

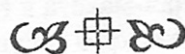
ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ  
КАФЕДРА СЛАВЯНСКОЙ ФИЛОЛОГИИ

**МАТЕРИАЛЫ  
по русско-славянскому языкозна-  
нию**

Международный сборник  
научных трудов

**Выпуск 30**

*Посвящается 200-летию со дня рождения Н.В. Гоголя*



Издательско-полиграфический центр  
Воронежского государственного университета  
2010

ББК 81.2Р

М34

Международная редакционная коллегия:

**Г.Ф. Ковалёв** – главный редактор (Воронеж, Россия),

**Тодор Балканский** (София, Болгария),

**Максим Каранфиловский** (Скопье, Македония),

**Е.С. Отин** (Донецк, Украина),

**Предраг Пипер** (Белград, Сербия),

**А.Ф. Рогалев** (Гомель, Беларусь),

**Адам Фаловский** (Краков, Польша)

М34 **Материалы по русско-славянскому языкознанию : международный сборник научных трудов / Воронежский государственный университет. – Воронеж : Издательско-полиграфический центр Воронежского государственного университета, 2010. – Выпуск 30. – 348 с.**

ISBN 978-5-9273-1775-2

Сборник посвящён 200-летию со дня рождения Н.В. Гоголя. В данном сборнике опубликованы статьи и сообщения, прочитанные на юбилейной конференции. Издание рекомендуется для специалистов по истории русского, а также других славянских языков.

ББК 81.2Р

*Научное издание*

**Материалы по русско-славянскому языкознанию**

**Международный сборник научных трудов**

**Выпуск 30**

Подп. в печ. 30.12.2010. Формат 60×84/16. Усл. печ. л. 20,2. Тираж 100 экз. Заказ 212. Издательско-полиграфический центр Воронежского государственного университета.

394000, г. Воронеж, пл. им. Ленина, 10. Тел. (факс): +7 (473) 259-80-26

<http://www.ppc.vsu.ru>; e-mail: [pp\\_center@ppc.vsu.ru](mailto:pp_center@ppc.vsu.ru)

Отпечатано с готового оригинал-макета в типографии Издательско-полиграфического центра Воронежского государственного университета.

394000, г. Воронеж, ул. Пушкинская, 3. Тел. 220-41-33

ISBN 978-5-9273-1775-2

© Воронежский государственный университет, 2010

© Издательско-полиграфический центр Воронежского государственного университета, 2010

## „ROSYJSKA DUSZA” A BIZNES

Aby potrafić prowadzić biznes z przedstawicielami innego narodu należy poznać jego „duszę” i zrozumieć ją. Wtedy można uniknąć „szoku kulturowego”, a nasza działalność przyniesie zadowolenie i sukces z obu stron.

Biznes z Rosją to dzieło złożone. Nakłada się na niego owa „dusza” i historia tego wielkiego kraju, jego bogactwa i nieumiejętność ich wykorzystania. Samo pojęcie „duszy rosyjskiej” było interpretowane przez wielu pisarzy, myślicieli, naukowców. Czy rzeczywiście, biznes z Rosjanami jest inny, niż z Niemcami, czy Amerykanami? Bezsporne tak, bo „w świadomości masowej to pojęcie często łączy się z epitetem «szeroka» (znane jest też wyrażenie «szeroka rosyjska natura»), który ma określać typowe dla Rosjanina cechy charakteru: bezgraniczną odwagę, serdeczność, bezkompromisowość, maksymalizm moralny (słynne «wszystko albo nic»), towarzyskość, gościnność, spontaniczność, prymat serca nad rozsądkiem, skłonność do wpadania w rozpacz i melancholię, a także pogardę dla rzeczy małych, pragmatyzmu i wyrachowania. W sferze codzienności dusza rosyjska przejawia się jakoby w nieumiarkowanym pijaństwie, którego skutkiem jest przekonanie o własnych nieograniczonych możliwościach («sam diabeł mi nie straszny»), a także w wiecznym użalaniu się na swój los” [Lazari: 9].

N. Bierdiajew pisał: „duszy rosyjskiej, z reguły szczerej i prostodusznej, obca jest wszelka afektacja, przesadny patos, arystokratyczna wyniosłość, sztuczne gesty. To dusza skłonna do upadku, grzechu i skruchy, patologicznie niemal odczuwająca swą nicość przed obliczem Boga. Jest w niej jakiś szczególny, zgoła nie zachodni, przepojony religią demokratyzm, pragnienie zbawienia w jedności z całym narodem. Zwrócony ku swej głębi, naród rosyjski nie umie zorganizować się w wyraźnych i zbornych formach. W człowieku rosyjskim zbyt mało jest sprężystości, dyscypliny duchowej, siły charakteru, dążenia wzwyż, w jego ustroju duchowym nie ma nic gotyckiego. Człowiek rosyjski oczekuje, że Sam Bóg zorganizuje mu duszę i urządzi życie. W swych formach najwyższa dusza rosyjska trwa w ciągłej wędrówce, a w poszukiwaniu grodu nieistniejącego liczy na zrządzenie niebios. Lud rosyjski żyje chaosem, w pogańskim uwielbieniu dla ziemi, elita – apokaliptycznymi nadziejami, a pragnąc absolutnego, odrzuca wszystko, co względne <...>. Rosja zdumiewa swą konwencjonalną elegancją i galanterią, brakiem prostoty i szczerości, odpycha stanem wyższości i pogardy, dość typowym dla Polaków <...>. Rosjanin jest z reguły niezdolny do stanu pogardy, nie lubi dawać odczuć drugiemu, że ten jest od niego gorszy. Rosjanin dumny jest w swej pokorze <...>. Dusza rosyjska



leży przed Bogiem twarzą ku ziemi. To prawosławny typ duchowy <...>. Bardziej utożsamia się ze wstawiennictwem Bogurodzicy niż z cierpieniami Chrystusa i przeżywaniem ofiary Golgoty. Jest w niej prawdziwa pokora, lecz mało ofiarności. Dusza rosyjska powierza siebie cerkiewnej wspólnoty, którą zawsze wiązała z ziemią rosyjską” [Bierdjajew: 148-149].

Czy, więc, można efektywnie współpracować z Rosjanami, dla których „Religia w jego pojęciu [Rosjanina] ma specyficzne znaczenie i zakres jej nigdzie się nie kończy. Rosjanin jest mistykiem, stąd religia dla niego nie zawiera się w samej wierze, ale jest pełnym zwątpieniem *bogoiskatelstwem* – poszukiwaniem Boga. Pochłania go ona zupełnie, do zapomnienia o sobie, do obezwładnienia woli <...>. Dzieje się tak dlatego, iż wiara stanowi główną potrzebę jego duszy. Prorok, choćby najdziwniejszy, dogmat, choćby najbezwzględniejszy, znajdzie w tym kraju rzeszę wierzących i fanatyków. Nowych proroków dogmatu rewolucyjnego przyjęto z nieopisanym zapalem, rzucono się w wir ich teorii, postulatów, marzeń.

Dusza Rosjanina jest złożona z samych przeciwieństw i skrajności. Jest on łagodnym i dzikim, szlachetnym i hojnym, «szeroką naturą» nie znającą granic lub okrutnym, zimnym mordercą, wyrafinowanym ciemieżcą. Są to owi *tjażolyje ludi*, na których tak narzekają pisarze rosyjscy. Z tymi przywarami staje się Rosjanin powolnym narzędziem w ręku tych, którzy chcą i potrafią go wziąć. Jest zabobonny, łatwowierny, widzi nad sobą wciąż wiszące przeznaczenie, na które patrzy z rezygnacją – *ot sud’by nie ujdiesz*. W tym względzie są to ludzie wschodni, którzy pokorni pójdą za tymi, co mają władzę i siłę. Posłuszeństwo i uległość mają we krwi, w zwyczaju. Strach przed siłą wyssali z mlekiem matki” [Parandowski: 203].

Pragnąc współpracować z Rosjanami należy zrozumieć, co to znaczy być Rosjaninem: „Być Rosjaninem znaczy coś więcej niż mówić po rosyjsku. Znaczy – postrzegać Rosję sercem, miłując, widzieć ją bezcenną samoistność i niepowtarzalną swoistość w historii całego świata, rozumieć, że to Dar Boży Rosjanom przynależny, a zarazem wskazówka od Boga, by chronić Rosję od zakusów innych narodów i żądać dla daru tego wolności i samodzielności na Ziemi. Być Rosjaninem znaczy ujrzeć Rosję w świetle Bożym, w jej trwałych podstawach, w jej nieprzemijającej substancji i, miłując ją, uczynić jedną z najważniejszych i najdroższych świętości własnego życia. Być Rosjaninem znaczy wierzyć w Rosję tak, jak wierzyli w nią wszyscy wielcy Rosjanie. Jedynie taka wiara wzmocni naszą walkę o Rosję i przyniesie zwycięstwo. Może jednak Tiutczew nie ma racji, że «w Rosję można tylko wierzyć», bowiem i rozum ma o Rosji wiele do powiedzenia, i siła wyobraźni powinna umieć zobaczyć jej ziemską wielkość i piękną duszę, a i wolą trzeba wielu rzeczy dla Rosji dokonać. Wiara jednak jest konieczna: bez wiary w Rosję ani my sami nie przetrwamy, ani jej nie odrodzimy” [Iljin: 337].



Na sposób prowadzenia działalności gospodarczej każdego narodu wpływa jego własny system wartości. Jak słusznie podkreśla R. Lewis: „Bardzo często sukces lub brak sukcesu biznesu zagranicznego w Rosji zależy od tego, że obcokrajowcy nie mogą zrozumieć, jak skonfrontować osobisty profil kulturowy z rosyjskim narodowym profilem kulturowym <...>. Dusza Rosji hartowała się poprzez ideologię, w czym dużą rolę odegrały gigantyczne przestrzenie, surowy klimat tego kraju. I rzeczywiście, w ekstremalnych warunkach pogodowych niewielkie odizolowane grupy ludzi często stają się ofiarami tych, którzy dążą do kierowania nimi, «kolektywizm» oznaczał tutaj «zdolność do przeżycia». Jednakże cierpienie i walka o zdolność do przeżycia dały Rosjanom ciepło, głębię, zrozumienie tajemniczego działania duszy ludzkiej. I w tym Rosjanie nie mają sobie równych. Oprócz tego Rosjanie rozumieją cykliczność przyrody i powodzenia. Doskonale wiedzą, że istnieją pewne siły nadprzyrodzone, które mogą doprowadzić do zera wszelkie ich inicjatywy” [Льюис – tł. tekstów ros. – G.Z. i J.W.].

R. Lewis wskazuje na to, że chcąc współpracować z Rosjanami trzeba przejawiać cierpliwość, oferty biznesowe powinny być krótkie i jasno sformułowane, jednocześnie trzeba być twardym, bo inaczej „Rosjanie posądzą was o słabość i będą żądali dalszych ustępstw <...>. Rosjanie bardziej wierzą słuchom niż oficjalnym dokumentom <...>. Bardzo lubią pogadać. Ich bardziej interesują ludzkie nadzieje, obawy i dążenia niż bezpośrednio biznes” [Льюис].

Zawsze w biznesie jakże ważne są osobiste kontakty ludzkie. W biznesie z Rosjanami nabierają one szczególnej roli, ponieważ: „Rosjanie wolą, aby dwie osoby rozmawiały twarzą w twarz, bez pośrednika <...>. Jeśli po waszej stronie będzie Rosjanin, to oznacza, że będziecie mieć wiernego i lojalnego przyjaciela <...>. Rosjanie przysłuchują się historii, nie lubią zmian, są bardzo konserwatywni. Są ostrożni i nie skłonni do wierzenia w zmiany. Często mają do tego ważne przyczyny. Wydaje się, że prowadzić biznes z tymi konserwatywnymi, sentymentalnymi i rozmownymi ludźmi jest dość łatwo. Nie łudźcie się! Ziemia rosyjska jest położona pomiędzy Wschodem a Zachodem, charakteryzuje się wyraźnymi kontrastami. Tacy są i jej ludzie. Jednego dnia wasz rosyjski przyjaciel może być posępny i mało mówny, a innego dnia przywita was obejmując na niedźwiedzia i długimi mowami przez całą noc. Na ziemi z takim ostrym klimatem i taką obszerną powierzchnią kontrasty, w tym i w charakterze ludzi, są nieuniknione” [Льюис].

Wielu autorów podkreśla, iż aby rozpocząć działalność gospodarczą z Rosjanami niezbędne jest zdobycie ich zaufania. Jest to dość trudne, gdyż „głęboko w świadomości rosyjskiego biznesmena często istnieje

podejrzanie i brak zaufania do «nie swojego»/obcego, co jest jednym z przejawów zagadkowej rosyjskiej duszy» [Льюис].

Jakże trudno jest przełamać ów brak zaufania, bo przecież biznes nie może bez niego istnieć. Źródłem tego braku zaufania, braku umiejętności współpracy, szczególnie z Zachodem, jest fakt, iż „w rosyjskiej mentalności istnieje pewny sprzeciw, czasami nawet nieświadomy, który jest uwarunkowany specyfiką wartości rosyjskich, a także rozpowszechnieniem się antyzachodnich stereotypów. Jego główną przyczyną jest brak rozwoju narodowej kultury biznesowej» [Льюис].

Niechęć Rosjan do biznesu może być też uwarunkowana wpływem burzliwej przeszłości i ciągłego poszukiwania sprawiedliwości, podejrzliwością w stosunku do obcokrajowców: „Kiedy rosyjski biznesmen rozpatruje dwie oferty biznesowe, z których jedna jest bardziej korzystna od drugiej, to wybiera tę mniej korzystną, z gorszymi warunkami, jeśli ofertę tę otrzymuje od człowieka którego zna i któremu ufa» [Льюис].

Przecież totalitarny ustrój musiał jakoś wpłynąć na ludzi, bo „przyuczył ludzi trzymać się razem w celu przeżycia i samoobrony i nie ufać tym, kto nie należy do ich najbliższego otoczenia» [Льюис].

O niechęci do podejmowania ryzyka przez Rosjan pisze także Davidson Haworth na łamach „Russia Profile”: „Oni boją się zmian i tego braku stabilności, który mogą spowodować zmiany. Oni nie chcą składać w ofierze swego wewnętrznego spokoju i komfortu» [Льюис]. A jednak, zmiany nastąpiły. Po okresie totalitaryzmu była pieriestrojka, a obecnie – gospodarka rynkowa ze wszystkimi jej plusami i minusami.

Zresztą, sam Prezydent D.Miedwiediew podczas spotkania z rosyjskojęzycznymi przedsiębiorcami z Kalifornii w 2010 r. stwierdził, że: „Rosjanin woli stracić 100 tys. dolarów na własne przyjemności, doskonale rozumiejąc, że następnego dnia on o tym całkowicie zapomni, niż ulokować taką sumę w projekt, istoty którego nie rozumie» [Льюис].

W artykule, opublikowanym w „Rossijskiej gazecie» [Сепреба] znajdujemy szereg rad dla cudzoziemców, którzy pragną prowadzić działalność gospodarczą z Rosjanami, dotyczących zagadek „duszy rosyjskiej”. Dowiadujemy się, że pragnąc prowadzić biznes w Rosji każdy cudzoziemiec powinien władać podstawami języka rosyjskiego, znać osiągnięcia Rosji w dziedzinie kosmonautyki, literatury i sztuki, wiedzieć, że w rozmowach można pytać o sukcesy dzieci, o sprawy osobiste unikając jednak kwestii pieniężnych i chwaleń się swymi osiągnięciami. Rosjanie potrzebują bliskich kontaktów ludzkich, szanują osoby starsze, dlatego miłe jest zademonstrowanie przywiązania do rodziców.

Cudzoziemców w kontaktach z Rosjanami szokuje dotykanie, zbliżanie się (złamanie dozwolonej odległości 35-40 cm od rozmówcy), klepanie po



ramieniu, ale Rosjanie nie znoszą też pustych uśmiechów typu keep smiling, bo w Rosji „смех без причины – признак дурачины”. Ważna jest umiejętność picia alkoholu, gdyż Rosjanie piją dużo alkoholu i to różnorakiego, utrzymując się jednak na nogach. Dlatego należy poprosić o najmniejszy kieliszek i wtedy można będzie pić prawie na równi z nimi, w tym samym tempie, nie odmawiając przy tym wznoszenia toastów. Choć ta ostatnia kwestia jest sporna, a samo pijaństwo stanowi pewnego rodzaju stereotyp, choć nie zawsze.

A. Padczin opisując „rosyjską duszę” zwraca uwagę, że: „Wiele problemów w Rosji wynika z tego, że ci, którzy dochodzą do władzy w naszym kraju nie rozumieją rosyjskiej duszy, nie posiadają rosyjskiej ideologii. Starają się przeszczepić do nas europejskie porządki, zapraszają do nas zagranicznych ekspertów, którzy z mądrym wyrazem twarzy wyjaśniają swe teorie, ale rosyjski naród żył i będzie żyć swym rozumem, bo palmy u nas nie rosną, ponieważ zima jest zbyt surowa <...>. Na przykład: stosunek Rosjanina do bogactwa i luksusu. *От трудов праведных не поставишь палат каменных*. Północna przyroda nie daje możliwości produkowania zbyt dużo zbędnych wyrobów. *От труда не будешь богат, а будешь горбат*. Od dawna na Rusi bogactwo było cechą pohańbienia. *В богатстве сыто брюхо, голодная душа*. Życ w dostatku dzięki swej pracy – to chlubnie, ale nie zdobędziesz bogactwa pracą. *Где говорят деньги, там молчит совесть*” [Падчин].

Na stosunek Rosjan do biznesu wpływa również niewątpliwie religia prawosławna. Jak wyjaśnia ojciec Filip: „celem życia prawosławnego człowieka jest zbawienie duszy, a nie produkcja i sprzedaż wartości materialnych. Ale, jeśli poczytamy dzieła Ojców Kościoła z przeszłości, jak i obecnych, to zauważymy, że nie omijają tej kwestii. Można tam znaleźć minimum trzy zasady biznesu etycznego. Po pierwsze, ogólny stosunek do gospodarki, jako twórczości. Ja tworzę nie po prostu dlatego, że chcę, a ja współtworzę, tzn. tworzę wspólnie z Bogiem. To jest podstawą moralnej gospodarki. Na tym buduje się stosunek do własności, która jest bazowym elementem każdej gospodarki. Jak się do niej odnosić będąc prawosławnym? <...>. Uczciwy biznes nie może istnieć w nieuczciwym środowisku. Ale, wykorzystując swą własność, swe możliwości, sam tworzę to środowisko, i ono będzie na tyle uczciwe, na ile uczciwy jestem ja sam. Kolejny przedmiot, którym zajmują się prawosławni teolodzy, to praca. Jest ona uważana nie jako proces produkcyjny, a jako proces pedagogiczny, wychowawczy, wiodący do celu końcowego – zbawienia duszy, ale pomimo tego ma ona znaczenie twórcze. Taka praca jest pobożna. Ostatni element – to sprzężenie pracy i własności. Rozumiemy, że żyjemy w podzielonym społeczeństwie, gdzie świat społeczny i klasowy jest napięty.



Widzimy, że ostatnio coraz bardziej uciskani są ci, którzy bezpośrednio wytwarzają dobra materialne. Świadczą o tym narastające strajki, które wstrząsają zachodnim światem. Sprzężenie własności i pracy osiąga się w działalności charytatywnej. Może być ona pożyteczna tylko wtedy, gdy ma dwa cele: powinienem pomagać konkretnemu człowiekowi tak, aby to było dobro nie tylko dla niego, ale i dla mnie. Jeśli ten cel jest osiągnięty dzięki temu bogactwu, które zdobyłem własną pracą przedsiębiorczą (a nie dzięki łapówkom podczas prywatyzacji lub przekazania własności), to prowadzi ona do harmonii społecznej i zbawienia mej duszy” [Бизнес и нравственность].

Rolę prawosławia podkreśla też M. Guminienko: „Na mentalność rosyjskiego biznesmena odcisnęło piętno Prawosławie, wpływało życie rodzinne i rosyjska soborność.

Oprócz prawosławia, bardzo duży wpływ na osobowość rosyjskiego przedsiębiorcy i na rosyjską mentalność miał właśnie rodzinny tryb życia. Rodzina dla prawosławnego człowieka to mała cerkiew. W rodzinie, w życiu tymczasowym, człowiek starał się troską o bliźnich zbudować sobie drogę do życia wiecznego, dlatego troska o rodzinę była tak ważna szczególnie dla Rosjanina. Często pomnożenie i rozkwit rodu uważano, jako błogosławieństwo Boże” [Гуминенко].

N. Ignatowa i A. Pietko, powołując się na W. Sombarta, pisząc o prawosławnych wartościach rosyjskiej przedsiębiorczości zauważają, że: „Ani w literaturze pięknej, ani w folklorze rosyjskim nie znajdziemy opisu bogactwa osobistego, jako miernika sukcesu, który wywołuje szacunek u wszystkich. Temat «grzeszności» kapitału jest charakterystyczny dla nastrojów przedsiębiorców rosyjskich. Mnogość przysłów *Деньгами души не выкупишь, Богатому черти деньги куют, Грехов много, да и денег волю* – pokazują określony stosunek do nabywania zysku. W Rosji nigdy nie było kultu bogatych, który zauważamy w krajach zachodnich. Często sami kupcy wypowiadali się, że człowiek powinien dążyć tylko do tego, aby mieć zaledwie to, co jest niezbędne do życia <...>. Bogactwo jest nieocenione, kiedy człowiek doskonali się moralnie, duchowo. Bogactwo powinno być zdobyte dzięki pracy, tylko wtedy ustrzeże człowieka od zguby. Sukces komercyjny, do którego dążyli rosyjscy przedsiębiorcy, nie przesłaniał im moralnej strony tego sukcesu. Na swą działalność kupcy patrzyli jak na misję od Boga lub losu. O bogactwie mówili, że Bóg dał je i zażąda rozliczenia” [Игнатова, Петько].

N. Ignatowa i A. Pietko zastanawiają się, jak możliwe jest współistnienie i rozwój rosyjskiej przedsiębiorczości na tle paradoksalnego stosunku Rosjan do pieniędzy. Powołując się na W. Rjabuszyńskiego [przedsiębiorca, bankier, staroobrzędowiec] piszą, że: „Religijność w środowisku

przedsiębiorców aż do 1917 r. była przyjmowana, jako bezwarunkowa cnota. Trwały, niezachwiany stosunek do wiary w środowisku kupieckim sprzyjał wzmocnieniu reputacji biznesowej tego lub innego biznesmena. «Wierność Bogu», przysięga na krzyż były odbierane za bardziej pewne, niż sporządzenie dokumentów na piśmie» [Игнатова, Петько].

A. Padczin opisuje także rozważność i liczenie na siebie Rosjan: „Rosjanin stale podejmował decyzje w warunkach ograniczonej informacji. *Богу молись, а добра ума держись*. Zasiejesz zboże wcześniej, to wszędzie przed późnymi przymrozkami. Spóźnisz się z siewem, nadejdzie jesienna wilgoć. *Семь раз отмерь, один раз отрежь*. Obszerna powierzchnia i mało ludności przyuczyły Rosjanina do liczenia tylko na siebie. *Говору подумав, садись осмотревшись*. On był i rolnikiem, i cieślą, i szewcem, i solarzem, i kowalem, i garncarzem, i myśliwym. Jego wyroby były niepozorne, ale funkcjonalne. Wszystko to nauczyło Rosjanina liczyć tylko na siebie i na swój rozum, a to, z kolei, doprowadziło do rozwoju intelektu” [Падчин].

O przejawie mentalności biznesmenów w ostatnich latach pisze I. Jakowienko: „choć w ciągu 20 lat system stosunków społecznych zmienił się kardynalnie, to bazowe cechy społeczeństwa zachowały się. Przedsiębiorcy zmuszeni są zachowywać się nieuczciwie podobnie, jak zdarzało się być nieuczciwym dyrektorem zakładów radzieckich i przewodniczącym kołchozów. Ten fakt jest dowodem istnienia mentalności. Mentalność – to stała cecha, to jest to, co sądzą ludzie, większa część ludzi. Istnieje ona w jednej głowie silniej, w innej – słabiej, a zależy to od mikrosfery kształtowania człowieka, lecz ona istnieje. Mentalnie ludność Rosji dzieli się na dwa duże bloki – faktycznie są to dwa narody, które różnią się między sobą pokoleniami, wykształceniem, zamieszkiwaniem w megapolisach lub na peryferiach. Przedstawiciele pierwszego «narodu» akceptują biznes – niezależnie od tego, czy się sami nim zajmują. Przedstawiciele drugiego «narodu» – biznesu nie akceptują. Jednak eliminacją tego podziału nikt się nie zajmuje. Najważniejszy problem kraju dziś polega na tym, że rządząca elita (urzędnicy państwowi i zrosnięty z władzą wielki biznes) w pełni utraciła wizję strategiczną: o przyszłości nikt nie myśli i na przyszłość nikt nie pracuje” [Русская душа].

S. Zaikina przypomina, iż w 1912 r. Rosyjski Związek Przemysłowców i Przedsiębiorców wypracował siedem zasad prowadzenia biznesu w Rosji, które odzwierciedlają stosunek Rosjan do własnej kultury, Ojczyzny i odzwierciedlają ich własne wartości kulturowe. Są to następujące zasady, jakże aktualne i dziś i którymi wszyscy powinni się kierować: „1. Szanuj władzę. Władza – to niezbędny warunek do efektywnego prowadzenia biznesu. 2. Bądź uczciwy i prawdziwy. Uczciwość i prawdziwość – to



fundamenty przedsiębiorczości. Cechy te są podstawą zdrowego zysku i prawidłowych relacji w biznesie. 3. Szanuj prawo własności prywatnej. Wolna przedsiębiorczość – to podstawa dobrobytu państwa. Przedsiębiorca rosyjski jest zobowiązany z potem na twarzy pracować dla dobra swojej Ojczyzny. Tak pracować można tylko opierając się o własność prywatną. 4. Kochaj i szanuj człowieka. Miłość i szacunek do człowieka pracy ze strony przedsiębiorcy rodzą zwrotną miłość i szacunek. W takich warunkach zachodzi harmonia interesów. Tak powstaje atmosfera do rozwoju wśród ludzi najróżniejszych zdolności. 5. Bądź wierny swemu słowu. Człowiek biznesu powinien być wierny swemu słowu. Sukces w biznesie w wielu aspektach zależy od tego, w jakim stopniu partnerzy ufają ci. 6. Żyj według stanu. Wybieraj biznes, z którym możesz poradzić sobie (jesteś w siłach go zrealizować). Zawsze oceniaj swe możliwości. 7. Bądź nastawionym na osiągnięcie celu. Zawsze miej jasny cel. Przedsiębiorcy taki cel jest potrzebny, jak powietrze. Nie odwracaj uwagi na inne cele. W dążeniu do osiągnięcia celu nie przekraczaj granic dopuszczalności. Żaden cel nie może zaćmić wartości moralnych” [Zaikina: 33-34]. Te same zasady przywołuje W.Lietunowski [Летуновский].

W. Żelwis opisuje wiele cech kulturowych Rosjan, które wpływają na sposób prowadzenia biznesu w Rosji. „Rosjanie niezbyt cenią pieniądze. Z pieniędzmi lepiej, niż bez nich, bo bieda jest nieprzyjemna. Ale, mieć dużo pieniędzy – niedobrze. Ludzie uczciwi nie mają dużo pieniędzy – przynajmniej, jeśli nie są gwiazdami estrady lub mistrzami tenisa. Nigdy nie chwalcie się, że macie pieniądze, lepiej jest skarżyć się, że brakuje wam pieniędzy od wypłaty do wypłaty i regularnie trzeba je pożyczać od sąsiadów. Bogatych zawsze niezbyt lubią. «Nowi Rosjanie», nuworysze, na których bogactwo spadło nagle, jak doniczka z balkonu, są obiektem żartów <...>. Jeśli mało zarabiacie, to nie ma w tym nic wstydliwego, że opowiadacie wszystkim o swojej pensji. Przyznając się, że wam tak dużo nie płacą, pokazujecie, że wasz pracodawca niedocenia was i nie rozumie jak cenny nabytek przyjął do pracy. Zarabianie mało nie jest poniżające – hańba temu, kto was eksploatuje” [Жельвис: 18-19].

Interesujący jest też pogląd Rosjan na kwestię wzbogacenia się. W.Żelwis pisze, iż: „Rosjanie lubią marzyć o tym, aby niespodziewanie wzbogacić się. Jedną z najbardziej popularnych rosyjskich bajek jest bajka o obiboku o imieniu Jemiela i czarodziejskim szczupaku. Jemiela spędzał dni siedząc w swej izbie na ciepłym piecu. Pewnego razu poszedł nad rzekę po wodę i przypadkiem wyłowił z wodą dużego szczupaka, który potrafił dokonywać cudów. Szczupak dał Jemieli władzę przekształcania marzeń w rzeczywistość (...). Morał bajki polega na tym, że twój los nie zależy od tego czy jesteś dobry, czy zły, wszystko zależy od powodzenia” [Жельвис: 14].

S. Zaikina, w rozmowie z dziennikarzem rosyjskiej gazety „Argumenty i Fakty” przytacza pogląd Mariny Kniaziewej, kulturologa i poetki, która uważa, iż: „jeśli spojrzeć na nasze bajki, mitologię, to zobaczymy, że w głębi rosyjskiej kultury nie ma idei bogactwa. Bogactwo nie może być celem samym w sobie, powinno mu towarzyszyć spojrzenie duchowe. Jeśli bohater bajki wybiera się w podróż, to nie poszukuje złotych gór, a doskonałości. Poszukuje samego siebie lub innego człowieka. I w procesie tego poszukiwania nagle otrzymuje wszystko: i narzeczoną, i królestwo na dokładkę...” [Zaikina: 195].

Jedną z cech, na które zwraca się uwagę z biznesie rosyjskim jest kumoterstwo, zwane w języku rosyjskim jako *блат*: „Kiedy zaczynacie nowy biznes, pierwszą rzeczą, którą musicie się zająć – to znaleźć potrzebnego człowieka, który może wam pomóc. Idealem jest krewny lub ktoś, któremu kiedyś pomogliście. Po tym, jak już znaleźliście takiego człowieka, wszystko się upraszcza: przecież on też ma przyjaciół (...). Takie relacje nie można nazwać łapówką: przecież ani jeden rubel nie przepływa z kieszeni do kieszeni. Przed nami pojawia się *блат*, największy oręż, jakim kiedykolwiek władała Rosja; wytrych, który otwiera każde drzwi. Wy wyświadczacie komuś usługę nie za pieniądze, a licząc, że pewnego pięknego dnia on może potrzebować waszej pomocy. Jeśli w Rosji istnieje chociażby jeden system, który działa jak zegarek, to jest to *блат*” [Жельвис: 22-23].

Kolejna kwestia, to tzw. *халява*. Zgodnie ze *Słownikiem* Skljariewskiej jest to „жарг. То, что получено даром, без вложений, затрат или за чужой счёт” [ТСРЯ: 657]. Według W. Żelwisa mówimy o *халяве*, gdy „coś, co dostajemy bezpłatnie. Nie ma znaczenia, o co chodzi: bezpłatny bilet na spektakl, na który za pieniądze za nic byście nie poszli, o znaczek czy reklamową broszurę, którą przeczytać nie przyszłoby wam nawet do głowy, o zaproszenie do zjedzenia obiadu w restauracji z biznesmenem, który coś od was potrzebuje. Rosjanie są przekonani, że darowanemu koniowi w zęby się nie zagląda. Prezent – to prezent” [Жельвис: 15].

Jak budować nowe relacje międzynarodowe i wewnętrzne, ów rynek, gdy „w naszym [rosyjskim] społeczeństwie na przestrzeni dziesięcioleci kultywowano negatywny stosunek do przedsiębiorców: w czasach władzy radzieckiej nazywano ich burżujami, kułakami i inną «kontrą». W latach 90. wielu biznesmenów tylko potwierdziło zasadność takiego stosunku do nich. Dziś przedsiębiorcy coraz częściej, będąc zmęczonymi «dzikim» kapitalizmem, mówią o przyzwoitości, honorze, godności <...>. Negatywny stosunek do przedsiębiorców jest uwarunkowany, prawdopodobnie, nie tyle nieprzyjaznym stosunkiem do biznesu, jako zawodu, o ile stosunkiem do samych ludzi, którzy zajmują się przedsiębiorczością” [Бизнес и нравственность].



Ten negatywny stosunek opisuje również W.Żelwis. Według niego: „Rosjanie nie mogą ścierpieć biznesu. Wszyscy biznesmeni – to oszuści <...>. Jeśli Amerykanin spotyka milionera, to pierwszą jego myślą będzie: «Jaki to, zapewne, mądry i zdolny człowiek!». Pierwsza myśl Rosjanina w takiej sytuacji to zapewne: «I gdzie tylko ten oszust tyle nagrabił?» <...>. Handel, jako rodzaj zajęcia Rosjanie wybierają niezbyt chętnie. Każdy zgodzi się, że jest to amoralne – kupować taniej, a sprzedawać drożej, niż się samemu kupiło. Kupcy i właściciele sklepów są znani ze swej chciwości: «Krwio pijcy na ciele nieszczęsnego proletariatu, oto, kim oni są! Rację mieli bolszewicy, że ich rozstrzelowali i sadzali, niegodziwców!». Z taką fi-lozofią zajmować się biznesem w Rosji mogą tylko ludzie śmiali i odważni <...>.

Relacje biznesowe w Rosji cechuje pewne kumoterstwo. Świętym obowiązkiem jest po dniu roboczym pójść całą brygadą na piwo lub coś mocniejszego. Dwaj biznesmeni także wolą negocjować sporne kwestie gdzieś w okolicznościach bardziej intymnych, przy butelce. Jednak relacje «pionowe» mają taki charakter, że wizyta pracownika w mieszkaniu szefa, i tym bardziej – na odwrót – jest mało prawdopodobna” [Жельвис: 82-83].

Z religijnością Rosjan bezpośrednio związane były dobroczynność i ofiarowywanie datków. Znane są rody Tretiakowów, Rjabuszyńskich, Morozowów, Szczukinów, Prochorowów i innych. „Obowiązek ofiarowywania datków głosiło prawosławie, a dla bogatych obowiązek ten potęgował fakt grzeszności bogactwa. Pewnie dlatego, dążenie do uniknięcia wewnętrznego duchowego rozdźwięku, życia w zgodzie ze swym sumieniem, nasilone przez twarde wychowanie i religijne wyobrażenie o duszy i świecie po tamtej stronie, były główną pobudzającą przyczyną rozkwitu mecenatu kupieckiego. W działalności tej widziano próbę połączenia realnych interesów życiowych i dążenia do zbawienia duszy. Niewątpliwie, były i inne przyczyny: bogactwo i ambicja, dążenie do wyróżnienia się, zasłużenia przychylności dworu, pragnienie honoru i nagród, ulg i przywilejów. W państwie o ustroju klasowym z priorytetową pozycją szlachty działalność charytatywna i budowa świątyń były dla rosyjskich przedsiębiorców właśnie tą sferą, gdzie mogli zdobywać uznanie społeczne. Jednak główną siłą twórczą pozostawały motywy wewnętrzne, dążenie i potrzeba czynienia pomyślności, dobra, uświadomienie sobie własnej odpowiedzialności wobec społeczeństwa” [Игнатова, Петько].

Temat bogactwa i jego wykorzystania przez prawosławnego przedsiębiorcę porusza również M.Guminienko, który pisze: „Według wiary prawosławnej wszyscy są równi przed Bogiem: biedni i bogaci, rządzący i rządzeni – wszyscy staną na Sądzie Ostatecznym i będą odpowiadać za swe czyny. Żadne bogactwo nie zbawi przed Sądem Ostatecznym tak, jak i bieda nie zbawi od Sądu Ostatecznego. Bogactwo

nie jest wadą, tak jak i bieda nie jest wadą. Człowiek, który jest dostatni i bogaty, nigdy nie jest osądzany za to, że jest bogaty. On może być osądzony, jeśli zachowuje się rozpustnie, ubliża bliźnim, w jakiś inny sposób pokazuje się ze złej strony. Ale za rozpustę i okrucieństwo jest osądzany także biedny, w tym samym stopniu. Jednak, równocześnie z tym, że bogactwa nie uważa się za wadę, w prawosławiu uważa się, że bogatemu jest trudniej trafić do Królestwa Bożego dlatego, że obarczony swym bogactwem, troską o sukces, może on nie zdążyć lub zapomnieć gorliwie troszczyć się o swą duszę. Dlatego, oprócz równości w mentalności rosyjskiej popiera się działalność charytatywną. Bogaci zawsze byli szczodrymi patronami, utrzymywali szpitale i przytułki, dawali wielkie datki na klasztory i przytułki, aby swymi dobrymi czynami zbliżyć się do Raju. To oczywiste, bo im więcej człowiek ma, tym więcej się od niego wymaga. Być szczodrym i gościnnym dla wędrowców dla bogatego to obowiązek, dla biednego – czyn bohaterski” [Гуминенко].

G. Uljanowa pisząc o działalności dobroczynnej rosyjskich (moskiewskich) przedsiębiorców pisze: „Moskiewscy przedsiębiorcy zaliczali działalność dobroczynną jako najważniejszy obowiązek klasowy i społeczny (...)” [Ульянова: 79-80].

Jednak, dobroczynność rosyjskich przedsiębiorców krytycznie ocenił N. Gogol: „Wymyślając jakieś towarzystwo dobroczynne dla biednych i ofiarowując znaczne sumy, my natychmiast dla uczczenia takiego uczynku pochwalnego urządzamy obiad..., oczywiście, za połowę ofiarowanej sumy; za resztę wynajmujemy natychmiast wspaniałe mieszkanie dla komitetu z ogrzewaniem i stróżami, a potem zostaje nam z tej sumy dla biednych piątek z kawałkiem” [Мнения русских о самих себе: 249]. Podobnego zdania był K. Pobiedonoscew: „Kiedy patrzy się na działalność naszych organizacji i instytucji dobroczynnych... to widzi się zebranie, na którym rozbrzmiewają mowy, widzi się komitety męskie i żeńskie, dokąd zjeżdżają z nudy i obojętności osoby, które wcale nie znają się na sprawie dyskusowania nad zasadami i paragrafami, widzi się papiery, sporządzone przez sekretarza, dla którego prosi się za to o wynagrodzenie i nagrody; słyszy się nadęte osady samozwańczych pedagogów o systemie szkolnym i metodach nauczania; widzi się szczyt ludzkiej obłudy! – bazyry dobroczynne, na których sprzedaje dama, która nic nie ofiarowała, a nosi suknie, których wartość jest większa od zysku z tej sprzedaży – i wszystko to nazywamy aktem miłości chrześcijańskiej!” [Мнения: 249-250].

Opisując rosyjski świat biznesu nie sposób wspomnieć o genezie pojawienia się „Nowych Rosjan”, bo sam ich opis jest powszechnie znany. Grupa ta „kształtuje się w Rosji inaczej, niż w innych krajach, nawet w państwach byłego obozu socjalistycznego. W tamtych państwach



zachowało się wielu potomków klasy przedsiębiorców, a przez wszystkie lata socjalizmu zachowała się własność prywatna, a z nią i część tej klasy. Były jakieś elementy demokracji, których zupełnie nie było w Rosji przed okresem reform. W Rosji niczego takiego nie było. Rosyjscy przedsiębiorcy mogli powstać tylko z «genetycznych» przedsiębiorców, tzn. ludzi, którzy posiadali w sobie niezbędne w biznesie genetyczne skłonności – inicjatywę, skłonność do ryzyka i jednocześnie zdolność do szybkiego i trzeźwego wyważania okoliczności i innych cech, bez których nie może istnieć biznesmen od samych narodzin. Oni byli wychodźcami z najróżniejszych grup społecznych społeczeństwa, co oznacza, że wyznają i praktykują normy społeczne i wartości nie jakiejś określonej grupy, a całą mieszaną norm i wartości wszystkich warstw i grup społecznych. W wyniku tego pierwsza fala przedsiębiorców nie stanowiła zintegrowanej części społeczeństwa z określonym zestawem dominujących norm i wartości. To zrodziło nie tylko niejednorodność, ale i przeciwieństwa, konfliktowość i agresywność grupy przedsiębiorców <...>. Jednakże, z biegiem czasu koordynacja i zjednoczenie wysiłków stały się niezbędnym warunkiem efektywnej działalności, co zmusiło ich do wypracowania dość zunifikowanego systemu norm i wartości. Ponieważ materiał wyjściowy był mozaikowy i różnorodny, a orientacje co do wartości – inercyjne, proces utwierdzania się norm i wartości wymagał w wysokim stopniu upublicznienia wzorców i jawnej atrakcyjności. Potrzebna była pewna «maszynka do mięsa», która miała różnorodne i czasami sprzeczne style i wzorce życia, normy zachowania, przeniesione z różnych grup społecznych. To właśnie określiło utwierdzenie się właśnie takiego stylu życia z charakterystyczną dla niego demonstracyjną atrakcyjnością, wyraźnie różniącą się od sposobu życia reszty społeczeństwa. To pierwsze możliwe wyjaśnienie tak wyrazistego stylu życia «Nowych Rosjan» [Барцыкова].

Biorąc pod uwagę wymienione wcześniej czynniki – podejście do kwestii pieniędzy, bogactwa, samego biznesu i jego etyki, które wpływają na sposób prowadzenia biznesu, warto się zastanowić jak ów biznes prowadzić. Należy zrozumieć „duszę” narodu, należy uwzględnić wszelkie te elementy i potraktować je jak normę, jako coś bliskiego, a nie obcego. Wtedy możemy śmiało próbować nawiązać kontakty gospodarcze i przełamać stereotypy i uprzedzenia do Rosjan. Zresztą, sami też jesteśmy winni, bo kultywujemy je wciąż w życiu codziennym w środkach masowego przekazu. A każdego należy starać się zrozumieć, poszanować jego inność i zaakceptować. Jakże to jest ważne, nie tylko w życiu prywatnym, ale i w biznesie.

Барсукова С. Кто такие „новые русские”? // <http://vivovoco.nns.ru/VV/JOURNAL/ZS/-NEWRUSS.HTM> (16.07.2010)

Бизнес и нравственность (wywiad z przeorem Filipem) // <http://www.pravoslavie.ru/guest/4817.htm> (14.07.2010).

Гуминенко М.В. Предпринимательство в России и в Америке: особенности национального менталитета русских и американцев // <http://dugward.ru/publ/s17.html> (14.07.2010).

Жельвис В. Эти странные русские. М., 2002.

Игнатова Н., Петько А. Православные ценности русского предпринимательства // <http://rusk.ru/st.php?idar=114343> (14.07.2010).

Летуновский В.В. Бизнес-культура и национальные корни // [http://www.treko.ru/show\\_article\\_1077](http://www.treko.ru/show_article_1077) (12.07.2010).

Льюис Р. Как вести бизнес с русскими // „Russia Profile” – Интернет-журнал // <http://www.expert.ru/printissues/ural/2008/27/poziciya/> (14.07.2010)

Мнения русских о самих себе: маленькая хрестоматия для взрослых [сост. К. Скальковский]. Изд-во „Терра”. Москва, 2001.

Падчин А., Загадочная русская душа // <http://www.pravda.ru/society/fashion/couture/12-01-2004/46100-russ-0/> (14.07.2010).

Русская душа против экономики? Или экономика против русской души? // <http://www.ekonbez.ru/news/cat/6876> (14.07.2010).

Сергеева А.В. Не соревнуйтесь с русскими за рюмкой. Советы иностранцам, отправляющимся в Россию, „Российская газета”, № 4406 от 06.07.2007, <http://www.rg.ru/2007/07/06/ovetyi-inostrancam.html> (15.07.2010).

Толковый словарь русского языка конца XX в. Языковые изменения / Под ред. Г.Н.Скляревской. СПб., 2000. [ТСРЯ].

Ульянова Г.Н., Благотворительность московских банков // Предпринимательство и городская культура в России 1861-1914. М., 2002, с. 79-80.

Bierdiajew N. Dusza rosyjska i polska // Dusza polska i rosyjska (od Adama Mickiewicza i Aleksandra Puszkina do Czesława Miłosza i Aleksandra Sołżenicyna). Materiały do „katalogu” wzajemnych uprzedzeń Polaków i Rosjan. Warszawa, 2004.

Iljin I. Dlaczego wierzymy w Rosję? // Dusza polska... Warszawa, 2004.

Lazari de A. Wstęp // Dusza polska... Warszawa, 2004.

Parandowski J. Bolszewizm i bolszewicy w Rosji // Dusza polska... Warszawa, 2004.

Zaikina S. Samm äri eduks. Шаг к успеху. Пособие по чтению и развитию речи для студентов-экономистов. Tartu, 2000.