

Т.В. МАРФЕЛЬ

Минск, БГЭУ

ИТАЛИЯ ГЛАЗАМИ ИНОСТРАНЦА

Что, как правило, приходит на ум при упоминании Италии? Наверняка, лидерами среди ассоциаций будут шедевры культуры, некоторые особенности невербального поведения итальянцев, пицца и паста, эспрессо. Однако, образы, связанные с Италией, не могут ограничиваться только этими вещами, т.к. Италия – это целый организм, состоящий из двадцати регионов: каждый из них имеет свои особенности касательно различных аспектов, от культуры до экономики; в то же время каждый из них является одинаково важным для функционирования целого организма. Весьма вероятно, что внимательный турист заметит, что среди итальянцев регионализм выражен более ярко, чем национализм. Это подтверждается существованием термина *campanilismo*, который означает привязанность человека к месту его рождения, родному городу или деревне. Все же чаще всего иностранцы замечают те черты, которые характерны для всех итальянцев. В результате, эти особенности, соединяющие все части в единое целое, делают общее впечатление от поездки более красочным и итальянская «раздробленность» может быть не замечена вовсе.

Основной целью данного исследования является выявление особенностей поведения, несущих повсеместный характер на территории Италии, которые были обнаружены во время пребывания в Риме и Флоренции в первый раз. Материалом для анализа послужили собственные наблюдения, подкрепленные в дальнейшем наблюдениями, описанными в блогах путешественников. Главным образом, в исследовании рассматриваются два региона, с более точной отсылкой к двум городам, т.е. Лацио и Тоскана, Рим и Флоренция соответственно.

Несмотря на толпы туристов, Италия является страной, где, наверное, каждый может почувствовать уют родного дома. Отчасти, данный факт можно объяснить тем, что в Италии сохраняется относительно небольшая доля иностранного населения, в особенности, в сравнении с другими странами Европейского союза. Однако, причины могут быть намного более глубинными. Возможные основания для данного утверждения и будут рассмотрены далее.

Самое первое, что бросается в глаза по приезду в Италию – это заметная дружелюбность. Неважно, насколько хорошо люди знают друг друга или насколько они погружены в собственные проблемы, итальянцы всегда будут рады вас видеть и будут охотно вам улыбаться. Например, если двое прохо-

жих встретились глазами, эти взгляды наверняка будут сопровождаться доброжелательными улыбками.

Помимо внешних проявлений, интересным является рассмотрение внутреннего аспекта. К примеру, такие черты итальянцев как общительность, открытость и дружелюбность превращают нахождение в этой стране в настоящее удовольствие. Замечательным воплощением данных сторон характера являются продавцы и владельцы ресторанов и кафе, т.е. те люди, с которыми общается большинство путешественников. Их работа состоит не только в предложении и продаже своих услуг, но они также играют главную роль в создании ощущения того, что вы являетесь желанным гостем. Известно, что итальянцы способны оказать наиболее теплый прием; вдобавок, они горды тем, что могут предложить людям. Можно привести в пример следующий случай. Во Флоренции есть ресторан, достаточно скрытый от глаз туристов. После прочтения меню снаружи, мы подошли ближе ко входу и обнаружили, что владелец ресторана уже открывает для нас дверь. Он поприветствовал нас с искренней улыбкой. Впоследствии, после трапезы мы выразили нашу благодарность за искусно приготовленные блюда. В ответ мы не услышали слов возражения, которые часто звучат в ответ на комплимент в нашей культуре и выражают скромность того, кому эти слова адресованы. Вместо этого хозяин поблагодарил нас в ответ, и в выражении его лица можно было прочесть следующее: *«Я знаю, и очень горжусь этим»*. Похожая ситуация произошла с нами в ресторане в Риме, где у нас состоялся весьма приятный разговор с официантом, который с увлечением рассказал нам о достоинствах данного заведения. Позже, просматривая различные блоги путешественников, я встретила очень похожее наблюдение. Один из туристов был весьма впечатлен, когда натолкнулся на пекарню в Риме, где пекарь был готов завести разговор практически со всеми в поле зрения. Диалог, в основном, сводился к выражению гордости своим магазином и уникальности его выпечки. Как можно заметить, итальянцы очень ценят и гордятся тем, что они имеют и чего они достигли. Кроме того, их статус-кво делает их поистине счастливыми, и они хотят делиться своей радостью и энергией со всеми.

Как флорентинцы, так и римляне очень любят свое родное место. Если у вас недостаточно времени для того, чтобы тщательно исследовать народное достояние, местные жители выразят искреннее сожаление в отношении такой ситуации и порекомендуют приехать еще хоть раз для лучшего ознакомления с их культурой. Например, на интернет-сайтах итальянских организаций можно обнаружить формулировки подобного содержания: *«Не упустите шанс побывать в центре европейского искусства»* или *«Мы находимся прямо*

в сердце Италии». Таким образом, интересы обитателей не выходят за рамки их города или региона, т.к. они будут приглашать вас приехать ещё раз во Флоренцию или Рим, но не в Италию.

Без сомнения, во всем мире достаточно сложно найти страну, в которой люди будут настолько привержены традициям и обычаям, как в Италии. Можно привести в пример *карнавалы* – это не только туристическая достопримечательность, это повод и возможность для жителей и гостей города радоваться и быть счастливыми. И такую преданность традициям можно наблюдать практически во всем. В том же ресторане во Флоренции произошел еще один показательный случай. Мой заказ состоял из супа и овощного салата, последний звучит по-итальянски как *'insalata'*. Интересный факт, касательного данного блюда заключается в том, что его едят после *'primo'* и *'secondo'*, т.е. после первого и второго блюда и до приема десерта. Салат принесли первым и я уже начала его есть, когда официант принес суп. В этот момент он отставил от меня тарелку с салатом и поставил суп, несмотря на то, что в моих руках была вилка с кусочками овощей. Тогда я была ошеломлена, но после поняла, что причина была в моём недостаточной знании тонкостей культуры.

Несомненно, Италия прекрасно отражает признаки присущие так называемым полихронным культурам. Согласно Раймонду Кохену, «первостепенную важность для полихронных культур играют традиции, а не возникающие задачи, и это является ключевым отличием от их монохронных соперников». Так, говоря об Италии, маловероятно, что вы встретите человека, который несетя по улице, расталкивая прохожих. Здесь все неторопливо прохаживаются и любуются окружающими красотами, как туристы, так и местный жители. Учитывая данное обстоятельство, Италия кажется еще более дружелюбной и уютной. С другой стороны, настоящий итальянец не будет стоять на перекрестке, ожидая переключения зеленого света, не говоря уже о водителях, которые иногда напоминают гонщиков из Формулы 1. Кроме того, для итальянцев сигналы светофора, кажется, являются не обязательными, а лишь желательными для соблюдения. Возможно, причина данной особенности кроется в определенной беспорядочности, которая присуща полихронным культурам. Однако, это не доставляет никакого неудобства, а, наоборот, добавляет нотку свободы и простоты.

Принимая в рассмотрение вышесказанное, можно сделать следующие выводы:

1) Региональные особенности являются не противоречащими, а комплементарными по отношению к друг другу, что соединяет все 20 регионов в одну особую культуру.

2) Тот факт, что страна состоит из маленьких и достаточно изолированных частей способствует «смягченному» культурному шоку, т.к. иностранцы могут выбрать из разнообразия регионов тот, который лучшим образом согласуется с их культурной идентичностью.

2) Гордость итальянцев тем, что они имеют, способна впечатлить любого иностранца. Важно то, что это служит своеобразной гарантией высокого качества, т.к. люди, как правило, заботятся о том, что они любят и чем гордятся.

4) Италия – это не просто страна для прогулок и восхищения, т.к. даже для таких простых вещей нужно понимание ключевых ценностей и традиций итальянской культуры, человек, который попадает в эту обстановку, сразу же заметит отличия в поведении и образе жизни итальянцев. Для правильного понимания последних нужно быть хорошо осведомлённым как в основах, так и в конкретных «разделах» «науки об Италии». На практике количество и качество знаний об Италии послужит хорошим инструментом для улучшения взаимопонимания между иностранцем и местным жителем. Как правильно отметил Эдвард Холл: «Не следует никогда принижать другую культуру, а, наоборот, способствовать налаживанию взаимоотношений между доминирующей и другими культурами. Понимание другой культуры или языка не означает, что вам придется пренебречь вашими собственными». Таким образом, для поездки в Италию необходимо быть хорошо подготовленным как морально, так и интеллектуально для извлечения максимальной пользы.