

УДК 395.6

ДЕЛОВЫЕ СВЯЗИ С ИТАЛЬЯНСКИМИ ПАРТНЕРАМИ КАК ОСНОВА РАЗВИТИЯ РОССИЙСКО-ИТАЛЬЯНСКИХ ОТНОШЕНИЙ

Альков И.С., студент гр.АОБ-161, IV курс
 Научный руководитель: Тюленева Т.А., к.э.н., доцент
 Кузбасский государственный технический университет
 имени Т.Ф. Горбачева
 г. Кемерово

Развитие современного общества характеризуется активизацией межкультурной коммуникационной работы, усилением глобализации, созданием единого мирового пространства, в связи с чем особую актуальность приобретает изучение национального коммуникативного поведения. Из всех стран Западной Европы российскому менталитету может быть наиболее близким восприятие Италии. Несмотря на все трудности отношений с Западом, российско-итальянские коммуникации на протяжении всей новейшей истории были взаимовыгодными, дружественными в культурной, научной и коммерческой сферах. Сотрудничество между Советским Союзом и "Фиатом" трансформировало советскую автомобильную промышленность во время Холодной войны, а также начались поставки природного газа из Советского Союза в Италию в 1974 году [1]. В РФ представлено около 500 итальянских компаний. Россия и Италия сотрудничают в ряде отраслей промышленности, электроэнергетике, сельском хозяйстве, транспортной и энергетической инфраструктуре, добыче и переработке нефти и производстве современного оборудования [2].

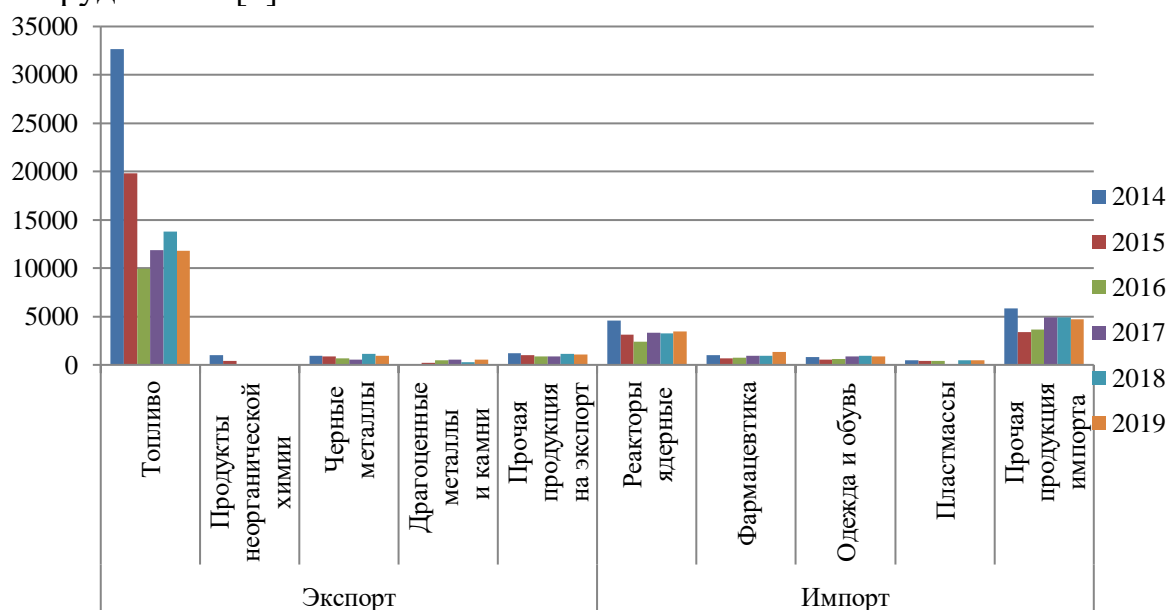


Рисунок 1. Состав российско-итальянского экспорта и импорта в 2014-2019 гг., млн долл. [3]

Основную долю экспорта в Италию из России составляет топливо: в разные годы эта величина равнялась от 82 до 91 %, и динамика вывоза данного вида товаров повторяла динамику экспорта товаров в Италию в целом. Изменения в структуре экспорта характеризуются значительным ростом вывоза в Италию из России драгоценных и полудрагоценных металлов и камней и изделий из них (с 0,06 % в 2014 году до 3,7 % в 2019 году в общем объеме вывоза), а также черных металлов (с 2,5 до 7 % соответственно). Наиболее значительную долю импорта из Италии – от 30 до 36 % - занимали ядерные реакторы и аналогичное оборудование. В отношении остальных товаров наблюдались структурные сдвиги в анализируемом периоде. В целом за последние 6 лет наметилась тенденция к увеличению в составе импорта доли фармацевтической продукции (с 7 до 12 %), одежды и обуви (с 6 до 8 %), и снижения доли электрооборудования, а также мебели и постельных принадлежностей (соответственно с 6 до 5 и с 3 до 2 %).

Различия в коммуникативных моделях поведения могут привести к трудностям в межкультурном общении. Правильное восприятие и эффективное межкультурное общение с представителями других языковых культур, грамотное коммуникативное поведение, знание традиций и культуры народа, национального характера на уровне вербальной и невербальной коммуникации способствует нивелированию межкультурных различий, повышению общей осведомленности, развитию толерантного отношения.

Как европейская страна, участвующая в глобальном бизнесе, Италия придерживается общепринятых стандартов делового поведения. Однако есть черты, о которых мало кто знает. В деловых отношениях с иностранными коллегами важно уважать знания и правила и традиции своей страны.

В целом, итальянцы общаются обо всем, даже на темы, закрытые для обсуждения во многих языковых культурах (здоровье, пищеварение и т. д.) В то же время, как и в культурах других стран, в итальянской культуре общения есть табу, которые теоретически могут мешать неконфликтной коммуникации: личный доход, финансовое положение, различия в заработной плате; итальянцы также не могут говорить о мафии или психоаналитике.

Невербальный аспект общения имеет большое значение в итальянском официальном поведении. У итальянцев очень выразительное выражение, эмоциональная часть общения обычно распространяется на мимику, а слова выражают только логические и рациональные позиции. По сравнению с россиянами итальянцы гораздо свободнее в выражении позиций в тактильном взаимодействии. Итальянская культура особенно богата жестами-символами. Для итальянцев важна социальная символика, она проявляется в одежде, внешности и поведении. В случае несогласия итальянцы в принципе ищут компромисс и полагаются на помощь суда в исключительных случаях.

Понимание стереотипов в поведении россиян в итальянском коммуникативном поведении обычно довольно позитивно, но не все они соответствуют действительности [4]. Взаимные стереотипы коммуникативного поведения иностранных и культурных этнических групп, несомненно, существуют и мо-

гут содержать явные признаки, но масштабы их адаптации к реальности явно недостаточны для создания объективной картины и соответствующего коммуникативного поведения в отношении этого лингвистического и культурного сообщества.

Теперь, когда всем ясно, что западные санкции против России останутся в силе надолго, двусторонние отношения с отдельными странами более интересны, чем диалог с ЕС, США и НАТО, то есть переговоры на уровне блока. Лучше строить отношения с государствами, где есть современные технологии, заниматься сотрудничеством с деловыми и культурными представителями, не имеющими фобий к России. Италия является одной из этих стран. Это третья по величине экономика в еврозоне, восьмая по величине номинального ВВП в мире. Проекты и совместные предприятия в энергетической сфере, производстве, а также пищевой промышленности, изготовлении строительных и отделочных материалов более перспективны [5]. Итальянские компании, представленные в России, не пройдут мимо современных технологий и больших финансовых ресурсов и, задействуя их, создадут производственные мощности и рабочие места, пополняя бюджет за счет налоговых поступлений и развивая общую культуру производства.

Лучшим ответом России на санкции может стать укрепление экономических отношений и поддержание дружеских отношений со странами Средиземноморья, особенно с Италией. Стоит рассмотреть возможность введения благоприятствующих экономических условий для компаний этой страны. Все это окупится и принесет плоды в будущем.

Список литературы:

1. Гачев, Г. Д. Национальные образы мира: курс лекций / Г. Гачев ; авт. послесл. В. А. Шнирельман. М.: Академия, 1998. – 429 с.
2. Аристов, С. А. Невербальные компоненты коммуникации / С. А. Аристов // Тверской лингвистический меридиан. Тверь: Твер. гос. ун-т, 1998. Вып. 1. С. 23-30.
3. Внешняя торговля России. Режим доступа: <https://russian-trade.com/countries/> (Дата обращения 28.02.2020).
4. Чернышева, М. А. Этика деловых отношений / М. А. Чернышева М., 1988. - 203 с.
5. Особые экономические зоны как инструмент экономической безопасности Российской Федерации / Шех Ю.Н., Ерукова Е.Е., Круковская Т.А. // Экономика и эффективность организации производства. 2009. № 11. С. 70-72.