 18). Финны могут иногда заходить в бар с сотрудниками после работы или на обед с бизнес-гостями. Финны редко приглашают гостей домой, но если они это делают, тогда это считается большим шагом в личных отношениях. (Mole 2003, 80.)

3.3 Стиль разговоров и переговоров

В бизнесе с другими национальностями также важно знать, какие стили разговоров и переговоров они имеют. Русский стиль говорить является вежливой, но прямой (Mustajoki 1998, 153). Россияне не любят «small talk», а они хотят говорить долго о какой-нибудь теме (Mustajoki 1998, 153; Vituhnovskaja 2008, 95). В отношении с «small talk», финны похожи на русских, потому что финны не так хороши в «small talk», и они сами знают этот (Mole 2003, 79). Финны предпочитают открытый и непритязательный стиль общения без преувеличения и недооценки (Mole 2003, 78).

Финны не сварливые и они не всегда выражают свое несогласие с другими. Финны также обычно не прерывают речь другого человека, а терпеливо слушают до конца. (Lewis 1996, 283.) Финны имеют норму, что только один говорит и другие слушают до конца и не прерывают, даже без знаков одобрения или ободрения. Финны считают, что прерывание других или говорение одновременно невежливо. Когда говорящий кончает, другие участники могут подумать о том, что говорящий сказал, и только потом ответят. Другие участники могут считать, что финны не понимают, потому что они не комментируют, когда другие говорят. (Mole 2003, 78.) Финны также обычно не хвалят себя и не заполняют паузы ненужными словами (Mustajoki & Protassova 2009, 412).

Характерная застенчивость финнов уходит корнями в идею личного уединения. Они ценят личные разговоры, но они не расскажут слишком много о себе или о своей личной жизни на переговорах (Lewis 1996, 283). Финны с удовольствием используют факты и цифровую информацию как поддержку для их речи (Mole

2003, 78). Финны обычно ожидают, что другие участники переговоров также ведут себя разумно и так, как финны сами (Lewis 1996, 282).

Рукопожатие является распространенным ритуалом в ситуации встречи и прощания в России (Parikka 2011, 96). Россияне здороваются за руку чаще, чем финны (SVKK 2013, 88). Рукопожатие является сильным, но не слишком сильным (Архангельская 2004, 51). Рукопожатие двумя руками подчеркивает дружественное отношение (Parikka 2011, 96). В сфере бизнеса первым подает руку обычно тот, у кого выше статус или тот, кто встречает гостей (Архангельская 2004, 66). В России мужчины обычно не здороваются за руку с женщинами, и женщины не здороваются за руку с другими женщинами. Мужчины и женщины здороваются с женщиной кивком или словесно. Если женщина хочет здороваться за руку с мужчиной, ей нужно первой подать руку. (Parikka 2011, 96.) Все-таки, сегодня этот обычай также меняется, и российские женщины стали больше здороваться за руку, чем раньше (SVKK 2013, 88). Также россияне, которые часто встречаются с иностранцами, знакомы с их привычками рукопожатия, и поэтому, могут здороваться за руку с иностранными женщинами (Parikka 2011, 96). Финны в свою очередь здороваются за руку и кивком и с мужчинами и с женщинами (Mikluha 1998, 147), особенно в сфере бизнеса.

Вообще россияне обычно являются более вежливыми вербально, чем финны. Например, в своей речи россияне используют часто слова «спасибо», «пожалуйста» и «извините». (Malankin 2012, 4.) Россияне также очень точные в том, как обратиться к другим россиянам (Mole 2003, 258). Самый официальный обычай использовать имя и отчество с вежливым обращением на «вы», и в устной речи, и в письменной (Гладкова 2010, 51; Mole 2003, 258; Mustajoki 1998, 153; Ларина 2009, 48; Химик 2012, 165; Штрекер 2007, 136). В визитных карточках, которые россияне дают иностранцам, они обычно пишут начальную букву вместо отчества целиком. Например, Владимир И. Волков. (Mole 2003, 258.) Имена партнеров и клиентов важно помнить, потому что иногда даже это может влиять на успешность общения (Иваева 2009, 163). Россияне обычно обращаются к финнам только по имени, потому что финны не используют отчества, но это не значит обращение на «ты». В официальных ситуациях россияне могут использовать также фамилию финна со словами господин или госпожа. (Mustajoki 1998, 153.) На собраниях

финны в свою очередь не говорят формально, но равноправно по-фински (Lewis 1996, 282). Если финны используют формальную речь, все-таки очень часто на уровне обращения на «ты», несмотря на возраст и пол участников. Различия статусов между финнами также обычно маленькие. (Mole 2003, 79.)

В России сегодня определяют как минимум три типа бизнесменов. Первым типом являются бизнесмены, которые жили уже во время Советского Союза, и имеют так называемый советский бизнес-этикет. Вторым типом являются так называемые новые российские богатые бизнесмены, которые соединяют большие финансовые средства с низким уровнем образования. Третьим типом является новое поколение бизнесменов, которое всегда хочет действовать согласно хорошим нормам поведения во всех ситуациях. (Arhangelskaja M. D. 2002 via: Naaraniemi et al. 2005, 13.)

Некоторые аспекты русской бизнес-культуры напоминают о советской экономической политике, когда все было заранее определено. В русских стилях вести переговоры видны традиционная крестьянская осторожность, упрямство и настороженность, но также основательный опыт хорошего обучения и умелой организации. В группу россиян на переговорах обычно входят старшие люди и специалисты, которые очень опытные. (Lewis 1996, 261.) На деловых встречах россияне обычно имеют театральный и эмоциональный стиль изложения, чтобы ясно передать их намерения и требования. Они также очень чувствительные и застенчивые в отношении статуса, и поэтому, к ним надо относиться равноправно и с ними нельзя говорить снисходительно. (Lewis 1996, 262.) Россияне совещаются обычно так, как будто они играют в шахматы, потому что они планируют их деятельность предварительно. Так что другим участникам переговоров нужно думать, какие последствия будут из-за этой деятельности. Россияне не работают самостоятельно на бизнес-переговорах, а они часто представляют какой-нибудь филиал администрации. (Lewis 1996, 261.) Поэтому неожиданные изменения или новые идеи на переговорах создают замешательство среди россиян и им надо искать разрешения на верхнем уровне фирмы (Lewis 1996, 262).

На бизнес-переговорах россияне ведут себя дисциплинированно и единодушно. Если участники из другой культуры спорят между собой, россияне не знают, кто

из них имеет авторитет и компетенцию. В начале переговоров россияне часто представляют предварительный набросок, откуда возможно видеть их цели. Набросок является только отправной точкой и далеко от цели, которой россияне хотят достигнуть. Предварительный набросок включает в себе обычно некоторые малозначительные пункты, с которыми россияне могут легко расстаться, если нужно. Россияне обычно просят, чтобы другие участники говорили первыми. Тогда россияне могут спокойно взвесить то, что другие рассказывают или предлагают. (Lewis 1996, 262.) На первых переговорах россияне могут казаться негативными и мрачными. Это объясняется различием жестов. Например, россияне используют улыбку в приветствиях с близкими друзьями, не с незнакомыми людьми. В России в официальных ситуациях улыбка не выражает уважение, а улыбка наоборот является признаком глупости, не знак мудрости. (Mole 2003, 259.)

Россияне считают, что готовность к компромиссам – знак слабости. Поэтому в тупике, тактикой россиян является сохранять терпеливость и выдерживать до конца переговоров. Россияне обычно расстаются с тактикой, если другая сторона ведет себя решительно. Россияне также наседаются на других участников, если другие отступают, и отступают, встретив сильное сопротивление. Если россияне считают, что они победители на переговорах, они используют «строгий тон». Россияне делают маленькие уступки, но потом спрашивают о больших взаимных услугах как компенсации из-за этих уступок. (Lewis 1996, 262.)

В Финляндии бизнес-переговоры обычно начинаются вовремя и в начале происходит краткий разговор за кофе или другими освежающими напитками. Финны хорошо подготавливаются к переговорам, и они точно действуют согласно с заранее сделанными планами. Переговоры происходят обычно в офисах, не, например, в ресторанах. Переговоры являются обычно короткими и сосредоточиваются на существенных делах, потому что финны направляются к задаче и ожидают, что другие также ведут себя таким образом. Презентации финнов скромные и представляют только техническую информацию, и в них обычно не входят разговоры о продаже, потому что финны не хотят испортить свою перспективу. (Davidsson et al. 2001, 27.)

3.4 Другие особенности русской и финской бизнес-культуры

Российские партнеры могут иметь проблемы с тем, что они не знают, как быть равноправным партнером, потому что они привыкли к тому, что другой участник доминирует (Holden et al. 1998, 166). В русских фирмах принятие решения концентрировано на самом высоком уровне фирмы (Mole 2003, 256). Обычно русский директор сам решает и планирует все. Значит, информация передается сверху вниз, и мнения сотрудников принимаются во внимание только тогда, если директор спрашивает их мнения. (Mole 2003, 256.) Директоры обычно знают, что им нужна также информация от сотрудников. Для этого они собирают маленькую группу сотрудников, которые потом работают как глаза и уши директора в рабочем коллективе. (Mole 2003, 257.)

В финских фирмах, на руководящих позициях обычно несколько людей, а не один человек (Mole 2003, 77), как в России. Также количество женщин на руководящих позициях в Финляндии значительно выше, чем в России, и все время растет (Mole 2003, 79). Процесс принятия решения в финских фирмах медленный и тщательно обдуманный. После принятия решения идет длинный процесс, когда они консультируются, дискутируют и выслушивают всех, у кого есть мнение о теме. (Mole 2003, 77.)

Русская бизнес-культура отличается от западной бизнес-культуры, но не нужно навязывать россиянам западные решения для их проблем. Обычно россиянин в какой-то момент представляет, что россияне разные, чем люди из западных стран, или что какое-то событие не было бы возможно в России. (Mole 2003, 251.) Россияне обычно хотят поддерживать то, что русская культура загадочная и противоречивая. Россияне с удовольствием поддерживают то, что они своеобразные, и что другие, чем россияне не могут понимать их жизнь. (Ruukkö 2002, 160.)

Итак, хотя Россия и Финляндия являются соседними странами, их культуры, обычаи и образ жизни во многом отличаются. Например, по научной литературе, россияне являются эмоциональными и импульсивными, а финны даже сдерживают свои эмоции и не всегда скажут, если они считают по-другому (Lewis 1996, 77,

283; Lewis 1996, 283; Seppänen 2002, 63). Следует обратить внимание на то, что существуют и сходства между финнами и россиянами. Например, сегодня россияне ценят личный успех, и финны также имеют одинаковые ценности, индивидуализм и эффективность (Davidsson et al. 2001, 19; Mole 2003, 77; Sokolov 2007, Levašov 2012 via: Seppänen 2014, 28).

4 МЕТОД И МАТЕРИАЛ

В данной главе рассматриваются метод и материал исследования. В исследовании используются качественные методы исследования, как в сборе, так и в анализе материала. Во-первых, будет представлен метод сбора эмпирического материала, полуструктурированное интервью. Во-вторых, рассматривается материал данного исследования. В-третьих, представлен метод анализа материала, контент-анализ.

4.1 Полуструктурированное интервью как метод сбора материала

Методом сбора материала данного исследования является полуструктурированное интервью. Интервью является самым обычным методом в качественном исследовании (Hirsjärvi et al. 2004, 194). Хирсьярви и Хурме (Hirsjärvi & Hurme 2004, 42) определяют интервью как заранее планированное действие, цель которого – собрать информацию. Целью интервью является то, что исследователь получает надежную информацию о предметах, которые важны для исследовательских проблем (Hirsjärvi & Hurme 2004, 43). Главной целью интервьюера является передача мыслей, чувств и опытов информанта (Hirsjärvi & Hurme 2004, 41).

Одной из самых значительных выгод интервью является то, что это гибкий метод сбора материала, потому что возможно перерабатывать сбор материала на основе ситуации и информанта. Например, порядок вопросов или тем возможно менять. (Hirsjärvi et al. 2004, 194.) Интервью считалось подходящим методом для данного исследования из-за его гибкости, а также потому, что как Хирьсярви и др. (Hirsjärvi et al. 2004, 194) отмечают, интервью предоставляет интервьюер возможность спросить обоснования и объяснения для ответов.

Интервью имеет также ограничения. Проведение интервью требует точного планирования и ознакомления с ролью и рабочими заданиями интервьюера. В ситуации интервью также возможны источники ошибок, связанные с интервьюером, информантом или ситуацией. Например, информант может чувствовать ситуацию угрожающей или страшной. (Hirsjärvi et al. 2004, 195.) Возможно, что информант говорит по-разному в ситуации интервью, чем обычно, и поэтому материал интервью всегда связан с контекстом. Из-за этого важно избегать обобщения результатов. (Hirsjärvi et al. 2004, 196.)

В полуструктурированном интервью некоторые аспекты являются заранее определенными, но не все (Hirsjärvi & Hurme 2004, 47). Полуструктурированное интервью является лучшим вариантом сбора материала для данного исследования, потому что в полуструктурированном интервью вопросы являются одними и теми же для каждого информанта (Eskola & Suoranta 1998, 87).

Тематическое интервью, которое было использовано в данном исследовании, является одной формой полуструктурированного интервью (Hirsjärvi & Hurme 2004, 47). Вместо подробных вопросов тематическое интервью имеет центральные темы (Hirsjärvi & Hurme 2004, 48). Материал тематического интервью представляет собой речь информантов, потому что информанты могут говорить довольно свободно в тематическом интервью. Заранее поставленные темы гарантируют, что каждая тема обсуждается с каждым информантом. (Eskola & Suoranta 1998, 88.) Данное исследование использует определенные темы и вопросы с каждым информантом, но порядок вопросов является свободным.

Интервью данного исследования (см. приложения 1 и 2) был основан на следующих темах:

- (1) Знание русского языка
- (2) Роль знания русского языка в бизнесе с россиянами
- (3) Знание русской культуры
- (4) Роль знания русской культуры в бизнесе с россиянами
- (5) Языковые и культурные проблемы в бизнесе с россиянами.

Тот же самый материал был использован и в другом исследовании Порвали (Porvali 2014) в рамках главного предмета по предпринимательству (Master's Degree Programme in International Business and Entrepreneurship). Поэтому некоторые примеры являлись теми же самыми в обоих исследованиях, но темы исследования были разными в другом исследовании Порвали (Porvali 2014):

- (1) Формирование связей с россиянами
- (2) Содержание связей с россиянами
- (3) Важные умения в формировании связей с россиянами.

Чтобы подготовиться к процессу интервью, пилотное интервью было проведено в феврале 2014 года со знакомой автора, работающей с немцами в большой фирме. Поэтому вопросы были изменены согласно ситуации. Цель было тестировать структуру интервью и порядок тем, и получить знание о длительности интервью (Hirsjärvi & Hurme 2004, 72). Преимуществом использования пилотного интервью являлось также то, что интервьюер могла познакомиться с использованием цифрового диктофона (Eskola & Suoranta 1998, 90), и с процессом интервью.

Автор сама проводила интервью с Firmой А в феврале 2014 года и интервью с Firmой Б в феврале и в марте 2014 года в офисах фирм. По Хирьсярви и Хурме (Hirsjärvi & Hurme 2004, 74), офис является спокойным и безопасным окружением для интервью, и это является важным для установления контакта с информантом. Обе фирмы имели спокойные кабинеты, где интервью были проведены без прерываний. Интервью продвигались вперед по темам, но гибко, чтобы было возможно возвращаться к предыдущим темам.

4.2 Материал

Материал данного исследования содержал в себе девять индивидуальных интервью с сотрудниками двух финских фирм. В данном исследовании фирмы называются Фирма А и Фирма Б. Обе фирмы экспортируют промышленные продукты в Россию, и мы проводили интервью с сотрудниками, которые регулярно общаются с российскими клиентами или коллегами или путешествуют в Россию в командировки. Автор данной работы интервьюировала одного руководящего сотрудника из обеих фирм, и другие информанты являлись сотрудниками фирм. Более подробная информация об информантах представлена в Таблице 1. Как в качественном исследовании обычно, результаты данного исследования нельзя обобщать и на их основе нельзя делать выводы касательно всех финских фирм, которые занимаются бизнесом с российскими клиентами (Eskola & Suoranta 1998, 212-213).

Фирмы А и Б являются средними по размеру. Фирма А экспортирует промышленные продукты в Россию, и не имеет дочерней компании в России. Фирма А начала экспортировать в Россию в середине 1990-х годов. Россия является самой большой страной экспорта для Фирмы А. Фирма Б также экспортирует промышленные продукты в Россию и имеет дочернюю компанию в России. Дочерняя компания обычно является участником в контрактах с российскими клиентами. Фирма Б начинала экспортировать в Россию в середине 1990-х годов и дочерняя компания была основана в середине 2000-х годов. Для Фирмы Б Россия является также самой большой страной экспорта.

Интервью были записаны на цифровом диктофоне. Длительность всего материала – четыре часа и восемь минут. Самое короткое интервью продлилось 13 минут, самое долгое 56 минут, а средняя длительность была 27 минут. Интервью были транскрибированы, и материал содержит 54 страниц с фонтом «Calibri», с размером фонта 11 и интервалом 1. Мы использовали конвенцию дословной транскрипции (*verbatim transcription*) и транскрибировали материал буквально. Мы использовали следующие знаки транскрипции: - незаконченное слово или выражение, * неясное слово или выражение, # пауза, и [...] выражения исключены от текста. Языком интервью был финский, и поэтому, автор данной работы перевела

примеры на русский язык с финского оригинала с помощью Марии Аристовой и Марии Верт-Миллер. Минимальные ответные реакции интервьюера были исключены.

ТАБЛИЦА 1 Информанты

| Фирма | Псевдоним и титул | Образование | Опыт работы с россиянами |
|--------------|--|-------------------------------------|---------------------------------|
| Фирма А | А1: Директор по экспорту | Гимназия и профессиональное училище | 20 лет |
| | А2: Ассистент по экспорту | Высшее образование | 20 лет |
| | А3: Ассистент по экспорту | Высшее образование | 9 лет |
| Фирма Б | Б1: Генеральный директор дочерней компаний | Высшее образование | 10 лет |
| | Б2: Инженер проекта | Неполное высшее образование | 7 лет |
| | Б3: Директор проекта | Неполное высшее образование | 35 лет |
| | Б4: Инженер-конструктор | Неполное высшее образование | 9 лет |
| | Б5: Директор конструктора | Неполное высшее образование | 25 лет |
| | Б6: Инженер проекта | Неполное высшее образование | 4 года |

Одним из самых важных этических выборов данного исследования было гарантирование анонимности и доверия фирм и информантов. Чтобы гарантировать анонимность фирм и информантов, информанты называются Фирма А Информант 1-3 (далее А1-А3) и Фирма Б Информант 1-6 (далее Б1-Б6). Среди информантов были 3 женщины и 6 мужчин, но мы используем мужской род о каждом информанте, чтобы гарантировать анонимность информантов. Фирма, псевдоним и титул, образование и опыт работы с россиянами информантов представлены в Таблице 1.

4.3 Контент-анализ как метод анализа материала

Методом анализа материала в данном исследовании является контент-анализ. Автор данной работы аккуратно прочитала материал, прежде чем она анализировала

его. По Хирьсярви и Хурме (Hirsjärvi & Hurme 2004, 24), исследователю невозможно анализировать материал, если он сначала не прочитал материал много раз аккуратно. Чем лучше исследователь познакомился с материалом, тем лучше он может анализировать его (Hirsjärvi & Hurme 2004, 24). Важно, что весь материал тщательно изучен, чтобы избежать пропуска потенциально важных частей (Schreier 2012, 5).

После того, как автор данной работы прочитала материал, она разделила его на три категории: язык, культура и формирование и содержание связей (тема другого исследования Порвали 2014). Категоризация является важной, потому что по Шхрейеру (Schreier 2012, 1), качественный контент-анализ является методом систематического описания значения качественного материала. Категоризация сократила количество материала данного исследования, но одновременно категории создали новую информацию (Schreier 2012, 9).

5 РЕЗУЛЬТАТЫ

В данной главе рассматриваются результаты анализа эмпирического материала. Мы выбрали три темы для анализа материала на основе исследовательских вопросов (см. страницу 7): 1. знание русского языка и культуры в бизнесе с россиянами, 2. роль знания русского языка и культуры в бизнесе с россиянами, и 3. языковые и культурные проблемы в бизнесе с россиянами.

5.1 Знание русского языка и культуры в финских фирмах

В данной главе представляются результаты анализа первого исследовательского вопроса: «Какими знаниями русского языка и культуры располагают сотрудники финских фирм, занимающихся бизнесом с россиянами?» Сначала, мы представляем результаты знания русского языка, и затем результаты знания русской культуры.

Все информанты Фирмы А каждый день общаются с российскими клиентами. Они ответили, что они сотрудничают с российскими клиентами ежедневно по

электронной почте (информанты А2 и А3) или по телефону (информант А1). Большинство информантов Фирмы Б общаются с российскими коллегами обычно каждый день по электронной почте. Все информанты Фирмы Б, кроме Б1, сказали, что общение с российскими клиентами происходит по электронной почте обычно или частично через русских коллег. Некоторые российские коллеги в дочерней компании знают английский язык, и некоторые даже финский язык. Информант Б1 сам прямо общается с россиянами по телефону, по электронной почте или лично.

5.1.1 Знание русского языка

В обеих наших фирмах работают сотрудники, которые владеют русским языком. Уровень знания русского языка информантов определены на основе того, что информанты рассказали о своем уровне, используя следующие характеристики: родной язык, свободное владение, хороший уровень, средний уровень, основы языка и через переводчика (см. Таблицу 2).

ТАБЛИЦА 2 Языки, используемые информантов с россиянами

| Информант | Языки, используемые с россиянами |
|------------------|--|
| А1 | рус. (хороший уровень) |
| А2 | рус. (хороший уровень) |
| А3 | рус. (родной язык) |
| Б1 | рус. (свободное владение) |
| Б2 | фин., англ. & рус. (только через переводчика) |
| Б3 | фин., англ. & рус. (средний уровень + через переводчика) |
| Б4 | англ. & рус. (основы языка + через переводчика) |
| Б5 | англ. & рус. (только через переводчика) |
| Б6 | англ. & рус. (только через переводчика) |

Мы попросили каждого информанта определить свой уровень владения русским языком (см. Таблицу 2). Из Таблицы 2 видно, что четыре информанта (А1, А2, А3 и Б1) говорят по-русски по крайней мере хорошо. По словам информанта А1, в своей фирме люди, занимающиеся корреспонденцией с российскими клиентами,

говорят по-русски отлично. По его мнению, он говорит по-русски достаточно хорошо. Он считал, что его письменный русский язык хуже, чем устный язык. Информант Б3, который владеет русским языком на среднем уровне, описал свое знание русского языка следующим образом:

(1) Ja gavarit paruski malo. Mä puhun, tulen toimeen niin ku venäjän kielellä mut mä en niin ku sanotaan että virallisia neuvotteluja en voi kyllä hoitaa. Mut sanotaan juttuja X [alaan liittyvä sana muutettu] sellasia nii. E- niin niin mut sitte jos vastapuoli puhuu englantia nii sitte puhutaan sitä. (Б3)

(1) Я говорит по-русски мало. Я говорю, справляюсь с русским языком, но я не могу, как принято говорить, не могу вести официальные переговоры. А скажем вещи темы X [слово, связанное с профессией изменено], такие да. А если противоположная сторона говорит по-английски, тогда говорим по-английски. (Б3)

Информанты Б2, Б5 и Б6 отметили, что они вообще не говорят по-русски, и поэтому они используют английский язык в общении с российскими коллегами и клиентами. По словам Б5, он знает кириллицу и может читать в какой-то степени технические тексты, но кроме алфавита не знает русский язык. Информант Б4, который знает основы русского языка, объяснял, что он пишет электронные почты по-английски, потому что сотрудники в дочерней компании знают английский язык. Хотя информант Б3 знает русский язык, он также пишет сообщения по электронной почте по-английски. Б3 ответил, что он говорит с россиянами или по-русски, или по-английски.

Некоторые информанты (А2, А3 и Б1) изучали русский язык в университете, и для одного информанта (А3) русский язык является родным языком. А3 объяснял, что он изучал русский язык в Финляндии в школе и в университете как главный предмет. А2 рассказал, что он также изучал русский язык в университете как дополнительный предмет. По словам А2, его знание русского языка достаточно хорошо для бизнеса с россиянами, но иногда есть проблемы, связанные с разговором о ежедневной жизни. А2 сказал, что он изучал коммерческий русский язык во время работы в Фирме А. Кроме информанта А3, Б1 также ответил, что он изучал русский язык в школе и в университете как главный предмет. Он рассказал, что во время учебы он побывал три раза в России по студенческому обмену, всего полтора года. Он считал, что студенческие обмены являлись полезными для него:

(2) tajusin jossain vaiheessa että olen sen verran laiska opiskelemaan, et se ei onnistu siellä yliopistossa se oppiminen, on pakko mennä paikan päälle oppimaan sitä kieltä. Ja se tosissaan autto sitten kyllä (B1)

(2) понял в какой-то момент, что я так ленюсь учиться, что не удастся в университете выучить, и надо ехать туда изучать этот язык на месте. И это действительно помогло. (B1)

Информант A1 изучал русский язык два-три года в народном институте в Финляндии. A1 рассказал, что он говорит по-русски каждый день, и поэтому, во время работы выучил русские слова, связанные с бизнесом. Сегодня он уже не нуждается в помощи переводчика, потому что стал изучать русский язык после трудностей на командировке. По его словам, без знания языка он уже не мог бы поехать в Россию:

(3) mä ite autolla ajoin kerran Liettuasta nii Valko-Venäjälle Minskiin. Ku mä en ollu varma lukeeko tossa Minsk vai mitä tossa lukee [---] Päätin että okei, ei mitää että tota nii että nyt määhä opettelen tän kielen tai en tuu enää koskaan tänne. Sit mä menin seuraavana maanantaina ää työväenopistolle ja alotin sen homman ja tota. Rupesin lukee. (A1)

(3) я сам на машине ездил однажды из Литвы так в Белоруссию в Минск. Когда я не был уверен написано ли там Минск или что там написано [---] Решил что ОК, ничего, вот сейчас я изучу этот язык или никогда больше не поеду сюда. Потом я пошел в следующий понедельник в народное училище и начал это и вот. Начал изучать. (A1)

B3 объяснял, что с самого начала он выучил русский язык во время работы, когда он слушал русских коллег и клиентов. Он тоже изучал русский язык в Финляндии на курсах русского языка для взрослых несколько лет и участвовал на интенсивном курсе русского языка в России две-три недели. Он считал, что интенсивный курс являлся полезным для него. B3 сказал, что он также сам изучает русский язык и в командировках у него учебники русского языка с собой:

(4) minullahan on kirjat mukana aina kun mä oon Venäjällä. Muun muassa kun olin niitä pitkiäki aikoja, nii mulla oli Saljut adin, Saljut dva, tai jotain tämmösiä. Sitte aina työpäivän päätteeksi sellanen venäläinen tota kollega [ammattinimike muutettu] [---] niin me aina sen kanssa istuttiin päivän päätteeks ja mä otin kirjat esille ja luin jotain ja sitten tää kaveri niin kun k- sen kanssa keskusteltiin ja sit se sitä ääntämistä mulle opetti että, sillei se. Se on aika hyvä sillein ja tietenki siinä pitää olla kiinnostus itellä et jos ei yhtään kiinnosta nii ei sitte opikaan mitään. (B3)

(4) у меня есть книги с собой всегда, когда я в России. Например, когда я был там эти длинные периоды, то у меня были Салют один, Салют два, или что-то такое. Потом всегда после рабочего дня один российский коллега [специальное

наименование изменено] [---] так мы всегда с ним сидели в конце дня и я доставал книги и читал что-нибудь, а потом этот товарищ, вот так с ним разговаривали и потом он обучал меня произношению, таким образом. Это достаточно хорошо таким образом, и конечно тогда нужно самому иметь интерес, потому что если самому совсем не интересно, то ничему и не научишься. (Б3)

Б1, Б2, Б5 и Б6 рассказали, что в Фирме Б короткий период они изучали основы русского языка раз в неделю:

(5) meillä oli sillei yhteen aikaan että oli semmonen tunti viikossa oli venäjän opiskelua työajalla. [---] Et se oli musta ihan hyvä se. Et siellä opittiin vähän fraaseja ja ja vähän päivät, viikot, kuukaudet, luvut, siis ihan semmosta perusasiaa ja sen tyyppistä. Et sitä materiaalia silloin aikanaan oli, mut nyt sitä ei oo ollu enää pariin vuoteen. (Б5)

(5) у нас было в одно время так, что было около часа в неделю было на изучение русского языка во время рабочего дня. [---] Вот это было, по-моему, довольно хорошо это. Вот там изучали немного фразы и и немного дни, недели, месяцы, числа, такие совсем основы и подобное. Вот материал тогда у нас был, но теперь в течение последних двух лет уже у нас нет его больше. (Б5)

Б4 ответил, что он изучал технические термины по-русски и основы русского языка во время работы в Фирме Б:

(6) Siis mä oon oppinu tän kymmenen vuoden aikana. Mä osasin numerot yhestä kymmeneen silloin kun tulin taloon. Mut nyt sitten kymmenen vuoden aikana nii tässä on oppinu teknistä sanastoo aika paljon, et pystyn niin ku lukemaan piirustuksia että mitä siellä on. Pystyn tuottamaan yksinkertasia lauseita. Ja ymmärrän palaverissa jos ollaan kokouksessa, nii ymmärrän et suurin piirtein mistä puhutaan, mut et edelleen on semmonen vitsi että mä en vieläкään osaa jäätelöö tilata. Et tiedän mikä on X, Y ja Z [alaaan liittyvät sanat muutettu] ja muut mut se on se, small talk sanasto on ihan, ei, se on ihan hakusessa vielä että. Mut ehkä sitten jonain päivänä pikku hiljaa. (Б4)

(6) Значит, я выучил в течение этих десяти лет. Я знал числа от одного до десяти, когда я начинал работать здесь. Но сейчас в течение десяти лет я здесь выучил техническую терминологию довольно много, чтобы я мог вот так читать рисунки и что там есть. Я могу воспроизводить простые выражения. И понимаю на собрании, если мы на собрании, то понимаю в общих чертах, о чем говорят, но еще у нас есть такой анекдот, что я еще не умею заказать мороженое. Я знаю что X, Y, Z [слова связанные с профессией изменены] и другие, но вот эта лексика смол тока [разговорная лексика] является совсем, нет, этого пока не знаю. Но может быть потом в какой-то день потихоньку. (Б4)

Некоторые информанты (А1, Б1, Б3 и Б6) часто путешествуют по России в командировке и другие информанты два раза в год или меньше. По словам А1 и Б1, если сотрудники Фирмы А или Фирмы Б без знания русского языка поедут по России в командировку, им обычно нужен переводчик. По словам Б4, переводчик обычно коллега из Финляндии, которая говорит по-русски, или коллега из дочер-

ней компании в России, которая знает русский и финский или английский язык. А3 рассказал, что он сам участвует в переговорах с российскими клиентами в Финляндии. Он русский по происхождению, и, следовательно, может свободно говорить по-русски с клиентами.

5.1.2 Знание русской культуры

Большая часть информантов Фирмы А и Фирмы Б считали, что они познакомились с русской культурой или с русской бизнес-культурой во время работы с российскими клиентами или коллегами. Информант Б4 отметил, что телевидение хороший способ для изучения русской культуры. По его словам, он смотрит особенно программы Вилле Хаапасало по-фински по телевизору. Б4 и Б6 отметили, что финские коллеги, которые путешествуют по России, хороший способ получить знание об особенностях русской культуры:

(7) Ja ja, tietysti no paljon näiltä kollegoilta ketkä siellä paljon reissaa ja tekee töitä niin. Et niiltä sit että miten toimitaan tietyissä asioissa kun siellä on kuitenkin tiettyjä juttuja mitä pitää tietää tai mitkä on hyvä tietää. Että et et, kollegat on se, se tietolähde sitten tommoseen kulttuuri. (Б4)

(7) И и конечно, ну много от этих коллег, которые туда много путешествуют и работают так. От них, как действовать в данных случаях, потому что там все-таки определенные вещи, которые надо знать или хорошо знать. Так что вот вот, коллеги являются этими, этими источниками информации о такой культуре. (Б4)

Когда А1 начинал работать с российскими клиентами, А1 участвовал в курсе русского языка с русским преподавателем, который рассказывал примеры о русской культуре. А3 считал, что знание русской культуры у него автоматическое, потому что он родился в России. А2 и А3 сказали, что они познакомились с русской бизнес-культурой когда они начинали работать с российскими клиентами. Б1 считал, что он узнал об особенностях русской культуры лучше всего во время студенческих обменов в России:

(8) Et ei se, mulle ei ainakaan sovi se että että mietitään kirjoista että minkälaisia kulttuurieroja meillä on että kyl se pitää ite niin ku hoksata. Oman kokemuksen kautta on ainoa vaihtoehto. Se ihan oikeasti tajuta ne erot. (Б1)

(8) Вот это нет, для меня не подходит, чтобы думать из книг, какие культурные различия у нас есть, а надо самому понять. Через свой опыт является единственным выбором. То есть на самом деле понять эти различия. (Б1)

Мы попросили каждого информанта дать примеры о чертах русской культуры, которые они заметили во время работы с российскими клиентами или коллегами. Информанты А3, и Б3, считали, что Россия сильно европеизировалась:

(9) No kyllähän sielläki [Venäjällä] muuttuu # jatkuvasti niin ku # monetki asiat. No tietenki samathan kumminki asiat siellä niin ku merkitsee ja mut kyl niin ku onhan se länsimaalaistunu paljo, tavat ja käytännöt et miten niin ku siellä # siellä että tota. Varmaan tää uudempi sukupolvi on sitte opettanu nyt *tätä* uudempaa mallia. (А3)

(9) Ну да там [в России] также меняется # постоянно # многие вещи. Ну конечно все-таки те же самые там имеют значение, но да, она во многом становится западной, манеры и привычки, что как там # там вот. Наверно это новое поколение научило сейчас *этой* новой модели. (А3)

(10) Et nyt Venäjä pikkusen ku se tuli Venäjäksi nii liian nopeesti länsimaistunu ja siinä # tavallaan tasapäistyny mejän kanssa tietyt alueet, mut ku mennään tonne Keski-Venäjälle, Uralin itäpuolelle nii kyllä, ei siellä, siellä se niin ku on säilyny vielä. (Б3)

(10) Вот сейчас Россия, когда она стала Россией, она слишком быстро становится западной и # как бы в некоторых областях стала равносильной с нами, но когда поедем туда в центральную Россию, в восточной стороне от Урала то да, не там, там это все еще сохранилось. (Б3)

Информанты Б1, и Б6, считали, что особенно Москва и Санкт-Петербург более международные, чем другие области в России. По мнению Б1, кроме этого не существует больших культурных различий между областями в России:

(11) Mm joo siis yllättävän vähän [eroja eri alueiden välillä Venäjällä]. [---] Neuvostoliitto teki hyvää työtä siinä että niitä eroja on aika vähän. Mutta tota no ehkä moskovalaiset on vähän kansainvälisempiä, samoin pietarilaiset, ja vähän enemmän tietosia niin ku että maailmassa on muitakin maita kun Venäjä. Muitakin kieliä ja muitakin kulttuureita ja muitakin tapoja toimia. [---] Mutta niihän Moskova ja Pietari on kaiken kaikkiaanki ihan eri eri maailma ku muu Venäjä. (Б1)

(11) Мм да так удивительно мало [различия между разными областями в России]. [---] Советский Союз поработал хорошо в том, что различий довольно мало. А вот ну может быть москвичи более международные, также петербуржцы, и несколько более знающие, что в мире есть также другие страны, кроме России. Другие языки и другие культуры и другие способы действия. [---] Но да Москва и Санкт-Петербург в основном совсем другой другой мир чем остальная Россия. (Б1)

В качестве примера культурных различий информанты Б1 и Б3 отметили, что культура принятия алкоголя изменялась в России, и обеды с водкой не так обычны сегодня:

(12) No ehkä ehkä niin päin että ku Suomessa on aina tota Neuvostoperuja ollu semmonen semmonen tota myytti siitä että on pitkiä vodkan huuruksia lounaita ja muuta tämmöstä, niin se on oikeasti ihan myytti, et venäläiset on todella ahkeria työntekijöitä ja kunnianhimoisia. Et lähinnä se se oli yllätys. (Б1)

(12) Ну может быть может быть таким образом, что в Финляндии всегда был такой, такой миф из Советского Союза о том, что существуют длинные обеды с водкой и другое такое, так что в сущности это совсем миф, россияне действительно старательные сотрудники и честлюбивые. Прежде всего это оказалось неожиданным. (Б1)

(13) esimerkiksi Pietarissa jos menet niin kun illalliselle niin, no ehkä siinä nyt otetaan yks tai sitten olutta, mut se jää siihen että. Se on, ju- juomakulttuuri siellä on niin kun muuttunu, ainaki tietyillä alueilla. (Б3)

(13) например, в Санкт-Петербурге, если ты идешь на ужин так, ну наверно тогда пьют одну рюмку или пиво, но не больше. Это, культура принятия алкоголя там изменилась, по крайней мере в данных областях. (Б3)

В качестве примера того, с какими особенностями русской культуры они столкнулись во время работы с россиянами, Б2, Б3 и Б4 отметили рукопожатие. Б3 считал, что рукопожатие приятная манера в России, а Б2 и Б4 заметили, что россияне не здороваются за руку с женщинами:

(14) No yks mikä venäläisten kanssa vaikka sä oot päivittäin tekemisissä niitten kanssa, nii se mikä on minusta h- hieno tapa siellä, [---] niin joka aamu kätellään. Kaikki käydään läpi, jota ei Suomessa tapahdu. (Б3)

(14) Ну с россиянами, хотя ты каждый день сотрудничаешь с ними, по моему мнению пр- приятная привычка там [---] то, что каждый день здороваются за руку. С каждым человеком, так не происходит в Финляндии. (Б3)

(15) No, yllättävin asia oli mulle se sillon ku mä olin siellä asiakkaan rajapinnassa se että naisia ei kätellä. (Б2)

(15) Ну, неожиданно для меня было, когда я был у клиентов являлось то, что они не здороваются за руку с женщинами. (Б2)

Информанты Б5 и Б6 считали, что в Финляндии сотрудники имеют широкое знание, а в России сотрудники обычно знают только об одном занятии. Поэтому на переговорах обычно большее количество русских участников, чем финских:

(16) neuvottelutilanne voi olla aika koominenkin joskus kun mei- meidän puolelta istuu tulkki ja kaksi henkilöä ja siellä puolella aina vaihtuu viis henkee tai kymmenen henkee, aina se porukka vai- aina tulee uutta ja sit ne kysyy meiltä että missäs teidän tämä asiantuntija on? Niin mä että tässä me ollaan että. Et se on heille ehkä semmosta outoo että siellä on aika rajattua kaikki se heidän tietämys. Et se on jos joku ihminen on tietää jostakin hilavipstaakista niin tietää siitä mut ei sitten mistään muusta. Tai hän ei uskalla tietää siitä sekin voi olla se. Tämmönen siellä on semmonen kulttuurillinen ero ihan selkee. (B5)

(16) ситуация переговоров может быть иногда довольно комическая, когда с наш- нашей стороны сидят переводчик и два человека , а с их стороны всегда меняются пять людей или десять людей, всегда эта группа только, всегда приходят новые люди и потом они спрашивают нас, где у вас этот специалист? Потом я говорю, чтобы мы здесь. Это наверно является необычным для них, что там их знание довольно ограничено. Если какой-нибудь человек знает о каком-нибудь аппарате, тогда он знает только об этом, а не о других. Или он не смеет знать об этом, может быть таким образом также. Такое там есть такое культурное различие совсем ясное. (B5)

5.2 Роль знания русского языка и культуры в бизнесе с россиянами

В данной главе рассматривается второй исследовательский вопрос: «Какую роль играет знание русского языка и культуры в бизнесе с россиянами?» Во-первых, мы представляем результаты роли знания русского языка и во-вторых, результаты роли знания русской культуры.

5.2.1 Роль знания русского языка

Все девять информантов считали, что в бизнесе с россиянами важно знать русский язык. Не все информанты сами говорят по-русски, но они все-таки считали, что было бы важно говорить по-русски. А1, который владеет русским языком на хорошем уровне, считал, что с россиянами особенно устное владение русским языком важное. А2, который владеет русским языком на хорошем уровне, и Б5, который вообще не говорит по-русски, сказали, что знание русского языка является преимуществом и создает атмосферу доверия в бизнесе с россиянами:

(17) Siis sillei niin ku kilpailuvaltti [on venäjän kielen taito] että kyllähän se nyt varmaan mejän nykyisistä asiakkaista suurin osa tietääkseni myös englantiakin puhuu mutta tuota ei välttämättä kaikki. (A2)

(17) Значит таким образом [знание русского языка] как выгода в конкуренции, что да, наверное большинство наших нынешних клиентов говорят также по-английски, но не обязательно все. (A2)

(18) Kyllä se hyvä olis olla. Se tulee ihan siitä että lo- love your client. Et kyllä jos asiakkaan, ainahan se on parempi jos se olis se venäjän kieli. Se antaa enemmän uskottavuutta. (B5)

(18) Да было бы хорошо иметь. Это исходит от этого, что lo- love your client. Вот да, с точки зрения клиента всегда лучше, если бы был русский язык. Это дает больше достоверности. (B5)

Б3, который владеет русским языком на среднем уровне, и Б6, который вообще не говорит по-русски, считали, что знание русского языка безусловно важно в бизнесе с россиянами. Б3 считал, что он сам жалел, что не изучал русский язык уже в молодости. Б6 рассказал о важности знания русского языка:

(19) Tarvitaan [venäjän kielitaitoa]. Et onhan, heil on niin niin jäykkää se suhtautuminen joskus muihin kieliin kun siihen omaan venäjään että että näkisin et se on ihan ihan ehtottomasti kyllä. (B6)

(19) Нуждаются [в знании русского языка]. Вот да, они имеют иногда такое негибкое отношение к другим языкам чем к своему русскому языку, что, что я считаю что совсем, совсем безусловно да. (B6)

По мнению Б3, если на переговорах финн использует русский язык, хоть чуть-чуть, ситуация становится более расслабленной:

(20) jos on vaikka semmonen virallinen neuvottelu ja sitä vaikka nyt ois englanti-venäjäkin käänös siinä, mutta ku jotaki ku sulta kysytään nii heitätki siihen yks kaks niin ku venäjää. Nii niin tota se tavallaan laukasee sen ilmapiirin heti. Et et nyt tossa oli semmonen tilanne mejän tuolla työmaalla Suomessa kävi [---] Liettuasta henkilö X [titteli muutettu] kävi seurueineen [---] satuin olemaan siinä paikalla [alaan liittyvä sana muutettu] ja sitten se, no siinä oli nainen joka mejän työntekijöitä käänsi niin kun, niin kun suomesta venäjäksi niin sit se Maria [nimi muutettu] kysy jotakin juttua minulta, minä vastasin venäjäksi. Kun tiesin että ne kaikki puhuu, niin se herätti aika paljon hilpeyttä että. Tuli heti eri fiilis että aijaa toi kaverihan puhuukin venäjää (B3)

(20) если например такие официальные переговоры, и например англо-русский перевод там, но когда у тебя что-то спросят и потом скажешь что-то по-русски. Так тогда атмосфера станет более расслабленной. Что что сейчас у нас была такая ситуация нашу рабочую площадку в Финляндии посетил [---] из Литвы человек X [титул изменен] посетил со своей компанией [---] я был там [слово связанное с профессией изменено] и потом это, ну там была женщина, которая переводила слова наших сотрудников так, так с финского на русский язык и потом

эта Мария [имя изменено] спросила у меня что-то, и я ответил по-русски. Потому что я знал, что они все говорят, и это нас повеселило. Сразу стало другое настроение, что ага этот товарищ говорит же по-русски (Б3)

Информанты Б2, который не говорит по-русски, и Б4, который знает основы русского языка, считали, что было бы легче работать с россиянами и путешествовать в России со знанием русского языка:

(21) Sanotaa että il- ilmankin pärjää mutta tekis elämästä helpompaa jos osais [naurah-
taa]. (Б2)

(21) Говорят, что можно справляться бе- без знания русского языка, но жизнь была бы легче, если знал бы [смеется]. (Б2)

(22) Että auttas hirveesti jos osais. Ja kynnystä sitten matkustaa, matkustaa Venäjälle nii sekin alenis alenis kummasti kun ei tarviis arvailla tai jännittää että mitenkähän nyt selviää että pysyy- pystyy kysymään apua ja ymmärtämään vielä sit sen avun nii seki ois taas toinen juttu. (Б4)

(22) Что помогло бы очень, если бы владел. И потом порог путешествовать, путешествовать в Россию, он был бы ниже, когда не нужно было бы угадывать или нервничать, что, как я сейчас справлюсь, что могу, могу попросить помощи и понимать еще эту помощь, так это опять другое дело. (Б4)

В начальном этапе карьеры информанта Б3, переводчики всегда помогали ему. Сегодня он имеет средний уровень знания русского языка, и роль переводчиков в его работе изменилась:

(23) No aikasemminhan se oli niin silloin seis- no sanotaan seitsemänkymmentä kaheksankyt luvulla vielä, niin näissä [työmatkoilla Venäjällä] oli aina niin ku tulkki mukana, joka käänsi suomi, suomi-venäjä pääasiassa. Nyt sitten sanotaan yhdeksänkymmentä luvulta lähtien nii niin on tulkin rooli pienentynyt tosi paljon. Niin kun tommoset tavalliset [alaan liittyvä sana muutettu] hommat menee ilman tulkkia, mut sit jos on neuvotteluita nii yleensä on sitten englanti-venäjä. [---] No tietenki sitten meillä on, on venäjän kielen taitosia nii kavereita täällä, ja jos ne on mukana nii sitten saattaa kääntää niin kun suomi-venäjä. Mut että pääasiassa englanti-venäjä se on niin ku sitten siinä virallisessa kommunikoinnissa. Sitte kun yksin oot siellä niin niin sanotaan sitte suomi englanti venäjä kaikki ja kädet avuks vielä. (Б3)

(23) Ну раньше это было так тогда в сем-, ну скажем в семидесятом, восьмидесятом году еще в этих [в командировках в России] был всегда вот так переводчик с собой, который переводил финский, финско-русский в основном. Сейчас скажем с девяностого года так так так роль переводчика уменьшилась очень сильно. Например, такие обычные [слово связано с профессией изменено] дела решаются без переводчика, но если на переговорах, тогда обычно англо-русский. [---] Ну конечно потом у нас есть, есть товарищи, которые имеют знание русского языка, и если они с нами, тогда они могут переводить финско-русский. Но в основном англо-русский в официальной коммуникации. Потом

когда ты там один, так так так скажем тогда финский, английский, русский, все и еще помогаем руками. (Б3)

Б3, который имеет средний уровень знания русского языка, и Б2 и Б6, которые вообще не знают русский язык, рассказали, что россияне обычно не так хорошо говорят по-английски. Б3 и Б6 также считали, что в разных областях России знание английского языка разное, и что образование человека влияет на владение языком:

(24) No ne missä mä oon ollu niin aika aika rajottunutta se [englannin kielen taito] on kyllä ollu että. Ehkä tietyllä tasolla johtoportaaassa olevia henkilöitä varmaan kellä on koulutustausta jo hiukan pitemmällä, niin sieltä sieltä monesti sit löytyy sitä. Että pystyy niin ku perusasioita kommunikoiimaan ja ymmärretään niin sanotusti toisiamme [--] Tietysti no aika kaukanaki välillä ollu et siellä sitten vielä vähempi sitä on sitä englannin kielen taitoo että. Moskova Pietari aluehan on vielä sillei että se on aika kansainvälistetty nykyään että siellä sillä [englannin kielen taidolla] kyllä paremmin niin kun jo pystyy pärjäämään. (Б6)

(24) Ну места где я был, довольно ограниченное это [знание английского языка] было. Может быть люди на конкретном уровне руководства, которые имеют более высокое образование, так они обычно владеют этим. Чтобы можно так основные вопросы обсудить и мы так скажем понимаем друг друга [---] Конечно ну довольно далеко иногда был и там еще меньше владеют английским языком. Область Москвы, Санкт-Петербурга же еще так довольно международная сегодня, что там на этом [на английском] можно уже лучше справляться. (Б6)

Б1, который говорит по-русски свободно, считал, что сегодня все больше и больше россиян знают английский язык. По мнению Б2, который вообще не говорит по-русски, особенно российские женщины говорят по-английски. Данные информанты сказали, что:

(25) Nyt on oikeestaan jopa minunkin lyhyen työurani on tapahtunu muutosta siinä että yhä useampi venäläinen osaa englantia. Et kyl niin ku sitäkin on nyt ene- enenemässä määrin, että meidän suomalaiset käyttää englantia venäläisten kanssa. (Б1)

(25) Сейчас в сущности даже во время моей короткой карьеры произошло изменение в том, что все больше россиян владеют английским языком. Что да все больше- больше и больше так, что наши финны используют английский язык с россиянами. (Б1)

(26) musta tuntuu että oisko vielä naiset enemmän siellä niin kun siihen suuntaan panostanu, et he on ehkä opiskelleet sitten kieliä. Että missä minä olin silloin siellä työreissussa, nii siellä toimistolla oli varmaan kaksi naista mitkä puhu englantia ja yks mies ymmärti auttavasti. Mutta se oli sitte siinä [naurahtaa]. (Б2)

(26) мне кажется, что может быть женщины больше там как бы потрудились, что они может быть изучали языки. Вот где я был тогда в командировке, там в офисе

были наверное две женщины, которые говорили по-английски и один мужчина, который понимал удовлетворительно. Но это было все [смеется]. (Б2)

Информанту Б2 казалось, что россияне предпочитают русский язык, даже если они знают английский язык:

(27) oon huomannu joskus sitäki että jos vaikka asiakkaan edustajalle lähettää sähköpostia, tietää et se ymmärtää englantia, mut se saattaa vastata venäjäks. (Б2)

(27) я заметил иногда то, что если посылаешь электронное письмо представителю клиента, знаешь, что он понимает английский язык, но он может ответить по-русски. (Б2)

Мы спросили у каждого информанта, какой уровень знания русского языка, по их мнению, требуется в бизнесе с россиянами, и мнения были разные. Информанты А1, который владеет русским языком на хорошем уровне, А3, который носитель русского языка, и Б6, который вообще не говорит по-русски, считали, что требуемый уровень знания языка зависит от рабочей должности. По мнению А3, важно знать, по крайней мере, основы русского языка в бизнесе с россиянами, и с клиентами его фирмы невозможно работать без знания русского языка. По словам А1 и Б6, всем, работающим с корреспонденцией с россиянами, обязательно владеть русским языком отлично:

(28) se vähän riippuu mitä tekee et sit niin ku *noihinkin* jotka tekee ton kirjeenvaihdon ja muun nii ne o- ne osaa sen erinomaisesti ja se on ihan hyvä koska ne käy niin ku sitä kirjeenvaihtoo ja se tulee niin ku näin mutta seki taso mikä mullaki on nii sillä niin ku kyllä # aika hyvin pystyy kyllä aika paljon asioita pystyy hoitaa et ei oo paljoo mitä ei pysty. (А1)

(28) это зависит немного от того, что делаешь. Как те, кто занимаются перепиской и другим, они з-, они знают это отлично, и это хорошо, потому что они занимаются перепиской и это вот так, но уровень который у меня есть, с этим вот так да # довольно хорошо возможно да довольно много делами можно заниматься. Не так много того, чем невозможно заниматься. (А1)

(29) No kyllähän se täytyy ainaki meidän koordinaattoreita jos miettii ketkä hoitaa siten sitä liikennettä, kylhän se täytyy olla ihan ihan niin ku täyttä osaamista että pystytään niin ku ymmärtää täysin mitä asiakas yrittää meille viestä ja pystytään vastaamaan siihen sitte myöskin. Samalla tavalla et ei ei Google Kääntäjän avulla tai minikään muun avulla että. Kyl se [venäjän kielitaito] pitää olla ihan hallinnassa. (Б6)

(29) Ну да же по крайней мере, если подумать о наш координаторах, которые занимаются сообщениями, то да это должно быть совсем совсем так как полное умение, чтобы можно было понимать вполне, что клиент пытается нам сообщать и суметь ответить также позже. Также чтобы не не с помощью Переводчика

Google или с помощью чего то еще. Действительно нужно вполне владеть [русским языком]. (Бб)

По мнению А2, который владеет русским языком на хорошем уровне, в сотрудничестве с россиянами грамматические аспекты не столь важные, а главное то, чтобы другие понимали финнов. Б5, который вообще не говорит по-русски, считал важным, чтобы уровень знания языка был бы такой, что человек умеет говорить свободно с клиентами и коллегами. По словам А1, который владеет русским языком на хорошем уровне, уже хороший средний уровень знания русского языка помогает. Для А1 достаточным уровнем является хорошее знание русского языка.

Подходящий уровень знания русского языка, по мнению Б4, который знает основы русского языка, был бы как минимум объем курса гимназии. Для себя Б6, который вообще не говорит по-русски, считал, что было бы важно знать, по крайней мере, технические термины, связанные со своей областью бизнеса. По мнению Б2, который вообще не говорит по-русски, ему помогло бы очень в работе с российскими клиентами и коллегами, если бы он знал хотя бы основы русского языка, но еще лучше, если бы знал больше:

(30) Kyllä se se auttas jo paljon että osais alkeet. Että osais siinä tapaamisessa ees joutain sanoa venäjäksi muutakin kun terve ja kiitos. Et niin tuota s- mut tietysti ainahan se ois helpompaa jos sitä osais enemmän. (Б2)

(30) Да помогло бы очень, что знал бы основы. Чтобы суметь на той встрече хотя бы что-то сказать по-русски другое, кроме привет и спасибо. Что вот так, но конечно всегда легче, если знал бы больше. (Б2)

5.2.2 Роль знания русской культуры

Все информанты кроме А3 считали, что в бизнесе с россиянами важно знать русскую культуру. Информант А3 сказал, что зависит от клиентов, нужно или не нужно знание русской культуры в бизнесе с россиянами:

(31) No se riippuu ihan kyllä asiakkaista et tämmöset nuoremmat bisnesmiehet nii ei ne varmaa itekään kauheesti oo siihen [venäläiseen kulttuuriin] perehtyny (А3)

(31) Ну это зависит так-то от клиентов, что такие молодые бизнесмены наверно сами не так много знают об этом [русская культура] (А3)

Б1 сказал, что в бизнесе с российскими клиентами и коллегами нужно знание русской культуры, но не надо слишком много изменять свои манеры. По его опыту, россияне ценят финнов как финнов, и поэтому финнам лучше вести себя как финны:

(32) suomalaiset kiinnittää ihan liikaa huomiota siihen, että miten pitäisi käyttäytyä jossain tietyssä kulttuurissa. Sit suomalaiset menee ihan solmuun kun ne yrittää muis-tella niitä kulttuurisääntöjä että mitä nyt piti tehdä tässä tilanteessa ja mitä piti tehdä. Venäläiset arvostaa sitä suomalaisuutta siis suomalaisena ja sit suomalaisen pitäis olla avoimesti suomalainen, vähän semmonen hönelö ja töykee ja ei nyt välttämättä niin kaikkia sääntöjä muista, mutta se sitä suomalaisuutta on ja venäläiset arvostaa sitä paljon enemmän et on aidosti suomalainen, kun se että yrittäs jotenki olla venäläinen ja siitä sekotuksesta ei kyllä tuu yhtään mitään. (Б1)

(32) финны слишком много обращают внимания на то, как нужно вести себя в какой-то определенной культуре. Потом финны впадают в панику, когда они пытаются вспомнить эти культурные нормы, что сейчас нужно делать в этой ситуации и что нужно делать. Россияне ценят эти финские особенности как таковые, и поэтому, финну нужно быть открыто финским, немного таким дуралеем и неприветливым и таким, который не обязательно помнит все нормы, но вот это финская особенность, и россияне ценят намного больше, когда финн - истинно финский, чем когда финн пытается быть русским, и такое смешение не хорошо. (Б1)

Информант Б5 считал, что вежливо знать о культуре своих клиентов:

(33) No on se kohteliasta tietää. Kyllä se on ihan sitä love your client edelleenki. (Б5)

(33) Ну это вежливо знать. Действительно, это совсем, как это love your client еще. (Б5)

Информанты А1, А2 и Б4 отметили, что легче понимать россиян и их образ мышления, если человек знает русскую культуру:

(34) tietysti että tunnetaan tunnetaan tois- toi- tois- toisia maita ja ihmisten tapoja ja taustoja ja historiaa ja. Ihan semmosta ylei- yleissivistystä ja yleistietämystä niin kyllä sitä pitää olla. Ymmärtää niitä ihmisiä sit paremmin. (А2)

(34) конечно, чтобы знали знали друг- дру- другие страны, и обычаи людей, и основные данные, и история и. Такое общ- общее образование и общее знание, конечно, такое нужно иметь. Чтобы понимать этих людей тогда лучше. (А2)

По словам Б2, знание русской культуры важно, чтобы финны не делали что-нибудь ужасное. По мнению б2, знание русской культуры также важно, потому

что российские клиенты и коллеги хотят, чтобы все делалось, как они хотят. Он считал, что в России строгие нормы и, поэтому, легче работать, как они работают:

(35) Kyl kyllä tarvitaan [kulttuuritaitoa] et onhan heillä kuitenkin iha selkeesti se että he haluaa et kaikki tehdään heidän tavallaan ja heillä on hirmu tiukat normit ja säädökset ja kaikki tapa millä asiat tehdään [---] Nii, se on helpompi yrittää tehdä sen mukaan ku selittää että eikö tämä tapa on. Tämä on ihan sama mut tämä on tehty vaan vähän eri tavalla. (Б2)

(35) Да да нужно [знание русской культуры], чтобы у них было ясно то, что они хотят, чтобы все делалось по их образу действий, и у них есть очень строгие нормы и предписания и все образы действий [---] Поэтому это легче пытаться делать согласно этому, чем объяснять, что вот такой обычай. Это так-то одно и то же, но только сделано немного по-другому. (Б2)

По словам Б3, надо знать о русской культуре, чтобы относиться к ней правильно. Он считал, что важно знать, например, как правильно одеваться в разных ситуациях:

(36) Ja tietenkin noissa tilanteissa kun on niin pukeutumisellahan on aika isokin merkitys, että jos sä meet johonki vähänki sanotaan myynti tai semmoseen arvokkaampaan tilaisuuteen farkut jalassa ja t-paita päällä, nii ne sanoo suurin piirtein että lähe kotiin. (Б3)

(36) И, конечно, в таких ситуациях одежда имеет довольно большое значение, что, если ты идешь на какую-нибудь, скажем, сделку по продаже или на какое-то более важное собрание в джинсах и футболке, тогда они скажут в общих чертах, что иди домой. (Б3)

5.3 Языковые и культурные проблемы в бизнесе с россиянами

В данной главе рассматривается третий исследовательский вопрос: «Как сотрудники финских фирм, занимающиеся бизнесом с россиянами, решают возможные языковые или культурные проблемы?» Вначале рассмотрим, какие языковые проблемы информанты встречали и как они пытались их решать. Под конец представляются культурные проблемы и как информанты пытались их решать.

5.3.1 Языковые проблемы и их решения

Информант А1 считал, что в начале карьеры ему было трудно устанавливать глубокие связи с российскими клиентами, потому что он не знал русский язык. Когда он начал изучать русский язык, он стал более глубоко понимать характеристику русской бизнес-культуры:

(37) Mut ku ei sitä kieltä sillo [uran alkuaikoina] oikei osannu nii ei sitä sillon päässy sitte niin ku ei päässy niin syvälle siinä hommassa [---] Sit ku se kielitaito parani sit se niin ku syveni ja sit siinä pääs niin ku jyvälle siitä hommasta enemmän (A1)

(37) Но тогда [в начале карьеры] не знал язык, и поэтому, не было возможным продвинуться так глубоко в этой работе [---] Потом, когда знание языка улучшилось, это углубилось, и потом начал лучше соображать в этой работе (A1)

Б3, который владеет русским языком на среднем уровне, сказал, что иногда с россиянами проблемой является то, что они не хотят понимать, что говорят люди, которые говорят по-русски нехорошо:

(38) Et siinä on a- haaste niin ku et se välillä niin kun ihan täällä siviilipuolella niin joskus ne ei halua ymmärtää jotaki asiaa jos näkee että tuo on vähän, vähän tota huonosti puhuu nii sitten vielä vähemmän. Haaste voi tulla esimerkiks jossakin stalovajassa, joka on tämmönen ruokala, työmaaruokala [---] Sitte kun pyydät sitä nii se se nainen joka tarjoo siinä nii se ei oo niin ku ymmärtävinään mitään, se rupee posmittamaan kauheesti ja ja niin ku en mä tiä tekeekö ne tahallaan sitä sitte että, niille joutuu sitte vähän ärähtämään että. Mut tommosia voi tulla tulla ja no, tietenki haastehan se on aina. (Б3)

(38) Проблемой является иногда, как и в обычной жизни то, что иногда они не хотят понимать что-то, если они видят, что другой человек немного, немного плохо говорит и тогда еще меньше. Проблема может возникнуть, например, в столовой, которая такая буфет, рабочая столовая [---] То есть, когда ты просишь что-то, так эта женщина, которая там обслуживает, так она как будто не понимает ничего, и начинает что-то много говорить, и и вот так я не знаю, если они делают так нарочно что, потом на них приходится немного ворчать. Но такие возможно встретить и ну, конечно, это всегда является проблемой. (Б3)

Б2 и Б4 считали, что для них самой большой проблемой в бизнесе с россиянами является языковой барьер. Б4 знает только основы русского языка и Б2 вообще не говорит по-русски. По мнению Б2, в России мало людей, которые знают другие языки, кроме русского. Для него, решение данной проблемы в том, что он делает больше всего таких рабочих заданий, в которых не требуется знание русского языка. Также, если ему нужно общаться с российскими клиентами, он расскажет

вопросы коллеге, который говорит по-русски, и коллега общается с российскими клиентами. По его словам, с коллегами в дочерней компании легко общаться, потому что они знают английский язык:

(39) Et tietenki me me ollaan siitä onnekkaita et meidän siellä Venäjän [kaupungin nimi muutettu] sisäryityksessä nii lähes tulkoon kaikki puhuu englantia. Että heidän kanssa on helppo kommunikoida. Ja sitä kautta heiltä saa helposti apua ja ohjeita. (Б2)

(39) Конечно, нам нам таким образом повезло, что в нашем дочерней компании в России [имя города изменено] почти все говорят на английском языке. То есть с ними легче общаться. И поэтому от них легче получить помощь и инструкции. (Б2)

Как мы уже отметили выше (см. главу 5.1.1), в командировках в России сотрудникам Фирмы А или Фирмы Б без знания русского языка обычно нужна помощь переводчика. Как рассказал Б4, который говорит по-русски нехорошо, переводчик обычно сослуживец из Финляндии или из дочерней компании:

(40) Omista ihan, omista ihmisistä että [tulkki firman sisältä]. Kun niitä on paljon venäläisiä ketkä osaa suomee ja sitten no miel on nyt yks suomalainen kuka puhuu venäjää, tuo Niemen Matti [nimi muutettu]. Et hänen kanssa on kans hyvä reissata että. Mut pääasiassa ne on noita venäläisiä, siis jos se puhuu englantiakin nii se on ihan riittävä myös. (Б4)

(40) Наши собственные, наши люди вот [переводчик из свой фирмы]. Так как много россиян, которые знают финский язык и потом, ну сейчас у нас один финн, который говорит по-русски, этот Матти Ниemi [имя изменено]. То есть с ним хорошо путешествовать чтобы. Но в основном они эти россияне, значит, если он говорит по-английски, это достаточно хорошо тоже. (Б4)

По мнению Б6, который вообще не говорит по-русски, важно, что они могут доверять переводчику, и иногда случаются сложные ситуации с использованием переводчиков:

(41) joskus on käyny silleinki että kun on ollu venäläistaustainen tulkki, että sitten kun on ollu pieniä tämmösiä erimielisyystilanteita, nii sitte jossain vaiheessa huomaa että niin ku tulkki tavallaan niin ku kallistuu siihen venäläiseen mielipiteeseen vaan sen oman taustansa vuoks, mikä on todella todella niin ku ilkee tilanne siinä kun sä yrityksen kantaa viet siellä eteenpäin ja perustelet. (Б6)

(41) иногда случалось так, что когда у нас был русский переводчик, потом появлялись маленькие такие ситуации разногласия, тогда в какой-то момент стали замечать, что переводчик как бы придерживается того же мнения с россиянами только из-за своего происхождения, что является очень очень неприятной ситуацией, когда ты там продвигаешь вперед и обосновываешь позицию фирмы. (Б6)

По словам Б5, некоторые сотрудники Фирмы Б используют Переводчик Google для помощи на работе. Б2, который вообще не говорит по-русски, и Б4, который знает основы русского языка, используют Переводчик Google. Информант Б4 объяснял:

(42) Ite puhuu jollai tavalla hyvää englantia ja sitten taas toisessa päässä ei välttämättä olekaan niin hyvä englannin kielen taito, niin silloin Google Kääntäjä on siinä molemmilla, molemmilla. Et sieltä tulee venäjänkielinen teksti takas ja sit sä käännät sen Googlella ja mä ite lähetän englanninkielisen tekstin sinne, ne kääntää sen Googlella sit venäjäksi ja. Mut et kyllä se nyt jotain tolkkua siit tulee mutta. (Б4)

(42) Сам говорю в какой-то степени хорошо по-английски, и потом в другом конце не обязательно имеют так хорошее знание английского языка, то тогда Переводчик Google у нас обоих, у обоих есть. То есть они посылают текст на русском обратно, и потом ты переводишь его с Google, и я посылаю текст на английском им, они переводят его с Google на русский и. Но, конечно, что что-нибудь понимаем таким образом, но. (Б4)

По словам Б6, который вообще не знает русский язык, Фирма Б имеет хорошие технические словари, и он использует их, когда ему нужно узнать только некоторые слова по-русски:

(43) Että joitain tämmösiä tapauksia on että jos mä tarviin vaikka jotain teknistä dataa, piirustuksia tai jotain laittoa työmaalle mihin tarvitaan niin kun simppeleitä sanoja, niin toki mä niitä haen sitten, haen venä- meillä on aika hyviä sanakirjoja täällä yrityksessäkin mihin on niin ku tuota teknistä [alaan liittyvä sanaston nimi muutettu] sanastoa käännetty venäjäksi, nii sieltä pystyy niin ku hank- hakemaan sitten sitä venäläistä vastinetta englannin kielen vastineelle (Б6)

(43) Чтобы некоторые такие случаи были, что если мне нужно посылать на рабочем площадке хотя некоторые технические рисунки или что-то где нужно простые слова, что конечно я ищу потом, ищу от русс- в фирме у нас есть довольно хорошие словари где техническая [слово связано с профессией изменено] лексика переведены по-русски, так отсюда возможно искать потом это русское соответствие для английского соответствия (Б6)

5.3.2 Культурные проблемы и их решения

Б3 считал, что проблемы в бизнесе с российскими клиентами и коллегами случаются каждый день. По его словам, особенно в 80-ые годы случались проблемы:

(44) No haasteitahan on, on joka päivä. Joka päivä että et et tota varsinki silloin ehkä 80 luvulla niin nehän oli jot- et työasioihin se aina menee, niin niin ku tarkastuksien suhteen, niin ne oli hirmu tarkkoja sitte ja laadun suhteen ja ja sitten ne ei aina hyväk-

syny jotaki asioita. Joskus ne ei hyväksyny vaan niin ku periaatteen vuoks niitä et, et ne oli niin kun vaikka systeemi oli kuinka hyvä niin ne se ei vaan jostaki syystä sitte kelvannu. (Б3)

(44) Ну проблемы есть, есть каждый день. Каждый день, вот вот вот особенно тогда, может быть в 80-ые годы, они были по рабочим делам всегда вот вот в отношении с контролями, так они были очень точные потом и с качеством, и и потом они не всегда одобряли что-то. Иногда они не одобряли просто из-за принципа, что они были как бы хотя система была как хорошая возможно, это по какой-либо причине потом не подходило. (Б3)

Самая большая проблема связана с культурой, по мнению Б1, то, что имеются большие культурные различия между Финляндией и Россией. Русским клиентам и коллегам также трудно понимать западный образ мышления:

(45) Että kyl se se on todella jyrkkä se kulttuuriero noinkin lähellä meitä. Että tota tämmösen länsimaisen ajattelutavan ymmärtäminen on siellä joskus vaikeeta [---] ehkä sen karkeesti vois sanoa sillei että Suomessa lähdetään siitä että laite toimii, Venäjällä lähdetään siitä et laite varmasti ei tule toimimaan. (Б1)

(45) Так-то да это это очень резкое это культурное различие так близко с нами. То есть понимание такого западного образа мышления там иногда трудно [---] может быть, грубо говоря, так, что в Финляндии отправной точкой является то, что аппарат работает, в России отправной точкой является то, что аппарат скорее всего не будет работать. (Б1)

Б4 считал, что особенно в начале сотрудничества с российскими клиентами и коллегами было немного трудно, потому что русский образ действия и мышления отличается от финского. Когда он стал больше понимать русский образ мышления, работа с ними стала легче. Информант Б6 также считал, что рабочая культура разная в России и Финляндии:

(46) Välillä tuntuu että varmaan näistä meillä on venäläisillä ja suomalaisilla hiukan erilaiset nuo työ- työskentelykulttuurit ja muut niin välillä tuntuu niin kun osa kysymyksistä että ne on omasta mielestä vähän jopa jonnin joutavaa että kun sen asian vois ihan vaan ratkaista ja tehdä, mutta sitten se on semmosta jaaritteluu ja kaikesta täytyy olla aina niin sanotusti leimattu dokumentti mikä lähetetään sinne eteenpäin että se työ lähtee sitte etenemään siellä että. Semmosta jahkaamista välillä se [venäläinen työskentelykulttuuri] on. (Б6)

(46) Иногда кажется, что наверно у нас русских и финнов есть немного разные эти раб- культуры работы и другие, что иногда кажется, как будто часть вопросов, по моему мнению, немного даже ненужные, что когда это дело можно просто решить и сделать, но потом это такие разговоры, и для всего нужен всегда так называемый документ с печатью, который посылают куда-то, чтобы эта работа там дальше продвигалась. Такая вот раздумывающая она иногда [русская культура работы]. (Б6)

Б4, Б5 и Б6 считали, что проблемой в сотрудничестве с российскими клиентами или коллегами, является то, что они боятся ответственности и принятия решения:

(47) No kyllä se silmiinpistävin on se herranpelko. Et se on se on se viran ja viranomaisen pelko se on, se on hyvin voimakas siellä. Jos sitä nyt voi kulttuuriks sanoa, mutta se se se siellä se siellä tulee esille kyllä ihan joka käänneessä. Ja vastuun ottamisen kyvyttömyys sitä kautta. Että kaikkihan ne kaataa tänne meille Suomeen kun täällä uskalletaan tehdä päätöksiä, mutta ei siellä uskalleta tehdä päätöksiä. (Б5)

(47) Ну самым заметным различием является боязнь господ. Чтобы этот это боязнь службы и органов власти, это очень сильно там. Если это возможно назвать культурой, но это это это там это там проявляется вообще везде. И отсюда неспособность принимать ответственность. То есть они все сваливают сюда в Финляндию, потому что здесь способны принимать решения, но там не осмеливаются принимать решения. (Б5)

По мнению Б6, финнам надо понимать, что бывшая советская культура возможно влияет на то, что русским клиентам и коллегам иногда трудно принимать решения:

(48) No kyllä, kyllä siellä tarvitaan [kulttuuritaitoa]. Ymmärrystä siihen että siellä varmaan se vanha Neuvostoaajan kulttuuri niin ku siltä myöten että se just siihen päätöksen tekoon liittyen on on vaikeempaa ja pelätään niin ku tehdä päätöksiä ilman ilman aina jonku hyväksyntää ja niin edespäin nii kyllä se, kyllä se täytyy siellä huomioida. (Б6)

(48) Ну да, да там нужно [знание культуры]. Понимание о том, что там, наверно, эта старая культура Советского Союза вот так в этом смысле, что это точно связано с принятием решений, что является является более трудным, и боятся вот так принимать решения без без всегда одобрения кого-то и так далее вот да это, да это нужно там принимать во внимание. (Б6)

Б6 считал, что финнам надо потрудиться и обосновывать свою точку зрения, чтобы сотрудничество с российскими клиентами и коллегами работало:

(49) Vaatii vaan vähän enempi ponnisteluja ite että jaksat nähä vaivaa että perustelet asian ja teet siitä riittävän varman esityksen ja niin pois päin. Että suomalaisessa kulttuurissa se riittää puhelinsoitto et se tehdään näin, mut siellä se täytyy melkein rautalangasta joskus vääntää että näin näin tehdään. (Б6)

(49) Требуется просто немного больше стараний для того, чтобы приложить усилия для обоснования дела и сделать достаточно верное представление об этом и так далее. То есть в финской культуре достаточно вызов по телефону, что делайте так, но там надо иногда объяснять почти основательно, что так, так делайте. (Б6)

Информанты А1, А2, Б1 и Б3 считали, что в бизнесе с россиянами иногда возникают проблемы, связанные с разным представлением о времени:

(50) ehkä tota Venäjällä pit- joutuu ehkä varautumaan enemmän semmisiin yllättäviin käänteisiin että joku aikataulu ei oo pidäkään. Jotain rahaa saa odottaa pitepään kun muualta. Ehkä tämmösiä. Lähinnä tohon aikatauluun ja ja semmisiin niin ku jos on tehty joku suunnitelma niin sen pitävyyteen liittyviin asioihin nii. Siellä on ehkä sovelletaan vähän enemmän sit noissa. (Б1)

(50) может быть в России над- приходится, может быть, готовиться к неожиданным поворотам, что какое-то расписание не соблюдается. Некоторые деньги можно ждать дольше, чем от других стран. Может быть так. Прежде всего связано с расписанием и и с такими, как если составлен какой-то план, так связано с надежностью его соблюдения так. Там, может быть, немного больше приспособливают в таких. (Б1)

По мнению А2, решение проблем, связанных с представлением о времени

– строгость и решительность в сотрудничестве с россиянами:

(51) Heidän kanssaan on oltava tiukkana, ei saa joustaa liikaa vaan on yritettävä pitää heidät kurissa, ei liikaa löysää siimaa. (А2)

(51) С ними нужно быть твердыми, нельзя проявлять гибкость слишком много, но надо стараться сохранять дисциплину, не слишком много проявлять гибкость. (А2)

Б3 отметил, что иногда у них были проблемы, связанные с сотрудничеством:

(52) Ja sitäki oon nähny että et et tota tietyt henkilöt jonkun tietyn kaverin kanssa ei tullu juttuun, siis kemit ei pelannu. Mulleki on tullu niitä tapauksia sitten eteen että, tai sanotaan mun alaisten kanssa joskus että sieltä on tullu semmonen ehdotus että vaihda tuo kaveri pois ja ota joku toinen siihen tilalle. Semmoset on tietysti haasteellisia (Б3)

(52) И такое также видел, что что некоторые люди с некоторым товарищем не ладят, значит химии не совпадают. Я также встречал такие случаи, что, или скажем с моими подчиненными иногда, что оттуда приходит такое предложение, что поменяйте этого товарища и возьмите кого-то другого на это место. Такие конечно являются проблемами (Б3)

Информанты А1, А3, Б1 и Б3 считали, что важно создавать доверие и поддерживать отношения с российскими клиентами, чтобы сотрудничество с россиянами работало и успешно заниматься бизнесом с ними. Б3 также считал, что сегодня в России изменилось то, что люди хотят сначала познакомиться с личностью человека.

(53) Venäläiset on sillei hyviä että todetaan et okei nyt puhutaan tää bisnes. Käyään se muutama tunti käyään asiaa nii sit se on et sit se on siinä ja sit sit se on sitte otdijhaem se on siinä. Ja sit sen jälkeen sitte se on sitte rentoutumist sit sit tehään kaikkee muuta ja niin ku ei tarvii siitä bisneksestä puhuu pariin kolmeen päivään yhtään mitää. [---] Kyllähän venäläinen periaate on sellanen että että ne haluu sen et kenen kanssa ne sitte yhteistyötä tekee että se kemia toimii [---] jotta sitte se niin ku se yhteistyö on niin ku mukavempaa ja se kemiahomma niin ku toimii nii se on niinkö mikä on venäläisille tärkeitä. (A1)

(53) Россияне в этом смысле хорошие, что утверждают, что ок, сейчас говорим о бизнесе. Разбираем пару часов разбираем этот вопрос так, потом это что это там, и потом потом это теперь отдыхаем это так. И потом после этого, это потом расслабление, потом потом делаем все остальное и вот так не надо ничего о бизнесе говорить в течении двух трех дней. [---] Даже русская традиция такая, что что они хотят что с кем они сотрудничают, чтобы эта химия работала [---] чтобы потом это сотрудничество было более приятным и эта химия как будто работает, так что является важным для россиян. (A1)

(54) No bisneskulttuurissa on varmasti se että niin niin nii suurin ero että meillähän varsinki jos insinöörit tapaa ja insinööri myy insinöörille jotain, nii nehän puhuu vaan tekniikasta ja tässä on, tässä laitteessa on sitä ja täs on tätä ja ja tota, mutta niitten kanssa niin se pitää ensin niin kun ne tutustua i- niin ku siihen ihmiseen tavallaan. Ja sen jälkeen ruvetaan sitten puhumaan vaikka toisen kerran laitteesta jotain että. Mut seki on se on niin ku pikkusen sielläkin muuttunu, justiin tän länsimaistumisen takia takia että vähän niin ku tähän samaan suuntaan ku meillä että kaks kaveria on kiinnostuneita vaikka tosta kaukosäätimestä eikä toisistaan vaan. (B3)

(54) Ну в бизнес-культуре конечно это, что так так так самое большое различие, что у нас особенно если инженеры встречаются и инженер продает инженеру что-то, так они говорят только о технике и здесь есть, в этом аппарате есть то и здесь есть это и то, но с ними так нужно сначала как бы познакомиться как будто с человеком в некотором смысле. И после этого начинать потом говорить например в другой раз об аппарате что-то что. Но это также как будто немного изменилось там также, так из-за этой интернационализации, что немного в том же направлении как у нас, что двое людей заинтересованы прибором дистанционного управления, а не только друг другом. (B3)

B3 считал, что в бизнесе с российскими клиентами надо быть подготовленным к проблемам, особенно если финны и российские участники не являются знакомыми:

(55) venäläisten kanssa on tietysti aina se pieni semmonen mitenkä sitä nyt vois kutsua, on semmonen tietty varautuminen oltava että. Se ei oo ihan niin, niin välttämättä luontevaa ellei se oo niin ku semmonen vanha tuttavuus. (B3)

(55) с россиянами всегда конечно нужно быть немного, так как можно сказать, то есть таким подготовленным вот. Это не совсем так, не обязательно естественно, если это не какое-то такое старое знакомство. (B3)

Информанты B1 и B4 рассказали еще об одной проблеме в бизнесе с россиянами – коррупции:

(56) No koko Venäjällä suuri haaste on korruptio ehottomasti. Siis sehän se vaikuttaa ihan kaikkeen. (Б1)

(56) Ну во всей России самой большой проблемой является коррупция, безусловно. Значит, это же это влияет на все. (Б1)

5.3.3 Материал для обучения русскому языку и культуре в финских фирмах

Фирма А и Фирма Б сейчас не предлагают курсы или материал для обучения русскому языку и культуре, а получение материала или обучения зависит от активности самого сотрудника:

(57) Että tota ei meillä oo mitään semmosta [naurahtaa]. Et aika ai- aika se on sitten oma-alotteisuuden varassa tää tiedon keruu ja tutustuminen ja näin että. (А3)

(57) То есть, у нас нет ничего такого [смеется]. Что довольно до- довольно это зависит от самостоятельности это собирание информации и ознакомление и вот так. (А3)

(58) Joo, ei aktiivisesti, koska meillä muutenkin on vähän semmonen politiikka että jokainen on vastuussa itsestään. Eli jos joku haluaa koulutautua enemmän, niin en tiää yhtään tapausta että yritys ois kieltäytyny. Mutta se pitää itse olla motivoitunu ja itse etsiä ja itse ehdottaa valmiita ratkasuja, niin silloin. (Б1)

(58) Да, не активно, потому что у нас есть немного такая политика, что каждый несет ответственность за себя. Или если кто-то хочет больше обучаться, так я не знаю ни одного случая, когда фирма отказалась бы. А нужно самому быть мотивированным и самому искать и самому предлагать готовые решения, вот тогда. (Б1)

Мы спросили у каждого информанта, хотели ли они обучаться русской культуре или языку во время рабочего дня. Информанты А1, который владеет русским языком на хорошем уровне, и Б6, который вообще не говорит по-русски, считали, что наблюдение сотрудников и открытость лучшие способы в начале работы. Информанты Б2, Б3, Б4, Б5 и Б6, большинство которых не говорят по-русски, считали, что материал или обучение были бы полезными для них также в данный момент. Например, материалы об основах русского языка и культуры, и краткий курс русского языка были бы полезными.

(59) Voihan sitä [materiaalia tai koulutusta] olla tietysti mutta kyllä kai se et uimaan oppii kun menee syvästä päästä uima-altaaseen nii kyllä kai se niin ku. Se silloin tota nii jos sä oot avoimin mielin ja niin ku positiivinen ja sullei avoimin mielin oot liik-

keellä nii kylhän sä opit äkkiä. Kuuntelet ja seuraat mitä ympärillä tapahtuu nii oppiihan sitä asioita äkkiä että tota nii. Ei siinä, avoimin mielin. (A1)

(59) Может это быть [материал или обучение] конечно, но наверно это то, чтобы научиться плавать, тогда идешь с глубокого конца в плавательном бассейне, так да, наверно, это вот так. Это тогда вот так, если ты с открытой душой и вот такой позитивный и таким образом с открытой душой, так ты же быстро выучишь. Слушаешь и наблюдаешь, что происходит вокруг тебя, так выучишь быстро вот так. Ничего, с открытой душой. (A1)

(60) no yks ois tietenki tommonen kulttuurioppi kanssa ihan, ihan hyvä että se ois jollain lailla yhtiötasolla hoidettu. Jos ei muuten niin vaikka tonne meidän sisäiseen järjestelmään niin tallennettuna jo- jonkinlainen, et minkälaine- yleensä Venäjästä [---] semmonen pikkunen halkileikkaus siitä Venäjästä ja venäläisestä kulttuurista ja meidän asiakkuuksista ja niin edelleen. (B5)

(60) ну одно было бы конечно такое обучение культуре также довольно, довольно хорошо, чтобы это было в некотором смысле организовано на уровне фирмы. Если не так, то хотя бы туда в нашей внутренней системе так записать некоторый, что котор- в общем о России [---] такие некоторые факты о России и о русской культуре и о наших клиентах и так далее. (B5)

(61) No minusta se venäjän kurssi jos on, siis sillein et se ois yhtiön ajalla tehtynä vielä niin se on, se ei tarte olla jatkuva, se vois esimerkiks olla jonain vuodenaikana kun mitä, semmonen vuodenaika millon ihmisiä ehkä eniten on, on paikalla [---] Kevättalvella ois semmosen, sanotaan vaikka neljästä kaheksaan oppituntia. Ku ihmisiä kuitenkin vaihtuu, nii aina tulis. Vanhemmat ihmiset vois käydä kertaamassa, et ku on aikasemminkin käyny ja uudet sitte oppis taas jotain. (B5)

(61) Ну я считаю, что этот курс русского языка если есть, значит таким образом, что это было бы даже во время работы, это не нужно, чтобы он был постоянный, это мог бы быть, например, в определенное время года когда, такое время года когда у нас, наверно, больше всего людей на месте [---] В конце зимы был бы, например, такой, скажем например, от четырех до восьми уроков. Потому что люди все-таки меняются, так всегда было бы. Старые могли бы пройти для повторения, то есть те, что раньше уже на курсе отучились, и новые потом выучили бы опять что-то. (B5)

5.4 Выводы

В данной главе мы формулируем главные выводы нашей работы. В исследовании были поставлены три темы о бизнесе с россиянами: 1. знание русского языка и культуры, 2. роль знания русского языка и культуры, и 3. языковые и культурные проблемы. Во-первых, представлены выводы, связанные с языком и во-вторых, представлены выводы, связанные с культурой.

Наши информанты имели разные уровни знания русского языка. Три информанта вообще не говорят по-русски, но все-таки все информанты считали, что в бизнесе с россиянами важно владеть русским языком. Согласно нашим информантам, знание русского языка влияет позитивно на отношения с россиянами. Например, один информант (Б5) сказал, что знание языка создает атмосферу доверия с клиентами. Это входит в его принцип «любите своего клиента». По нашему мнению, интересно, что он сказал так, хотя он сам вообще не говорит по-русски. По мнению другого информанта (Б3), атмосфера встречи станет более расслабленной, когда финны говорят, хоть что-то по-русски. Моле (Moле 2003, 12) также считает (см. главу 3.2), что вежливо знать некоторые формы вежливости на языке другого участника, и, что люди радуются, если другой участник говорит, хоть и несколько фраз на их языке. Мы соглашаемся с Моле и информантами, что знание языка клиентов и партнеров является важным, особенно в бизнесе с россиянами. По нашему мнению важно, чтобы финские фирмы имели несколько сотрудников, которые говорят по-русски достаточно хорошо, а не только знают некоторые формы вежливости на русском языке.

Мы считаем интересным, что два информанта (Б2 и Б4), использовали Переводчик Google для помощи в работе. По нашему мнению, важно, что сотрудники хотя бы сами пробовать переводить русские тексты с помощью Переводчика Google, хотя они имеют возможность получить готовый перевод от сотрудников, которые знают русский и финский или английский язык. Этот показывает, на наш взгляд, что им интересно самим понять российских клиентов и коллег. Конечно, Переводчик Google не всегда правильно переводит, но все-таки иногда переводит так, что возможно понимать значение сообщения.

Согласно двум информантам (Б2 и Б4) и Моле (Moле 2003, 42) (см. главу 3.2), языковой барьер является большой проблемой в бизнесе с россиянами. Информанты Б2 и Б4 не говорят по-русски, итак, мы считаем, что поэтому для них язык является проблемой в сотрудничестве с россиянами. Обе фирмы решили проблему языка использованием русского языка. На переговорах у сотрудников Фирмы А и Фирмы Б, которые не говорят по-русски, есть переводчик. Мы считаем, что использование переводчика полезно тем, что тогда все участники понимают, о чем говорят, что является важным для успеха бизнеса.

Фирма Б попыталась решить проблему языка также предлагая возможность изучать русский язык. Информанты Фирмы Б рассказали, что несколько лет тому назад короткий период они изучали основы русского языка раз в неделю. Исследование показало, что изучение было полезно, и было бы полезно еще сегодня. По нашему мнению, важно, что фирмы дают возможности изучать русский язык и культуру, если сотрудники желают изучать. Важно также, чтобы сотрудники говорили начальству об этом, чтобы начальство знало о желаниях изучать язык.

Почти все наши информанты считали, что важно иметь знание русской культуры в бизнесе с россиянами. Лехто (Lehto 1995, 46) также отмечает (см. главу 2), что лучшим средством избежать культурных столкновений является ознакомление с русской культурой заранее. Информанты (А1, А2 и Б4) считали, что со знанием русской культуры легче понимать россиян и их образ мышления. Салминен и Пютанен (Salminen & Poutanen 1996, 101) считают (см. главу 3), что описания культур обычно довольно стереотипные, но в них всегда есть что-то, что отражает мысли и опыт иностранцев об определенной культуре. Можно сделать вывод, что в бизнесе с россиянами важно знать о русской культуре, но надо также понимать, что описания культур обычно стереотипные.

Некоторые информанты (А1, А3, Б1 и Б3) и многие авторы (Bäckman 1997, 12; Naaraniemi et al. 2005, 12; Lewis 1996, 263-264; Lehto 1995, 29; Mole 2003, 257) (см. главу 3.1), отметили, что с россиянами важно создать и поддерживать личные отношения. По мнению наших информантов, для углубления связей с россиянами надо общаться и проводить время с ними вне бизнеса. На основе нашего исследования можно сказать, что личные отношения и поддержание отношений являются одними из самых важных элементов в бизнесе с россиянами.

Наших информантов удивили некоторые русские привычки. Например, два информанта (Б2 и Б4) заметили то, что россияне не здороваются за руку с женщинами. Как Парикка (Parikka 2011, 96) объясняет (см. главу 3.3), обычно в России мужчины не здороваются за руку с женщинами. Все-таки, россияне, которые часто встречаются с иностранцами, знакомы с их культурой рукопожатия, и поэтому, могут здороваться за руку с иностранными женщинами (Parikka 2001, 96). Мы

считаем, что информанты Б2 и Б4 встречали россиян, которые ведут себя традиционно или не часто встречаются с иностранными женщинами.

Некоторые информанты (А1, А2, Б1 и Б6) и авторы (Lehto 1995, 45; Mustajoki 2012, 126) (см. главу 3.2) считали, что одной из проблем с российскими клиентами и коллегами является русское понятие времени, особенно в связи с расписанием. Давидссон и др. (Davidsson et al. 2001, 19) и Моле (Mole 2003, 77) отмечают (см. главу 3.1), что финны ценят пунктуальность, и поэтому, по нашему мнению, не странно, что информанты считали проблемой то, что россияне не всегда придерживаются расписания и дат платежа. Люис (Lewis 1996, 283) отметил (см. главу 3.2), что по характеру финны терпеливые. Мы считаем, что благодаря терпеливости финнов, сотрудничество с российскими клиентами и коллегами работает свободно, хотя россияне имеют разное представление о времени. По нашему мнению, как сказал один информант (А2), также важным является то, что финны ведут себя строгими и решительными с россиянами, и не слишком много проявляют гибкость.

Некоторым информантам (Б4, Б5 и Б6) казалось, что проблемой с российскими клиентами или коллегами является то, что россияне боятся ответственности и принятия решений. Мы считаем, что эта проблема связана с тем, как Моле (Mole 2003, 256) отмечает (см. главу 3.4), что в русских фирмах принятие решения концентрировано на самом высоком уровне фирмы. Два информанта (Б4 и Б6) считали, что бывшее советское время влияет на то, что российские клиенты и коллеги боятся ответственности и принятия решений. Согласно Люису (Lewis 1996, 261) (см. главу 3.3), некоторые аспекты русской бизнес-культуры напоминают о советской экономической политике. По мнению одного информанта (Б6), финнам надо принимать во внимание влияние бывшего советского времени, и обосновывать свою точку зрения, чтобы сотрудничество с российскими клиентами и коллегами было успешным. Мы считаем, что финнам важно быть терпеливыми, как мы это отметили выше, и понимать, что боязнь ответственности и боязнь принятия решений являются частями русской культуры.

Информанты считали, что в России многое также изменилось. Один информант (Б3) отметил, что сегодня в России менялась то, что во встречах россияне все

больше интересуются продуктами, чем личными связями. Все равно, он считал, что еще сегодня личные связи являются важными в бизнесе с россиянами, как мы уже отметили выше. Два информанта (Б1 и Б6) считали, что россияне знают английский язык лучше, чем раньше, и особенно в Санкт-Петербурге и Москве знание английского языка лучше. Информанты (Б1 и Б3) отметили, что культура принятия алкоголя изменилась в России, особенно в некоторых областях, и обеды с водкой не так обычные сегодня. По Люису (Lewis 1996, 264) (см. главу 3.2), россиянам нравится выпивать, и алкоголь является самым легким средством создавать контакты с россиянами. На основе данного исследования можно сказать, что сегодня алкоголь не является обязательным в бизнесе с российскими клиентами. Как некоторые информанты (А3, Б1, Б3 и Б6) сказали, Россия стала более международной, особенно Санкт-Петербург и Москва, и поэтому, по нашему мнению, в России многое изменилось. Мы считаем, что такие изменения будут продолжаться в России и в будущем.

6 ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данной работе мы рассмотрели, какую роль знания русского языка и культуры играют в финских фирмах, занимающихся бизнесом с россиянами. Основной целью было выяснить, какие представления финские сотрудники имеют о значении знания русского языка и культуры в сотрудничестве с россиянами. Мы также хотели узнать, встречали ли финские сотрудники языковые или культурные проблемы при сотрудничестве с россиянами. Тема является актуальной, так как Россия является важным торговым партнером Финляндии, и поэтому важно понимать роль знания русского языка и культуры в сотрудничестве с россиянами.

Данное исследование является качественным. Мы использовали полуструктурированное интервью как метод сбора материала, и методом анализа материала являлся контент-анализ. Мы поставили три исследовательских вопроса: 1. Какими знаниями русского языка и культуры располагают сотрудники финских фирм, занимающихся бизнесом с россиянами? 2. Какую роль играет знание русского языка и культуры в бизнесе с россиянами? 3. Как сотрудники финских фирм, занимающиеся бизнесом с россиянами, решают возможные языковые или культурные проблемы? Мы выбрали три темы для анализа эмпирического материала на основе исследовательских вопросов: 1. знание русского языка и культуры в биз-

несе с россиянами, 2. роль знания русского языка и культуры в бизнесе с россиянами, и 3. языковые и культурные проблемы в бизнесе с россиянами.

На основе анализа эмпирического материала и теоретической части, мы пришли к выводам, что знание русского языка и культуры играет важную роль в бизнесе с россиянами, хотя не все информанты сами знали русский язык. Согласно нашим информантам, со знанием русского языка легче работать с россиянами и создавать более глубокие связи с ними. Знание русской культуры также важно, потому что со знанием русской культуры легче понимать россиян и их образ мышления. На основе данного исследования можно также сказать, что создание связей и их поддержание особенно важны в сотрудничестве с россиянами.

Данное исследование показало, что одна из самых больших проблем в бизнесе с россиянами то, что они боятся ответственности и принятия решений. Проблемой является также то, что россияне имеют разное представление о времени. Поэтому они иногда опаздывают и не всегда соблюдают дату платежа. На основе данного исследования можно сделать вывод, что финнам нужна терпеливость в сотрудничестве с россиянами, но все-таки важно быть строгими и решительными.

Исследование также показало, что проблемой в бизнесе с россиянами является языковой барьер. Обе фирмы решили проблему языка использованием русского языка с переводчиком или без переводчика. Фирма Б несколько лет назад также попыталась решить проблему с языком, предлагая возможность изучать русский язык.

На основе данного исследования можно сказать, что в России произошло много разных культурных изменений. Согласно нашим информантам, Россия, особенно Москва и Санкт-Петербург, являются сегодня более международными, чем в советские времена. Например, россияне знают английский язык лучше, чем раньше, и культура принятия алкоголя изменилась. Можно сделать вывод, что культурные изменения, связанные с интернационализацией России, будут проявляться также в будущем. Эти изменения важно учитывать, чтобы финны могли правильно относиться к реальной культуре в России.

Ограничением данного исследования являются количество информантов и длительность интервью. В интервью участвовали три информанта из Фирмы А и шесть информантов от Фирмы Б. Поэтому невозможно вполне сравнивать Фирмы А с Фирмой Б. Все-таки, интервью дали важную информацию о том, что думают люди, которые регулярно сотрудничают с россиянами. Средняя длительность интервью была только 27 минут, но интервью содержали достаточно информации для данного исследования.

Мы считаем, что данное исследование принесло определенную пользу информантам и фирмам, которые принимали в нем участие. Ознакомление с данной работой дает возможность также другим фирмам, которые занимаются бизнесом с российскими клиентами или планируют это, получить информацию о роли знания русского языка и культуры в бизнесе с россиянами.

Данное исследование можно расширить, поставив в центр внимания различия между представлениями руководства и сотрудников. Было бы интересно попытаться выяснить, имеют ли руководство и сотрудники разные представления о роли русского языка и культуре в бизнесе с россиянами и о проблемах, связанных с русским языком и культурой. Такое исследование требовало бы большего количества фирм и информантов. Для сравнения важно, чтобы среди информантов было бы большее количество руководителей, чем в нашем исследовании.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ ЛИТЕРАТУРА

- Архангельская, М. Д. 2004. *Бизнес-этикет, или игра по правилам*. Москва: Эксмо.
- Гладкова, А. 2010. *Русская культурная семантика: Эмоции, ценности, жизненные установки*. Москва: Языки славянской культуры.
- Исаева, Т. Е. 2009. *Речевая коммуникация в туризме: Учебное пособие*. Москва: Наука-Спектр.
- Лавриненко, В. Н. 2005. *Психология и этика делового общения*. Москва: Юнити.
- Ларина, Т. В. 2009. *Категория вежливости и стиль коммуникации: Сопоставление английских и русских лингвокультурных традиций*. Москва: Языки славянских культур.
- Левашов, В. К. 2012. Новая реальность: экономический кризис и выбор общества. *Социологические исследования* 12, 12-22.
- Маслова, В. А. 2007. *Ното lingualis в культуре: Монография*. Москва: Гнозис.
- Маслова, В. А. 2010. *Лингвокультурология: Учебное пособие: Для студентов высших учебных заведений*. Москва: Академия.
- Садохин, А. П. 2004. *Межкультурная коммуникация: Учебное пособие*. Москва: Альфа-М.
- Соколов, В. М. 2007. *Российская ментальность и исторические пути отечества*. Москва: РАГС.
- Химик, В. В. 2012. *Основы русской деловой речи: Учебное пособие для студентов высших учебных заведений*. Санкт-Петербург: Златоуст.
- Штрекер, Н. Ю. 2007. *Русский язык и культура речи*. Москва: Юнити.
- Aaltola, K., Harjula, J., Lagus, M. & Ruuskanen, J. 1993. *Kulttuureja ja käyttäytymistä – 90 maata suomalaissilmin*. Kuopio: Suomen Graafiset Palvelut Oy Ltd.
- Aaltonen, T. & Junkkari, L. 2003. *Yrityksen arvot ja etiikka*. Juva: WS Bookswell Oy.
- BusinessDictionary 2014. <http://www.businessdictionary.com/definition/business-culture.html>. Дата ссылки 1.9.2014.
- Bäckman, J. 1997. *Liikkeenjohto Venäjän muutoksessa*. Porvoo: WSOY.
- Chydenius, L. 2001. *Kansainvälinen viestintä: Yrityksen visioista markkinoinnin toteutukseen*. Helsinki: Miktor Oy.
- Davidsson, A., McKee, H. & Sarkki, M.-L. 2001. *Discover Business Finland*. Helsinki: FINTRA.
- Eskola, J. & Suoranta, J. 1998. *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. Tampere: Vastapaino.
- Haapaniemi, M., Moijanen, M. & Muradjan, K. 2005. *Tak ili kak? Venäläistä tapakulttuuria suomalaisille*. Helsinki: Multiprint Oy.
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2004. *Tutkimushaastattelu: Teemahaastattelun teoria ja käytäntö*. Helsinki: Yliopistopaino.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2004. *Tutki ja kirjoita*. Jyväskylä: Gummerus kirjapaino Oy.
- Hofstede, G. 1993. *Kulttuurit ja organisaatiot: Mielen ohjelmointi*. Helsinki: WSOY.
- Hofstede G. 2005. *Cultures and Organizations: Software of the mind*. New York: McGraw-Hill.

- Holden, N., Cooper, C. & Carr, J. 1998. *Dealing with the New Russia: Management Cultures in Collision*. Chichester: John Wiley & Sons.
- Holstius, K. & Törnroos, J.-Å. 1990. *Cultural issues in international business operations: business culture and industry culture*. Lappeenranta: Tuotantotalouden osasto, Lappeenrannan teknillinen korkeakoulu.
- Kallonen, K. & Ketola, K. 1996. *Voihan Venäjä! Kauppaa ja kulttuuria*. Helsinki: Oy Edita Ab.
- Lehto, J. 1995. *Liiketoiminta ja kauppa Venäjällä*. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Lewis, R. D. 1993. *Mekö erilaisia? Suomalainen kansainvälisissä liikeneuvotteluissa*. Helsinki: Otava.
- Lewis, R. D. 1996. *Kulttuurikolareita*. Keuruu: Kustannusosakeyhtiö Otavan painolaitokset
- Malankin, M. 2012. *Venäläiset matkailun asiakkaina*. Mikkeli: Mikkelin ammattikorkeakoulu.
- Mikluha, A. 1998. *Kommunikointi eri maissa*. Helsinki: Yrityksen tietokirjat.
- Mole, J. 2003. *Mind Your Manners. Managing Business Cultures in the New Global Europe*. London: Nicholas Brealey Publishing.
- Mole, J. 2004. *Maassa maan tavalla. Opas globaalien Euroopan yritys- ja neuvottelukulttuureihin*. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.
- Mustajoki, A. 1998. Venäläisten mysteeri. Teoksessa *Me ja muut: Kulttuurienvälinen viestintä*. Toim. L. Salo-Lee, R. Malmberg & R. Halinoja. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy. 151-154.
- Mustajoki, A. 2007. *Yliopistojen Venäjä-yhteistyön ja Venäjä-osaamisen kehittäminen*. Opetusministeriön työryhmämuistioita ja selvityksiä 2007:11. <http://www.minedu.fi/export/sites/default/OPM/Julkaisut/2007/liitteet/tr11.pdf?lang=fi>. Дата ссылки 18.8.2014.
- Mustajoki, A. 2012. *Kevyt kosketus venäjän kieleen*. Helsinki: Gaudeamus.
- Mustajoki, A. & Protassova, E. 2009. Suomalais-venäläisiä (epä)vastaavuuksia. Teoksessa *Monikasvoinen Suomi: Venäläisten mielikuvia Suomesta ja suomalaisista*. Toim. O. Ijuha, A. Tsamutali & T. Vihavainen. Helsinki: Edita. 394-416.
- Ollus, S.-E. 2008. *Venäläinen kapitalismi ja Suomi*. Helsinki: Yliopistopaino.
- Ollus, S.-E. & Torvalds, N. 2005. *Kaupasta kumppanuuteen*. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Parikka, O. 2011. *Äiti-Venäjän aapinen*. Jyväskylä: Atena Kustannus Oy.
- Passila, E. 2009. *Johtaminen globalisaatiossa – teoria ja käytäntö*. Saarijärvi: Saarijärven Offset Oy.
- Pyykkö, R. 2002. *Maa jossa kaikki on mahdollista – Kirjoituksia Venäjästä*. Turku: Digipaino, Turun Yliopisto/Grafia Oy.
- Rautava, J. & Sutela, P. 2000. *Venäläinen markkinatalous*. Porvoo: WS Bookwell.
- Salminen, K. & Poutanen P. 1996. *Kulttuurikompassi*. Helsinki: Oy Edita Ab.
- Schreier, M. 2012. *Qualitative Content Analysis in Practice*. Thousand Oaks, California: Sage Publications.
- Seppänen, E. 2002. *Avaran sielun anarkia: Voiko venäläisyyttä ymmärtää?* Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Seppänen, E. 2014. *Venäjä tienhaarassa*. Helsinki: Art House.
- Shlyamin, V. A. 2008. *Venäjän muuttuva liiketoimintaympäristö*. Helsinki: Gummerus Kirjapaino Oy.
- SVKK = Suomalais-Venäläinen kauppakamari, 2013. *Vot tak! Tapakulttuuria Venäjällä*. Helsinki: Suomalais-Venäläinen kauppakamariyhdistys.

- Tolvanen, J. 2009. *Suomalaisyritysten osaamistarpeet Venäjän liiketoiminnassa*. Lappeenranta: Lappeenranta University of Technology, Northern Dimension Research Centre, Publication 57.
- Tulli. 2014. *Suomen ja Venäjän välinen kauppa*. http://www.tulli.fi/fi/tiedotteet/ulkomaankauppatilastot/katsaukset/maat/venaja14/liitteet/2014_M07.pdf. Дата ссылки 8.8.2014.
- Vahvaselkä, I. 2009. *Kansainvälinen liiketoiminta ja markkinointi*. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Vituhnovskaja, M. 2008. Käytöstavat, juhlat ja vapaa-aika. Teoksessa *Opas venäläisyyteen*. Toim. T. Vihavainen. Keuruu: Otava.

НЕОПУБЛИКОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

- Porvali, P. 2014. *Internationalisation of Finnish SMEs to Russia: network ties and cultural perceptions in focus*. Master's thesis. Jyväskylä University School of Business and Economics.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1: СХЕМА ИНТЕРВЬЮ ПО- ФИНСКИ

Tähän pro gradu –työhön kuuluvat kysymykset on merkitty tummemmalla pohjalla.

Taustatiedot kaikille:

- Voitko kertoa omasta taustastasi? Koulutus, työura?
- Mikä on sinun roolisi tässä yrityksessä?
- Miten olet päätnyt työskentelemään venäläisten kanssa?
- Kauanko olet työskennellyt venäläisten kanssa tässä yrityksessä?
- Miltä tuntui kun ensimmäisen kerran olit venäläisten kanssa tekemisissä/kävit Venäjällä?
- Oletko venäläisten kanssa tekemisissä Suomesta käsin vai käytkö Venäjällä?
- Kuinka usein olet yhteydessä venäläisten kanssa?

Taustatiedot johtohenkilöille:

- Mistä maista ja millä toimintamuodoilla yrityksen kansainvälistyminen alkoi?
- Milloin ja millä toimintamuodolla liiketoiminta Venäjällä aloitettiin?
- Yrityksen nykytoimintamuodot Venäjällä?
- Millä alueilla yritys toimii Venäjällä?
- Mikä on Venäjän toiminnan osuus yrityksen liikevaihdosta?
- Paljonko henkilöstöä työskentelee Venäjän liiketoimintojen parissa? Suomalaisia vai venäläisiä? (Suomessa, Venäjällä?)
- Mikä on tärkeää rekrytoitaessa henkilöstöä; venäjän kielen osaaminen, venäjän kulttuurin osaaminen vai kyseisen alan/työn osaaminen?
- Millaista Venäjä-osaamista yrityksessä tällä hetkellä on? (Jos ei kielen osaajaa, käytetäänkö tulkkia?)

Varsinaiset kysymykset:

Kulttuuri:

- Millaista venäläisten kanssa työskentely on?

- Mitä haasteita olet kohdannut venäläisten kanssa työskennellessäsi?
- Mistä olet saanut tietosi venäläisestä kulttuurista (kansallinen/bisneskulttuuri)?
- Tarvitaanko liiketoiminnassa venäläisten kanssa mielestäsi tietoa venäläisestä kulttuurista? Jos tarvitaan, millaista tietoa?
- Kuinka tärkeää on tietää venäläisestä kulttuurista?

Kieli:

- Mitä kieltä/kieliä käytät toimiessasi venäläisten kanssa?
- Jos EI osaa venäjää: Miten selviät jos et osaa venäjää?
- Jos OSAA venäjää: Missä olet oppinut venäjän kielen taidon?
- Tarvitaanko liiketoiminnassa venäläisten kanssa mielestäsi venäjän kielen taitoa? Jos tarvitaan, minkä tasoista?
- Kuinka tärkeää on osata venäjän kieltä?
- Vaihteleeiko kielenkäyttö tilanteesta riippuen?

Verkostot:

- Mitä kautta yritys sai alun perin kontaktit Venäjälle?
- 3 tärkeintä verkostoa Venäjällä ja miksi ne ovat tärkeitä?
- Miten yritys etsii uusia verkostoja Venäjältä ja luo suhteita Venäjälle?
- Miten ylläpidät nykyisiä suhteita venäläisiin?
- Mitkä taidot ovat tärkeitä luotaessa verkostoja Venäjälle?
- Eroaako venäläisten kanssa toimiminen muun maalaisten kanssa toimimisesta? Jos kyllä, miten?

Loppuun:

- Tarjoaako työnantaja koulutusta tai koulutusmateriaalia venäläisten kanssa toimimisen tueksi?
- Toivotko yritykseltä jotain (materiaalia/koulutusta) venäläisten kanssa toimimisen tueksi?

Kiitos paljon!

ПРИЛОЖЕНИЕ 2: СХЕМА ИНТЕРВЬЮ ПО-РУССКИ

Вопросы связаны с данной работы выделены темным цветом.

Фоновые данные всех:

- Расскажите, пожалуйста, о вашем образовании и карьере.
- Какова ваша роль в этой фирме?
- Почему вы решили начать работать с россиянами?
- Как долго вы работали с россиянами в этой фирме?
- Что вы подумали, когда вы в первый раз сотрудничали с россиянами/путешествовали в Россию?
- Вы сотрудничаете с россиянами в Финляндии или путешествуете в Россию?
- Как часто вы сотрудничаете с россиянами?

Фоновые данные руководства:

- В каких странах и в каких формах деятельности начиналась интернационализация фирмы?
- Когда и в каких формах деятельности начинали бизнес в России?
- Существуют ли на данный момент формы деятельности фирмы в России?
- В каких городах в России фирма работает?
- Какую долю деятельность в России составляет от общего оборота фирмы?
- Сколько людей работают в бизнесе с россиянами? Финны или россияне? (В Финляндии, в России?)
- Что является важным, когда вы нанимаете людей на работу; знание русского языка, знание русской культуры или знание сферы/работы?
- Какое знание о России сейчас имеется в фирме? (Если никто не знает русский язык, используете ли вы переводчиков?)

Главные вопросы:

Культура:

- Каким является сотрудничество с россиянами?
- Какие проблемы вы встречали в сотрудничестве с россиянами?
- Откуда вы получили ваши знания о русской культуре (национальная/бизнес-культура)?
- Как вы считаете, нужно ли в бизнесе с россиянами знание русской культуры? Если нужно, какое знание?
- Насколько важно знать о русской культуре?

Язык:

- Какой язык/какие языки вы используете в сотрудничестве с россиянами?
- Если НЕ знает русский язык: Как вы справляетесь без знания русского языка?
- Если ЗНАЕТ русский язык: Где вы выучили русский язык?
- Как вы считаете, нужно ли знание русского языка в бизнесе с россиянами? Если нужно, какой уровень?
- Насколько важно знать русский язык?
- Меняете ли вы языки на основе ситуации?

Связи:

- Как фирма в самом начале получила контакты в России?
- 3 самых важных связей в России и почему они важные?
- Как фирма ищет новые связи в России и создает отношения с Россией?
- Как вы поддерживаете настоящие отношения с россиянами?
- Какие умения являются важными в создании сетей в России?
- Отличается ли сотрудничество с россиянами от сотрудничества с другими национальностями? Если да, как?

В конце:

- Предлагает ли фирма обучение или материал обучения для поддержки работы с россиянами?
- Желаете ли вы получить что-либо (материалы/обучение) для поддержки работы с россиянами?

Спасибо большое!