

Культура и развлечение в российском и немецком медиадискурсах

А. А. Барышева

Culture and entertainment in Russian and German media discourses

A. A. Barysheva

Ангелина Алексеевна Барышева – старший преподаватель; Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого, Великий Новгород, Российская Федерация

E-mail: angelina.barysheva@novsu.ru

Статья поступила: 15.11.2024. Принята к печати: 20.12.2024.

В статье рассматривается проблема культууроформирующей функции в медиа. В настоящее время все чаще многие исследования показывают, что культура в СМИ перестает быть ценностно-ориентированным инструментом для аудитории. Развлекательная функция преобладает над культууроформирующей, что принижает значимость культуры и культурной журналистики в целом. Действительно ли культура в медиа полностью трансформировалась в развлекательный сегмент и несет в себе только гедонистический эффект? Тематика медиаизданий раздела культуры разнообразна и включает в себя общие вопросы культуры, знаменитые даты, события культурной жизни. Диапазон культурных фактов и событий в медиаизданиях достаточно широк. Среди них литература, изобразительное искусство, музыка, киноискусство и др. Цель данного исследования – установить, как представлен раздел «культура» в современных СМИ и в чем его специфика на материалах русскоязычных и немецкоязычных интернет-изданий. Выяснить, сохраняется ли культууроформирующая функция или культурный контент скорее нацелен на развлечение. Для этого был проведен анализ интернет-изданий России и Германии с точки зрения организации культурного контента (наличие/отсутствие раздела «Культура»), а также изучение семантической структуры лексем «Развлечение» и “die Unterhaltung”, выявление основных особенностей раздела «Культура» и наличие культууроформирующей функции в интернет-изданиях при использовании в нем альтернативных названий («Развлечения» в российских медиаизданиях / “Unterhaltung” в немецких медиаизданиях).

Ключевые слова: культура, культууроформирующая функция, развлечения, медиа, гедонизм, эвдемонизм

УДК 070.1:316.772.5:008(470.24+430)

Angelina A. Barysheva – Senior Lecturer; Yaroslav the Wise Novgorod State University, Veliky Novgorod, Russian Federation

ORCID: 0000-0001-9904-3147

Received: 15.11.2024. Accepted for publication: 20.12.2024.

The paper deals with the problem of culture-forming function in media. Currently, more and more studies show that culture in media ceases to be a value-oriented tool for the audience. The entertainment function prevails over the culture-forming one, which belittles the significance of culture and cultural journalism in general. The author reflects on the question: is it true that culture in the media has completely transformed into an entertainment segment and has only a hedonistic effect? The topics of media publications of the culture section are diverse and include general cultural issues, famous dates, and cultural events. The range of cultural facts and events in media is quite wide. Among them are literature, fine arts, music, film art, etc. The purpose of this study is to establish how the culture section is presented in modern media and what are its specifics on the materials of Russian- and German-language online platforms and to find out whether the culture-forming function is preserved or the cultural content is rather aimed at entertainment. For this purpose, the author analyzed Russian and German online media in terms of the organization of cultural content (presence/absence of the culture section), as well as studied the semantic structure of the lexemes *Entertainment* and *die Unterhaltung*, identified the main features of the culture section and the presence of a culture-forming function in online materials when alternative titles are used in it (*Entertainment* in Russian media publications / *Unterhaltung* in German media publications).

Keywords: culture, culture-forming function, entertainment, media, hedonism, eudaemonism

OECD: 5.08.EU+5.09.EN

V

Постановка проблемы. «Культура» является центральным понятием многих гуманитарных наук. На сегодняшний день актуальным вопросом стало изучение феномена «культура» в медиапространстве. Роль медиа в вопросах трансляции культурного контента носит противоречивый характер в силу преобладания гедонистического

эффекта над эвдемонистическим. Необходимо понимать, что в современный концепт «культура» входит не только сама по себе сфера ценностей, но и «удовольствие», которое нацелено на «досуг» и «развлечение». Происходящие изменения обусловлены комплексом социокультурных факторов, которые в современных условиях трансформации общества внесли существенные изменения и в средства массовой информации. При этом высказываются мнения о том, что развлекательная функция становится преобладающей, что не может не сказываться на качестве медиаконтента.

В настоящей работе ставится проблема выявить, наблюдается ли снижение качества культурного контента и гипертрофированность развлекательной функции в интернет-изданиях России и Германии. Таким образом, цель данного исследования – установить, как представлен раздел «культура» в современных медиа и в чем его специфика на материалах русскоязычных и немецкоязычных интернет-изданий, иначе говоря, выяснить, сохраняется ли культууроформирующая функция или культурный контент скорее нацелен на развлечение.

История вопроса. В настоящее время «культура» считается многоаспектной категорией, которая имеет свыше 1000 определений [Савинова, 2020, с. 4–9]. Одно из первых определений «Культура» принадлежит Э. Б. Тайлору: «Культура ... слагается в своем целом из знания, верований, искусства, нравственности, законов, обычаев и некоторых других способностей и привычек, усвоенных человеком или членом общества» [Мостова, 1997, с. 17–19].

Теоретические исследования феномена «культура» подробно описаны в трудах по культуурологии, философии, антропологии, семиотике и безусловно в лингвистике (Л. Уайт, Э. Тайлор, В. С. Библер, Ф. Боас, Ю. М. Лотман, Х. Куссе и др.). Рассмотрим некоторые теоретические подходы к понятию культура.

Культуролог Л. Уайт утверждал, что культуру «можно рассматривать как независимую от человека, объективирующуюся в самостоятельную» [Безклубая, Комаров, 2017]. По мнению философа В. С. Библиера, культура — это своего рода познавательная деятельность, которая присуща человеку [Волкова, 2019]. Немецкий ученый Хольгер Куссе в своих исследованиях обращает внимание на влияние сфер коммуникации между языком и культурой [Куссе, 2016, с. 23]. По мнению Х. Куссе, культура не имеет однозначной дефиниции и рассматривается с позиции культуурологических особенностей коммуникации и ценностей.

Теоретические подходы, которые применялись для более глубокого и детального изучения понятия «культура», вызвали интерес у многих современных исследователей. За последние десятилетия проявилась потребность изучить ее с позиции медиа. Взаимодействие между культурным развитием (культурой) и медиа

привело к большому количеству попыток теоретизировать эти знания. В настоящее время существует широкий спектр подходов в этой области.

Так, например теория о медиакультуре С. Дж. Шмидта (S. J. Schmidt), размышления Мануэля Кастельса (Manuel Castells) о последних событиях в сфере медиа. По мнению Райнера Винтера (Rainer Winter), средства массовой информации представляют собой элементы новой, глобальной общей культуры в виде образов, символов, дискурсов и историй, с помощью которых люди формируют свою идентичность и культуру в целом [Winter, 2001, s. 13].

Таким образом, культура все чаще понимается как «медиакультура». Среди прочего существуют разногласия по поводу того, может ли в будущем теория культуры быть реализована как теория медиа. Стоит отметить и тот факт, что все еще остается открытым вопрос о том, следует ли полностью отказаться от традиционных культурных концепций или адаптировать их к новым тенденциям, связанным с развитием медиа.

В рамках нашего исследования нужно выяснить, что именно понимается под культурой в медиа. Многие исследователи рассматривали исходные для медиакультуры понятия «культура» и «медиа». Однако В. А. Славина и Я. В. Солдаткина сформулировали понятие «медиакультура», которое имеет два аспекта: медиакультура как прикладное значение (культура в медиа) и глобальное значение (медиакультура как эстетико-аксиологическая сфера). Они утверждают, что на первый взгляд медиакультура – это культура, транслируемая посредством медиа: театр, кино, музыка, живопись, как в аналоговых, так и в дигитальных формах. С другой стороны, она включает в себя публикации, которые выполняют культуроформирующую функцию [Славина, Солдаткина, 2021].

Методология и методика исследования. Методология настоящего исследования основана на представлении общих и специфических черт структурной организации культурного контента в русских и немецких масс-медиа.

Для достижения цели исследования необходимо решить следующие задачи:

- проанализировать интернет-издания России и Германии с точки зрения организации культурного контента (наличие / отсутствие раздела «Культура»);
- рассмотреть семантическую структуру лексем *развлечение* и *die Unterhaltung*;
- выявить основные особенности раздела «Культура» и установить, сохраняется ли культуроформирующая функция в интернет-изданиях при использовании в нем альтернативных названий («Развлечения» в российских медиаизданиях / „Unterhaltung” в немецких медиаизданиях).

При решении указанных задач использовались следующие методы исследования: сопоставительный анализ (на основе сопоставительно-типологического анализа в целях выявления сходств и различий структурной организации культурного контента интернет-изданий России и Германии), лингвистический анализ (содержательный анализ семантической структуры лексем *развлечение* и *die Unterhaltung*)

Материал исследования сложился следующим образом. Для анализа были отобраны по 8 российских и немецких интернет-изданий различных типов, которые стали релевантными для нашего исследования: *еженедельные общественно-политические издания* («Аргументы и факты», «Новая газета», «Московский

комсомолец»), региональное информационное агентство («Вести Подмосковья»), ежедневные общественно-политические федеральные издания («Коммерсантъ», «Комсомольская правда»), ежедневные общественно-политические региональные издания («Вечерняя Москва», «Московская правда»); еженедельное межрегиональное общественно-политическое интернет-издание („Die Zeit online“), еженедельный информационно-политический журнал („Der Spiegel“), ежедневные межрегиональные („Taz (Tageszeitung)“, „Süddeutsche Zeitung“, „Frankfurter Allgemeine Zeitung“)/ ежедневные региональные („Westdeutsche Allgemeine Zeitung“, „Tagesspiegel“) интернет-издания, новостной портал („T- online“).

В основе анализа интернет-изданий России и Германии лежала структурная организация в них культурного контента, так как тематические приоритеты культурной сферы рассматриваемых медиа отражены в постоянно присутствующих в них рубриках, которые представляют собой сложную структуру хранения информации просветительского характера и способов ее распространения.

Анализ материала. В ходе анализа выяснилось, что 75% русскоязычных интернет-изданий имеют раздел культуры на главной странице сайта. Стоит отметить, что для этих 75% не предусмотрена рубрикация.

Тематические рубрики раздела «Культура» составляют 25% (см. Таблица 1). 87.5% немецкоязычных интернет-изданий имеют раздел «Культура» на главной странице сайта, кроме того, только 12.5% не располагают рубрикацией.

Это говорит о том, что немецкоязычные медиаиздания обращают внимание на содержательно-тематическое направление и конкретизируют его (см. Таблица 2).

Таблица 1. Рубрикация культурного контента в русскоязычных медиа

<i>Интернет-издание</i>	<i>Раздел «Культура»: главная страница («+» «-»)</i>	<i>Раздел «Культура»: варианты названия раздела</i>	<i>Рубрики</i>
1. «Аргументы и Факты»	+	Культура	Рубрикация отсутствует
2. «Вести Подмосковья»	+	Культура	Рубрикация отсутствует
3. «Вечерняя Москва»	+	Развлечения	Рубрикация отсутствует
4. «Коммерсантъ»	+	Культура	Рубрикация отсутствует
5. «Комсомольская правда»	-	Звезды	➤ «Шоубиз» ➤ «Культура» ➤ «Сериалы»
6. «Московская правда»	+	Культура	➤ Рубрикация отсутствует

7. «Московский Комсомолец»	+	Культура	<ul style="list-style-type: none"> ➤ «Кино» ➤ «Книги» ➤ «Музыка» ➤ «Театр» ➤ «Звуковая дорожка» ➤ «Телевидение»
8. «Новая газета»	-	-	Рубрикация отсутствует

Таблица 2. Рубрикация культурного контента в немецкоязычных медиа

Интернет-издание	Раздел «Культура»: главная страница («+» «-»)	Раздел «Культура»: варианты названия раздела	Рубрики
1. „Der Spiegel“	+	Культура	<ul style="list-style-type: none"> ➤ «Кино» („Kino“) ➤ «Музыка» („Musik“) ➤ «Литература» („Literatur“) ➤ «Изобразительное искусство» („Kunst“) ➤ «ТВ» („TV“) ➤ «Классика» („Klassik“) ➤ «Стриминг» („Streaming“) ➤ «Шпигель-Бестселлеры» („SPIEGEL-Bestseller“)
2. „Die Zeit online“	+	Культура	<ul style="list-style-type: none"> ➤ «Кинорецензии» („Serienrezensionen“) ➤ «Рецензии на книги» („Buchrezensionen“) ➤ «Актуальные темы» („Aktuelle Themen“)
3. „Frankfurter Allgemeine Zeitung“	+	„Rhein-Main“ («столичный регион Рейн-Майн»)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ «Культура» („Kultur“)[®] Рубрикация отсутствует
4. „Süddeutsche Zeitung“	+	Культура	<ul style="list-style-type: none"> ➤ «Кино» („Film“) ➤ «Литература» („Literatur“) ➤ «Музыка» („Pop“) ➤ «Изобразительное искусство» („Kunst“) ➤ «Архитектура» („Architektur“) ➤ «Театр» („Theater“) ➤ «Классика» („Klassik“) ➤ «Дебаты» („Debatte“)

5. „T-online“	+	Unterhaltung/ Досуг	<ul style="list-style-type: none"> ➤ «Кино» („Kino“) ➤ «Музыка» („Musik“) ➤ «Звезды шоу-бизнеса» („Stars“) ➤ «Жизнь аристократии и королевских семей» („Royals“) ➤ «ТВ» („TV“)
6. „Tagesspiegel“	+	Культура	<ul style="list-style-type: none"> ➤ «Ежегодный кинофестиваль Берлинале» („Berlinale“) ➤ «Литература» („Literatur“) ➤ «Комиксы» („Comics“) ➤ «Кино» („Kino“) ➤ «Поп-музыка» („Pop“) ➤ «Выставки» („Ausstellungen“) ➤ «Сцена» („Bühne“) ➤ «Классика» („Klassik“)
7. „Taz (Tageszeitung)“	+	Культура	<ul style="list-style-type: none"> ➤ «Книги» („Buch“) ➤ «Кино» („Film“) ➤ «Музыка» („Musik“) ➤ «Интернет-культура» („Netzkultur“) ➤ «Искусство» („Künste“)
8. „Westdeutsche Allgemeine Zeitung“	+	Культура	Рубрикация отсутствует

Однако, проанализировав русскоязычные интернет-издания, нельзя однозначно утверждать, что материал, который они публикуют, не соответствует просветительской функции и не обладает культуроформирующим потенциалом.

Так, например, в интернет-изданиях в разделе «Культура» можно найти публикации, которые направлены на культурное просвещение:

литература: «Траектория невозврата. Как «Бег» Михаила Булгакова показал необратимость эмиграции» [Федянина, 2024],

киноискусство: «В Храме Христа Спасителя прошел премьерный показ фильма «Адмирал Ушаков. Восхождение» [Нестеренко, 2024],

музыкальное искусство: «Сергей Скрипка: Единственный в мире кинооркестр за сто лет принял участие в создании нескольких тысяч фильмов» [Сабадаж, 2024] и др.

При анализе было обращено внимание на раздел под названием «Развлечения» (российское медиаиздание) и „die Unterhaltung“ (немецкое медиаиздание), а именно на лексику их текстов. Возникает вопрос, действительно ли публикации разных тематических групп этого раздела (музыка, кино, живопись и др.) не представляют культурной значимости? Для этого нужно обратиться к русскоязычным и

немецкоязычным толковым словарям и выяснить, какой семантической структурой обладают эти лексемы.

Глагол *unterhalten* происходит из древневерхненемецкого языка и состоит из *unter* (под, ниже) и *halten* (держат, поддерживать). В своем первоначальном значении оно означало удержание или поддержку чего-либо снизу, что со временем превратилось в современные значения *unterstützen* /поддерживать, оказывать помощь или *pflegen*/ухаживать, заботиться¹.

В немецкоязычных словарях („Duden“/«Дуден», „DWDS“/«ДВДС», „Wahrig“/«Варих») в толковании данной леммы первым указывается значение: *auf angenehme Weise geführtes (längeres) Gespräch, Plauderei* / разговор, беседа² [Wahrig-Burfeind, 2018]; *auf angenehme Weise geführtes Gespräch* / разговор в располагающей обстановке³, и только одно из последних его значений – *angenehmer Zeitvertreib, Amusement (durch Gespräch, Scherz, Spiel)* / развлечение. Близкие по смыслу лексические единицы *unterhalten/Unterhaltung*, как выяснилось, могут употребляться в значении *радовать, приятно проводить время, общаться, разговаривать*. Таким образом, в семантической структуре этих слов заложен компонент, направленный на вовлечение или поддержание общения с кем-то различными способами.

В современном русском языке слово *развлечение* производное от слова *развлечь*, которое имеет значение занимая, забавляя чем-либо приятным, веселым, доставить кому-либо удовольствие или послужить для кого-либо предметом удовольствия, веселья [Евгеньева, 1999]. Слово *развлечение* в другом словаре трактуется как: 1) действие по глаголу *развлечь*; 2) забава, потеха, занятие для отдыха от умственного труда или от забот [Фасмер, 2004; Черных, 1994]. Лексема *развлечение* обозначается в некоторых случаях как *занятие, времяпрепровождение, доставляющее удовольствие, развлекающее* [Шведова, 2007]. Отметим, что однокоренное прилагательное *развлекательный* имеет дополнительный смысловой оттенок, *доставляющий только развлечение, без глубокого содержания* [Там же]. Таким образом, содержательный объем слова *развлечение* в качестве обозначения соответствующего раздела в русских и немецких интернет-изданиях нуждается в уточнении.

Так, например в немецких работах по медиапсихологии понятие *die Unterhaltung* понимается как позитивное базовое чувство, возникающее у людей при использовании медиа. Это базовое чувство возникает тогда, когда личные факторы (мотивы, жанровые предпочтения и др.), ситуативные обстоятельства и типы предлагаемых медиа согласуются между собой. В связи с этим выделяют два аспекта, которые связаны с этим термином: первый аспект направлен на удовлетворение гедонистических потребностей через потребление медиа; второй аспект

¹ Unterhalten. DUDEN. URL: <https://www.duden.de/node/191838/revision/1377097> (дата обращения: 21.10.2024).

² Unterhaltung. *Das Digitale Wörterbuch der deutschen Sprache*. URL: <https://www.dwds.de/wb/Unterhaltung> (дата обращения: 26.09.2024).

³ Unterhaltung. DUDEN (Suchtreffer für Unterhaltung). URL: <https://www.duden.de/suchen/dudenonline/UNTERHALTUNG> (дата обращения: 21.10.2024).

удовлетворяет потребности, связанные с самоопределением, смыслом жизни (эвдемонистический эффект)⁴.

Другие немецкие ученые выделяют следующие основные элементы в понятии *Unterhaltung*: *Information/информация*, *Gemeinsamkeit/сообщество*, *Freiheit/свобода*, *Entspannung/расслабление*, *Spaß/удовольствие* и *Spannung/напряжение*. Первая группа (*Information* и *Gemeinsamkeit*) имеет медиаэффект эвдемонистической развлекательной функции. Информация стимулирует размышления, а *Gemeinsamkeit* проявляется в социальном взаимодействии и обмене мнениями об увиденном. Другие элементы этой концепции лежат в сфере гедонистических развлечений: и *Spannung*, и *Entspannung* апеллируют к определенным эмоциональным состояниям. Первый эмоциональный спектр указывает на полную вовлеченность, или переживание чего-то захватывающего и привлекательного, в то время как второй указывает на расслабление, или выход из стресса. *Freiheit* представляет собой спонтанность поведения, а последнее понятие *Spaß* включает в себя аспекты удовольствия, связанные с юмором, остроумием и смехом над забавными вещами.

По мнению отечественных исследователей Л. Р. Дускаевой, Н. С. Цветовой, задача досугового медиапродукта заключается в том, чтобы аудитория «получала удовольствие», а не затрачивала усилия. Однако они выделяют применительно к этому понятие качественной релаксации, что не исключает в медиа просветительской и культуроформирующей функций [Дускаева, Цветова, 2012]. По мнению Е. Л. Вартановой и С. С. Смирнова, российские массмедиа становятся средством развлечения аудитории, что затрудняет реализацию просветительской функции [Вартанова, Смирнов, 2010].

В качестве примера можно выделить:

1) русское медиаиздание «Вечерняя Москва» с разделом «Развлечения», где помещена информация о культурных событиях, прошедших или предстоящих (Новый театр представит новогоднюю версию спектакля «Гример» [Плиткин, 2023], Московские парки подготовили программу ко Дню театра [Плиткин, 2024]), которые не только могут доставить удовольствие, но и призваны удовлетворить эстетические потребности аудитории;

2) немецкое издание „T-Online“, которое имеет рубрики досугового характера, где рассказывается о музыке, кино, жизни аристократии и королевских семьях, звездах шоу-бизнеса (*König Charles III und Königin Camilla müssen Auftritt unterbrechen* / Король Карл III и королева Камилла вынуждены были прервать свое выступление⁵, *Bushidos Frau: Hartes Urteil über Deutschland* / Жена Бушидо: суровый приговор Германии⁶). Большинство медиатекстов в этом издании также выполняют обе функции –

⁴ *Unterhalten*. *Hogrefe. Dorsch – Lexikon der Psychologie*. URL: <https://dorsch.hogrefe.com/stichwort/unterhaltung> (дата обращения: 21.10.2024).

⁵ *König Charles III. und Königin Camilla müssen Auftritt unterbrechen*. *T-Online*. URL: https://www.t-online.de/unterhaltung/royals/id_100449350/koenig-charles-iii-regent-muss-besuch-unterbrechen-sicherheitsrisiko.html (дата обращения: 27.10.2024).

⁶ *Bushidos Frau: Hartes Urteil über Deutschland*. *T-Online*. URL: https://www.t-online.de/unterhaltung/musik/id_100512232/anna-maria-ferchichi-in-dubai-bushidos-frau-schimpft-ueber-deutschland.html (дата обращения: 27.10.2024).

эвдемонистическую и гедонистическую. Тем самым интернет-издание использует свои культурные публикации не только в собственно развлекательных целях.

Нужно обратить внимание и на то, что альтернативный раздел культуры в этих изданиях имеют совершенно разную структуру. Так, например, русскоязычное издание не разграничивает свой раздел на рубрики, а материал подается в информационной ленте. В немецкоязычном издании, напротив, раздел культуры имеет подразделы: «Кино» („Kino“), «Музыка» („Musik“), «Звезды шоу-бизнеса» („Stars“), «Жизнь аристократии и королевских семей» („Royals“), «ТВ» („TV“). Нужно отметить, что для некоторых немецкоязычных интернет-изданий, раздел „Unterhaltung“ не является заменой разделу «Культура», а также располагается на одной полосе.

Выводы. Таким образом, можно сделать вывод, что культурный контент в современном медийном пространстве претерпел значительные изменения. Культурная информация может преподноситься в особом «легком» контексте, удовлетворяя тем самым потребность в информации и потребность в развлечении, или же удовлетворять те же самые потребности, но уже на более высоком интеллектуальном уровне. В связи с этим важную роль получает «активная аудитория» [Батурчик, 2003], которая в процессе восприятия сама решает, что ей кажется интересным и познавательным, и сама извлекает интересующую информацию.

Культурный контент представляет собой сложную структуру хранения информации просветительского характера и способов ее распространения в определенных разделах/рубриках. Как в русских, так и в немецких интернет-изданиях базовым является раздел «Культура», в который входят определенные тематические рубрики.

Во-вторых, анализ показал, что структура предоставления культурного контента имеет в большей степени традиционный характер. В рубриках интернет-изданий освещаются события из области кино, изобразительного искусства, литературы, музыки, которые стали основными источниками фактического материала в рамках данного исследования.

Вместе с тем, наряду с традиционными рубриками, были выделены новые, отражающие современные тенденции медиапространства, в которых популяризируется преимущественно развлекательный контент («Шоубиз», „Stars“).

И в-третьих, содержательный анализ понятия *развлечение* показал, что рубрика «Развлечения» в русскоязычных и “Unterhaltung” в немецкоязычных интернет-изданиях объединяет материалы, выполняющие как гедонистическую, так и эвдемонистическую функции. В этом разделе чаще всего помещен материал разного культурного уровня, а не публикации, рассчитанные только на гедонистический медиаэффект.

Литература

Батурчик, М. В. (2003). Новые акценты в исследовании аудитории: концепция активной аудитории. *Сборник работ 60-й научной конференции студентов и аспирантов Белгосуниверситета: в 3 ч. Ч. 3*. Минск, 181–184.

Безклубая, С. А., Комаров В. П. (2017). Культурология Л. А. Уайта в техническом вузе. *Человеческий капитал*, 10(106), 53–58.

Вартанова, Е. Л., Смирнов, С. С. (2010). СМИ России как индустрия развлечений. *СМИ в меняющейся России: коллективная монография*. Москва: Аспект Пресс, 111–126.

Волкова, А. А. (2019). Философское понимание диалога культур в концепциях М. М. Бахтина и В. С. Библиера: сравнительный анализ. *Logos et Praxis*, 18(4), 108–117.

Дускаева, Л. Р., Цветова, Н. С. (Ред.). (2012). *Журналистика сферы досуга*. Санкт-Петербург: Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций.

Куссе, Х. (2016). *Культуроведческая лингвистика. Введение* (М. Новоселова, пер.). Казань: Изд-во Казанского университета.

Мостова, Л. А. (Ред.). (1997). *Антология исследований культуры: сборник статей. Т. 1: Интерпретации культуры*. Санкт-Петербург: Университетская книга.

Савинова, О. Н. (2020). СМИ и культура: вызовы времени. *Журнал Белорусского государственного университета. Журналистика. Педагогика*, 1, 4–9.

Славина, В. А., Солдаткина, Я. В. (2021). Медиакультура как феномен информационной эпохи. *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия. Литературоведение. Журналистика*, 26(2), 286–293. <https://doi.org/10.22363/2312-9220-2021-26-2-286-293>

Источники

Нестеренко, М. В. (2024, 20 октября). В Храме Христа Спасителя прошел премьерный показ фильма «Адмирал Ушаков. Восхождение». *Вести Подмосковья*. URL: https://vmo24.ru/news/v_hrame_hrista_spasitelya_proshel_premernyy_pokaz_filma_admiral_ushakov_voshozhdenie (дата обращения: 28.10.2024).

Плиткин, В. (2023, 25 декабря). Новый театр представит новогоднюю версию спектакля «Гример». *VM.RU. Вечерняя Москва*. URL: <https://vm.ru/news/1103154-novyj-teatr-predstavit-novogodnyuyu-versiyu-spektaklya-grimer> (дата обращения: 27.10.2024).

Плиткин, В. (2024, 21 марта). Московские парки подготовили программу ко Дню театра. *VM.RU. Вечерняя Москва*. URL: <https://vm.ru/entertainment/1123666-moskovskie-parki-podgotovili-programmu-ko-dnyu-teatra> (дата обращения: 27.10.2024).

Сабадаш, В. (2024, 8 октября). Сергей Скрипка: единственный в мире кинооркестр за сто лет принял участие в создании нескольких тысяч фильмов. *Московская*

References

Baturchik, M. V. (2003). New accents in audience research: the concept of active audience. *Collection of papers of the 60th scientific conference of students and postgraduates of the Belarusian State University: In 3 Parts. Part 3*. Minsk, 181–184. (In Russian).

Bezklubaya, S. A., Komarov, V. P. (2017). Leslie White's culturology in a technical high school. *Human Capital*, 10(106), 53–58. (In Russian).

Duskaeva, L. R., Tsvetova, N. S. (Eds.). (2012). *Entertainment journalism*. St. Petersburg: High School of Journalism and Mass Communication Publ. (In Russian).

Kusse, H. (2016). *Cultural linguistics. Introduction* (M. Novoselova, Trans.). Kazan: Publishing House of Kazan University. (In Russian).

Mostova, L. A. (Ed.). (1997). *An anthology of cultural studies: collection of articles. Vol. 1: Cultural Interpretations*. St. Petersburg: Universitetskaya kniga Publ. (In Russian).

Savinova, O. N. (2020). Media and culture: modern challenges. *Journal of the Belarusian State University. Journalism. Pedagogy*, 1, 4–9. (In Russian).

Slavina, V. A., Soldatkina, Y. V. (2021). Media culture as the information age phenomenon. *RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 26(2), 286–293. <https://doi.org/10.22363/2312-9220-2021-26-2-286-293> (In Russian).

Vartanova, E. L., Smirnov, S. S. (2010). Russian mass media as an entertainment industry. *Mass media in a changing Russia: a collective monograph*. Moscow: Aspect Press Publ., 111–126. (In Russian).

Volkova, A. A. (2019). Philosophical understanding of the dialogue of cultures in the concepts of M. M. Bakhtin and V. S. Bibler: a comparative analysis. *Logos et Praxis*, 18(4), 108–117. (In Russian).

Sources

Plitkin, V. (2023, February 25). The New Theater will present a New Year's version of the play "The Make-up Artist". *VM.RU. Evening Moscow*. URL: <https://vm.ru/news/1103154-novyj-teatr-predstavit-novogodnyuyu-versiyu-spektaklya-grimer> (accessed: 27.10.2024). (In Russian).

Plitkin, V. (2024, March 1). Moscow parks have prepared a program for the Theater Day. *VM.RU. Evening Moscow*. URL: <https://vm.ru/entertainment/1123666-moskovskie-parki-podgotovili-programmu-ko-dnyu-teatra> (accessed: 27.10.2024). (In Russian).

Fedyanina, O. (2024, October 25). Trajectory of no return: how Mikhail Bulgakov's "Run" showed the irreversibility of emigration. *Kommersant*. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/7232823> (accessed: 28.10.2024). (In Russian).

Nesterenko, N. (2024, October 20). The premiere screening of the film "Admiral Ushakov. Climbing". *Vesti Podmoskovye*. URL: <http://surl.li/bqvduv> (accessed: 28.10.2024). (In Russian).

Sabadash, V. (2024, October 8). Sergey Skripka: The only film orchestra in the world has participated in the creation of

правда. URL: <https://mospravda.ru/2024/10/08/747261/> (дата обращения: 28.10.2024).

Федянина, О. (2024, 25 октября). Траектория невозврата: как «Бег» Михаила Булгакова показал необратимость эмиграции. *Коммерсантъ*. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/7232823> (дата обращения: 28.10.2024).

König Charles III. und Königin Camilla müssen Auftritt unterbrechen. *T-Online*. URL: https://www.t-online.de/unterhaltung/royals/id_100449350/koenig-charles-iii-regent-muss-besuch-unterbrechen-sicherheitsrisiko.html (дата обращения: 27.10.2024).

Bushidos Frau: Hartes Urteil über Deutschland. *T-Online*. URL: https://www.t-online.de/unterhaltung/musik/id_100512232/anna-maria-ferchichi-in-dubai-bushidos-frau-schimpft-ueber-deutschland.html (дата обращения: 27.10.2024).

Словари

Евгеньева, А. П. (Ред.). (1999). *Словарь русского языка: в 4 т. Т. 3: П – Р*. Москва: Рус. яз.; Полиграфресурсы.

Шведова, Н. Ю. (Ред.). (2007). *Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов: (82000 слов и фразеологических выражений)*. Москва: Азбуконик.

Фасмер, М. (2004). *Этимологический словарь русского языка: в 4 т. Т. 4: Т – Ящур: около 4500 слов*. Москва: Астрель; АСТ.

Черных, П. Я. (1994). *Историко-этимологический словарь современного русского языка: в 2 т. Т. 2: Панцирь – Ящур*. Москва: Русский язык.

Unterhaltung. *Das Digitale Wörterbuch der deutschen Sprache*. URL: <https://www.dwds.de/wb/Unterhaltung> (дата обращения: 26.09.2024).

Unterhalten. *DUDEN*. URL: <https://www.duden.de/node/191838/revision/1377097> (дата обращения: 21.10.2024).

Unterhaltung. *DUDEN* (Suchtreffer für Unterhaltung). URL: <https://www.duden.de/suchen/dudenonline/UNTERHALTUNG> (дата обращения: 21.10.2024).

Unterhalten. *Hogrefe. Dorsch – Lexikon der Psychologie*. URL: <https://dorsch.hogrefe.com/stichwort/unterhaltung> (дата обращения: 21.10.2024).

Wahrig-Burfeind, R. (2018). *Wörterbuch der deutschen Sprache*. München: Deutscher Taschenbuch Verlag.

Winter, R. (2001). *Die Kunst des Eigensinns: Cultural Studies als Kritik der Macht*. Weilerswist: Velbrück Wissenschaft.

several thousand films in a hundred years. *Moskovskaya Pravda*. URL: <https://mospravda.ru/2024/10/08/747261/> (accessed: 28.10.2024). (In Russian).

König Charles III. und Königin Camilla müssen Auftritt unterbrechen. *T-Online*. URL: https://www.t-online.de/unterhaltung/royals/id_100449350/koenig-charles-iii-regent-muss-besuch-unterbrechen-sicherheitsrisiko.html (accessed: 27.10.2024).

Bushidos Frau: Hartes Urteil über Deutschland. *T-Online*. URL: https://www.t-online.de/unterhaltung/musik/id_100512232/anna-maria-ferchichi-in-dubai-bushidos-frau-schimpft-ueber-deutschland.html (accessed: 27.10.2024).

Dictionaries

Chernykh, P. Ya. (1994). *Historical and etymological dictionary of the modern Russian language: in 2 vols. Vol. 2: Pansir – Yashchur*. Moscow: Russkii yazyk Publ. (In Russian)

Evgenieva, A. P. (Ed.). (1999). *Dictionary of the Russian language: in 4 vols. Vol. 3: P – R*. Moscow: Rus. yaz.; Poligrafresursy Publ. (In Russian).

Fasmer, M. (2004). *Etymological dictionary of the Russian language: in 4 vols. Vol. 4: T – Yashchur: about 4,500 words*. Moscow: Astrel Publ.; AST Publ. (In Russian).

Shvedova, N. Yu. (Ed.). (2007). *Explanatory dictionary of the Russian language with the inclusion of information about the origin of words: (82,000 words and phraseological expressions)*. Moscow: Azbukovnik Publ. (In Russian).

Unterhaltung. *Das Digitale Wörterbuch der deutschen Sprache*. URL: <https://www.dwds.de/wb/Unterhaltung> (дата обращения: 26.09.2024).

Unterhalten. *DUDEN*. URL: <https://www.duden.de/node/191838/revision/1377097> (дата обращения: 21.10.2024).

Unterhaltung. *DUDEN* (Suchtreffer für Unterhaltung). URL: <https://www.duden.de/suchen/dudenonline/UNTERHALTUNG> (дата обращения: 21.10.2024).

Unterhalten. *Hogrefe. Dorsch – Lexikon der Psychologie*. URL: <https://dorsch.hogrefe.com/stichwort/unterhaltung> (дата обращения: 21.10.2024).

Wahrig-Burfeind, R. (2018). *Wörterbuch der deutschen Sprache*. München: Deutscher Taschenbuch Verlag.

Winter, R. (2001). *Die Kunst des Eigensinns: Cultural Studies als Kritik der Macht*. Weilerswist: Velbrück Wissenschaft.

Для цитирования статьи:

Барышева, А. А. (2024). Культура и развлечение в российском и немецком медиадискурсах. *VERBA. Северо-Западный лингвистический журнал*, 4(14), 60–71. DOI: 10.34680/VERBA-2024-4(14)-60-71

For citation:

Barysheva, A. A. (2024). Culture and Entertainment in Russian and German Media Discourses. *VERBA. North-West linguistic journal*, 4(14), 60–71. (In Russian). DOI: 10.34680/VERBA-2024-4(14)-60-71