

Сериальная культура как феномен межкультурной коммуникации: национальная специфика США, Великобритании и России*

Бердникова Мария Дмитриевна, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Северо-Западный институт управления, факультет международных отношений и политических исследований (Санкт-Петербург, Российская Федерация)

студентка 3-го курса бакалавриата;

e-mail: mberdnikova-23-01@ranepa.ru

Жарова Мария Владимировна, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Северо-Западный институт управления, факультет международных отношений и политических исследований (Санкт-Петербург, Российская Федерация)

студентка 3-го курса бакалавриата;

e-mail: mzharova-23@edu.ranepa.ru

Плетнева Анастасия Витальевна, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Северо-Западный институт управления, факультет международных отношений и политических исследований (Санкт-Петербург, Российская Федерация)

студентка 3-го курса бакалавриата;

e-mail: apletneva-23@edu.ranepa.ru

Научный руководитель:

Дельва Анастасия Евгеньевна, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Северо-Западный институт управления; кафедра иностранных языков (Санкт-Петербург, Российская Федерация)

заведующая кафедрой, кандидат культурологии, доцент;

e-mail: delva-ae@ranepa.ru

Аннотация

Введение. В статье рассматривается сериальная культура как феномен современной медиасреды и инструмент межкультурной коммуникации. Цель исследования состоит в выявлении общих и национально-специфических особенностей сериалов США, Великобритании и России.

Методология. Методологическую основу составляет контент-анализ девятнадцати сериалов трех стран, включающий классификацию более 1200 речевых реплик по шести универсальным социально значимым темам: семья и межличностные отношения, социальное неравенство, власть и моральный выбор, процессы взросления и идентичности, историческая память, травма и стратегии ее преодоления.

Результаты исследования. Результаты анализа показывают, что независимо от культурных различий сериальная продукция опирается на единый тематический каркас, но национальные медиаформаты по-разному интерпретируют эти универсальные темы, отражая особенности культурных кодов своих стран. Международная дистрибуция сериалов обеспечивает циркуляцию этих моделей и их восприятие в других

* Статья написана на основе доклада на XXIV Международной научно-практической конференции «Менеджмент XXI века: интеграция в экономике, образовании и науке» (РГПУ им. А. И. Герцена, Санкт-Петербург, 2025).

культурах, что подтверждает роль сериалов как значимого механизма межкультурной коммуникации.

Выводы. Полученные выводы демонстрируют потенциал сериальной культуры в передаче ценностей и формировании взаимопонимания в глобальном медиапространстве.

Ключевые слова: сериальная культура, межкультурная коммуникация, культурная идентичность, глобализация медиапространства, национальные культурные коды, цифровая медиасреда, стриминговые платформы, культурный диалог, медийное влияние, социальные и культурные ценности.

Serial Culture as a Phenomenon of Intercultural Communication: General and National Characteristics**

Maria D. Berdnikova, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, North-Western Institute of Management, Faculty of International Relations and Political Studies (St. Petersburg, Russian Federation)

BA student;

e-mail: mberdnikova-23-01@ranepa.ru

Maria V. Zharova, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, North-Western Institute of Management, Faculty of International Relations and Political Studies (St. Petersburg, Russian Federation)

BA student;

e-mail: mzharova-23@edu.ranepa.ru

Anastasia V. Pletneva, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, North-Western Institute of Management, Faculty of International Relations and Political Studies (St. Petersburg, Russian Federation)

BA student;

e-mail: apletneva-23@edu.ranepa.ru

Academic Supervisor:

Anastasia E. Delva, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, North-Western Institute of Management, Faculty of International Relations and Political Studies, Department of Foreign Languages (St. Petersburg, Russian Federation)

Head of the Department, PhD in Cultural Studies, Associate Professor;

e-mail: delva-ae@ranepa.ru

Abstract

Introduction. This article examines serial culture as a phenomenon of the contemporary media environment and a tool for intercultural communication. The aim of the study is to identify the nationally specific characteristics of serials from the United States, Great Britain, and Russia.

Methods. The methodological basis is a content analysis of nineteen serials from three countries, including a classification of over 1200 speech cues across six universal socially significant themes: family and interpersonal relationships, social inequality, power and moral choice, maturation and identity, historical memory, and trauma and coping strategies.

Results. The results of the analysis demonstrate that, regardless of cultural differences, serial production relies on a common thematic framework, but national media formats

** The article is based on a presentation at the XXIV International Scientific and Practical Conference "Management of the XXI Century: Integration in Economics, Education, and Science" (Herzen University, Saint Petersburg, 2025).

interpret these universal themes differently, reflecting the specific cultural codes of their countries.

Discussion. The international distribution of serials ensures the circulation of these models and their reception in other cultures, confirming the role of serials as a significant mechanism for intercultural communication. The findings demonstrate the potential of serial culture to convey values and foster mutual understanding in the global media space.

Keywords: serial culture, intercultural communication, cultural identity, globalization of the media space, national cultural codes, digital media environment, streaming platforms, cultural dialogue, media influence, social and cultural values.

ВВЕДЕНИЕ

В XXI веке сериальная культура стала неотъемлемой частью глобального медиапространства. Сериалы формируют культурные коды, отражают социальные и политические процессы, а также становятся инструментом межкультурной коммуникации. Их популярность связана с цифровизацией, развитием стриминговых сервисов и изменением зрительских практик.

Целью представленного исследования является выявление и сравнение культурных, ценностных и языковых особенностей медиасериалов США, Великобритании и России, а также определение их роли в репрезентации национальной идентичности и выполнении функции медиатора межкультурной коммуникации в условиях цифровой глобализации.

Сериальная культура — это особая форма медиакультуры, основанная на регулярном и длительном просмотре многосерийных историй. В отличие от кинопросмотров, где зритель взаимодействует с единичным фильмом, сериалы создают продолжительное повествование, позволяя глубже раскрывать персонажей, их ценности и культурный контекст. Важной частью современного медиарынка является то, что сериалы одной страны активно закупаются и распространяются в других странах. Благодаря этому зрители на протяжении месяцев и даже лет знакомятся с языком, поведением, традициями и повседневной жизнью других народов. Именно длительность и повторяемость контакта с культурным содержанием делает сериалы эффективным инструментом межкультурной коммуникации: они постепенно и ненавязчиво формируют понимание чужой культуры, создают визуальные и эмоциональные точки соприкосновения и способствуют развитию культурного диалога между странами.

Теоретическую основу исследования составили концепции медиаконвергенции (Г. Дженкинс¹), культурного кода (Р. Барт), межкультурной коммуникации (Э. Холл², Г. Хофстеде), коммуникативного действия (Ю. Хабермас³). Использование этих подходов позволило рассматривать сериалы как средство культурной репрезентации, трансляции идентичности и символической медиакommunikation. В рамках исследования использовались идеи о том, что медиаконтент может свободно распространяться между культурами (Г. Дженкинс), отражать культурные символы и смыслы (Р. Барт), передавать ценности и модели поведения разных народов (Э. Холл, Г. Хофстеде), а также служить средством общения и взаимопонимания между людьми (Ю. Хабермас) [8, с. 83].

¹ Дженкинс Г. Конвергентная культура. Столкновение старых и новых медиа: <https://flibusta.su/book/116851-konvergentnaya-kultura-stolknovenie-staryih-i-novyih-media/read/> (дата обращения: 18.10.2025).

² Hall E. The Silent Language. 1959: https://monoskop.org/images/5/57/Hall_Edward_T_The_Silent_Language.pdf?utm_source=chatgpt.com (дата обращения: 20.10.2025).

³ Habermas J. The theory of communicative action (Vol. 1 & 2). Beacon Press., 1984. (Оригинальное немецкое издание: Habermas, J. (1981). Theorie des kommunikativen Handelns. Suhrkamp) (дата обращения: 20.10.2025).

Стоит отметить, что американские и британские сериалы занимают лидирующие позиции в мировом прокате и распространяются практически во всех странах, что объясняется их высокой производственной ценностью и ориентацией на массовую аудиторию [6, с. 123; 10, с. 105]. Влияние данных продуктов прослеживается и на локальных медиарынках: национальные студии заимствуют жанровые и визуальные модели, адаптируя их к собственным культурным контекстам. Но сегодня активно развиваются и российские сериалы, которые становятся интересны и зарубежным зрителям [5, с. 99].

В условиях растущего влияния телевидения как ключевого средства массовой коммуникации усиливается его роль в сохранении исторической памяти и формировании общественного сознания, что способствует устойчивому интересу к сериалам, отражающим значимые культурные и социальные процессы [9, с. 309].

За последние годы заметно усилилось влияние онлайн-платформ, которые фактически вытеснили традиционное телевидение с позиции ведущего канала распространения сериалов. Сервисы Netflix, Amazon Prime Video, IVI, Okko и другие превратились в ключевых посредников между медиапродуктом и аудиторией, задавая новые стандарты потребления контента. Переход зрителей на цифровые площадки изменил не только способы дистрибуции сериалов, но и культуру их восприятия: возможность самостоятельно определять время и формат просмотра усилила индивидуализацию медиапрактик [2, с. 56].

Анализ современных научных подходов к медиакультуре и межкультурной коммуникации позволил рассматривать сериал не только как форму массового развлечения, но и как носитель культурных кодов, ценностных моделей и инструмент символической репрезентации общества [3, с. 12; 7, с. 73; 4, с. 12]. На основе этих теоретических положений были выделены параметры анализа, включающие изучение языковых конструкций, символических образов и способов репрезентации национальной идентичности.

Научная новизна исследования заключается в том, что сопоставительный контент-анализ сериалов США, Великобритании и России позволил выявить конкретные речевые модели, культурные коды и тематические доминанты, демонстрирующие особенности интерпретации универсальных социальных тем в национальных медиатрадициях и механизмы их функционирования в межкультурной коммуникации.

МЕТОДЫ

Методологическую основу исследования составили контент-анализ медиатекстов, позволивший выявить характерные речевые модели, символические культурные коды и тематические доминанты, и сравнительный анализ, направленный на установление сходств и различий в репрезентации национальной идентичности и культурных ценностей в сериалах США, Великобритании и России.

В выборку были включены девятнадцать сериалов США (7), Великобритании (6) и России (6). Отбор медиатекстов осуществлялся по четырем критериям: 1) популярность и высокие рейтинги на IMDb/«Кинопоиске», что обеспечивает включение социально значимых и широко обсуждаемых проектов; 2) международная дистрибуция, позволяющая анализировать медиапродукты, реально участвующие в межкультурной коммуникации; 3) жанровая репрезентативность, предполагающая охват ключевых и наиболее распространенных жанров (комедия, драма, историческая драма, криминальная драма, фантастика), что предотвращает смещение результатов в сторону какой-либо одной повествовательной модели; 4) содержательная релевантность исследовательской задаче, понимаемая как наличие в сериале сюжетных и речевых элементов, позволяющих анализировать универсальные социальные темы (семья, идентичность, моральный выбор, историческая память и др.). Оценка того, каким образом сериалы отражают национальную культуру,

не задавалась заранее и рассматривалась только как результат проведенного контент-анализа.

Для анализа было выбрано по десять эпизодов каждого сериала (при наличии многосезонности — равномерно из разных сезонов). Единицей анализа являлась речевая реплика персонажа. Всего было проанализировано 190 эпизодов и около 1200 реплик. Каждая реплика кодировалась по шести категориям универсальных социальных тем: 1) семья и отношения, 2) социальное неравенство, 3) власть и моральный выбор, 4) взросление и идентичность, 5) историческая память, 6) травма и преодоление.

Подсчет частот осуществлялся по количеству реплик, относящихся к каждой категории в пределах выборки каждой страны. Это позволило количественно подтвердить различия в национальных моделях повествования.

Количественные показатели (доля сленга, формальных выражений, бытовой речи и т. д.) получены на основе сравнения 1200 реплик. Доли вычислялись как отношение количества реплик, относящихся к определенной категории, к общему числу реплик внутри выборки каждой страны. Такой подход обеспечивает репрезентативность и прозрачность кодирования.

Проведенное исследование имеет ряд ограничений, которые необходимо учитывать при интерпретации результатов. Во-первых, несмотря на расширенную выборку, она не охватывает всё разнообразие сериальной продукции США, Великобритании и России. Во-вторых, анализ основан на выборке эпизодов, а не всего сериального корпуса, что может ограничивать полноту отражения речевых стратегий. В-третьих, субъективность кодирования реплик частично смягчается системой категорий, но полностью не исключается. Указанные ограничения определяют направления дальнейших исследований.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Для того чтобы определить, какие элементы языка и культуры наиболее часто встречаются в сериалах США, Великобритании и России, был проведен контент-анализ, для которого сформировали выборку из девятнадцати сериалов на основе их популярности и международной дистрибуции (таблица № 1). В исследование включены проекты с устойчиво высокими рейтингами на IMDb и «Кинопоиске», регулярно экспортируемые на международные платформы (Netflix, Amazon Prime, BBC iPlayer, Start), а также сериалы, отражающие ключевые культурные коды стран-производителей. Такой подход позволил охватить как глобально известные медиапродукты, так и значимые внутри национальных медиарынков проекты, что обеспечивает широкую культурную репрезентативность и корректность анализа межкультурных различий.

Таблица 1

Характеристики сериалов, включенных в контент-анализ
(составлено авторами)

Сериал	IMDb/КР	Международная дистрибуция	Жанр	Социально значимые темы
США				
Friends / «Друзья»	8.9	Netflix, HBO, Max	Комедия	Семья и отношения; взросление; идентичность
Breaking Bad / «Во все тяжкие»	9.5	Netflix	Драма, криминал	Моральный выбор; социальное неравенство; кризис и преодоление

Окончание табл. 1

Сериал	IMDb/КР	Международная дистрибуция	Жанр	Социально значимые темы
The Big Bang Theory / «Теория большого взрыва»	8.2	Netflix	Комедия	Взросление и самоидентификация; социальное неравенство; межличностные отношения
Stranger Things / «Очень странные дела»	8.7	Netflix	Фэнтези, драма, триллер	Семья; взросление; историческая память; травма
Brooklyn Nine-Nine / «Бруклин 9–9»	8.4	Netflix	Комедия	Справедливость; социальное неравенство; взаимоотношения в коллективе
Euphoria / «Эйфория»	8.4	НВО, международные права	Драма	Идентичность; взросление; травма и преодоление
House of Cards / «Карточный домик»	8.7	Netflix	Политический триллер, драма	Власть и ответственность; социальное неравенство; моральный выбор
Великобритания				
Sherlock / «Шерлок»	9.1	BBC, Netflix	Детектив, криминальная драма	Моральный выбор; межличностные отношения; кризис и преодоление
Downton Abbey / «Аббатство Даунтон»	8.7	ITV, Amazon Prime	Историческая драма	Семья; социальное неравенство; историческая память
Peaky Blinders / «Острые козырьки»	8.8	Netflix	Историческая криминальная драма	Травма; классовые различия; власть и ответственность
Doctor Who / «Доктор Кто»	8.6	BBC Worldwide	Фантастика, приключения	Моральный выбор; идентичность; историческая память
Fleabag / «Дрянь»	8.7	Amazon	Драмеди	Самоидентификация; семья; травма и преодоление
The Crown / «Корона»	8.6	Netflix	Биографическая историческая драма	Власть и ответственность; историческая память; социальное неравенство
Россия				
Зулейха открывает глаза / Zuleikha Opens Her Eyes	КР 8.0	Продана в СНГ и Европу	Историческая драма	Историческая память; социальное неравенство; травма и преодоление
Мажор / Silver Spoon	КР 8.0	Netflix, Азия, Европа	Криминальная драма	Моральный выбор; социальное неравенство; власть и ответственность
Кухня / The Kitchen	КР 8.2	Продана в 20 стран, включена в каталоги	Комедия	Отношения в коллективе; взросление; идентичность
Универ / Univer	КР 7.4	Показ в СНГ	Комедия	Взросление; межличностные отношения; идентичность
Папины дочки / Daddy's Daughters	КР 6.7	Международный ремейк (Германия)	Семейная комедия	Семья; гендерные роли; взросление
Бедная Настя / Poor Nastya	КР 7.1	Продана в 34 страны	Историческая мелодрама	Историческая память; социальное неравенство; моральный выбор

• IMDb — международный рейтинг, КР — «Кинопоиск».

Проведенный контент-анализ позволил выявить общие тенденции в развитии современной сериальной индустрии и установить устойчивые национальные различия в языковых моделях, культурных кодах и коммуникативных стратегиях.

Так, американские сериалы, ставшие лидерами международного медиарынка, демонстрируют высокий уровень использования сленга, эмоциональных реакций и экспрессивных формул. Их доля составляет, соответственно, 34 %, 27 % и 13 % от общего количества

реплик, зафиксированных в исследованных эпизодах. Фразы типа “How you doin’?”, многократно встречающиеся в *Friends*, “Seriously?” из *Stranger Things* или мотивационные выражения вроде “You got this” из *Euphoria* отражают ценностный ориентир на индивидуализм, прямоту и эмоциональную открытость. Эти особенности делают американский контент особенно «переводимым» в межкультурной среде, поскольку подобные выражения легко распознаются зрителями разных стран и способствуют формированию глобального поп-культурного пространства.

Британские сериалы, напротив, характеризуются более сдержанной, формальной и ироничной манерой коммуникации. Анализ показал, что 22 % реплик имеют структуру формальных или полужформальных обращений (“If I may...”, “My apologies”), а 18 % связаны с использованием иронии или сарказма. Частотность употребления идиом, несущих культурную маркировку (“Bloody hell” в *Doctor Who*, “Right then” в *The Crown*), составляет 15 %. Регулярные обращения, подчеркивающие социальный статус (“sir”, “madam”, “my lord”), фиксируются в 11 % реплик. Всё это демонстрирует приверженность британской медиакультуры традиции, социальному порядку и культурной рефлексии, благодаря чему британские сериалы формируют особую коммуникативную модель, отличающуюся интеллектуальной иронией и подчеркнутой дистанцией.

Российские сериалы, включенные в анализ, показывают иную группу языковых и культурных особенностей. В них преобладают бытовые разговорные выражения (29 %), эмоционально окрашенные реактивные фразы (25 %) и коллективистские формулы («Семья — главное», «Все мы люди»), которые составляют 16 % реплик. Кроме того, 12 % высказываний связаны с морально-нравственными оценками, встречающимися в ключевых эпизодах сериалов «Мажор», «Папины дочки» и «Зулейха открывает глаза». Эти особенности отражают внимание российской медиакультуры к темам семьи, социальной поддержки, справедливости и эмоциональной выразительности, что делает российские сериалы носителями ценностей, понятных и узнаваемых для многих зрительских культур.

Анализ показал, что каждая страна создает свои собственные культурные смыслы в сериалах. Они передаются через речь персонажей, тип общения и характер взаимодействия. В условиях глобального медиапространства это особенно важно, потому что сериалы легко переходят из одной страны в другую и становятся частью опыта зрителей по всему миру. Долгое наблюдение за героями, их привычками и моделями общения помогает зрителю лучше понять другую культуру. Благодаря этому сериалы становятся средством межкультурной коммуникации: они не только показывают национальные особенности, но и создают пространство для диалога и сравнения ценностей.

Языковые особенности, устойчивые выражения и способы общения в сериалах отражают культурные нормы каждой страны. Чтобы лучше увидеть эти различия и установить общие тенденции, данные контент-анализа были систематизированы. Это позволило выделить основные параметры, которые показывают специфику национальных медиатрадиций (см. таблицу № 2).

Таблица 2

**Сравнительная таблица результатов контент-анализа
(составлено авторами)**

Параметр	США	Великобритания	Россия
Основной стиль речи	Прямой, эмоциональный, сленговый	Ироничный, литературный, формальный	Разговорный, бытовой, эмоциональный

Окончание табл. 2

Параметр	США	Великобритания	Россия
Передаваемые культурные ценности	Индивидуализм, свобода, самореализация	Традиции, статус, самоирония	Семья, справедливость, коллективизм
Типичные лингвистические особенности	Неологизмы, мемы, идиомы, жаргон	Ирония, недосказанность, формальные конструкции	Просторечие, эмоциональная экспрессия, разговорные клише
Социальный контекст	Поп-культура, успех, конкуренция	Социальный статус, традиции, наследие	Семейные отношения, социальные роли, история

ОБСУЖДЕНИЕ

Проведенный анализ продемонстрировал, что экранные нарративы представляют собой значимый медиальный феномен, способный не только отражать ценности общества, но и активно влиять на процессы межкультурной коммуникации. Контент-анализ телесериалов США, Великобритании и России позволил выявить как общие тенденции, связанные с глобализацией медиапространства, так и устойчивые национальные особенности, проявляющиеся в языке, культурных кодах и сюжетных моделях.

Различия в медиакодах не разделяют культуры, а наоборот — помогают им взаимодействовать. Благодаря этому сериалы становятся своеобразным посредником, через который зритель может увидеть чужую культуру, опираясь на знакомые и понятные всем человеческие темы. Эмоции, символы и устойчивые образы создают общий язык, который воспринимается независимо от страны происхождения, что позволяет рассматривать сериалы как пространство культурного обмена и взаимного понимания.

Анализ показал, что американские сериалы чаще строятся вокруг идей личной свободы, самостоятельности и открытого выражения чувств. Это отражается в активном использовании сленга, новых слов и прямых, эмоционально насыщенных реплик. Британские сериалы, напротив, опираются на иронию, культурные традиции и более сдержанный стиль общения: здесь заметны литературная речь, подтекст и формальная структура диалогов. Российские проекты выделяются эмоциональностью, бытовыми интонациями и вниманием к межличностным связям, что подчеркивает коллективистские установки, моральные ориентации и важность семьи.

Полученные различия подтверждают, что сериалы действительно выполняют роль культурных посредников, помогая зрителям познакомиться с ментальностью, ценностями и жизненными установками других обществ. В условиях цифровой среды, где сериалы свободно распространяются на международных платформах, они превращаются в средство межкультурной коммуникации и формируют общее культурное пространство, объединяющее элементы разных национальных традиций.

Таким образом, на основе проведенного исследования можно сказать, что сериалы входят в ценностную систему общества не только как развлечение, но и как источник символических образов (семья, справедливость, история), которые формируют представления зрителей о социальной реальности.

Проведенный анализ языковых, культурных и ценностных особенностей сериалов США, Великобритании и России позволил уточнить ключевые направления влияния сериальной продукции на общество — не в теоретическом, а в практико-аналитическом измерении.

Во-первых, анализ показал, что сериалы действительно отражают и интерпретируют социальную действительность, но делают это по-разному. Американские сериалы

акцентируют личный выбор, власть и конкуренцию; британские — социальную иерархию, историческую память и культурную традицию; российские — коллективность и справедливость.

Во-вторых, выявлена роль сериалов как источника культурных выражений и мемов. Фразы из американских сериалов чаще становятся универсальными (“How you doin’?”; “You do you”), британские — маркируют культурную иронию (“Elementary...”, “Bloody hell”), а российские — отражают бытовую эмоциональность («Все мы люди»; «Ну вот и поругались»). Это подтверждает воздействие сериальной культуры на языковую среду и повседневную коммуникацию.

Полученные результаты, а также данные о международной доступности американских, британских и российских сериалов на платформах Netflix, Amazon и отечественных онлайн-сервисах позволяют говорить о том, что сериалы обладают заметным потенциалом для межкультурной коммуникации. Их активное распространение и стабильный зрительский интерес создают условия, при которых культурные модели, заложенные в сериалах, становятся доступными аудитории других стран. Хотя исследование изначально не ставило целью анализировать механизмы адаптации и «переводимости» контента, сопоставление универсальных тем и национальных особенностей показало, что сериалы могут выполнять не только развлекательную функцию, но и служить каналом передачи культурных смыслов. Эти выводы носят предварительный характер и требуют дальнейшего подтверждения в более широких эмпирических работах.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Исследование подтвердило, что сериальная культура представляет собой значимый медиакоммуникативный феномен, объединяющий универсальные социальные темы и национальные культурные особенности. Контент-анализ девятнадцати сериалов США, Великобритании и России показал, что все три медиатрадиции обращаются к одному кругу социально значимых проблем — семье, социальной стратификации, власти и нравственному выбору, поиску идентичности, исторической памяти и переживанию кризисных ситуаций. При этом каждая страна формирует собственные модели репрезентации этих тем, что отражает специфику ее культурного кода. Международная дистрибуция сериалов обеспечивает их активное участие в межкультурной коммуникации, позволяя зрителям разных стран осваивать культурные модели друг друга.

Практическая значимость исследования состоит в возможности использования его результатов в гуманитарных дисциплинах, таких как культурология, медиаобразование и межкультурная коммуникация. Перспективы дальнейших исследований связаны с углубленным анализом цифровых форм медиаповедения, влияния трансмедийности и фан-культуры на восприятие сериалов, а также расширением выборки контента для сравнения культурных моделей.

Результаты этого исследования были представлены на XXIV Международной научно-практической конференции «Менеджмент XXI века: интеграция в экономике, образовании и науке» (20–21 ноября 2025 года, РГПУ им. А. И. Герцена, Санкт-Петербург).

Литература:

1. *Расторгуев С. В.* Российские сериалы как механизмы формирования и подкрепления ценностей молодежи / С. В. Расторгуев, М. А. Давыдова // Политическая наука. 2024. № 4. С. 98–120.

2. *Борецкий Р. А.* Лекции по истории телевидения, прочитанные на факультете журналистики МГУ в феврале–мае 2010 г. М.: Икар, 2011. 176 с.
3. *Вартанова Е. Л.* К вопросу о последствиях цифровой трансформации медиасреды // *Меди@льманах*. 2022. № 2 (109). С. 8–14.
4. *Волохова Н. В.* Телевизионный сериал как феномен экранной культуры / Н. В. Волохова, А. В. Постников // *Известия Юго-Западного государственного университета*. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2021. Т. 11, № 5. С. 243–250.
5. *Гегелова Н. С.* Культурная миссия российского телевидения // *Вестник РУДН*. Серия: Литературоведение, журналистика. 2010. № 2. С. 97–103.
6. *Дженкинс Г.* Культура конвергенции: где сталкиваются старые и новые медиа. Нью-Йорк: Издательство Нью-Йоркского университета, 2006. 308 с.
7. *Кичерова М. Н.* Роль сериалов в жизни молодежи / М. Н. Кичерова, А. А. Бородкина // *Вестник Тюменского государственного университета*. Социально-экономические и правовые исследования. 2023. Т. 9, № 3. С. 68–88.
8. *Шумов М. В.* Сериал как важный аудиовизуальный медиум XXI века // *Культура и искусство*. 2025. № 3. С. 75–87.
9. *Устинова В. В.* Развитие телевидения в России и в мире как средства массовой информации / В. В. Устинова, Р. Ш. Камалова // В мире научных открытий: материалы V Международной студенческой научной конференции, Ульяновск, 20–21 мая 2021 года. Ульяновск: Ульяновский государственный аграрный университет им. П. А. Столыпина, 2021. Т. IV, ч. 1. С. 308–311.
10. *Четина Е. М.* Фандомы и фанфики: креативные практики на виртуальных платформах / Е. М. Четина, Е. А. Ключикова // *Вестник Пермского университета*. Российская и зарубежная филология. 2015. № 3 (31). С. 95–104.

References:

1. Rastorguev, S. V., Davydova, M. A. (2024) Russian TV series as mechanisms for forming and reinforcing youth values // *Political science*. No. 4. Pp. 98–120.
2. Boretsky, R. A. (2011) Lectures on the history of television, delivered at the Faculty of Journalism of Moscow State University in February–May 2010. Moscow: *Ikar*. 176 p.
3. Vartanova, E. L. (2022) On the consequences of the digital transformation of the media environment // *Medi@lmanakh*. No. 2 (109). Pp. 8–14.
4. Volohova, N. V., Postnikov, A. V. (2021) Television Series as a Phenomenon of Screen Culture // *Bulletin of the South-West State University*. Series: Economics. Sociology. Management. Vol. 11, No. 5. Pp. 243–250.
5. Gegelova, N. S. (2010) The Cultural Mission of Russian Television // *Bulletin of RUDN University*. Series: Literary Studies, Journalism. No. 2. Pp. 97–103.
6. Jenkins, H. (2006) Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. *New York University Press*. 308 p.
7. Kicherova, M. N., Borodkina, A. A. (2023) The role of TV series in the lives of young people // *Bulletin of the Tyumen State University*. Social, economic and legal studies. Vol. 9, No. 3. Pp. 68–88.
8. Shumov, M. V. (2025) TV-series as an important audiovisual medium of the XXI century // *Culture and Art*. No. 3. Pp. 75–87.
9. Ustinova, V. V., Kamalova, R. Sh. (2021) Development of television in Russia and in the world as a mass media // In the world of scientific discoveries: materials of the V International student scientific conference, Ulyanovsk, May 20–21, 2021. *Ulyanovsk State Agrarian University named after P. A. Stolypin*. Vol. IV, Part 1. Pp. 308–311.

10. Chetina, E. M., Klyuykova, E. A. (2015) Fandoms and Fanfiction: Creative Practices on Virtual Platforms // *Bulletin of Perm University. Russian and Foreign Philology*. No. 3 (31). Pp. 95–104.

Для цитирования / For citation:

Бердникова М. Д., Жарова М. В., Плетнева А. В. Сериальная культура как феномен межкультурной коммуникации: национальная специфика США, Великобритании и России // Новизна. Эксперимент. Традиции (Н.Экс.Т). – 2025. – Т. 11. – № 4 (32). – С. 70–80.