

SAVONIA-AMMATTIKORKEAKOULU
Savonia Business

Kulttuurien välisen viestinnän ymmärtäminen
Suomen ja Venäjän tapakulttuuria

Heidi Turunen
Tradenomin opinnäytetyö
Terveys ja talous

Tammikuu 2010

<p>SAVONIA-AMMATTIKORKEAKOULU SAVONIA BUSINESS Koulutusohjelma, suuntautumisvaihtoehto Tradenomi, terveys ja talous</p>		
<p>Tekijä(t) Heidi Turunen</p>		
<p>Työn nimi Kulttuurien välisen viestinnän ymmärtäminen, Suomen ja Venäjän tapakulttuuria</p>		
<p>Työn laji Opinnäytetyö</p>	<p>Päiväys 14.01.2010</p>	<p>Sivumäärä 56 + 0</p>
<p>Työn ohjaaja(t) Anneli Juutilainen, Anna Hakala</p>		<p>Toimeksiantaja</p>
<p>Tiivistelmä</p> <p>Opinnäytetyössä selvitettiin, millaisia eroja suomalaisilla ja venäläisillä on heidän tapakulttuurissaan ja perehdyttiin kulttuurien väliseen viestintään.</p> <p>Opinnäytetyö laadittiin tutustumalla aiheen kirjallisuuteen, lisäksi lähteinä käytettiin kyseiseen aihepiiriin erikoistuneita kirjoja ja Internetiä. Aiheita selostettiin opiskelijan näkökulmasta, eli esiin tuotiin niitä asioita, jotka ovat tärkeitä työuraansa aloittelevan tietää.</p> <p>Kulttuurierojen käsitetään muotoutuvan valtaetäisyydestä, yksilöllisyydestä, maskuliinisuudesta, epävarmuuden välttämisestä ja aikakäsityksestä. Eri kulttuureista tulevien viestintäkäyttäytymisissä on havaittavissa eroja. Kulttuurit jaetaan matalan ja korkean merkitysyhteyden kulttuureihin. Matalan merkitysyhteyden kulttuureissa korostuu asioiden ilmaisu verbaalisesti, jolloin elekielellä ei ole suurta merkitystä. Vastaavasti korkean merkitysyhteyden kulttuureissa elekielellä on suuri merkitys viestintätilanteessa.</p> <p>Kulttuurieroja on löydettävissä Suomen ja Venäjän välillä, vaikka mailla on yhteistä historiaa. Suurimpina eroina voidaan mainita suhde valtaan, viestintäkäyttäytyminen ja yksilöllisyys.</p>		
<p>Asiasanat Elekieli, Kulttuurienvälinen viestintä, Tapakulttuuri, Venäjä</p>		
<p>Huomioitavaa</p>		

SAVONIA UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

SAVONIA BUSINESS

Degree Programme, option

Degree Programme in Business and Administration, Health and Business

Author(s)

Heidi Turunen

Title of study

Understanding intercultural communication: customs in Finland and Russia

Type of project

Date

Pages

Thesis

14.01.2010

56 + 0

Supervisor(s) of study

Executive organisation

Anneli Juutilainen, Anna Hakala

Abstract

The purpose of the thesis was to gather information on the differences in customs and etiquette between Russia and Finland and on intercultural communication.

The thesis is based on literature on the theory of intercultural communication and on customs in Russia and in Finland found in books and on the internet. This thesis was written from the point of view of a student who is to enter working life.

It is important to know why people act like they do when they meet other people from another culture. Cultural differences are based on power distance, individualism, masculinity, uncertainty avoidance and the concept of time. A person's cultural background also affects his or her communication style. A low-context culture emphasizes verbal communication whereas body language has not a big role in communication. On the other hand, a high-context culture refers to a communication style in which body language conveys a great deal of any message.

There are differences in the two cultures even if they share common history. The biggest differences can be found in power distance, communication and individualism.

Keywords

Body language, Customs, Intercultural communication, Russia

Note

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	5
2	KULTTUURIEN VÄLINEN VIESTINTÄ	6
2.1	Viestintäkäyttäytyminen	9
2.2	Kulttuuri.....	10
2.3	Kulttuuripiirteiden ja kulttuurierojen selittäminen	11
2.4	Stereotypiat	19
2.5	Kulttuurien välisen viestinnän oppiminen	21
2.6	Etiketti ja tapakulttuuri.....	23
3	ENSIVAIKUTELMASTA KESKUSTELUUN.....	25
3.1	Ensivaikutelma.....	25
3.2	Tervehtiminen ja kättely	25
3.3	Esittely	26
3.4	Puhutteleminen.....	27
3.5	Keskustelu ja small talk	29
4	PUKEUTUMISEN VIESTI	31
4.1	Naisten pukeutuminen liike-elämässä.....	32
4.2	Miesten pukeutuminen liike-elämässä.....	36
4.3	Pukeutuminen vapaa-ajalla	43
5	KIITTÄMINEN JA LIIKELAHJAT.....	45
5.1	Lahjat	45
5.2	Liikelahjat	46
6	VENÄLÄINEN RUOKAPÖYTÄ.....	49
7	POHDINTA.....	52
	LÄHTEET	54

1 JOHDANTO

Opinnäytetyöni aihe on kulttuurien välisen viestinnän ymmärtäminen. Opinnäytetyöni sisältää myös tapakulttuuria Suomessa ja Venäjällä. Opiskeluaikoinani opiskelin venäjän kieltä ja kiinnostuin siitä maana. Lisäksi tapakurssilla opiskelin Venäjän kulttuuriin liittyviä asioita. Sen vuoksi haluan tehdä opinnäytetyön tästä aiheesta. Loogisena jatkona tapakulttuurille on kulttuurien välinen viestintä.

Tavoitteeni opinnäytetyössä on saada selville, millaisia eroja Suomen ja Venäjän hyvissä tavoissa ja kulttuurissa on. Tämä on myös opinnäytetyöni tutkimusongelma. Haluan tarkastella aihetta opiskelijan näkökulmasta, tuoda esiin isoja, mielestäni merkittäviä asioita sekä pieniä yksityiskohtia. Aiheet, joita käsittelen opinnäytetyössä, ovat jokapäiväisiä, keskeisiä ja tärkeitä liikuttaessa Suomen ja Venäjän välillä.

Aineistona opinnäytetyössä käytän viestinnän ja tapakulttuurin sekä Venäjään erikoistuneita kirjoja. Myös Internetiä käytän lähteenä. Työn rakenne muodostuu siten, että luvussa kaksi käsittelen kulttuurien välistä viestintää sekä tapakulttuuria. Luvussa kolme puolestaan ensivaikutelmaa sekä keskustelukulttuuria. Pukeutumiseen perehdyn luvussa neljä. Luvussa viisi aiheena on kiittäminen sekä liikelahjat ja venäläiseen ruokapöytään tutustun luvussa kuusi. Pohdinnassa käsittelen opinnäytetyön tekemistä ja mahdollisia jatkotutkimuksia.

2 KULTTUURIEN VÄLINEN VIESTINTÄ

Kulttuurien välisellä viestinnällä tarkoitetaan vähintään kahden eri kulttuureista olevan henkilön välistä viestintää. Kulttuureilla tarkoitetaan sekä maantieteellisesti eri kulttuureista olevia, mutta myös eri ryhmiä tai yhteisöjä. Kommunikointia ja viestintää eri kulttuureista olevien ihmisten kesken rajoittavat monet asiat, kuten kieli, kulttuuriin kuuluvat tavat, normit ja tavoitteet, joihin viestintätilanteessa pyritään. Toisin sanoen ongelmia ovat kieliongelmat, eroavaisuudet puhutteluissa, aikakäsitykset, stereotyyppit ja asenteet toista kulttuuria kohtaan. (Kivikuru & Kunelius 2002, 301-303.)

Viestintä

”Viestintä on vuorovaikutusta, ihmisten välistä toimintaa” (Lohtaja & Kaihovirta-Rapo 2007, 11). Ihmiset viestivät toisilleen sanoin eli verbaalisesti sekä sanattomasti eli nonverbaalisesti. Sanattomaan viestintään kuuluu elekieli, kuten ilmeet, eleet ja liikkeet. (Lohtaja & Kaihovirta-Rapo 2007, 11.) Siihen kuuluu elekielen lisäksi paljon muutakin, kuten tapa käyttää ääntä (sävyt, tempo, tauotus, nauru, itku, rytmi), tilankäyttö (etäisyys ja läheisyys toisiin ihmisiin), ajankäyttö, täsmällisyys ja pukeutuminen. (Harju 2000, 6.) Näin voidaankin tiivistää, että viestintää on kaikki, mitä ihmiset tekevät, mitä eivät tee, mitä ihmiset ovat, mitä eivät ole, mitä puhuvat ja mitä eivät puhu.

Se, millainen kuva annetaan itsestä tavatessa vieras henkilö, riippuu monesta eri tekijästä. Oma olemus luo henkilökuvan, joka muodostuu ryhdistä, fyysisestä kunnosta ja pukeutumistyylistä. Henkilökuvaan vaikuttavat näiden tekijöiden lisäksi esimerkiksi käytöstavat, esiintyminen ja ihmissuhdetaidot. Olemuksella ilmaistaan myös omat asenteet, arvot ja odotukset. Kaikki edellä kerrotut asiat ovat myös viestintää. Näiden viestien perusteella uudet, tavatut henkilöt luokittelevat tapaamansa henkilön. Viesti, joka annetaan itsestä edellä mainituilla seikoilla, viestittää kuvaa paitsi henkilöstä itsestä, mutta myös yhteisöstä tai yrityksestä jossa työskentelee. Sen vuoksi on merkitystä sillä, millainen on henkilönä, kuinka pukeudutaan ja käyttäytyy. Erityisesti yritysmaailmassa näiden merkitystä ei voida vähätellä. (Harju 2000, 6.)

Sanaton viestintä

Viestinnässä kehonkielellä eli elekielellä on suurempi merkitys kuin puhutuilla sanoilla. Kehon kieltä puhuu koko keho ja sen sanotaan kertovan suhtautumisesta itseensä ja muihin henkilöihin. Eleillä ja ilmeillä pystyy tukemaan puhuttua asiaa tai päinvastoin heikentämään sitä. Kehonkielellä ihminen viestii tunteista ja alitajunnasta eikä niihin pysty vaikuttamaan tahallisesti. Elekielen sanotaankin olevan myös rehellisyyden kieli. (Harju 2000, 6.) Esimerkkinä elekielen merkityksestä voidaan mainita onnittelutilanne. Toisessa tilanteessa hymyillään onnitellessa, toisessa vastaavasti ei. Viesti on erilainen johtuen kehonkielestä.

Harju (2000, 6) selostaa tarkemmin vielä elekielen merkityksestä. Ihminen ottaa vastaan viestiä 60-80 prosenttisesti silmillään (toisin sanoen hän lukee eleitä, ilmeitä, kehonkieltä), korvillaan 15 % ja maulla, hajuilla ja tunnolla 15 %. ”Ihmiseen voi vaikuttaa sanoilla 7 %, äänensävyllä 38 %, ilmeillä ja eleillä 55 %” (Harju 2000, 6). Ensitapaamisessa elekielen merkitys on suuri, koska ensitapaamisen perusteella useimmat tekevät johtopäätökset tapaamisestaan henkilöistä. Luvussa 3.1 käsitellään ensivaikutelmaa laajemmin.

Elekielen tulkinta vaihtelee kulttuureittain. Eri kulttuureissa elekieltä tulkitaan eri tavoin ja toisessa kulttuurissa jotain hyvää merkitsevä saattaa tarkoittaa toisessa kulttuurissa päinvastaista.

Ryhdin viestintää

Ryhti viestii ihmisestä paljon. Hyvällä ryhdillä viestitään muun muassa itsekunnioituksesta sekä vireystasosta. Ryhdikäs ihminen, joka on muutoinkin vapautunut, hillitty sekä avoin, herättää kunnioitusta, luottamusta ja ihailua. Huonoryhtinen ihminen, joka löntystää, kävelee laahustavasti ja ilman päämäärää, viestii innottomuudesta, alistumisesta ja tietyissä tilanteissa jopa pelosta ja masennuksesta. Kun vartalo suoristetaan nostamalla pää pystyyn, vetämällä vatsa sisään ja katsomalla eteenpäin samalla jännittämättä hartioita, tulee olemuksesta ryhdikäs. Istuminen, esiintyminen ja liikkuminen on helppoa, kun ryhti on kunnossa. (Harju 2000, 7.) Tällöin vaatteet istuvat kauniisti sekä niiden kantaminen päällä on helppoa.

Kädet viestinnässä

Kädet ovat merkittävässä asemassa, kun puhutaan sanattomasta viestinnästä. Käsien asennolla saadaan lähetettyä paljon sanattomia viestejä, mikäli niin halutaan tehdä ja niiden viestejä osataan lukea. Halusta keskustella ja vastavuoroisuudesta viestitään avoimilla ja ylöspäin olevilla kämmenillä. Vastaavasti ”puuhkassa” tai muutoin lukossa olevilla käsillä viestitään haluttomuudesta osallistua keskusteluun tai uskoa keskustelun aiheisiin. Pitkästyminen viestitään painamalla pää käsiin, ylemmyydestä tai pelottomuudesta laittamalla kädet selän taakse ja kyynärpäät pöydällä siitä, ettei olla kiinnostuneita. Mikäli halutaan loukata tai uhkailla, se onnistuu sormen osoittelulla tai heristelyllä. Liikeneuvotteluissa ja aterioissa käsien tulee olla edessä erillään. (Harju 2000, 7.)

Istuminen

Jopa istuma-asennolla on väliä, kun mietitään sanatonta viestintää. Jos halutaan viestittää tasapainoisuutta ja tyytyväisyyttä, istutaan levollisesti ja ryhdikkäästi. Lukossa olevilla jaloilla viestitään erimielisyyttä ja rennolla istumisella puolestaan välinpitämättömyyttä. Istuttaessa tuolin reunalla, viestitään epävarmuudesta. Mikäli halutaan viestiä olevan ylempiä kuin muut, kädet nostetaan niskan taakse sekä nojataan ylävartalolla taaksepäin. Vastapuolen väittelyhalu saadaan heräämään, kun nostetaan jalkaterä toisen polven päälle. Kohteliaisuudesta viestitään nojautumalla kuitenkin hieman tuolissa puhujaa tai kuuntelijaa kohti. (Harju 2000, 7-8.) Tuoliin istuutuessa istutaan tuolin takaosaan sekä painetaan selkä mahdollista selkänojaa vasten.

Katsekontakti

Hyvän ja onnistuneen viestintätilanteen edellytys on onnistuva katsekontakti. Katsekontakti aloitetaan helposti, kun hymyillään ystävällisesti ja avoimesti, eikä tuijoteta toista. Tuijotus viestii ylimielisyyttä sekä vihaisuutta. Katsekontaktin tulee keskittyä toiseen, eikä muualle katselu keskustelun aikana ole kohteliasta. Katseesta näkyy ihmisen rehellisyys ja todellinen innostus. (Harju 2000, 8.)

Puhetyyli ja äänenkäyttö

Kun muutetaan puheen tyyliä, pystytään viestimään erilaisia asioita. Sanat puheessa merkitsevät vain pientä osaa (7 %), mutta äänensävy sitäkin enemmän (38 %). Rauhallinen, ystävällinen sekä virheetön ääni on merkki kohteliaisuudesta. Luonnollinen ja kohtelias puhe on tempoltaan vaihteleva, sopiva äänenpainoltaan sekä selkeä. Epäkohtelias puhetyyli on hidas ja yksitoikkoinen, hiljainen tai äänekäs sekä paljon taukoja sisältävä. Puhuttaessa kannattaa muistaa elekielen merkitys; viesti ei mene perille oikein, mikäli elekieli ei tue puhetta. (Harju 2000, 6-8.)

Muita sanattomaan viestintään vaikuttavia asioita

Sosiaalisissa tilanteissa käyttäytymisellä viestitään paljon. Haukottelu, huokailu ja kellon vilkuilu viestivät pitkästyneisyydestä ja tylsistymisestä. Hermostuneisuudesta viestii napsauttelu, näpertely ja epämääräinen hypistely. (Harju 2000, 8.)

2.1 Viestintäkäyttäytyminen

Eri kulttuureista tulevien ihmisten keskinäisessä viestintäkäyttäytymisessä on eroja. Toisissa kulttuureissa sanoilla on suurempi paino kuin elekielellä ja sen perusteella kulttuurit jaetaan kahteen ryhmään; matalan merkitysyhteyden (low-context) ja korkean merkitysyhteyden (high-context) kulttuureihin. Matalan merkitysyhteyden kulttuureissa korostuu asioiden ilmaisu verbaalisesti, yksinkertaisesti ja siten, ettei elekielellä ole paljoa merkitystä. Näissä kulttuureissa korostuu numerotietous ja asioihin painottaminen. Suomi kuuluu matalan merkitysyhteyden maihin yhdessä muiden Pohjoismaiden kanssa. Vastaavasti korkean merkitysyhteyden kulttuureissa arvostetaan nonverbaalista viestintää eli ilmeet, eleet, asennot ja tilannekohtaiset olosuhteet ovat tärkeitä tekijöitä eikä sanoilla ole painoarvoa läheskään niin paljon kuin matalan merkitysyhteyden kulttuureissa. (Kivikuru & Kunelius 2002, 109.) Venäjä kuuluu korkean merkitysyhteyden kulttuuriin, jossa elekielellä ja epäsuoralla kommunikoinnilla on paljon merkitystä, vaikkakin venäläiset ovat muutoin kovia puhumaan. (Mikluha 1998, 169).

2.2 Kulttuuri

”...Kulttuuri voidaankin ymmärtää ihmisen toiminnaksi ja toiminnan tuotteiksi. Usein kulttuuri liitetään myös kansakunnan käsitteen yhteyteen. Etnisesti määriteltynä kansakunta on sellainen ryhmä ihmisiä, joita yhdistävät kieli, rotuominaisuudet, uskonto ja yhteisen historian tuottama yhteenkuuluvuuden tunne” (Salminen & Poutanen 1996, 8). Koska kulttuuri on toimintaa ja toiminnan tuotetta, muuttuu se jatkuvasti ihmisen sitä muokatessa. (Salminen & Poutanen 1996, 10.) Hollantilainen Geert Hofstede on tutkinut kulttuurieroja. Hofstede (1993, 19) puolestaan määrittelee kulttuurin siten, että se on opittu elämän aikana, paljon opitaan nimenomaan varhaislapsuudessa. ”Tiettyjen ajatus-, tunne- ja käyttäytymismallien vakiinnuttua yksilön mieleen, hän joutuu poisoppimaan ne pystyäkseen oppimaan jotakin niistä poikkeavaa. Poisoppiminen on vaikeampaa kuin alkuperäinen oppiminen” (Hofstede 1993, 19). Toisaalta historiallisesti katsottuna kulttuuri voidaan myös määritellä perinnöksi, joka välitetään sukupolvelta toiselle; tärkeäksi koetut asiat huolehditaan myös seuraaville sukupolville. (Frisk & Tulkki 2005, 7.)

Kansallinen kulttuuri koostuu sekä näkyvästä, että näkymättömästä osasta. Näkymätön käsittää ei-konkreettisia asioita: arvot, valtarakenteet, uskonnon, historian, aikakäsityksen, ihmissuhteet ja niin edelleen. Se, että pystyy hahmottamaan nämä asiat, vaatii sen, että on kasvanut kyseisessä kulttuurissa. Vastaavasti näkyvään osaan kuuluu kulttuurin omat symbolit ja rituaalit, esimerkiksi suomalaisuuteen kuuluu Suomi-neito. Näihin toisesta kulttuuristakin oleva pystyy osallistumaan ja ymmärtämään niiden tarkoituksen. (Salminen & Poutanen 1996, 8-9.) Myös kielellä, ruoalla, vaatteilla ja käytössäännöillä on osansa kulttuurin muodostumisessa. (Lehrer 2002.)

Käytössääntöihin ja -ohjeisiin vaikuttaa jokaisen maan oma kulttuuri. Nykyisin kohdataan päivittäin uusia ihmisiä eri tilanteissa, jotka ovat eri maista ja eri kulttuureista, tehdään matkoja vieraisiin maihin tai ollaan yhteydessä eri kielillä eri kulttuureista oleviin ihmisiin tekniikan avulla. Kaikissa tilanteissa viestitään itsestä toisille ja otetaan vastaan puolestaan toisten viestejä. Sen vuoksi on hyvä tietää myös muiden maiden kulttuureista ja tavoista. Se, että ollaan tietoisia omasta kulttuurista ja vieraasta kulttuurista, antaa edellytyksiä ymmärtää vierasta kulttuuria. Tällöin pystytään myös hyväksymään toisen kulttuurin edustajan toimintamalli ja ajatus siitä,

että vain meidän tapamme on ainoa oikea toimintatapa, väistyy. (Salminen & Poutanen 1996, 12.) ”...kielen hallitseminen on vain osa viestintätaitoa. Ei riitä, että osaamme kieliä, meidän on myös ymmärrettävä, mitä sanojen takana on” (Salminen & Poutanen 1996, 12).

2.3 Kulttuuripiirteiden ja kulttuurierojen selittäminen

Kulttuurieroja ja -piirteitä halutaan selittää, halutaan tietää ja olla tietoisia ennakkoon siitä, miten tietyn kulttuurin edustaja toimii eri tilanteissa. Aina ei voida sanoa, että ihmiset käyttäytyvät saman kaavan mukaan, vaan jokaisen henkilön oma historia vaikuttaa käyttäytymiseen. Näin ollen tiettyyn kulttuuriin kuuluvan ihmisen käyttäytymistä ei voida aina täysin ennustaa. (Frisk & Tulkki 2005, 20.)

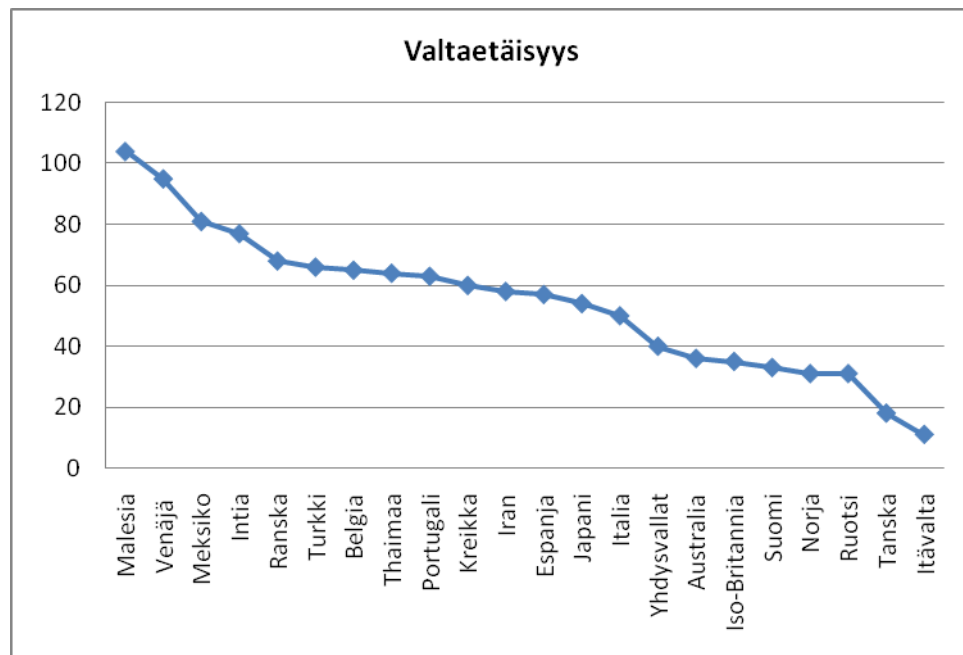
Kulttuurieroja tutkineella Hofstedella on ollut aineistoa yli viidestäkymmenestä maasta. Hän on päätenyt neljään eri tekijään, joiden avulla kulttuurieroja voidaan selittää ja ymmärtää. Tekijät ovat valtaetäisyys, yksilöllisyys, maskuliinisuus ja epävarmuuden välttäminen. Kun myöhemmin tutkimusta laajennettiin myös Aasian maihin, löytyi viides kulttuurieroja selittävä tekijä. Tämä tekijä on kulttuurin aikakäsitys. (Hofstede 1993, 14.)

Valtaetäisyys

”Valtaetäisyys yhteiskunnassa näkyy päättäjien ja kansalaisten välisenä suhteena, ts. siinä, miten valtaa käytetään, miten sitä jaetaan ja millainen on suhde auktoriteetteihin” (Salminen & Poutanen 1996, 15). Samat rakenteet ja toimintatavat näkyvät myös perheiden sisällä, eli mies - nainen asettelussa, isä, äiti ja lapset asettelussa.

Kulttuurit, joissa valtaetäisyys on suuri, on yhteiskunnassa vallitseva eriarvoisuus hyväksyttävää. Vanhemmilla, opettajilla ja esimiehillä on auktoriteettia, kohteliaisuutta arvostetaan ja naisen ja miehen välinen roolijako on ”vanhoillinen”. (Hofstede 1993, 61.) Parikan (2008, 23) mukaan venäläiset eivät luota vallanpitäjiin eivätkä venäläiset odota apua vallanpitäjiltä. Tästä syystä venäläiset suhtautuvatkin valtaan negatiivisesti.

Pieni valtaetäisyys puolestaan suo kaikille samat oikeudet ja etuudet, yhteiskunta kantaa vastuun heikoimmista (taloudellinen perusturva). Pienen valtaetäisyyden maissa myös demokratia ja tasa-arvo ovat vahvoilla, selviä auktoriteetteja ei ole ja lasten kasvatusta on vapaampaa kuin suuren valtaetäisyyden maissa. Lasten kasvaessa aikuisuuteen suhteet vanhempiinkin etäännyvät ja lasten omiin päätöksentekokykyihin luotetaan. (Hofstede 1993, 61.)



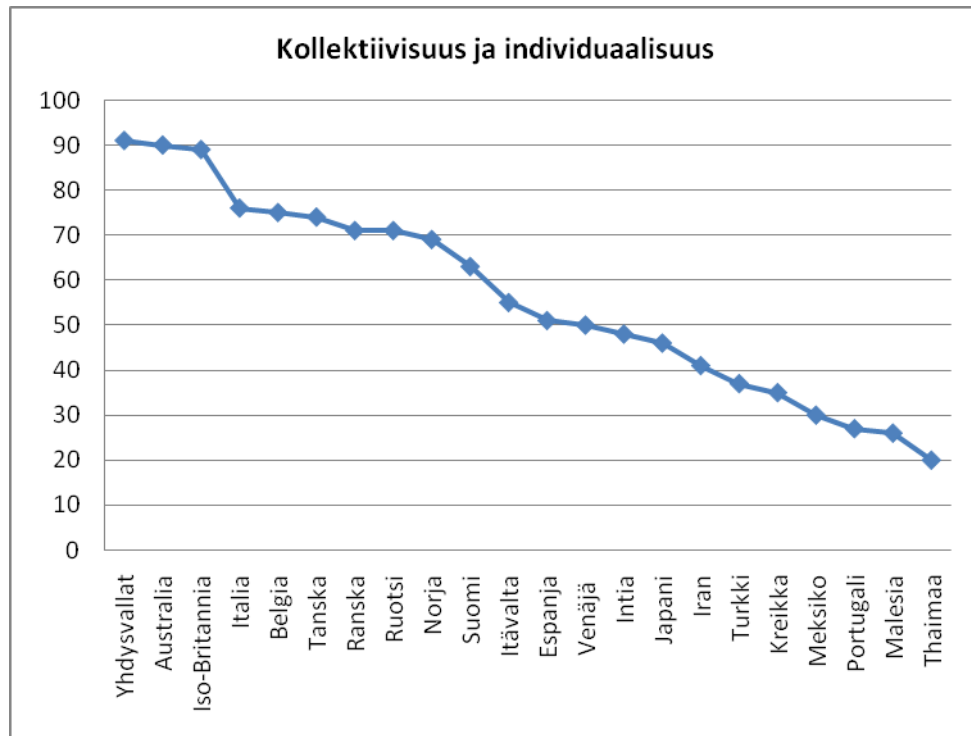
Kuva 1. Valtaetäisyys maittain. Malesialla on suurin valtaetäisyys, Itävallalla pienin. (Hofstede 1993, 46; Hofstede's Dimensions 2010.)

Pienen valtaetäisyyden kulttuureissa on huomattu myös miesten ja naisten kommunikoivan eritavoin. Tämä ilmenee erityisesti silloin, kun kysymyksessä on vallan käyttö. Tästä on tehnyt tutkimusta amerikkalainen Deborah Tannen (ks. Salminen & Poutanen 1996, 16). Hänen mukaansa miehet toimivat hierarkkisesti, eli valta ja asiakeskeisyys ovat tärkeässä roolissa. Miesten mielestä asioiden kyseleminen muilta viestii heikkoudesta, he eivät halua keskustella tyhjänpäiväisyyksistä. Vastaavasti naiset eivät halua valtaa, ystävyysuhteet ovat sitä tärkeämpiä työpaikoillakin ja naiset myös keskustelevat asioista muiden kanssa ennen päätöksentekoa.

Kollektiivisuus ja individuaalisuus

Toinen kulttuurieroja selittävä tekijä on suhde toisiin ihmisiin. Hofsteden (1993, 82) mukaan suuren valtaetäisyyden kulttuurit ovat yleisesti ottaen kollektiivisia, eli ajattelu perustuu ”me”-muotoon, jolloin ryhmän etu on omaa etua edellä. Tämä selittää sen, miksi suuren valtaetäisyyden maissa perheet ovat suuria (me on yhtä kuin lapset, vanhemmat, isovanhemmat, kummit, kaimat, sedät, tädit ja niin edelleen) ja kaveripiiritkin muodostuvat opiskelutovereista, työtovereista ja naapureista. Myös häpeän tunne koetaan ryhmänä. (Salminen & Poutanen 1996, 17.) Salminen & Poutanen (1996, 17) selostavat myös siitä, että aasialaisissa kulttuureissa luottamus ja toisen entuudestaan tunteminen edesauttavat kaupankäyntiä. Sen vuoksi kaikki suhteet kyseiseen maahan, taustojen selvittäminen ja yhteyksien luominen on tärkeää. Suomalaisen on huomioitava tämä nimenomaan toimiessaan venäläisen liikemiehen kanssa.

Vastaavasti pienen valtaetäisyyden kulttuureissa ajattelu keskittyy ”minä”-muotoon eli maa on individuaalinen ja yksilöllinen ajattelu vallitsee. Myös maat, joissa väestön varallisuus on kohtuullinen, ”minä”-ajattelu voimistuu jatkuvasti. (Salminen & Poutanen 1996, 17.) Hofstede (1993, 78) kirjoittaakin, että ”minä”-maissa lasten kasvatusta perustuu siihen, että lapset pärjäävät aikuisina ilman vanhempiaan, seisovat omilla jaloillaan mahdollisimman pian ja muuttavat pois kotoaan heti kun siihen on mahdollisuuksia. Hofstede (1993, 88) myös jatkaa, että ”minä”-maissa arvostetaan rehellisyyttä ja suullista viestintää enemmän kuin suuren valtaetäisyyden maissa. Salminen & Poutanen (1996, 18) puolestaan toteaa, että ”minä”-maissa kontaktien luominen on helppoa, kunhan hallitaan esimerkiksi maan etiketti ja kommunikointitavat.



Kuva 2. Yksilöllisyys maittain. Yhdysvallat on individualistisin maa, Thaimaa kollektiivisin. (Hofstede 1993, 81; Hofstede's Dimensions 2010.)

Maskuliinisuus ja feminiinisyys

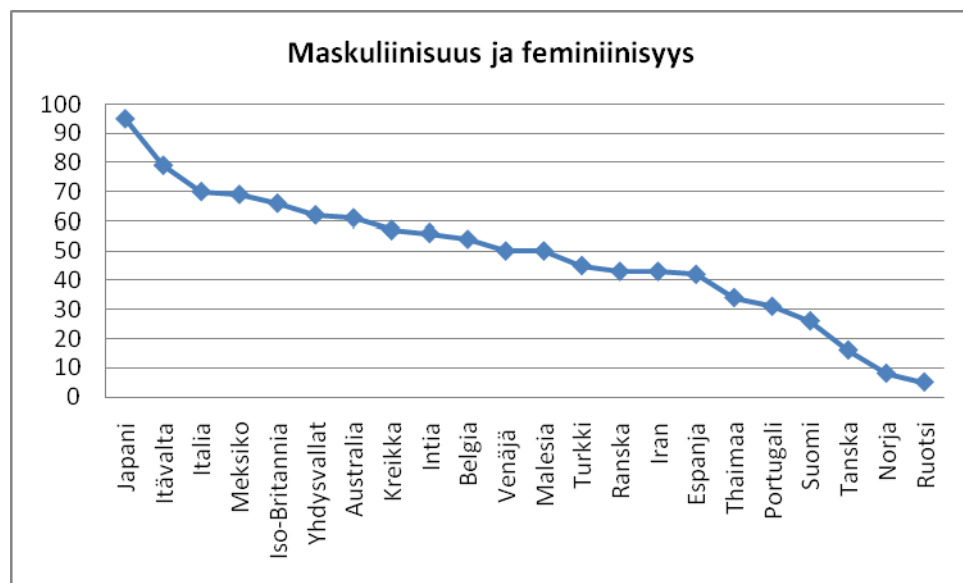
Kolmantena kulttuurieroja selittävänä tekijänä voidaan pitää arvoja. Ne on jaettu maskuliinisiin (kovat arvot) ja feminiinisiin (pehmeisiin arvoihin). Maskuliinisuus yhdistetään yhteiskuntiin, joissa roolit ovat selkeästi erilaiset miesten ja naisten välillä. Vastaavasti feminiinisyys sellaisiin yhteiskuntiin, joissa roolit ovat päällekkäisiä. (Hofstede 1993, 122.)

Maskuliinisissa yhteiskunnissa arvostetaan kovia arvoja, eli menestymistä, kilpailua, suorittamista, osaamista. Pienestä pitäen lapset opetetaan kilpailemaan ja menestymään, eli olemaan parhaita. Ei voida suoraan sano, että maskuliinisuutta olisi pelkästään ”minä”-maissa tai ”me”-maissa, vaan sitä voi olla molemmissa. (Salminen & Poutanen 1996, 19.)

Vastaavasti feminiinisissä maissa arvostetaan pehmeitä arvoja, eli suhteita, itsensä kanssa pärjäämistä, yhtenäistämistä, sosiaalisuutta. Feministisissä maissa lapset opetetaan olemaan vaatimattomia, tasa-arvoisia. (Hofstede 1993, 122.) Salminen &

Poutanen (1996, 20) tuovat esiin sen, kuinka nämä asiat näkyvät eri kulttuureissa. Vaatimattomuus näkyy esimerkiksi siinä, kuinka pukeudutaan, käyttäytytään ja millaisia erilaiset tilat ovat ilmeiltään. Toisaalta juuri näissä kulttuureissa hallitaan esimerkiksi etiketti hyvin.

Suomi on Pohjoismaiden maskuliinisin maa, mutta muutoin Suomi luetaan feminiinisiin maihin. ”Suomessahan on perinteisesti korostettu pärjäämistä. Pitää menestyä koulussa, jotta saisi opiskelupaikan ja hyvän työn” (Salminen & Poutanen 1996, 19). Parikka (2008, 42) tuo esiin sen, että Venäjä on sekä feministinen että maskuliininen maa. Hän kirjoittaa, että maskuliinisuuteen viittaa esimerkiksi uskomukset ”johtajan on oltava kova” ja ”raha ratkaisee”. Vastaavasti feminiinisyydestä viestivät sallivuudet esimerkiksi prostituutiosta ja korruptiosta, joihin suhtaudutaan aika kevyesti.



Kuva 3. Maskuliinisuus maittain. Japani on maskuliinisin, Ruotsi feminiinisin. (Hofstede 1993, 124; Hofstede's Dimensions 2010.)

Epävarmuus

Neljäs kulttuurieroja selittävä tekijä on suhtautuminen epävarmuuteen. Tämä tarkoittaa sitä, kuinka kulttuuriin kuuluvat ihmiset suhtautuvat tilanteisiin, jotka ovat tuntemattomia, uhkaavia ja epävarmoja (esimerkiksi työttömyys, sairaus ja taloudellisen tilanteen muutokset). Kulttuurit joissa epävarmuutta vältetään

voimakkaasti, ihmiset ovat yleisesti kiireisiä, hermostuneita, tunnepitoisia, aggressiivisia, ahdistuneita ja toimeliaita. Vastaavasti kulttuurit, joissa epävarmuutta vältetään vähän, ovat ihmiset rauhallisia, rentoja, huolettomia, hillittyjä ja joidenkin mielestä laiskoja. (Hofstede 1993, 167.)

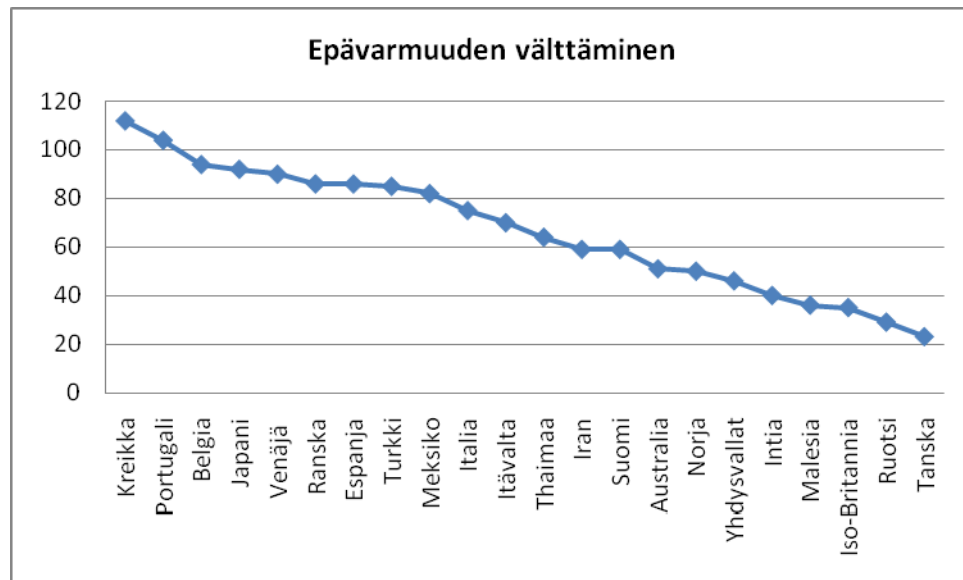
Salminen & Poutanen (1996, 21) selostavat sitä, kuinka voimakkaasti epävarmuutta välttävässä kulttuureissa epävarmuutta halutaan torjua esimerkiksi tiukoilla säädöksillä, laeilla ja uskonnoilla. Vastaavasti epävarmuuteen kevyemmin suhtautuvissa kulttuureissa annetaan ”suurin piirtein” ohjeet ja ihmiset toimivat itse niiden kanssa soveltaen.

Hofstede (1993) haluaa tuoda eron epävarmuuden välttämisen ja riskin oton välille.

Epävarmuuden ja riskin suhde on sama kuin ahdistuksen ja pelon. Sekä pelko että riski ovat yksilöityjä, pelolla on kohde ja riskin aiheuttajana on jokin tapahtuma. Riski ilmaistaan usein prosentuaalisena todennäköisyytenä, että jokin tietty tapahtuma saattaisi toteutua. Ahdistus ja epävarmuus ovat molemmat epämääräisiä tunteita. Ahdistuksella ei ole kohdetta. Epävarmuuteen ei liity mitään todennäköisyyksiä. Se on tilanne, jossa kaikki on mahdollista, mutta meillä ei ole kuvaa siitä, mikä. Heti, kun epävarmuus määritellään riskiksi, se lakkaa olemasta ahdistuksen lähteenä (Hofstede 1993, 168).

Hofstede (1993) selostaa vielä, että kulttuurit, joissa epävarmuutta vältellään, myös moniselitteisyys vähenee. Kulttuurissa halutaan tuttuja organisaatioita, koska silloin pystytään ennustamaan tulevat tapahtumat ja tilanteet ovat selkeästi tulkittavissa. Toisaalta juuri näissä kulttuureissa otetaan mielellään riskejä, esimerkiksi soditaan vastapuolen kanssa aikaisemmin, mieluummin kuin odotetaan. Parikka (2008, 45) tuokin esiin sen, että Venäjä kuuluu kovasti epävarmuutta ja moniselitteisyyttä välttävään kulttuuriin, vaikka Venäjä on tunnettu siitä, että riskiä otetaan paljon (esimerkiksi venäläinen ruletti ja uhkapelit). ”Ollaan itse asiassa valmiita riskialttiiseen käyttäytymiseen, jotta moniselitteisyys vähentyisi. Entuudestaan tutut riskit hyväksytään, mutta uusia riskejä ja moniselitteisiä tilanteita pelätään” (Parikka 2008, 45). Parikka (2008, 46) selostaakin sen, että kirjailija Mihail Bergin mukaan venäläisille tyypillinen hymyttömyys ja kohteliaisuus juontaa juurensa juuri epävarmuuden välttämiseen; tunteettomalle ei hymyillä, koska sitä ei tunneta. Näin ollen tilanne on uusi ja sitä tulee välttää.

Suomi on epävarmuuden sietokyvyssä keskivaiheilla, epävarmuus sekä hyväksytään, että ei hyväksytä. (Salminen & Poutanen 1996, 21.)



Kuva 4. *Epävarmuuden välttäminen maittäin. Kreikka välttää epävarmuutta eniten, Tanska vähiten. (Hofstede 1993, 164; Hofstede's Dimension 2010.)*

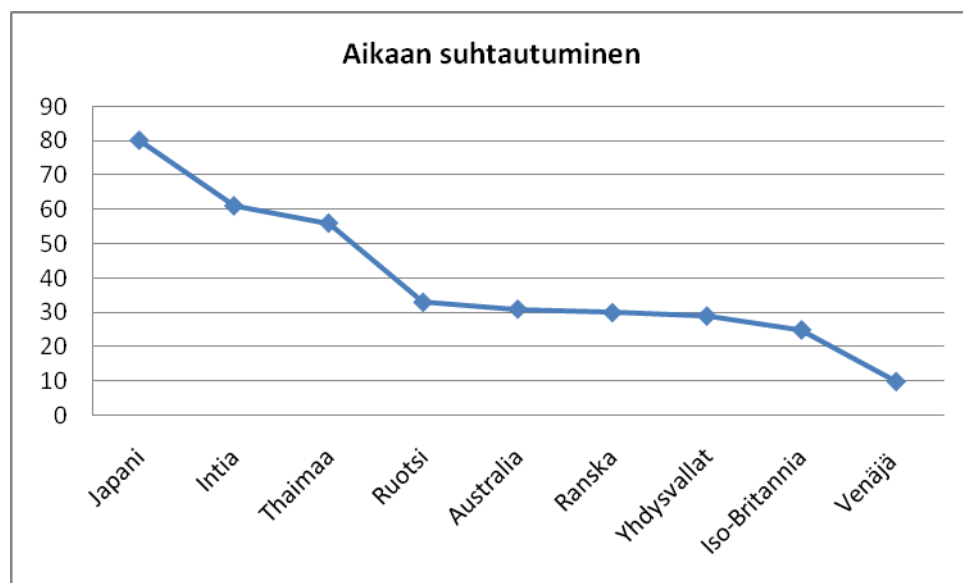
Aika

Viides kulttuurieroja selittävä tekijä on aikakäsitys. Eri kulttuureissa aika käsitetään eri tavoin. Länsimaissa aika käsitetään yleensä lineaarisesti, eli on olemassa alku ja loppu, menneisyys ja tulevaisuus. Itäisissä kulttuureissa puolestaan on valloilla syklinen aikakäsitys, jossa ei ole alkua eikä loppua. Linearisissa kulttuureissa arvostetaan tehokkuutta ja tuloksia, syklisessä sinnikkyyttä ja sitkeyttä. (Salminen & Poutanen 1996, 23.)

Monokroninen eli yksiaikainen aikakäsitys on yleistä ”minä”-ajattelun kulttuurialueilla. Tällöin aika käsitetään siten, että asiat tehdään yksi kerrallaan, ollaan sisäänpäin kääntyneitä, viihdytään omilla oloilla, ollaan täsmällisiä, luotettavia, johdonmukaisia, työhön panostavia ja asiakeskeisiä. Suomi kuuluu monokroniseen aikakäsitykseen. Vastaavasti polykronisessa aikakäsityksessä eli moniaikaisuudessa montaa asiaa tehdään samalla, ollaan ulospäin suuntautuneita, ihmisläheisiä, suuripiirteisiä, suunnitelmien uusiksi laittajia ja nippelitiedon ja taulukoiden välttäjiä.

Polykroninen aikakäsitys on yleistä ”me”-ajattelun kulttuureissa. (Salminen & Poutanen 1996, 23-24.)

Parikan (2008, 55) mukaan venäläiset ovat lyhyen aikavälin kansaa, jolloin aika käsitetään lyhyenä jaksena. Tästä esimerkkeinä hän mainitsee esimerkiksi sen, etteivät venäläiset aina osaa säästää ja moni elääkin yli varojensa. Venäläiset ovatkin ajan kanssa melko suuripiirteisiä ja he elävät kellon kanssa huomattavasti rennommin kuin suomalaiset. Toisena esimerkkinä hän mainitsee sen, etteivät yritysjohtajat näe tarpeelliseksi esimerkiksi kouluttaa itselleen jatkajaa. Tulevaisuudesta ei haluta kantaa huolta. Hofstede (1993, 240) vahvistaa Parikan ajatukset, koska lyhyen aikavälin kulttuurialueiden kansalle tyypillisiä piirteitä ovat esimerkiksi perinteen kunnioitus, tervehyksiin, suosionosoituksiin ja lahjoihin vastaaminen. Suomalaisille, eli pitkän aikavälin kulttuurialueille, ominaisia piirteitä ovat esimerkiksi häpeän tunne ja säästäväisyys.



Kuva 5. Suhtautuminen aikaan maittain. Japani suhtautuu aikaan pitkällä aikavälillä, Venäjä lyhyellä aikavälillä. (Hofstede 1993, 242; Hofstede's Dimensions 2010.)

Uskonto

Salminen & Poutanen (1996, 25) selostavat myös muista kulttuuria selittävästä asioista. Yksi niistä on uskonto, jolla on paljon valtaa ja merkitystä kulttuurin muodostumisessa. Uskonto antaa selityksen joillekin kulttuureille tai kulttuuri antaa

selityksen vastaavasti joillekin uskonnoille. Uskonto sisältää näkemyksen oikeasta ja väärästä.

”Me”-kulttuureissa uskonnoilla on voimakas merkitys. Uskonto ja yhteiskunta vaikuttavat toisiinsa. Vastaavasti ”minä”-kulttuureissa yksilöllä on paljon vapautta valita, kuinka paljon uskonto vaikuttaa yksilön elämään. Suomi kuuluu näihin maihin, vaikkakin kirkko on valtionkirkko, mutta sen toimet ja tehtävät ovat erillisiä valtion tehtävistä. (Salminen & Poutanen 1996, 26.)

Luonnon merkitys

Salminen & Poutanen (1996, 27) korostaa luonnon merkitystä kulttuurien synnyssä. Erilaiset luonnon olosuhteet eri puolilla maailmaa muodostavat pohjan kulttuurin syntymiselle. Pohjoisen kulttuureille ominaista on ollut ajattelu siitä, että ravinto on hankittava vuoden aikojen mukaan; kesällä viljellään ja kerätään talteen talven ravinto. Etelän kulttuureissa asuvien ei ole tarvinnut miettiä, mistä ravinnon saa talvella, koska lämpöä ja ruokaa on riittämiin vuoden ympäri. Samoin pohjoisen harvaan asutut alueet eivät ole suoneet mahdollisuutta sosiaalisiin suhteisiin tai kontakteihin. Vastaavasti eteläisillä alueilla, joissa on asuttu lähekkäin, ovat sosiaaliset suhteet olleet yleisempiä.

2.4 Stereotypiat

Stereotypia on ennakko-odotus tai mielikuvayleistys tietystä ryhmästä, jolloin oletetaan ryhmän jäsenten olevan tietynlaisia ja samanlaisia keskenään. (Kivikuru & Kunelius 2002, 308.) Ryhmän jäsentä ei haluta nähdä yksilönä vaan hänet nähdään tietynlaisena, olettaen, että hän on samanlainen kuin muut. (Hofstede 1993, 302.) Esimerkkinä voisi mainita "suomalaiset naiset ovat rumia”.

Stereotypiat, jotka luodaan joistain kulttuureista, eivät ole oikeita, eikä vääriä. Se, joka stereotyypittaa, tekee sen sillä perusteella, mikä on kulttuurissa näkyvää. Tästä voidaan mainita esimerkkinä suomalaisten hiljaisuus. Stereotyypittäjä ei näe kulttuurin sisään, eikä hän voi näin ollen tietää, miksi juuri niin siinä kulttuurissa toimitaan. Suomalaisen kulttuurin hiljaisuus ja pidättyväisyys voidaan sanoa olevan perua luterilaisuudesta. Toisaalta stereotyyppien hyödyllisyyttäkään ei voida kieltää.

Toiseen kulttuuriin mentäessä voi helpottaa, kun on olemassa tietty mielikuva kulttuurista. Toisaalta ei voida yleistää, kaikki eivät toimi samoin samassakaan kulttuurissa. (Kivikuru & Kunelius 2002, 308-309.)

Kulttuurit, joissa ajatellaan ”me”-muodossa, eri kulttuurien ylittävä kommunikointi on vaikeampaa kuin ”minä”-ajattelun maissa. Mikäli eri kulttuureista olevien ryhmien halutaan oikeasti yhdistyvän, tulee kohtaamisympäristön olla sellainen, että se tukee ja yhdenvertaistaa eri kulttuurit. Hyvinä kohtaamispaikkoina voidaan mainita koulut ja työpaikat. (Hofstede 1993, 303.) Seuraavissa kahdessa kappaleessa käsitellään stereotyyppioita suomalaisuudesta ja venäläisyydestä.

Suomalaisuus

Suomi on maantieteellisesti idän ja lännen kohtauspaikka. Koska Suomi on ollut historiassaan välillä Ruotsin vallan alaisena ja välillä Venäjän vallan alaisena, on Suomen kansasta tullut tällainen kansa, kuin se nyt on.

Suomalaiselle kulttuurille ominaista on vaikeneminen. Suomalainen on mieluummin hiljaa ja antaa toisen puhua. Kohteliaisuus muodostuu passiivisesta kohteliaisuudesta; toinen jätetään rauhaan, mieluummin kuunnellaan kuin puhutaan itse. Joissain maissa tällainen hiljaisuus saatetaan ajatella töykeytenä. (Salminen & Poutanen 1996, 71.) Mikluha (1998, 23) puolestaan huomauttaa suomalaisten olevan suorita puheissaan, johtuen luterilaisesta elämänkatsomuksesta.

Suomalainen on myös suora sanoessaan asioita; jos suomalainen sanoo ei, hän myös tarkoittaa sitä. Kohteliaisuuksia ei suomalainen osaa ottaa oikein vastaan, eikä antaa. Suomalainen on vähäeleinen, elekielen käyttö viestinnässä on melko niukkaa. (Mikluha 1998, 23, 33.) Suomalainen on hiljainen, sisukas, vastuuntuntoinen, luotettava, täsmällinen ja tunnollinen. Suomalaisen sanaan voi luottaa. (Keinonen 1997, 11-12.) Suomalaisuuteen kuuluvat sauna, juhannus ja jouluku. Työelämässä suomalaiset tekevät mielellään työnsä yksin ja päätöksenteko-oikeus on myös alemmilla tasoilla (Salminen & Poutanen 1996, 100). Oma-aloitteisuutta arvostetaan työelämässä (Haapaniemi ym. 2003, 105).

Venäläisyys

Venäläinen on avoin, suorasukainen, huoleton ja seurustelunhaluinen. Venäläinen rakastaa pitkiä keskusteluja. Venäläiset eivät seuraa muodollista etikettiä läheskään niin paljon kuin suomalaiset. He luottavat avoimempiin kontakteihin. (Vihavainen 2006, 93.) Mikluha (1998, 169) kirjoittaa, että vaikka Venäjällä arvostetaan suoraa puhetta, asioita usein kierrellään. Venäjä kuuluu läheisen kontaktin maahan, jolloin ihmisten välinen välimatka kanssakäymisessä on lyhyt ja elekieltä käytetään viestinnässä runsaasti. Syrjäänvetäytyvää ihmistä pidetään epäkohteliaana. Venäläiset rakastavat hyvää ja kunnon ruokaa, maljapuheita ja lahjoja. (Venäläinen tapakulttuuri 1999, 4.) Venäläisyyteen kuuluvat vodka, kauniit naiset ja ortodoksisuus. Venäläiset eivät luota vallanpitäjiinsä, vaan pitävät heitä jopa vihollisinaan. Koska valtaetäisyys on niin suuri Venäjällä, lakeja ja sääntöjä noudatetaan vähän. Sanonta ”lainsäädäntöä miettivät sadat ja sadat ihmiset – lain kiertoa miettivät miljoonat” kuvastaa hyvin tätä asiaa. (Parikka 2008, 24.)

Venäläinen liikemaailma on johtajakeskeistä. Kaikki tapahtuu johtajan kautta ja usein yrityksen nimenkirjoitusoikeus onkin vain johtajilla. Tästä johtuen suhteet johtajaan on hoidettava hyvin. Oma-aloitteisuutta ei arvosteta kuten Suomessa. Venäläinen työpaikka huolehtii myös työntekijänsä perheestä ja ei ole ollenkaan ihmeellistä, että työpaikan yhteydessä voi olla esimerkiksi lastentarha. Työntekijöiden kodit saattavat olla yrityksen kirjanpidossa, taseessa. Tiivistettynä voisi kiteyttää, että työpaikat haluavat pitää kiinni hyvästä työvoimastaan ja tarjota heille parasta mahdollista. Tämä on kilpailuetu. (Haapaniemi ym. 2003, 104-105.)

2.5 Kulttuurien välisen viestinnän oppiminen

Onnistunut viestintätilanne syntyy, kun ollaan tietoisia oman kulttuurin viestintätavoista. Jotta onnistutaan viestimään toisesta kulttuurista olevan henkilön kanssa onnistuneesti, on hyvä tietää ennakkoon vieraasta kulttuurista. Ei ole kuitenkaan suotavaa muodostaa kulttuurin väestöstä stereotyyppistä kuvaa, koska se antaa ennakoasenteellisen suhtautumisen vieraaseen henkilöön. On muistettava, että jokainen henkilö on yksilö, joka kohdataan eikä tilanne mene välttämättä siten, kuin kirjassa on neuvottu. (Salminen & Poutanen 1996, 68.) Hofstede (1993, 329-330) kertoo, että pitää *oppia tiedostamaan eroja* eri kulttuurien välillä, tietää niistä eli

hankkia tietoa ja hallitsemaan *taidon käyttäytyä oikein*. Lisäksi hän neuvoo opiskelemaan paikallisen kulttuurin *kielen*.

Tutkimuksissa on huomattu, että ihmiset asennoituvat ja suhtautuvat vieraisiin kulttuureihin eri tavoin johtuen ennakkokäsityksistä. Nämä asenteet on jaettu kolmeen tyyppiin: etnosentriseen, funktionaaliseen ja relativistiseen. (Salminen & Poutanen 1996, 68.)

Etnosentrinen ajattelutapa

Etnosentrisessä ajattelutavassa ajatellaan, että oma kulttuuri on ainoa oikea, vain sen tavat viestiä ja toimia ovat hyväksyttäviä. Tästä esimerkkinä Salminen & Poutanen (1996, 68) mainitsevat rotusorrot ja valloitusretket. Etnosentrisessä ajattelutavassa eri kulttuurien arvot ja normit eivät ole sopuossuussa.

Funktionalistinen ajattelutapa

Funktionalistisessa ajattelutavassa otetaan huomioon se, että kulttuuriympäristön toiminnot ovat aikaa myöten muodostuneet tietynlaiseksi. Niillä on kulttuurissa selvä tarkoitus. Esimerkkinä voidaan mainita islamilaisten naisten käyttämä huivi, joka peittää heidän kasvonsa. Tällä nainen haluaa viestiä omalle kulttuurilleen tärkeää asiaa, että naisen tulee olla hunnutettu ja piilossa muiden kuin oman miehensä katseilta. (Salminen & Poutanen 1996, 69.) Ajansaatossa kulttuurissa on totuttu tekemään näin.

Relativistinen ajattelutapa

Relativistisessa ajattelutavassa kulttuuri ymmärretään siten, että tapahtumat on suhteutettava kulttuuriympäristöönsä. Toisissa kulttuureissa tapahtuma saattaa olla oikein, mutta vastaavasti toisissa kulttuureissa asia ei ole hyväksyttävää. Kaikissa kulttuureissa on kiellettyjä asioita ja niitä rikkoessaan saa rangaistuksen. (Salminen & Poutanen 1996, 69.) Esimerkkinä on lahjonta, joka Venäjällä on kiellettyä, mutta suhtautuminen siihen on yleisesti sallivaa. Suomessa lahjontaa paheksutaan huomattavasti enemmän kuin Venäjällä.

Kulttuurien välisen viestinnän tulevaisuus

Frisk & Tulkki (2005, 105) uskovat kulttuurien välisen viestinnän tulevaisuudessa vain kasvavan. Rajat ylittävä yhteistyö erilaisten yhteisöjen ja yritysten kautta lisää viestinnän tarvetta eri kulttuurien välillä ja ihmisten erilaiset suhteet vieraiden kulttuureiden edustajiin yleistyvät. Erilaisiin kulttuureihin tutustuminen median kautta on arkipäivää, matkustelu eri kulttuureihin lisääntyy ja kiinnostus sitä kautta erilaisiin kulttuureihin vaan kasvaa. Lisäksi kansainväliset kielet, kuten englanti ja saksa, mahdollistavat eri kulttuureista olevien keskinäisen kommunikoinnin sanallisesti. Sanattoman viestinnän merkitystä ei pidä myöskään unohtaa.

2.6 Etiketti ja tapakulttuuri

”Etiketiksi sanotaan alun perin hovitavoista lähtöisin olevien, varsinkin ylemmissä yhteiskuntaryhmissä noudatettavien käyttäytymis- ja seurustelutapojen kokonaisuutta” (Seppälä & Virkkunen 1977, 214). Hakalan (2006, 6) mukaan etiketiksi ajatellaan käytöstapasäännöt, joita ei ole kirjoitettu. Niiden oletetaan olevan yleisesti tunnettuja ja niitä tulee noudattaa yhteisön piirissä. Näillä säännöillä ja ohjeilla huomioidaan kanssaihmiset kohteliaasti, asiallisesti ja etiketinmukaisesti. Etiketti sisältää sääntöjä ja ohjeita niin arkipäivään kuin virallisiin tilanteisiin. (Lehrer 2002.)

Moni etikettisääntö on saanut alkunsa vuosisatoja sitten. Säännöt eivät ole muuttumattomia, vaan ne muuttuvat sitä mukaa, kun ympärillä oleva yhteiskunta muuttuu. Muuttumattomista tai ajankohtaisista etikettisäännöistä voidaan tuoda esiin esimerkiksi ”älä myöhästy teatterinäytöksestä tai konsertista”, joka on julkaistu jo vuonna 1880 englantilaisessa Don’t- kirjassa. (Lehrer 2002.) Vastaavasti muuttuneesta etikettisäännöstä hyvä esimerkki on Suomen kieltolain poistaminen. Sitä ennen alkoholitavat olivat olleet laittomia toisin sanoen rikollista. (Seppälä & Virkkunen 1977, 214.)

Tapakulttuurilla on kolme eri ulottuvuutta; mitä viestitään toisille itsestä, miten kohdataan toiset ihmiset sekä miten eri tilanteissa toimitaan. (Harju 2000, 5.)

Pohjoismainen tapakulttuuri juontaa juurensa Ranskaan. Ruotsalaisten ihannointi Ranskaa kohtaan 1700-luvulla toi maahan erilaisia tapoja. Eri taustoista lähteneiden

maahanmuuttajien mukana Ruotsiin tuli tapoja sekä Ranskasta, että Saksasta. Koska muun muassa Suomi kuului aikoinaan Ruotsin vallan alle, on Suomen tapakulttuuri saanut paljon viitteitä Ruotsin tapakulttuurista. Pohjoismaissa onkin pitkälti samanlainen tapakulttuuri joka maassa, koska Ruotsin valtakunta käsitti myös muut pohjoismaat. (Salminen & Poutanen 1996, 33.)

”Tapakulttuuri ei pohjimmiltaan ole vain tapaoppaista saatavaa tietoa vaan se auttaa näkemään ja ymmärtämään kokonaisvaltaisesti eri kulttuureissa olevat erot siinä, mikä kulloinkin on hyvä tapa” (Hakala 2006, 3).

3 ENSIVAIKUTELMASTA KESKUSTELUUN

Ensivaikutelmaan, käyttäytymiseen sekä keskusteluun suositellaan panostamaan, kun tavataan ensimmäistä kertaa itselle tuntematon ihminen. Ensivaikutelmalla on suurta merkitystä siihen, mitä meistä ajatellaan, millaisia meidän oletetaan olevan.

3.1 Ensivaikutelma

Ihmiset ovat päivittäin tekemisissä vieraiden ihmisten kanssa. Aina kun tavataan vieras, viestitään itsestä jonkinlainen kuva tuntemattomalle omalla olemuksella. Ensivaikutelma pystytään tekemään vain kerran ja se muodostuu muutamassa minuutissa. Ensivaikutelmaan vaikuttaa moni ei-kielellinen tekijä. Näitä tekijöitä ovat ulkoasu, liikkeet ja ilmeet, pukeutuminen, esittäytyminen ja keskustelutaito. (Hakala 2006, 8.)

3.2 Tervehtiminen ja kättely

Lapset opetetaan jo pienestä pitäen tervehtimään, kun tavataan tuttava tai uusi ihminen. Tervehtiminen kuuluu niihin hyviin tapoihin, joka kannattaa opetella kerralla kunnolla. Eri kulttuureissa tervehditään eri tavoin; esimerkiksi kätellen, käsi- tai poskisuudelmin ja kumartamalla.

Suomessa ohjeistetaan tervehtimään seuraavasti: alempiarvoinen tervehtii ylempiarvoista, nuorempi vanhempaa ja huoneeseen sisälle tuleva huoneessa olevia / yksittäinen henkilö ryhmää. (Hakala 2006, 12.) Kättelyjärjestyksellä viestitään kunnioituksesta toisia ihmisiä kohtaan.

Suomessa tervehdykseen kuuluu kättely. Alun perin kättely on ollut rauhan ele. Avoin käsi on ollut viesti rauhantahtoisuudesta ja aseettomuudesta. (Malmberg 1990, 17.) Nykyisin kättely on tervetuliaisele, toisiinsa tarttuvilla kämmenillä viestitään avoimuudesta ja kosketuksella puolestaan yhteydestä. (Mikluha 1998, 9). Kohteliaaseen tervehdykseen kuuluu hymy, jämäkkä kädenpuristus ja katsekontakti. Toisen käden tulee olla rennosti esillä, taskussa ei ole sen paikka. Itse kädenpuristus ei saa olla löysä tai liian luja. Kädenpuristukseen ei kuulu vatkaaminen tai kovin pitkä

puristus. (Lehrer 2002.) Välinpitämättömyydestä viestitään löysällä kättelyotteella. (Harju 2000, 47.)

Tärkeimmät ohjeet puolestaan kättelyyn ovat: vanhempi tai arvokkaampi ojentaa kätensä, nainen ojentaa kätensä miehelle, huoneessa olija tulijalle, suuressa pöydässä ollessa kätellään ensin vasemmalla ja sen jälkeen oikealla istuvat, kutsuilla kätellään ensin isäntäväki. (Hakala 2006, 12.)

Venäläiseen tapakulttuuriin kuuluu myös tervehtiminen kättelemällä. Liike-elämässä kätellään aseman mukaan, ei yleisten kättelysääntöjen mukaan (Haapaniemi ym. 2003, 53). Venäjällä kätellään paljon, sekä tavatessa, erotessa ja niiden välillä. Käteltäessä käden puristuksen on oltava luja. Poikkeuksena suomalaiseen kättelykulttuuriin on se, ettei naisia aina välttämättä kätellä, eivätkä naiset keskenään kättele toisiaan. Jos nainen kuitenkin haluaa kätellä, ojentaa hän kätensä ensin. Tavallisin naisten tervehdys on nyökkäys tai sanallinen tervehdys. Venäläisessä kulttuurissa hymy ei kuulu aina tervehdykseen. (Mikluha 1998, 167.) Venäjällä saatetaan tervehtiä toisia myös suutelemalla, mutta erityisesti miehen ja naisen välisessä tervehdyksessä on pidettävä huoli, ettei asiaa käsitetä väärin. Kun miehet tervehtivät toisiaan, he yleensä halaavat ja laittavat ensin oikeat posket vastakkain, jonka jälkeen vasemmat ja jälleen oikeat, siten että parran sänki tuntuu. Ulkomaalaisen ei tarvitse asiasta ottaa stressiä, koska venäläinen on aloitteentekijä, eikä ulkomaalaiselta odota vastasuuteluita, vaikka häntä saatetaankin suudella. (Venäläinen tapakulttuuri 1999, 8.)

3.3 Esittely

Mikäli halutaan tehdä enemmän tuttavuutta tavatun henkilön kanssa, on kohteliasta tutustua häneen. Jotta voidaan tutustua häneen sujuvasti, tulee esitellä itsensä tai joku kolmas voi esitellä tuntemattomat toisilleen.

Kun tilanteessa on vain kaksi toisilleen tuntematonta henkilöä, on kohteliasta esittäytyä itse. Esittäytyminen kannattaa tehdä aina, kun se on paikallaan. Tällöin sosiaaliset verkostot kasvavat ja toiseen tutustuminen on helpompaa. Tuttavuutta ei ole kuitenkaan kohteliasta tyrkyttää. (Malmberg 1990, 24.)

Kun tilanteessa on kolme henkilöä, kaksi toisilleen tuntematonta ja yksi, joka tuntee kaikki osapuolet, esittelee hän tuntemattomat toisilleen. Hyvä esittelytapa on, että mainitaan esiteltävien nimet toisilleen seuraavassa järjestyksessä: nuorempi henkilö esitellään vanhemmalle, mies esitellään naiselle (ellei mies ole huomattavasti vanhempi). Kuitenkin vaimo esitellään aina vastapuolelle ensin: ”Saanko esitellä, vaimoni Heidi – johtaja Sinisalo”. Alemmassa asemassa oleva esitellään korkeammassa olevalle. (Seppälä & Virkkunen 1977, 213-214.) Hakalalla (2006, 15) on helpoin ohje esittelyyn: se henkilö, jota kunnioitetaan enemmän mainitaan viimeisenä.

Riippuen tilanteen virallisuudesta tuodaan esiin esiteltävien etu- ja/tai sukunimi. Jos halutaan, voi esiteltävistä tuoda esiin muitakin asioita, esimerkiksi tittelin tai perhesuhteen.

Perinteisessä esittelyssä toistetaan esiteltävien nimet: ”Neiti Turunen, saanko esitellä teille johtaja Sinisalon. Johtaja Sinisalo, neiti Turunen.” Esittelystä ei kiitetä, voi sanoa esimerkiksi ”Hauska tutustua!” Ja kätensä ojentaa ensin se, jonka nimi mainitaan viimeisenä. (Hakala 2006, 15.) Vastaavasti Seppälä ja Virkkunen (1977, 214) tuovat esille, että esittelytilanteessa on kohteliasta kätellä tai nyökätä, sillä useinhan esittely tapahtuu samalla, kun tervehditään. Miesten ja naisten kesken esittelyssä on myös eroja; mies nousee aina seisomaan, kun hänet esitellään. Nainen vastaavasti vain, mikäli hänet esitellään huomattavasti itseään vanhemmalle henkilölle.

Venäjällä toisensa ensikertaa tapaavat ihmiset sanovat nimensä kättelyn lomassa. Kun seurassa on toisilleen tuntemattomia ihmisiä, esitellään heidät arvojärjestyksessä. Kun venäläinen esittäytyy, on hyvä yrittää muistaa hänen nimensä, koska keskusteltaessa käytetään nimiä, eikä käyntikortteja käytetä samoin kuin Suomessa. (Mikluha 1998, 167.)

3.4 Puhutteleminen

Suomen nuoret, Suomen tulevaisuuden toivot, on opetettu pienestä pitäen sinuttelemaan. Nuoriso on kasvatettu siihen. Nuoria edeltävät sukupolvet ovat joutuneet teitittelemään jopa omia vanhempiaan ja yhteiskunnan muuttuessa on

sinuttelusta tullut maan tapa. Kuitenkin Suomi elää nyt muutosvaiheessa, jossa sinuttelu on jäämässä taka-alalle ja teitittelystä tulossa vallitseva muoto.

Teitittely

Venäjällä teitittely on normaalia. Yleisin ja kohteliain muoto on nimi ja isännimi, miehillä yleensä –vitsh ja naisilla –vna, esimerkiksi Aleksei Nikolajevitsh tai Anna Nikolajevna. (Venäläinen tapakulttuuri 1999, 9.)

Kun venäläinen keskustelee ulkomaalaisen kanssa, käyttää hän sukunimen kanssa joko herraa (gospodin) tai rouvaa (gospozha). Neitiä ei venäjän kielessä käytetä. (Venäläinen tapakulttuuri 1999, 9.)

Suomessa etiketin mukaan on kohteliasta teititellä tuntematonta, vanhempaa henkilöä, työnhakutilanteessa, puhelimessa ja jos ei tiedetä, pitääkö teititellä vai sinutella. Etiketti ohjeistaa myös teitittelemään virastoissa ja toimistoissa. (Hakala 2006, 19.)

Hakala (2006, 19) muistuttaa oikean verbimuodon käytöstä, kun teititellään. Oikea muoto on: ”Oletteko käynyt näyttelyssä?” Vastaavasti muoto ”Oletteko käyneet...” viittaa monikolliseen puhutteluun.

Sinuttelu

Venäjällä sinuttelu on suotavaa vain hyvien tuttavien kesken. Sinunkauppoja on kohteliasta odottaa, kunnes venäläinen niitä ehdottaa. (Mikluha 1998, 168.) Vihavainen (2006, 97) tuo ilmi myös, että sinunkauppoihin liittyen tulee juoda veljenmalja ja se koskee myös naisia.

Sinuttelu on suomalaisessa kulttuurissa ollut suotavaa jo vuosia. Sinuttelu on sopivaa nuorten ja tuttavien kesken. Seppälä ja Virkkunen (1977, 281) tuovat esille, että sinuttelu poistaa turhaa jäykkyyttä ihmisten väliltä. Kun suomalaisessa kulttuurissa ollaan valmiita tekemään sinunkaupat, ehdottaa niitä vanhempi henkilö, korkeammassa asemassa oleva tai nainen miehelle. (Hakala 2006, 20.) Sinunkauppoja ehdotetaan yksinkertaisesti: ”Sano minua vain Heidiksi.”

Malmberg (1990, 26) antaa puolestaan vinkkejä sinuttelukulttuuriin: saman ammatin harjoittajat, kollegat, koulutoverit sinuttelevat keskenään. Yhteiseen harrastuspiiriin kuuluvat, esimerkiksi laulukuorolaiset voivat sinutella toisiaan. Sinunkaupoista on kohteliasta kiittää.

3.5 Keskustelu ja small talk

Suomalaisessa kulttuurissa hiljaisuus ei ole paha asia. Vastaavasti amerikkalaisessa kulttuurissa ajatellaan, että hiljainen suomalainen on tyhmä, vihamielinen tai epäkohtelias. (Hakala 2006, 22.) On kuitenkin kohteliasta, että osataan keskustella myös tuntemattomien ihmisten kanssa ja liike-elämässä toisten kanssa keskustelu on välttämätöntä. Tällöin hyvästä keskustelutaidosta on apua. Suomalaiseen kulttuuriin vielä hieman vieras käsite small talk eli alkujutustelu (Hakala 2006, 21) hakee vielä paikkaa, mutta yleistyy kokoajan. Small talkin tarkoituksena on vähentää epävarmuutta, ottaa toinen huomioon, luoda ja ylläpitää sosiaalisia suhteita (Haapaniemi ym. 2003, 41). Suomessa hallitaan ainakin puhuminen säästä ja tästä aiheesta jokaisella varmasti löytyy sanottavaa. Suomessa small talk on melko lyhyt, jonka jälkeen mennään suoraan asiaan. (Mikluha 1998, 147.)

Suomalaisessa kulttuurissa keskustelun aika katsotaan silmiin ja keskitytään asiaan, toista kuunnellaan kiinnostuneesti. Ei ole kohteliasta pitää esitelmää omasta aiheesta, keskeyttää toisen puhetta, tulee kysellä toisen aiheesta kiinnostuneesti, mutta tulee unohtaa turhat utelut esimerkiksi henkilökohtaisista asioista ja liikesalaisuuksista. Eduksi on olla ajan tasalla päivän puheenaiheista. Hyvä tapa on, että hallitaan äänenkäyttö, sen tulee olla tilanteeseen sopiva. Erilaisten hauskojen juttujen ja vitsien kertomisen kanssa kannattaa miettiä ennakkoon, onko seura siihen sopivaa. (Hakala 2006, 22-23.)

Venäläiset ovat puheliaita, vilkkaita ja äänekkäitä. Keskustelukulttuuri näin ollen poikkeaa suomalaisesta keskustelukulttuurista. Venäläisiä usein ihmetyttää suomalaisten tapa kuunnella keskustelukumppaniaan hiljaa. He ovat tottuneet kuuntelemaan toista, mutta samalla reagoimaan kehonkielellä; ilmein, elein ja äänin toisen puheeseen. Erilaiset lisäkysymykset osoittavat kiinnostusta ja ystävyysdenhalua keskustelukumppania kohtaan. (Mikluha 1998, 168-171.)

Venäläisessä kulttuurissa small talk onkin suotavaa. Venäläisessä small talkissa vaihdetaan kuulumisia, kysellään toisen vointia. Small talk kestää pitkään ja vasta pitkien alkujutustelujen jälkeen mennään itse asiaan. On hyvä tietää, että venäläiset pystyvät keskustelemaan myös tuntemattomien kanssa ja keskustelun aiheet saattavat mennä syvällisiinkin ja henkilökohtaisiin aiheisiin. Vastaavasti vältettäviä puheenaiheita ovat muun muassa rupla, kaksimielisyydet ja seksi. (Mikluha 1998, 168.)

4 PUKEUTUMISEN VIESTI

Hakala (2006, 24) mainitsee, että hyvä pukeutuminen on kohteliaisuus muita kohtaan. Siten kunnioitetaan tilanteen luonnetta ja viestitään samalla muun muassa omista arvoista. Pukeutuminen on viesti, joka välittyy useimmiten nopeammin kuin verbaaliset viestit. (Isotalo 2000, 7.) Liike-elämässä pukeutumisella on suuri merkitys. Työntekijä, joka on pukeutunut hyvin ja oikein, viestii sekä itsestä, että yrityksestä positiivista kuvaa. Hyvä pukeutuminen edesauttaa työntekoa ja vähentää aggressiivista suhtautumista. (Harju 2000, 12.) Lehrer (2002) kehottaakin liike-elämässä olevia pukeutumaan huolellisesti, koska se on viesti luotettavuudesta ja tehokkuudesta. Sillä ei ole väliä, onko työasu oma vai työnantajan, siitä on pidettävä aina yhtä hyvää huolta.

Pukeutumisella on myös vaikutusta jo paljon puhuttuun ensivaikutelmaan. Pukeutumisella viestitään toisille taustasta, mielentilasta, persoonallisuudesta sekä ammatista ja työmoraalista (Harju 2000, 10). Muun muassa sen vuoksi vaatteiden ja muiden asusteiden tulee aina olla hoidetut ja edukseen. (Malmberg 1990, 151.)

”Työpaikkapukeutumisen määrittelee työn luonne ja ammatti” (Hakala 2006, 24). Liike-elämässä pukeutumisen tulee olla siistiä, yhtenäistä, asiallista, tyylikästä ja laadukasta. Pukeutumiseen vaikuttaa myös asema työpaikassa, työn luonne, vuoden aika ja henkilön ikä sekä ruumiinrakenne. Myös eri kulttuurien vaikutus tulee ottaa huomioon pukeutumisessa (Hakala 2006, 24).

Sanomattakin lienee selvää, että liike-elämään ei kuulu rikkinäiset vaatteet, urheiluvarusteet (ellei tilaisuus sitä edellytä) tai muutoin epämääräinen pukeutuminen. Myös ehostus ja hajusteet kannattaa valita mieluummin neutraalit, kuin reilusti huomiota herättävät.

Bisnespukeutuminen on samantyylistä, kun verrataan suomalaisten pukeutumista venäläisten pukeutumiseen. Venäläiset ovat kuitenkin konservatiivisempia ja muodollisempia pukeutumisessaan. Heille on tärkeää viestiä pukeutumisellaan esimerkiksi yrityksen taloudellisesta tilanteesta sekä omasta asemastaan; heillä saattaa olla paljon erilaisia kalliita yksityiskohtia, kuten merkkihuiveja, kelloja tai erimerkiksi

jokin merkkivaate. Talvisin omasta imagosta ja varallisuudesta venäläiset viestivät pukeutumalla turkiksiin. Tiivistettynä venäläinen käyttää rahansa mieluummin ulkonäkönsä kohentamiseen, kuin esimerkiksi harrastuksiinsa. (Haapaniemi ym. 2003, 23-26.) Haapaniemi ym. (2003, 24) toteavat myös, että suomalainen ennemmin alipukeutuu, koska ei halua herättää huomiota.

4.1 Naisten pukeutuminen liike-elämässä

Venäläinen nainen pukeutuu liike-elämässä naisellisemmin kuin suomalainen nainen. Hän meikkaa vahvemmin, hänen kätensä on huolellisesti hoidetut ja kenkien korot ovat korkeammat. (Haapaniemi ym. 2003, 25-26.)

Liike-elämän pukeutumisessa varma valinta naisilla on jakkupuku. Vaihtoehtona on myös housupuku, jota nainen voi käyttää Suomessa. Mikäli halutaan viestittää itsestä virallisempi kuva, yhtenäinen väritys edesauttaa sitä. Vastaavasti jos halutaan näyttävyyttä, suositaan eri värejä. (Särkikoski-Pursiainen 2001, 14.)

Jakut

Toiselta nimeltään jakku on bleiseri. Bleiserin on suositeltavaa olla väriltään neutraali, esimerkiksi musta, harmaa tai beige. Jakun on hyvä olla kantajansa tyylinen; jakun malli tulee valita kantajansa vartalon mukaan. Jakun hihan tulee olla oikean mittainen, jolloin kädet eivät näytä raskailta tai jakku liian pieneltä. Oikea hihan mitta on, kun hihan suu osuu ranneluuhun. Mikäli alla on pitkähihainen paita, on tyylikästä, mikäli hiha hieman näkyy jakun hihan alta. Yleensä kaikille vartalotyypeille sopii niin sanottu klassinen jakku, jolloin jakun helma ulottuu pakaroiden alapuolelle. Toki kokonaisuuteen vaikuttaa myös muut asusteet ja vartalon mittasuhteet. Sovitettaessa jakkua, tulee sitä kokeilla napitettuna ja hyvän puseron kanssa. Selkäosaan ei saa muodostua poikittaisia laskoksia. Jakun voi halutessaan korvata erilaisilla laadukkailla neuleilla. (Särkikoski-Pursiainen 2001, 21-22.)

Hameet

Hameille ei ole olemassa ”oikeaa mittaa”, kaikki pituudet polven ja nilkan (kehräsluun yläpuoli) välillä ovat soveltuvia. Kannattaa kuitenkin välttää helmoja, jotka päättyvät

pohkeeseen, koska silloin sääri näyttää paksummalta kuin todellisuudessa onkaan. Bisnespukeutumisessa hyvä hame on ajaton ja klassinen. Hame ei saa puristaa reisiä eikä pakaroita, alushousujen rajat eivät saa näkyä. Lisäksi hameessa ei ole suotavaa olla häiritseviä halkioita. (Särkikoski-Pursiainen 2001, 23-24.) Oikean mallinen hame tulee valita oman vartalotyypin mukaan.

Housut

Housuja valitessa tulee ennen muuta kiinnittää huomiota vartalotyyppiin ja housut tulee valita sen mukaan. Bisnesnaisen housut ovat joko prässätyt tai prässittömät suorat housut. Laadukkaat työhousut tunnustetaan siitä, että ne laskeutuvat suorana pakaroiden kohdalta sekä taskut pysyvät kiinni lantion kohdalta. Laadukkaissa housuissa voi olla myös vuori, jolloin alusvaatteiden näkyminen housun alta on epätodennäköisempää. Myös housuissa on eri lahkeen mittoja. Mikäli halutaan pitkän housun soveltuvan hyvin kengän kanssa, ulottuu lahje edessä jalkapöydän päälle ja takana kengän kannan päälle. Vastaavasti mitä leveämpi lahje on, sitä pidempi sen tulee myös olla. Tyylikäs lahkeen pituus on myös joko capri tai piratti (hieman polven alapuolelle). (Särkikoski-Pursiainen 2001, 26.) Housupuku ei kuulu venäläisnaisen bisnespukeutumiseen. (Venäläinen tapakulttuuri 1999, 23.)

Puserot

Erimalliset kaulukset tekevät muutoin samannäköisestä puserosta aina erinäköisen. Vaikka bisnesnainen käyttäisi aina valkoista puseroa ja kaulus on erimallinen, on bisnesnaisen ulkonäkö erilainen. Hyvä pusero istuu hyvin, jolloin se pysyy kiinni myös rintojen kohdalta. Tähän vaikuttaa paljon puseron kangas sekä napitus. (Särkikoski-Pursiainen 2001, 27.) Hakala (2006, 25) ohjeistaa, että hyvä pusero ei saa olla liian avoin, läpinäkyvä tai hihatton.

Ulkovaatteet

Bisnesnaisen takki on talvella villakangastakki, toiselta nimeltään ulsteri. Sopivan pituuden tietää siitä, että takki peittää hameen helman. Vastaavasti välivuodenaikoina erilaiset popliinitakit, viitat, ponchot ja saalit ovat käyttökelpoisia. Ajattomia värejä

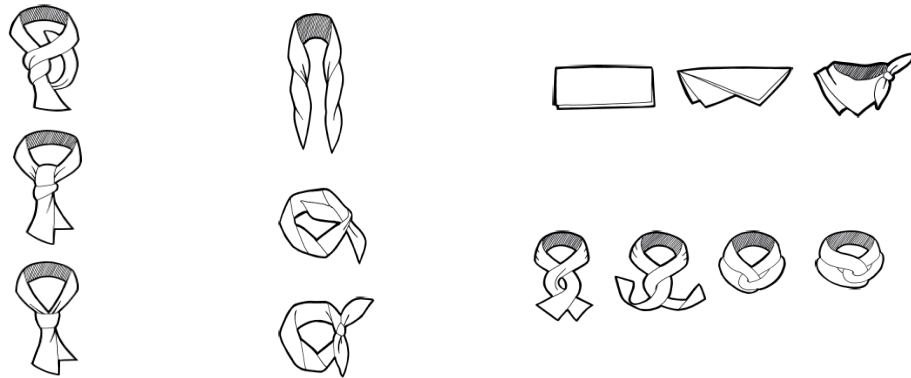
ovat musta, harmaa tai beige. (Särkikoski-Pursiainen 2001, 30.) Vastaavasti Venäjällä talvitakki on mieluiten turkki, koska status on tärkeä tekijä. (Parikka 2008, 131.)

Jalkineet

Jalkineisiin kannattaa panostaa. Hyvä jalkine tuntuu hyvältä, on kestävä ja klassinen. Umpinainen avokas, jonka korko on *puolikorkea* (3-6cm), on soveltuva joka tilaisuuteen. Kaunis kenkä ja korko antavat kantajalleen kauneutta; ne lisäävät pituutta, ryhtiä ja antavat jopa auktoriteettia. Saappaita tulee käyttää pääsäännön mukaan vain ulkona, mutta mikäli niillä on olennainen osa kokonaisuuden kanssa, voi niitä käyttää myös sisällä. Kengät tulee valita asukokonaisuus huomioiden ja erilaisia kenkiä tulisikin olla useita. Kengissä myös värimaailma on klassisimmillaan, kun kengät ovat mustia, ruskeita tai tummansinisiä. (Särkikoski-Pursiainen 2001, 36.)

Huivit

Huiveilla saa asuun uutta ilmettä. Esimerkiksi yksivärisen asun kanssa käy hyvin kuviollinen huivi ja päinvastoin. On kuitenkin hyvä soinnuttaa huivin väritys muuhun asuun sopivaksi, joten samoja värejä tulisi löytyä esimerkiksi kengistä tai vyöstä. Käyttämällä hyväkseen esimerkiksi asun erilaisia lenkkejä ja reikiä asettelemalla huivin siihen, saa asu uuden ilmeen. Jos asussa ei ole paikkaa huivin kiinnittämiseksi, voi sen kiinnittää soljella, hakaneulalla tai pienellä ompeleella asuun. Huivin voi myös asetella esimerkiksi kaulalleen, jolloin se korvaa kaulakorun. Huivien materiaaleina käytetään paljon silkkiä tai keinomateriaaleja. (Särkikoski-Pursiainen 2001, 37-39.) Mikäli halutaan herättää huomiota tai saada statusta bisnespukeutumisessa, kannattaa suosia merkkihuiveja, esimerkiksi Burberry ja Marja Kurki. (Hakala 2006, 33.)



Kuva 6. Neljä erilaista huivin taittelumallia (Marja Kurki 2009).

Vyöt

Hyvä vyö on valmistettu nahkasta tai mokasta. Klassisen, monikäyttöisen vyön leveys on pari senttiä, sen solki on samaa väriä kuin kantajansa muut korut ja solki on malliltaan klassinen. Väritään vyön on hyvä olla tumma, esimerkiksi musta tai ruskea. Vyö viimeistelee asun. (Särkikoski-Pursiainen 2001, 40.)

Laukut

Bisnespukeutumisen kannalta varma valinta on jälleen nahkainen tai mokasta valmistettu laukku, joka on väriltään tumma. Bisnespukeutumiseen ei kuulu muodin mukana vaihtuvat värikkäät laukut, ellei asu sitä edellytä. Liike-elämässä naisella tulee olla kaksi laukkua, yksi käsilaukku ja toinen asiakirjasalkku. Niiden tulisi noudatella samaa linjaa keskenään. Myös kukkaron ja käyntikorttikotelon olisi hyvä olla samaa tyyliä laukkujen kanssa. Hyvän laukun tunnistaa vuorista ja monista pienistä taskuista, kuten kännykkälokerosta. Laukku on helppo kuljettaa mukana, mikäli siinä on olkahihna. Reppu ei kuulu bisnespukeutumiseen. (Särkikoski-Pursiainen 2001, 43.)

Korut

Koruilla haetaan asuun viimeistelyä, piristystä ja persoonallisuutta. Bisnespukeutumisessa korujen tulisi olla keskenään samaa väriä, aitoja ja klassisia,

niiden ei tule herättää liikaa huomiota, ei olemuksellaan eikä helinöilläään. Kello tulee myös soinnuttaa samaan värimaailmaan muiden korujen kanssa ja ulkomuodoltaan kello on joko klassinen tai asuun soveltuva. (Särkikoski-Pursiainen 2001, 44.)

Muuta huomioitavaa naisen bisnespukeutumisessa

Hakala (2006, 33-35) kirjoittaa naisten sukista seuraavaa: sukat ovat ihonväriset tai muuten asukokonaisuuteen sopivat. Nilkkasukat, polvisukat ja sukattomuus kuuluvat vapaa-aikaan. Särkikoski-Pursiainen (2001, 31-32) suosittelee panostamaan laadukkaisiin, muotoa ja tukea vartalolle antaviin alusasuihin. Näin päällä olevat vaatteet näyttävät hyvältä, nainen saa ryhtiä ja vaatteen istuvuus paranee. Alusvaatteiden värityksen tulee olla sellainen, ettei se näy tai kuulla läpi päällä olevan vaatteen alta.

Jotta asukokonaisuus olisi yhteneväinen, mahdollisten silmä- ja aurinkolasien tulisi myötäillä valittua tyyliä. Silmälasien kehykset saattavat muodostaa henkilölle jopa oman ”tavamerkin” tai edellisten muotivirtauksien sangat vanhentaa tyyliä huomaamatta. Aurinkolasit ovat käytössä vain tarvittaessa eikä niitä ole suositeltavaa käyttää tarpeettomasti. (Särkikoski-Pursiainen 2001, 45-46.)

Meikkaus ja ehostus kannattaa valita maltillisesti, neutraalit hajusteet, kynsilakat ja värit eivät herätä turhaa huomiota ja ovat klassisia. Hoidetut hiukset, kädet ja hampaat viestivät myös kantajastaan.

Venäläinen nainen käyttää asusteinaan merkkituotteita, joten laadukkaat huivit, vyöt, kellot ja korut ovat suosittuja.

4.2 Miesten pukeutuminen liike-elämässä

Miesten pukeutumista liike-elämässä katsellaan nykyään myös tarkasti. Komeat ja asiansa osaavat miehet hienosti puettuina luovat arvostusta ja ovat ilo silmälle työpaikoilla. Muotivirtauksien erilaisilla solmioilla, paidoilla ja puvuilla tuodaan miesten pukeutumiseen vaihtelua. Ei pidä kuitenkaan unohtaa, että liika ”prameilu” ei ole tyylikästä. Ja tärkeää on muistaa myös se, että tyylikkäällä pukeutumisella viestitään uskottavuutta ja luodaan luotettavaa vaikutelmaa. Varsinkin venäjällä.

Puku

Särkikoski-Pursiainen (2001, 48-50) ohjeistaa miehiä valitsemaan bisnespukunsa seuraavasti: on suositeltavaa hankkia ainakin kaksi pukua, koska toisen ollessa käytössä, toinen lepää. Hyviä pukukankaiden materiaaleja ovat villa ja erilaiset keinokuidut. Puuvillaa ei suositella, koska se rypistyy herkästi. Hyvän materiaalin puku on helppo hoitaa ja se pysyy puhtaana ja siistinä. Värimaailmaltaan bisnespuku on yksivärinen, harmaa tai tummahko sininen. Varsinaisesti musta puku ei ole bisnespuku, mutta sen käyttö yleistyy. Mikäli halutaan vaihtelua, voi yksivärisen puvun korvata välillä esimerkiksi himmeästi raidoitetuilla puvuilla. Hakala (2006, 26) ohjeistaa poistamaan puvusta kaikki logot ja tuotemerkit.

Puvun takin oikea mitta on seuraava: kädet suorana seistessä takin helma on koukistettujen sormien tasolla. Tällöin se peittää housujen takamuksen ja haaran. Hiha puolestaan ulottuu ranneluuhun tai jopa hieman sen alle. Paidan hihan tulee näkyä takin hihan alta oman etusormen leveyden verran. (Särkikoski-Pursiainen 2001, 50.)

Takin napit ovat aina seistessä kiinni ja istuessa alimman napin voi avata. Hyvän puvun takki asettuu sileästi ja suoraan hartialinjassa, hihasauma ei yllä olkapäille eikä niiden yli. Takki ei kiristä, kun napit ovat kiinni eikä se aaltoile selässä. Paidan kauluksen tulee näkyä niskasta takin kauluksen takaa. (Nilsson 2003, 22.)

Venäjällä varma valinta liiketapaamiseen on tumma puku, joka voi olla väritykseltään myös ruskea ja solmio. Liituroitapukua kannattaa välttää arkikäytössä. (Venäläinen tapakulttuuri 1999, 23.)

Irtotakki ja neule

Jos työ ei edellytä pukua, voi siististi pukeutua myös käyttämällä irtotakkia. Suurimpia eroja puvun takkiin on irtotakin materiaali. Kangas voi olla hillityn kuviollista, ruudullista tai raidallista. Housut voivat olla täysin eriväriset kuin takki, tai vastaavasti samanväriset, kangas vain on erilainen, esimerkiksi mustat housut ja harmaaruudullinen irtotakki. Suomessa irtotakkia käytetään yleisesti, mutta epävirallisuutensa vuoksi kansainvälisesti se on vähän käytetty. (Särkikoski-Pursiainen 2001, 51.)

Kuten irtotakki, ei neulekaan ole täysin suljettu pois liike-elämän pukeutumisesta Suomessa. Neuleen tulee olla laadukasta materiaalia, mieluiten kashmirvillaa, se on ohut, hillitty ja yksivärinen. (Särkikoski-Pursiainen 2001, 57.) Irtotakkia ja neuletta (tai slipoveria) voidaan käyttää myös yhdessä. Jos neule (tai slipoveri) on V-kauluksellinen, voi yhdistelmään lisätä hyvin vielä solmion. (Nilsson 2003, 52.)

Housut

Kuten naisten bisnespukeutumisessa, myös miesten bisnespukeutumisessa housujen kuuluu olla prässätyt, yksiväriset suorat housut. Sopivia housukankaita ovat esimerkiksi villa tai keinokuitujen sekoitukset; näin rypyt oikenevat helposti ja housujen ryhti säilyy. Lahkeen tulee ulottua takaa kengän kannan yläreunaan, edestä siten kengän päälle, että muodostuu pieni laskos. Sukat eivät saa näkyä lahkeen alta kävellessäkään. (Särkikoski-Pursiainen 2001, 52.) Mikäli housuissa on vyötärölaskokset, lisäävät ne housuihin käyttömukavuutta tuoden niihin väljyyttä lantiolle ja näin ollen housujen istuvuus paranee. Suorissa housuissa voidaan myös valita, halutaanko lahje suorana vai käänteellisenä. Vinkkinä voidaan mainita, että lyhyille ja tanakoille sopivat suorat lahkeet, pitkille ja hoikille käänteelliset. (Nilsson 2003, 46.) Farkut eivät kuulu bisnespukeutumiseen.

Paita

Varma ja klassinen valinta on valkoinen kauluspaita. Tällöin ei tarvitse miettiä sitä, käykö puku, solmio ja paita varmasti yhteen. Bisnespaidan tulee olla pitkähihainen, joko yksivärinen tai kapearaidallinen ja materiaaliltaan puuvillaa tai puuvillasekoitetta, jolloin paitaa on miellyttävä käyttää. Kesällä, rennossa liiketapaamisessa pitkähihainen paita voidaan korvata lyhythihaisella paidalla. Muodin vaihdellessa voidaan kokeilla myös eriväristä paitaa, kuten klassista vaaleansinistä tai harmaata. Paidan kauluksen mallit (kauluksen kärjen pituus ja kauluksen leveys) vaihtelevat myös muotivirtauksien mukaan. Paidan hihan tulee peittää ranne ja näin ollen paidan hiha näkyy puvun takin alta oman etusormen leveyden verran. Paidan istuvuuteen vaikuttaa kantajansa vartalotyyppi, kaikille ei käy sama paitamalli. Kauluspaidan yksi tärkeimmistä asioista on kauluksen ympäritys; se ei saa kiristää eikä vastaavasti olla liian löysä. Sopiva kaulus löytyy, kun paita on napitettu ylös asti ja sormi menee paidan ja kaulan väliin. (Särkikoski-Pursiainen

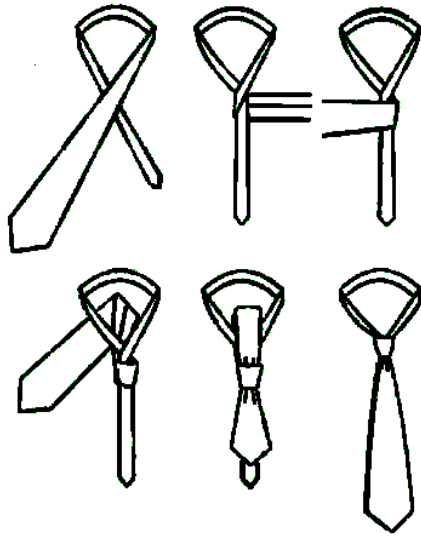
2001, 53-56.) Jos ei ole tarkoitus käyttää paidan kanssa solmiota, paidan ylin nappi tulee jättää auki. (Nilsson 2003, 49.)

Solmiot ja solmukkeet

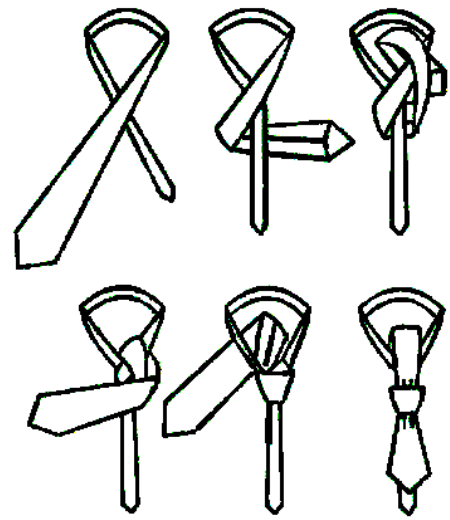
”Solmiolla on merkittävä asema miehen pukeutumisessa. Se on perinteisesti länsimaisen, miehisen pukeutumisen symboli. Klassisessa liikepukeutumisessa solmion tehtävänä on viestiä käyttäjän persoonallisuudesta, mausta, asemasta, arvostuksesta ja arvoistakin” (Särkikoski-Pursiainen 2001, 65). Särkikoski-Pursiainen (2001, 65) jatkaa vielä, että mikäli halutaan pukeutua liike-elämässä perinteisesti, on solmio välttämätön, mutta uudet sukupolvet ovat vähentäneet sen käyttöä runsaasti. Villa ja silkki ovat parhaat materiaalit solmiolle. Näissä materiaaleissa kuviot näkyvät kauniisti, solmio on helppo sitoa solmulle, se tuntuu hyvältä ja ei rypisty. Käytön jälkeen on hyvä avata solmion solmu ja ripustaa solmio roikkumaan. Tällöin sen kuidut suoristuvat ja solmio pysyy hyvänä. Solmion värin valintaan vaikuttaa kokonaisuus. Erilaiset kuviot vaikuttavat solmion yleisilmeeseen ja kaukaa solmio saattaakin näyttää yksinkertaiselta, vaikka olisi täynnä pientä kuviota. Solmion leveys vaihtelee muodin mukana. Klassisin solmio on leveydeltään 7-9 cm. (Särkikoski-Pursiainen 2001, 65-71.)

Solmion oikea pituus on, kun solmion kärki ulottuu vyön keskiosaan. Näin solmion levein kohta on miehen vyötäröllä. (Stockmann 2009.) Solmiota käytettäessä paidan ylin nappi on kiinni ja solmio sen päällä. (Nilsson 2003, 49.) Solmioneula kruunaa kokonaisuuden. Hakala (2006, 30) ohjeistaa solmion värin valinnassa helmenharmaaseen, se on arvojärjestyksessä arvokkain.

Laadukas solmio tunnustetaan sen leikkauksista, materiaalista ja vuorista. Hyvässä solmiossa kangas on leikattu vinoon, jolloin solmio pysyy litteänä, kuitenkin hieman pyöreänä ja se riippuu suoraan. Vuorin tulee olla villaa. (Spillane 1994, 87.)



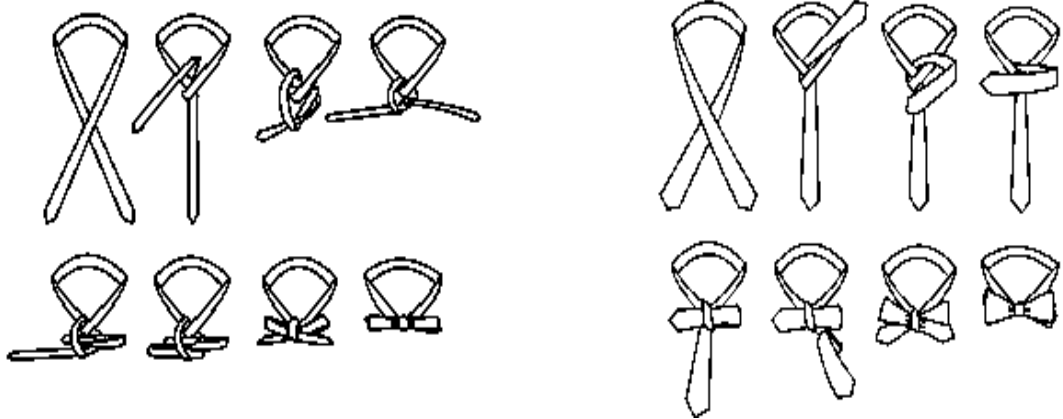
Solmion sitominen englantilaisittain.



Solmion sitominen ranskalaisittain.

Kuva 7. Solmion sitominen kahdella eri tavalla (Stockmann 2009).

Vaihtoehto solmiolle on solmuke (kissimirri). Solmuke käy hyvin arkikäyttöön ja liikepukeutumiseen, kun se ei ole liian iso, mies luottaa itseensä sen käyttäjänä tai se ei ole liian juhlava. (Särkikoski-Pursiainen 2001, 72.)

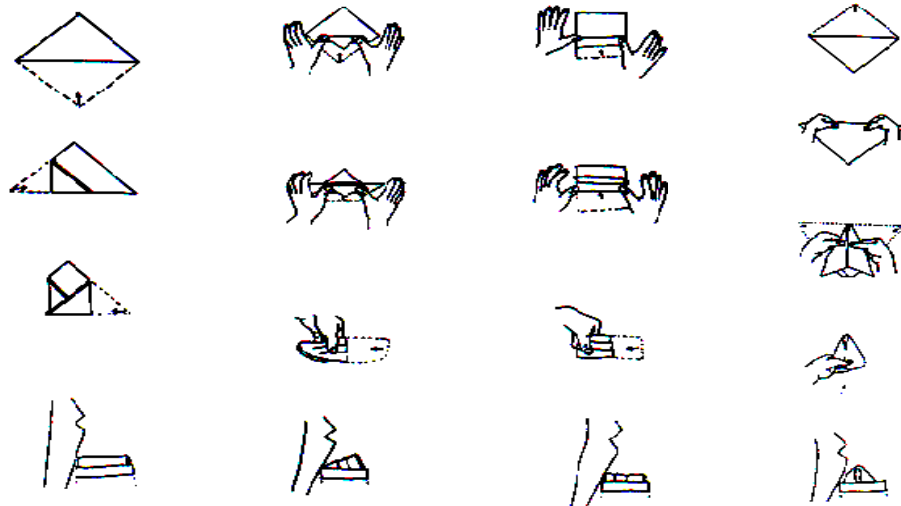


Kuva 8. Solmukkeen sitominen kahdella eri tavalla (Turo Tailor 2009).

Taskuliina

Isotalo (2000, 53) ohjeistaa miehiä valitsemaan taskuliinakseen aina valkoisen, silkkisen tai puuvillaisen liinan. Tällöin taskuliina on klassinen. Taskuliinan voidaan valita myös solmion tai paidan sävyn mukaan.

Taskuliina ei ole välttämättömyys bisnespukeutumisessa, mutta jos halutaan viimeistelty ja huoliteltu ulkonäkö, on sen käyttö suositeltavaa. Muodin vaihtelut vaikuttavat myös taskuliinan käyttöön ja sen asetteluun. Yleisesti ohjeistetaan taskuliinat taittelemaan sen materiaalin mukaan. Puuvillainen taitellaan siten, että siitä näkyy vain ohut kaistale taskusta. Silkkinen puolestaan siten, että se on kevyesti laskostettu, liinan kulmat ja reunat eivät saa näkyä. (Isotalo 2000, 53.)



Kuva 9. Neljä eri tapaa taitella taskuliina (Herrasmiesblogi 2009).

Sukat

Sukkien valinta on helppoa; yksiväriset, mustat, pitkät sukat. Sukkien tulee sointua puvun ja kenkien värikyseen, mutta mustia sukkia voidaan käyttää myös vaaleiden housujen ja kenkien kanssa. Sukan varren tulee olla tarpeeksi pitkä, koska istuessakaan ei saa näkyä säärtä housun ja sukan varren välistä. (Hakala 2006, 26.)

Kengät

Bisnesmiehen työkenkä on perinteinen nauhakenkä, jossa on ohut pohja. Värikykseltään varma valinta on tumma kenkä, mieluiten musta. (Spillane 1994, 91.) Perinteisesti sisäkenkän pohja on nahkaa. Ulkojalkineeksi pohjastaan nahkaa oleva kenkä ei sovellu, koska se imee itseensä helposti vettä. Ulkojalkineina voidaan käyttää

nilkkurin tyylistä kenkää, jossa on kengästä riippuen ohut vuori sisäpuolella. (Särkikoski-Pursiainen 2001, 63.)

Päällystakit

Särkikoski-Pursiainen (2001, 58) neuvoo miehiä valitsemaan päällystakiksi esimerkiksi pitkän ulsterin. Nuorilla bisnesmiehillä takki voi olla myös pomppa tai ajurintakki. Väriykseltään takin on hyvä olla tumma. Miehen tyyli ja vartalon muoto määrittelevät sopivan takin pituuden, pituus vaihtelee polvesta pohkeeseen. Hihojen tulee olla pidemmät, kuin puvun takin hihojen. Päällystakin kankaiksi sopivat villa, puuvilla ja puuvillasekoitteet, nahka ja mokka.

Vyö

Mikäli housuissa on vyölenkit, tulee housujen kanssa käyttää vyötä. Tyylikäs, laadukas vyö valmistetaan nahkasta ja on väriykseltään tumma. Soljen tulee olla ilmeeltään yksinkertainen, väriykseltään hillitty, esimerkiksi metallinvärinen. (Spillane 1994, 93.) Hyvä vyö on leveydeltään kahdesta kolmeen senttimetriä leveä. (Särkikoski-Pursiainen 2001, 64.)

Salkku

Myös mies tarvitsee salkun asiakirjoille. Salkun ei tarvitse olla suuri, sen ei ole tarkoitus olla arkisto. Laadukas salkku on materiaaliltaan tumma, nahkasta valmistettu. (Spillane 1994, 98.)

Asusteet

Kaulahuiveja, päähineitä ja käsineitä voidaan käyttää mielen, tyylin, vartalotyypin ja säiden mukaan. Tärkeintä on muistaa, että materiaalien on oltava laadukkaita; kaulahuivin villaa tai silkkiä, päähineen asuun sopiva ja käsineiden mieluiten nahkaa. Erilaiset mainostuotteet, kuten pipot, eivät kuulu liikemiehen asusteisiin. (Särkikoski-Pursiainen 2001, 75-76.)

Bisnesmiehen korut ovat vaatimattomia ja niitä ei ole useita. Sormuksina ovat vain tarpeelliset, kuten vihkisormus. Kaula- ja ranneketjujen ei tule näkyä paidan päällä, vaan niiden tulee olla piilossa. Bisnesmiehelle käy hyvin solmioneula, mutta sen tulee olla hillitty. Korvakorut eivät kuulu bisnespukeutumiseen. (Särkikoski-Pursiainen 2001, 77.) Kellon tulee olla asiallinen, joko metalli- tai nahkarannekkeella, ja viisaritaululla. Erilaiset urheilukellot eivät kuulu asiallisen bisnesmiehen työpukeutumiseen. (Spillane 1994, 96.)

Muuta huomioitavaa miehen bisnespukeutumisessa

Kuten naisilla, myös miesten silmälasien tulee tukea kasvon piirteitä. Silmä- ja aurinkolasit tulee valita sopivat ja aikaan soveltuvat. (Särkikoski-Pursiainen 2001, 79.)

Bisnesmiehen on hyvä tietää, että onnistuneeseen kauppaan vaikuttaa muukin kuin pukeutuminen. Miehen on huolehdittava siisteydestään myös ajamalla partansa säännöllisesti, jolloin huomiota herättävää parran sänkeä ei pääse kehittymään. Liike-elämässä parta ja viikset koetaan usein epämiellyttäväksi. Myös rehottavat kulmakarvat ja karvaiset korvat tulee siistiä säännöllisesti. Tämä on helppo hoitaa esimerkiksi käydessään parturissa, jolloin tukka siistitään samalla. Viimeistellyllä miehellä on siistit ja huolitellut kädet, hajusteita sopivasti ja puhtaat hampaat. (Spillane 1994, 102-104.)

4.3 Pukeutuminen vapaa-ajalla

On kanssaihmissiä kunnioittavaa, että pukeudutaan siististi myös vapaa-aikana. On myös muistettava, että liike-elämän tutut saattavat tulla vastaan myös vapaa-aikana. Siisti ja huoliteltu ulkoasu, hygienia ja käyttäytyminen tulee muistaa myös vapaa-ajalla.

Venäläiset miehet pukeutuvat vapaa-ajallaankin kaupungilla asioidessaan mielellään pukuun tai irtotakki-yhdistelmään. (Venäläinen tapakulttuuri 1999, 23.) Vastaavasti naiset pukeutuvat mielellään värikkäästi ja käyttävät paljon koruja. Tämä on perua ortodoksisesta kirkkokulttuurista. (Vihavainen 2006, 110.)

Malmberg (1996, 156) ohjeistaa valitsemaan vapaa-ajan asuksi mukavat vaatteet, joissa on helppo olla. Naisilla erityisesti pusero ja hame yhdistelmä on toimiva ja vaihtelua on mahdollista tehdä runsaasti. Vastaavasti miehillä irtotakki ja housut ovat käyttökelpoisia myös vapaa-ajalla.

5 KIITTÄMINEN JA LIIKELAHJAT

Yksi kohteliaisuuden muoto on kiittäminen. Kiitos-sanan käyttäminen kuuluu jokaisen arkipäivään ja viestii kohteliaisuudesta vastapuolelle. Se, että osaa ja rohkenee kiittää reilusti, vie samalla lumipalloa eteenpäin. Jos kukaan ei koskaan kiittäisi toista, lopettaisi hänkin kiittämisen.

5.1 Lahjat

Kaikki rakastavat lahjoja ja lahjoja on annettu aina. Kuitenkin lahjoihin liittyvät tavat vaihtelevat ja eri kulttuureissa lahjoihin liittyy erilaisia asioita ja ne symbolisoivat eri asioita. Jotta lahja ja lahjan antaminen olisi onnistunut juttu, tulee tietää kulttuurin tavat. ”Menestyäkseen myyjän on aina sopeuduttava ostajan tapoihin” (Mikluha 2000, 18). Suomessa on esimerkiksi suosittua antaa puukko lahjaksi, mutta joissain maissa puukolla viestitään esimerkiksi vihamielisyydestä. Tai on todella loukkaavaa, jos annetaan esimerkiksi islaminuskoiselle alkoholia lahjaksi. On siis hyvä tutustua toisen maan lahjakulttuuriin, ennen kuin lahja annetaan. Näin vältetään tahattomilta loukkauksilta. (Mikluha 2000, 17.)

Kun lahja annetaan tai lahjan saa, on ajateltava tilaisuutta ja tilannetta. Mikluha (2000, 71) ohjeistaa seuraavaa lahjakulttuurista Suomessa: lahja annetaan ja otetaan vastaan oikealla kädellä. Sen jälkeen lahja siirretään vasempaan käteen ja tämän jälkeen kätellään oikealla kädellä. Lahjan saannin jälkeen hyviin tapoihin kuuluu, että siitä kiitetään. Sen jälkeen lahja tulee avata ja ihastella sitä.

Venäläinen lahjakulttuuri ei poikkea varsinaisesti suomalaisesta lahjakulttuurista. Venäläisille on tyypillistä vähätellä hankkimaansa lahjaa. Lahjaa annettaessa lausutaan tilanteeseen sopiva runo tai vastaavaa. Lahjasta ei kiitetä erityisellä puheella vaan venäläinen antaakin yleensä lahjan lahjasta. Erityinen piirre venäläisessä lahjakulttuurissa ovat kukat. Kukilla on symbolinen arvo, niitä ihailaan ja ne ovat kiintymyksen vertauskuva. Erityisen ihailtuja kukkia ovat punaiset ruusut ja neilikat. Keltaiset kukat symboloivat vääryyttä ja uskottomuutta (Mikluha 2000, 326.) Hakala (2006, 38) muistuttaa siitä, että Venäjällä pariton määrä kukkia viedään vain haudalle.

5.2 Liikelahjat

Liikelahjat ovat yksi osa liike-elämässä tapahtuvaa kiittämistä. Liikelahjoja annetaan muun muassa yhteistyökumppaneille ja merkittävillä asiakkaille. Ne luetaan osaksi yrityksen markkinointiviestintää ja niillä halutaankin parantaa esimerkiksi yrityskuvaa, vahvistaa liikesuhteita, tukea kampanjoita ja lisätä yrityksen tunnettuutta. (Hakala 2006, 38.)

Kulttuurista riippuen liikelahjoja annetaan eri tilanteissa. Euroopassa suositaan tapaa, jossa liikelahjaa ei anneta ensitapaamisella, koska ajatellaan sen olevan törkeää. Liikelahja annetaan, kun itsestä tuntuu siltä, että liikesuhde on kehittynyt ja voidaan antaa liikelahjat. (Mikluha 2000, 25.)

Hyvä liikelahja

Mikluha (2000, 41) on jakanut liikelahjat eri ryhmiin seuraavasti:

1. Suurissa erissä jaettavat tavarat: esimerkiksi kynät. Käytetään paljon esimerkiksi koululaisille järjestettävissä tapahtumissa. Esineen arvo on muutamia euroja.
2. Myynninedistämisesineet: näitä annetaan suoraan kuluttajille, esimerkiksi pipot ja sateenvarjot. Lahjan arvo on noin kymmenen euroa.
3. Hyvän liikesuhteen ylläpitämiseksi tarvittavat tuotteet: merkkituotteita, jotka ovat laadukkaita. Tähän ryhmään voidaan lukea esimerkiksi myös yritysten jakamat joululahjat. Lahjan arvo on muutamia kymmeniä euroja.
4. ”Mustaleimainen viski” on lahjatavaroiden aatelille annettu yleisnimitys. Tämän ryhmän lahjat jaetaan yritysten johdolle. Lahjan arvo on noin 100 euroa.

Millainen on sitten hyvä liikelahja? Suomalaiset yritykset käyttävät liian vähän mielikuvitusta liikelahjojen valintaan. Kuten aiemmin kerrottiin, liikelahjan on tarkoitus edistää menekkiä, mutta samalla sen on tarkoitus myös ilahduttaa sen saajaa. Hyvä liikelahja on persoonallinen, laadukas ja käytännöllinen. Hyvä liikelahja on aito, eikä rihkamaa, se on oikein ajoitettu, ei ole liian henkilökohtainen, erikoinen eikä loukkaava. Hyvä liikelahja ei ole myöskään kopio kilpailijan liikelahjasta. Hyvässä liikelahjassa ei yrityksen logo ole huomiopisteenä. Se on joko pienellä

huomaamattomassa paikassa, tai sitä ei välttämättä ole ollenkaan. (Mikluha 2000, 42-44.) Hakala (2006, 39) puolestaan toteaa, että liikelahjoiksi luetaan myös erilaiset mainoslahjat ja palvelukset, kuten illanvietot ja tapahtumat sekä erilaiset herkut. Hyvä liikelahja ennen kaikkea tukee yrityksen imagoa.

Liikelahjat Venäjällä

Venäläisessä liikekulttuurissa liikelahjat ovat arvossaan. Ne ovat tärkeitä ja ne ovat oleellinen osa kaupankäynnissä, niitä annetaan puolin ja toisin ja mieluummin liikaa kuin liian vähän. Liikelahjoja annetaan Venäjällä sekä viranomaisille, että muillekin yrityksille. Viranomaisille lahjat annetaan julkisesti. Neuvottelujen päätteeksi kaikille annetaan samanlainen henkilökohtainen lahja, muutoin kukaan ei saa lahjaa. Venäläiseen liikekulttuuriin kuuluu myös se, että aina annetaan vastavuoroisesti lahja lahjasta. (Mikluha 2000, 323-324.)

Liikelahjoja ei anneta yleensä ensitapaamisella, kuten ei Suomessakaan. Lahja annetaan, kun tilanne on siihen sopiva tai ollaan lähdössä pois. Lahjalla viestitään siinä vaiheessa venäläiselle kumppanuutta ja ystävyyttä. Lahjat annetaan venäläisille henkilöiden arvojärjestyksessä, joten esimerkiksi presidentille viedään eri lahja kuin ministerille. Suosittuja liikelahjoja ovat esimerkiksi erilaiset kalastustarvikkeet, kosmetiikka, jotkut kulutustavarat ja savukkeet. Koska venäläiset arvostavat suomalaista muotoilua, voi hyvä liikelahja olla myös esimerkiksi huivi, solmio tai maljakko. Hyviä liikelahjaherkkuja puolestaan ovat liköörit, suklaat ja kahvit. (Mikluha 2000, 324.)

Hyvinä, pieninä tärppeinä voidaan mainita, että viemällä lahjoja venäläisten lapsille saa positiivista huomiota aikaan. Naisille puolestaan ei venäläinen anna koskaan alkoholipulloa, vaan tarvittaessa se ojennetaan naisen puolisolle. (Mikluha 2000, 325.)

Liikelahjat ja lahjonta

Kaikissa lähdeteoksissa liikelahjoista mainitaan lahjonta. Suomalaisessa liikemaailmassa ja Suomessa lahjonta on kiellettyä. Venäjällä lahjonta on yleistä, vaikkakin sitä vastaan yritetään taistella.

Mikluha (2000) on kirjassaan miettinyt, milloin lahja on lahjus. Yksi ratkaiseva tekijä on se, milloin lahja annetaan. Sillä on vaikutusta siihen, onko kyseessä lahja vai lahjus. ”Lahjalla ja lahjuksella saattaa usein olla vain hiuksenhieno ero, joka usein osoittautuu eettiseksi miinakentäksi sekä antajalle että vastaanottajalle. Sen, mitä lahja on, voivat määritellä vain lahjanvaihdon osapuolet” (Mikluha 2000, 32).

Lahjonta on Venäjällä yleisempää kuin kuvitellaan, vaikkakin se on rikos, myös Venäjän lainsäädännön mukaan. Parikka (2008, 83) mainitseekin, että jopa lääkärit ja opettajat vaativat lahjuksia ja lahjoja. Lahjontaan kuuluu rahaa vuodessa Venäjällä yhtä paljon kuin valtion budjetissa on tuloja. ”Yritykset maksavat lahjuksista 90 prosenttia” (Parikka 2008, 84). Mikäli vastapuoli haluaa lahjusta, vihjeenä on yleensä asioiden venyminen. Vastauksia kysymyksiin ei löydy, tai asioita ”katsotaan”, keskustelu saattaa myös sisältää suoria vihjeitä lahjuspyyntöistä. (Haapaniemi ym. 2003, 113.)

Venäjän lainsäädäntö antaa ohjeet liikelahjalle seuraavasti Parikan (2008, 86) mukaan: ”Liikelahja saa nykyisen lainsäädännön mukaan olla maksimissaan viiden laskennallisen minimipalkan eli MROT:n suuruinen, nykyään siis alle 20 euroa.”

6 VENÄLÄINEN RUOKAPÖYTÄ

Venäläinen ruokakulttuuri poikkeaa suomalaisesta ruokakulttuurista, joten seuraavassa venäläisen ruokapöydän pääpiirteistä yleisesti.

Jos käy niin, että saadaan kutsu kylään Venäjällä, se tietää ateriaa. Venäläiseen kulttuuriin ei kuulu iltakahvit, kuten suomalaisessa kulttuurissa. Venäläiset rakastavat hyvää ruokaa ja ruokailu onkin sosiaalinen tapahtuma, joka kestää pitkään. Ruokailu Venäjällä käsittääkin useita eri ruokia, kuten alkupalan, keiton, pääruoan ja jälkiruoan. (Haapaniemi ym. 2003, 129-130.)

Mikäli isäntä ehdottaa vieraille käsien pesua, on se hienovarainen vihjaus siitä, että ruokailu alkaa pian. Venäläisessä kulttuurissa vessassa käynti hoidetaan hienovaraisesti. Samalla, kun ennen ruokailua pestään kädet, voidaan hoitaa asioinnit vessassa. Koska ruokailu kestää pitkään ja sisältää paljon juomisia, on tämä tilaisuus syytä käyttää hyväkseen. Venäläisessä ruokapöytäkulttuurissa ei ole hyvätapaista nousta kesken ruokailun pöydästä, ellei sitä suoda koko seurueelle. (Venäläinen tapakulttuuri 1999, 14.)

Alkupalat

Alkupaloina voi olla useita, pieniä ruoka-annoksia. Annokset saattavat olla salaattia, mätää, leikkeleitä, vihanneksia ja paljon muuta pientä naposteltavaa. Alkupalat ovat ruokakulttuurin tyypillisin ja yksi herkullisimmista osista. (Haapaniemi ym. 2003, 130.) Kulttuuriin kuuluu, että lautaselle jätetään hieman ruokaa syömättä. Muutoin vieras antaa ymmärtää, että hän on yhä nälkäinen. Toinen syy löytyy siitä, että mikäli seurue pitää useita maljapuheita, voidaan maljan noston jälkeen laittaa jotain suuhun. (Venäläinen tapakulttuuri 1999, 15.)

Keitto

Kun alkupalat on syöty, on ennen pääruokaa vuorossa keitto. Venäläisen keittiön toinen bravuuri onkin keitot. Keitto on ruokaisaa, mutta verrattaessa sitä suomalaiseen keittoon, on se kevyempää. (Haapaniemi ym. 2003, 130.) Keittoina suosittuja ovat

erilaiset lihaliemet, sose- ja lihakeitot. Erityisen maininnan ansaitsevat punajuurikeitto eli borskeitto ja kaalikeitot. (Parikka 2008.)

Parikka (2008, 369) kertoo myös, että keitot jaetaan kylmiin ja kuumiin keittoihin. Leipä kuuluu keiton lisukkeeksi, eikä sitä voidella voilla suomalaisen tapaan.

Pääruoka

Suomessa pääruoka on ehdoton ykkönen, mutta venäläisessä keittiössä pääruokaa ei arvosteta kuten esimerkiksi keittoa. Pääruoka on tyyliltään samanlainen kuin Suomessa, eli tarjolla on joko lihaa, kalaa tai kanaa. Lisäkkeinä on riisiä tai perunaa. Haapaniemi ym. (2003, 130) kertovat myös siitä, ettei venäläiselle saa tarjota perunoita kuorimattomina, koska Venäjällä vain siat syövät kuorimattomia perunoita. Parikka (2008) puolestaan haluaa tuoda esiin sen, että Venäjällä tyypillisesti pääruoka on raskaasti leivitetty tai siinä on jokin muu kuorrutus. Myös smetanan käyttö on yleistä. ”Pääruuille on tyypillistä, että pääasiallinen ruoka-aines, kuten liha tai kala, ei juuri näy kuorrutuslastin alta, hauteen keskeltä tai ruukun sisältä. Venäläisessä ruokapöydässä on vaarana unohtaa, miltä pihvi näyttää” (Parikka 2008, 369). Parikka (2008) jatkaa vielä ruokien maustamisesta, että mausteita käytetään melko vähän, mutta yrtejä ruoan maustamisessa sitäkin runsaammin.

Jälkiruoka

Jälkiruokaa tarjoillaan, kun aiemmat ruoat ovat hieman laskeutuneet. Jälkiruokana käy täytekakku tai muut leivokset. (Haapaniemi ym. 2003, 130.) Venäläisessä kulttuurissa suositaan kahvin sijaan teetä. Venäläinen, haudutettu tee kera suuren sokeripalan onkin maailmankuulua. (Venäläinen tapakulttuuri 1999, 16.)

Ruokajuomat ja alkoholi

Venäjällä ruokailuun kuuluu alkoholi, kuten vodka, viini tai kuohuviini. Ruokajuomana käy myös vesi tai mehu. (Haapaniemi ym. 2003, 130.) Venäläiseen kulttuuriin kuuluu alkoholi, kuten Suomessakin. Pieniä eroja maiden välillä kuitenkin on. Venäjällä alkoholia ei juoda koskaan ilman jotain syötävää, muutoin leimataan rappiolla olevaksi. Naisten ei tule juoda lasiaan tyhjäksi, koska naisen ei sovellu olla

humalassa. Nainen ei myöskään tarjoile itse itselleen juomia, vaan miehet huolehtivat asiasta. Illanvietoissa isäntä määrää juomisen tahdin; tällöin kaikki ovat yhtä sopivasti alkoholin vaikutuksen alaisena eikä kukaan ole välttämättä enemmän humalassa, kuin toveri. (Haapaniemi ym. 2003, 132-133.)

Maljapuheet

Erityispiirre venäläisessä kulttuurissa ovat maljapuheet. Haapaniemi ym. (2003, 135) kirjoittavat, että ”maljaa ei saa juoda ilman maljapuhetta, jota kukaan ei saa keskeyttää eikä jatkaa. Alkoholin tarjoilusta ja maljapuheenvuorojen jakamisesta huolehtii yleensä isäntä tai hänen valitsemansa juomapuheenvuorojenjakaja, tamada.” Kun maljapuhe alkaa, ruokailu keskeytetään, aterimet laitetaan lautaselle ja lasi nostetaan käteen. Puheen jälkeen lasi nostetaan silmien tasalle ja pöytäseuralaisia katsotaan silmiin ja hymyillään. Epävirallisissa tilanteissa laseja saatetaan kilistellä. Ensimmäisen maljapuheen pitäjä on aina illan isäntä tai joku muu korkea-arvoinen vieras. Malja tulee yleensä juoda kokonaan ja se on useimmiten vodkaa, viiniä tai kuohuviiniä. Myös naisilla on lasissaan samaa juomaa kuin miehillä, ensimmäisen maljapuheen aikana. Seuraavien maljapuheiden aikana naisten lasissa voi olla esimerkiksi viiniä. Sopivia maljapuheiden aiheita ovat esimerkiksi maljat ystävyydelle, rakkaudelle, naisille tai terveydelle. Illan päätteeksi epävirallisissa tilaisuuksissa ja hyvien ystävien kesken illan viimeinen malja juodaan, kun vieraat ovat lähdössä. (Haapaniemi ym. 2003.)

7 POHDINTA

Olin ajatellut koko opintojen ajan, että opinnäytetyö on se iso peikko opintojen viimeisenä tehtävänä. En varsinaisesti ollut ajatellut aiheettakaan opintojen aikana, vaan olin jättänyt sen viimeiseksi etapiksi. Kun työ oli ”pakko” aloittaa, aihe selkiytyi onneksi melko pian. Opinnot venäjän kielestä, tapatietoudesta, opintomatka sekä aiemmat matkat Venäjälle saivat innostumaan aiheesta. Aluksi ajatuksena oli käsitellä pelkästään tapakulttuuria Venäjän ja Suomen välillä, mutta pian aloin huomata, että viestintä on keskeinen osa käsittelemääni aihetta ja näin ollen myös keskeinen osa opinnäytetyössäni. Ajatus pienestä tapaoppaasta joutui laajenemaan, mutta samalla väistymään, ja mukaan tuli viestinnän näkökulma. Kun onnistuin rajaamaan viestinnän näkökulman kulttuurien väliseen viestintään, työ sai lopullisen viitekehyksen ja siitä oli helppo jatkaa eteenpäin. Tuntui, että opinnäytetyö sai loogisen teoria osan. Eri kulttuureista olevien ihmisten välillä viestintä on erilaista, ja yhteentörmäyksien välttäminen on mahdollista, kun on tietoinen toisen tavasta toimia tietyssä tilanteessa. Siitähän tapatietoudessa on kysymys.

En halunnut tehdä perinteistä kyselytutkimusta, jossa työ pystyttäisiin jakamaan joko kvantitatiiviseen tai kvalitatiiviseen ryhmään. Toteutinkin opinnäytetyöni perehtymällä alan kirjallisuuteen, jota löytyi hyvin. Tehdessäni opinnäytetyötä huomasin innostuvani aiheesta koko ajan enemmän. Aihe avautui minulle aivan uusin silmin ja aiemmin oppimani asiat saivat vahvistusta ja selitystä, miksi suomalainen tai venäläinen käyttäytyy tietyssä tilanteessa tietyllä tavalla. Myös se, miten paljon tapakulttuuri on itse asiassa elekieltä, hämmästytti minua. Ja se, että elekieli, joka on ruumiin ja totuuden kieli, voi vaihdella niin paljon riippuen siitä, missä ihminen asuu ja millainen kulttuuri maassa vallitsee. Ymmärrys venäläistä kulttuuria kohtaan kasvoi ja huomasinkin usein selittäväni ihmetteleville tuttavilleni venäläisen kulttuurin erityispiirteitä. Esimerkkinä voisi mainita heidän talvipukeutumisen; turkki on osa heidän yhteiskunnallista statustaan. Vaikka edellä mainittuja asioita käsiteltiin paljon opintojen aikana eri aineissa, konkretisoituivat ne nyt, kun niitä oli oikeasti pakko miettiä.

Jos nyt lähtisin toteuttamaan opinnäytetyötä, lähestyisin aihetta toisin. Opinnäytetyön voisi toteuttaa kyselytutkimuksena, jossa tutkittaisiin venäläisiin ja venäläisyyteen

kohdistuvia ennakkoluuloja. Millaisia ennakkoluuloja itäsuomalaisilla on venäläisistä? Tai ennakkoluuloja voisi myös vertailla, kuinka ne eroavat riippuen vastaajan iästä tai koulutus pohjasta. Toinen mielenkiintoinen aiheeseen sopiva tutkimus voisi käsitellä sitä, kuinka esimerkiksi venäläiset ovat sopeutuneet suomalaiseen kulttuuriin. Itä-Suomessa asuu runsaasti venäläisiä ja tätä kautta kyselyn toteuttaminen käytännössä voisi olla helppoa. Venäläisten suhtautuminen lakiin, perheeseen, aikaan, arvoihin, epävarmuuteen ja uskontoon poikkeavat suomalaisten suhtautumisesta, kuinka nämä erot näkyvät heidän arjessaan ja miten he suhtautuvat siihen eläessään Suomessa.

Opinnäytetyön käsittävä ajanjakso kesti kokonaisuudessa parisen vuotta. Kun varsinaiset opinnot olivat ohi keväällä 2008, vuorossa oli työharjoittelu. Työllistyminen työharjoittelupaikan kautta ja perheen perustaminen viivästyttivät opinnäytetyöni tekemistä. Viimeisen ponnistelun aloitin syksyllä 2009, jolloin suurin osa tekstistä syntyi parissa kuukaudessa ja kevätlukukaudelle 2010 jäi työn viimeistely ja valmistuminen tradenomiksi. Opinnäytetyön tekeminen yhdessä työn tai pienen lapsen kanssa on haasteellista, mutta ponnistelujen ja motivaation avulla kaikki on mahdollista. Motivaationi oli kohdillaan, koska halu valmistua ja saada opinnäytetyö hyväksytysti läpi ja kohtuullisella arvosanalla olivat tähtäimessä. Normaalit suuntavaiheet keskeneräisen työn parissa olivat kohtuullisia, mutta inspiraation vallitessa työ edistyi vauhdilla. Mikäli voisin kääntää kelloa taaksepäin, aloittaisin opinnäytetyön tekemisen heti opintojen alussa ja pyrkisin saamaan sen pian alta pois. Näin se ei jäisi opiskelun viimeiseksi suoritukseksi ja ponnisteluksi.

Opinnäytetyöni onnistui mielestäni kohtuullisesti. Työtä voidaan käyttää työelämässä kulttuurien välisen viestinnän ja tapakulttuurin pikaoppaana, mikäli haetaan perustoimintamalleja arkipäivän tilanteisiin. Erityisesti työ on käyttökelpoinen niille suomalaisille, jotka toimivat työkseen venäläisten kanssa. He saavat nopeasti tietoa tärkeistä asioista, joilla on merkitystä, kun he tekevät työtään. Kenties heillä on ollut jo ennestään tietoa venäläisten käyttäytymisestä, mutta nyt he saavat myös selityksiä, miksi venäläiset toimivat niin. Myös lähteiden selkeä ja yksilöllinen merkintä antaa hyvät valmiudet heille etsiä tietoa lisää käyttämistäni lähteistä.

LÄHTEET

Frisk, O., Tulkki, H. 2005

Kulttuuriavain. 1. painos. Otavan Kirjapaino Oy. Keuruu.

Haapaniemi, M., Moijanen, M., Muradjan, K., 2003

Tak ili kak? Venäläistä tapakulttuuria suomalaisille. 1. painos.
Multiprint Oy. Helsinki.

Hakala, A. 2006

Bisnesetiketti, tapakulttuurin perusteet. 1. painos. Savonia-
ammattikorkeakoulu. Kuopio.

Harju, L. 2000

Työelämän hyvät tavat. 1.painos. Otavan Kirjapaino Oy. Keuruu.

Herrasmiesblogi 2009

Verkkodokumentti. Luettu 11.11.2009.
<http://herrasmiesblogi.blogspot.com/>

Hofstede, G. 1993

Kulttuurit ja organisaatiot. Mielen ohjelmointi. WSOY:n graafiset
laitokset. Juva

Hofstede's Dimensions 2010

Verkkodokumentti. Luettu 13.1.2010.
<http://www2.pittstate.edu/mgmkt/culture.html>

Isotalo, M. 2000

Etiketin salat. Etikettipukeutumisen opas. Gummerus Kirjapaino Oy.
Jyväskylä.

Kauppinen, A., Nummi, J., Savola, T. 2009

Tekniikan viestintä. 8., uudistettu painos. Edita Prima Oy. Helsinki.

Keinonen, M. 1997

Suomalainen ensivaikutelma. Kansainvälistyksen tapakulttuuri. Fintra-
julkaisu. Espoo.

Kivikuru, U., Kunelius, R. (toim.) 2002

Viestinnän jäljillä. 1.-2. painos. WS Bookwell Oy. Juva.

Lehrer, S. 2002

Menesty maailmalla, tavat taitamalla. Stencca Oy. Vaasa.

- Lohtaja, S., Kaihovirta-Rapo, M. 2007
Tehoa työelämän viestintään. WS Bookwell Oy. Juva.
- Malmberg, R. 1990
Kaunis käytös hyvät tavat. Kustannusosakeyhtiö Otavan Painolaitokset.
Keuruu.
- Marja Kurki 2009
Verkkodokumentti. Luettu 12.11.2009.
<http://www.marjakurki.fi/goodtoknow/huivinsidontaopas.pdf>
- Mikluha, A. 1996
Työkulttuurit. Avain menestykseen kansainvälisessä liiketoiminnassa.
Tammer-Paino Oy. Tampere.
- Mikluha, A. 1998
Kommunikointi eri maissa. Gummerus Kirjapaino Oy. Jyväskylä.
- Mikluha, A. 2000
Lahjat ja liikelahjat eri maissa. 4. uudistettu painos. Gummerus
Kirjapaino Oy. Jyväskylä.
- Nilsson, P. 2003
Tyyliä! Pukeutumis- ja tapaopas miehelle. Werner Söderström
Osakeyhtiö. Helsinki.
- Parikka, O. 2008
Äiti-Venäjä'n aapinen. 4. tarkistettu painos. Gummerus Kirjapaino Oy.
Jyväskylä.
- Salminen, K., Poutanen, P. 1996
Kulttuurikompassi. Oy Edita Ab. Helsinki.
- Seppälä, A., Virkkunen, A. 1977
Käytös ja tapatieto. WSOY:n graafiset laitokset. Porvoo.
- Spillane, M. 1994
Miehen tyyli- ja pukeutumisopas. WSOY:n graafiset laitokset. Porvoo.
- Stockmann 2009
Verkkodokumentti. Luettu 22.2.2009.
http://www.stockmann.fi/portal/fi/muoti/vinkkejaja_ohjeita/solmion_sidontaoh/
- Särkikoski-Pursiainen, H. 2001
Bisnespukeutuminen. Edita Oyj. Helsinki.

Turo Tailor 2009

Verkkodokumentti. Luettu 29.10.2009.

http://www.turotailor.fi/www/fi/pukeutumisopas/solmion_sidontaohje/solmu.php

Vihavainen, T. (toim.) 2006

Opas venäläisyyteen. Otavan kirjapaino Oy. Keuruu.

Venäläinen tapakulttuuri 1999

Vilkaisu Venäjän historiaan. Silmäys maahan ja luontoon. Suomi-Venäjä-Seura.