

**Образ Италии в работах современных российских журналистов**

**Булавинова Юлия Сергеевна**

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет иностранных языков и регионоведения, Кафедра региональных исследований, Москва, Россия

*E-mail: julia\_bulavinova@mail.ru*

Исследование образа региона на основе личного восприятия - уникальная возможность реконструировать культурные реалии современности, а в частности итальянские реалии, которые уже на протяжении долгого времени изучаются гуманитарной наукой в рамках проведения многочисленных научных конференций по вопросам русско-итальянского взаимодействия. Поэтому актуальность данного исследования определяется возросшим интересом научного мира к проблеме межкультурной коммуникации, к так называемому «диалогу культур».

Одним из важнейших источников изучения региона всегда были тексты путешествий, которые получили определение «травелоги». В контексте русско-итальянских отношений этот особый жанр литературы зародился с заграничных путешествий XVII века. Авторами травелогов выступали люди разных социальных статусов, профессий и мировоззренческих взглядов. Нередко авторами становились журналисты, которые в силу своей профессии путешествовали по чужой стране. Путевые заметки для них становились «побочным текстом», написанным не для решения профессиональных задач, а как итог личных впечатлений. Но, тем не менее, можно утверждать, что профессия человека «проявлялась» в создаваемом тексте: и в способах отбора материалов, и в способах его подачи и структурирования, и в общей стилистике изложения. В рамках данной научной работы жанр травелог охватывает источниковую базу исследования и выступает в качестве основного инструмента конструирования региона Италия, чей образ получает широкое развитие с XVII-XVIII века и до наших дней. Источниками данного исследования являются материалы индивидуальных путешествий трех выдающихся представителей современной журналистики: В.В. Познер «Их Италия» [4], М.Ю. Ганапольский «Чао, Италия!» [1], В.Б. Глускер «Настоящий итальянец» [2]. В связи с этим целью данной научной работы является анализ особенностей репрезентации образа Италии в работах современных российских журналистов. Задачи исследования:

1. Проанализировать методику конструирования образа Италии на примере работ современных российских журналистов;
2. Выявить особенности разрушения стереотипных представлений образа Италии российскими журналистами;
3. Охарактеризовать личностное начало изложения и эмоциональный характер повествования образа Италии представителями современной журналистики;
4. Проанализировать историко-культурное наследие на предмет описания образа Италии современными журналистами;
5. Исследовать специфические черты национального характера итальянцев в работах русских журналистов.

Первая глава посвящена изучению Италии в травелогах российских журналистов. В этой главе исследование показало, что, во-первых, методы современной журналисткой деятельности строятся на использовании авторами нетрадиционного подхода к изложению информации. Так, журналистами эффективно используется биографический метод,

предусматривающий исследование, направленное на реконструкцию истории жизни очевидца событий. Поэтому, обращаясь к биографическому методу, журналисты чаще всего используют биографическое интервью, позволяющее конструировать образ Италии через призму отдельно взятого человека.

Во-вторых, исследование выявило, что современные журналисты все чаще стремятся освободиться от стереотипов и клише, найти и закрепить в массовом сознании новые ориентиры. Здесь можно выделить такие приемы подачи и структурирования текста, как формирование нетрадиционного маршрута путешествия, основанного на интервью с носителями культуры (В. Познер), как «игру» со стереотипами, иронию по отношению к ним, а, в конечном итоге - их разрушение (М. Ганапольский), как взгляд на страну через новое прочтение известных брендов (В. Глускер).

Данная глава также позволила сделать вывод относительно личностного начала авторов и их эмоциональной подачи текста при описании образа Италии. Так, исследование показало, что каждый из трех журналистов стремится запечатлеть свой, индивидуальный, личностный взгляд на страну. Этой цели служат такие «инструментарии внутренних личностных составляющих» [3], или же приемы, как передача собственных эмоций и впечатлений, порой вступающих в противоречие с общепринятыми трактовками и оценками достопримечательностей, как ирония и самоирония с целью создать комический эффект, как игра в «варвара», «вымышленного школьника», который задает наивные вопросы, как «западнический» скепсис т.д.

Важным разделом данной научной работы было исследование таких «традиционных» деталей описания Италии, как её наиболее выдающиеся города (Рим, Флоренция, Венеция, Лукка, Ватикан) и особенности итальянского национального характера.

Таким образом, журналистский взгляд на Италию, с одной стороны, отражает общие тенденции восприятия страны, характерные для современных россиян, а, с другой стороны, показывает особенности описания страны, несущие «следы» профессии журналистов (хорошее знание материала, отказ от линейной подачи информации, эмоционализация, стремление к разрушению общепринятых стереотипов, желание создать увлекательный, интересный текст для своего потенциального читателя).

### Источники и литература

- 1) Ганапольский М.Ю. «Чао, Италия!». М.: изд-во Астрель/АСТ. 2011
- 2) Глускер В. Настоящий итальянец. М.: изд-во Астрель. 2011
- 3) Ерофеева И.В. АКЦИОСФЕРА СОВРЕМЕННЫХ СМИ: СПЕЦИФИКА И КОМПОНЕНТЫ КОНСТРУИРОВАНИЯ/Журнал Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 8: Литературоведение. Журналистика. Выпуск № 8/2009.С. 132
- 4) Познер В.В. «Их Италия»/Путешествие размышление «по сапогу». М.: изд-во АСТ. 2013