

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра романо-германской филологии  
и переводоведения

**Социокультурные и лингвистические особенности культурных  
реалий в американском ситкоме «*The Middle*»**

АВТОРЕФЕРАТ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ БАКАЛАВРА

студента 4 курса 421 группы  
направления 45.03.01 «Филология»  
профиля «Зарубежная филология»  
(Английский и немецкий / французский языки;  
Немецкий и английский языки)  
Института филологии и журналистики

Шелковой Виктории Сергеевны

Научный руководитель  
к.ф.н., доцент

\_\_\_\_\_

Дубровская О.Н.

Зав. кафедрой  
к.ф.н., доцент

\_\_\_\_\_

Харламова Т.В.

Саратов 2026

**Введение.** Данная работа посвящена исследованию культурных реалий американской действительности в телевизионном ситкоме «*The Middle*».

Актуальность темы исследования определяется большим интересом современных исследователей к функционированию культурных реалий в разных типах кинотекстов, а также к их роли в передаче национально–культурных особенностей жизни общества в определенный исторический период.

Новизна данного исследования заключается в выборе источника материала исследования: впервые культурные реалии анализируются на материале популярного американского ситкома «*The Middle*». В процессе исследования создается собственная классификация культурных реалий.

Объект исследования – культурные реалии в кинотексте.

Предметом исследования являются культурные реалии в американском ситкоме «*The Middle*».

Цель исследования – выявить социокультурные и лингвистические особенности культурных реалий в американском ситкоме «*The Middle*».

Для достижения данной цели, требуется решение следующих задач:

1. Выявить культурные реалии в тексте ситкома «*The Middle*».
2. Классифицировать реалии.
3. Выявить функции рассматриваемых реалий в тексте ситкома.
4. Выявить социокультурные и лингвистические особенности культурных реалий в ситкоме.

Материал исследования: культурные реалии в американском ситкоме «*The Middle*» (2009–2018 гг.).

Объем материала: 12 серий американского ситкома «*The Middle*», 1, 5, 3, 7 и 8 сезонов. Одна серия – в среднем 22 мин. видеозаписи. Общий объем видеозаписи 264 минуты. Количество анализируемых культурных реалий – 73.

Источники материала: платформа для просмотра: вебсайт «*Engvideo.net*».

Методы исследования. В работе используются компонентный анализ, дефиниционный анализ, контекстуальный анализ, лингвостилистический анализ, классификация реалий, лингвокультурное описание.

Практическая значимость работы заключается в возможности использования результатов исследования в дальнейших исследованиях в области лингвокультурологии, в вузовских курсах стилистики английского языка, межкультурной коммуникации, на практических занятиях по английскому языку как иностранному, в лексикографической практике.

Структура работы. Работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка использованных источников.

**Основное содержание работы.** В главе 1 «Культурные реалии как объект лингвистического изучения» рассматриваются понятия «реалия», «прецедентный феномен», «текст», «кинотекст», «интертекстуальность», а также представлены классификации нескольких ученых–лингвистов в области лингвокультурологии: В. С. Виноградова [1], С. И. Влахова и С. П. Флорина [2], классификация реалий–американизмов Г. Д. Томахина [3].

Реалии – это предметы материальной и нематериальной культуры, включая особенности государственного устройства той или иной страны и её истории. В лингвистике и переводоведении под реалиями понимают слова и выражения, обозначающие материальный объект либо явление, которое характерно для определённой культуры или эпохи, а также устойчивые обороты, содержащие такие слова.

Исследователи классифицируют реалии по разным основаниям. В частности, одна из самых распространённых классификаций реалий, введённая С.И. Влаховым и С.П. Флориным [2], включает предметное деление (географические, этнографические и общественно–политические реалии), местное деление (реалии своего народа, чужой культуры и присущие нескольким культурам), временное деление (исторические и современные реалии) и переводческое деление (реалии, имеющие соответствия в языке перевода, безэквивалентная лексика и контекстуально переданные реалии).

Классификация В.С. Виноградова [1] охватывает особые исторические факты, особенности государственного устройства нации, географической среды, этнографические и фольклорные понятия, а также характерные предметы материальной культуры прошлого и настоящего. Реалии носят преимущественно национальный характер и относятся к «безэквивалентной лексике».

Классификация Г.Д. Томашина [3] базируется на американском материале и, соответственно, отражает реалии американской действительности. Лингвист считает, что собственное имя всегда является носителем страноведческой и культурной информации, поэтому он выделяет из общего пласта ономастические реалии, которые, в отличие от обычных имён собственных, всегда национально окрашены.

Прецедентные имена – это широко известные имена собственные, которые используются в тексте не столько для обозначения конкретного человека (ситуации, города, организации и т.д.), сколько в качестве культурного знака, символа определённых особенностей культуры и ситуаций. Прецедентные феномены как объект научного исследования классифицируются по видам, источникам и уровням прецедентности.

И реалии, и прецедентные феномены связаны с жизнью и культурой народа. Все классы прецедентных феноменов можно отнести к культурным реалиям, поскольку они являются носителями культурно значимой информации. Различие реалий и прецедентных феноменов исследователи видят в том, что прецедентные феномены обладают ценностной, эмоциональной значимостью даже вне контекста, тогда как реалии выделяются именно в контексте, часто в художественном тексте, и выполняют ряд функций в рамках данного текста.

Текст – высшая коммуникативная единица, структурно и смыслово организованное языковое целое, обладающее завершённостью, связностью и коммуникативной направленностью. Кинотекст же как особый вид текста представляет собой сложное мультимодальное единство, сочетающее

вербальные и невербальные компоненты и содержащее интертекстуальные связи. В отличие от кинодискурса, который включает также экстралингвистические факторы (условия создания и восприятия фильма, фоновые знания зрителей), кинотекст рассматривается как статический завершённый вербально–визуальный продукт.

Интертекстуальность – это диалогические или полилогические отношения между текстами. В кинотексте интертекстуальность проявляется через экранизации, фильмы–пародии, аллюзии на кинематографические и телевизионные приёмы съёмки, а также через отсылки к общественным стереотипам. Культурные реалии в этом контексте выступают как объективированные элементы социокультурного пространства, маркирующие принадлежность того или иного объекта к конкретной исторической эпохе, этнической группе или социальному слою. Включение культурных реалий в кинотекст создает эффект аутентичности и выполняет функцию культурной референции. Прецедентные феномены отсылают к знаковым событиям и артефактам культуры, актуализируют коллективную память зрителей и формируют подтекстовые связи.

Таким образом, интертекстуальность в кинотексте представляет собой сложный механизм, обеспечивающий взаимодействие художественного текста и культурных кодов. Разграничение понятий «кинодискурс» и «кинотекст» имеет принципиальное значение, так как кинотекст представляет собой статическую информацию, вербально–визуальный завершённый продукт. Кинодискурс, напротив, является динамическим явлением, которое включает наряду с кинотекстом экстралингвистические факторы – условия создания и восприятия фильма, фоновые знания участников коммуникации, социально–культурный контекст и интертекстуальные связи. Культурные реалии как часть интертекстуальной связи внутри кинотекста выступают в качестве объективированных элементов социокультурного пространства, маркирующих принадлежность того или иного объекта к конкретной исторической эпохе, этнической группе или социальному слою. Включение

культурных реалий в кинотекст создает эффект аутентичности и выполняет функцию культурной референции. Речевые формулы как один из типов реалий отражают специфику коммуникативного поведения определенной социокультурной группы. Прецедентные феномены отсылают к знаковым событиям, персонажам или артефактам культуры, создающим у реципиента ассоциации. Интертекстуальность в кинотексте функционирует как многоуровневая система кодирования культурно–исторического опыта, где реалии и прецедентные феномены выполняют дифференцирующую и идентифицирующую функции.

В главе 2 «Культурные реалии в американском ситкоме *«The Middle»* рассматриваются виды и функции культурных реалий в ситкоме.

*«The Middle»* – это американский ситком, который транслировался на канале ABC с 2009 по 2018 год, он насчитывает 9 сезонов и 215 эпизодов, вышедших за время его трансляции Главные герои – Фрэнки (*Frankie*), Майк (*Mike*), Аксель (*Axl*), Сью (*Sue*) и Брик (*Brick*). Основные персонажи *Frankie* и *Mike* (*Michael*, Майк) прожили всю свою жизнь в *Orson*, небольшом выдуманном городке, расположенном в штате *Indiana* (*Midwest*). Фрэнки (*Frankie*) работает консультантом в местном автосалоне, а Майк (*Mike*) менеджером по управлению персоналом в городском карьере. Их брак, построенный на взаимном уважении и здоровом чувстве юмора, помогает им переживать все испытания, связанные с воспитанием троих совершенно разных детей.

Старший, *Axl* (Аксель) воплощает классический типаж «золотого ребенка», чьи спортивные достижения компенсируют полное отсутствие академических амбиций. Дочь *Sue* (Сью) – воплощение неутомимого оптимизма и жизнелюбия. Несмотря на постоянные неудачи в школе, провалы в спорте и личной жизни, она сохраняет поразительную жизнерадостность. Младший сын, *Brick* (Брик) – самая необычная личность в семье. Начитанный мальчик с аутичными чертами поведения обладает энциклопедическими знаниями в области литературы, типографики и издательского дела.

Не все группы реалий, выделенные лингвистами, представлены в сериале. На основе существующих классификаций реалий и материала исследования была разработана собственная классификация, включающая три основные группы реалий.

Всего было проанализировано 73 реалии, среди которых выделяются;

1. Этнографические реалии (44 реалии): названия пищи и напитков, названия праздников, названия игр и развлечений, названия предметов интерьера и бытовых объектов, этнонимы, имена и фамилии персонажей, прозвища и сокращённые имена, имена и фамилии известных личностей, речевые формулы.

2. Географические реалии (6 реалий): названия городов и штатов, названия флоры и культур.

3. Ономастические реалии (23 реалии): имена и фамилии героев, прозвища и сокращённые имена, имена известных личностей, названия городов и штатов, названия шоу, фильмов и телеканалов, этнонимы, название ситкома.

Самая большая категория реалий – этнографические реалии – служит для воссоздания аутентичной бытовой среды и погружения зрителя в культурный контекст американских праздников. Через такие реалии, как праздничные блюда (*turkey, cranberry sauce*), традиционные развлечения (*wishbone*) и особые дни («*Black Friday*»), ситком не только создаёт атмосферу, но и подчёркивает экономические трудности семьи, противопоставляя идеализированный образ праздника реальной повседневности. Ср: *Thanksgiving around here is all about tradition, spending time with your family... Of course, everyone has their favorite thing. For Axl, it's my cranberry sauce. For Mike, it's my mashed potatoes. Sue and Brick love my homemade pie.*

Речевые формулы, в частности использование фразы «*I'm sorry*» в зависимости от ситуации, демонстрируют разницу между ожидаемым этикетным поведением и реальными реакциями персонажей, что создаёт комический эффект и отражает особенности американской коммуникативной

культуры. Ср: *I'm sorry, but maybe you're just too busy watching TV and endlessly brushing your teeth to see what I do; I'm sorry! I'm so sorry. I should have listened to you. You were right. You were totally right; I said «I'm sorry» twice and then he calls me «stupid lady». I mean, isn't it kind of a given in life that when you say, «I'm sorry», the other person says, «That's okay»?*

Географические реалии помогают создать ощущение конкретного места и подчеркнуть региональную идентичность героев. Вымышленная сеть фастфуда «*Chicken Shack*» служит символом американского образа жизни, первой работы подростков и экономических реалий провинциального города. Реалия *cornmaze* выступает маркером региональной идентичности Среднего Запада, связывая природные особенности штата Индиана (*Indiana*) с культурными традициями его жителей.

Особое место в ситкоме занимают ономастические реалии, которые не просто называют персонажей, но и кодируют их характеры, социальное положение и внутрисемейные роли. Одной из центральных реалий является фамилия семьи– *Heck* (Хек). С фонетической и семантической точек зрения она функционирует как эвфемизм, смягченная замена «*Hell*» (ад). Данный антропоним имплицитно задает основную идею сериала: существование семьи Хеков (*Heck*) – это не трагедия, а постоянная борьба с повседневными обстоятельствами. Лаконичность, фонетическая простота и нарочитая обыденность фамилии служат точным индикатором социального статуса семьи: принадлежность к среднему классу, отсутствие пафоса и материального достатка.

Имена родителей (*Frankie* от *Frances* – «свободный человек», *Mike* от *Michael*) через разговорные формы подчёркивают их дружелюбие и приземлённость. Использование полных официальных имен допускается лишь в комических или формальных контекстах. Ср: *Nothing wrong with the check, Frances. That's your base salary. That's what it's gonna stay until you sell a car and get a commission.*

Имена детей (*Axl* с отсылкой к рок-музыканту, *Sue*, обозначающая внешнюю незаметность и внутренний оптимизм, *Brick* как метафора отгороженности) выступают лаконичными характеристиками их личностей. Наконец, многие из выявленных реалий обладают прецедентным характером. Прецедентные ситуации (*Thanksgiving, Black Friday, making turkey, breaking a wishbone*) отсылают к коллективным знаниям носителей американской культуры и актуализируют историческую память народа. Прецедентные имена и тексты (фильм «*White Christmas*», кинокомпания «*Paramount Pictures*») создают интертекстуальные связи, обогащая повествование дополнительными смыслами. Этноним *The Etruscans* выступает как историческая справка, объясняющая происхождение современной праздничной традиции и подчёркивающая эрудированность персонажа Брика (*Brick*), который часто выполняет в сериале роль носителя культурных знаний. Ср: *It's a tradition dating back to the Etruscans. They believed chickens could predict the future.*

Прецедентные имена (*Ernest Hemingway, Brad Pitt*) вводятся для создания комического контраста между глобальной знаменитостью и захолустным бытом Орсона (*Orson*). Название ситкома «*The Middle*» представляет собой многоуровневую ономастическую реалию, одновременно отсылающую к социальному статусу семьи (средний класс), географическому положению (Средний Запад) и возрастной характеристике персонажей (средний возраст).

**Заключение.** Ситком «*The Middle*» демонстрирует социокультурные особенности жизни американского среднего класса, акцентируя внимание на повседневных трудностях, семейных ценностях и региональной идентичности. Ключевая особенность сериала – его «обыденность»: герои далеки от идеальных персонажей, а их неудачи и маленькие победы делают их интересными для широкой аудитории.

Исследование реалий на материале 12 эпизодов позволяет выявить и классифицировать их на основе комбинации подходов С. И. Влахова и С. П. Флорина, Г. Д. Томашина и В. В. Виноградова. Чаще всего встречаются

этнографические реалии, поскольку значительная часть сюжетов строится вокруг национальных праздников – Дня Благодарения, Рождества и Хэллоуина. Именно через эти события раскрываются семейные традиции и повседневные практики американцев, а также подчёркиваются экономические трудности семьи Хек (*Heck*).

Этнографические реалии воссоздают бытовую реальность персонажей, указывают на фон, время и место действия. Среди них выделяются несколько подгрупп. Праздники (*Thanksgiving, Halloween, Christmas, Christmas Eve* и *Black Friday*) отражают традиции американской культуры и служат ключевыми элементами сюжета. Игры и развлечения (*Wishbone, The Christmas puzzle, Having cocoa, Making Christmas cookies, Watching "White Christmas", Decorating the Christmas tree* и *Trick-or-Treat*) передают атмосферу праздника и семейных ритуалов. Праздничные атрибуты (*The Christmas tree, "White Christmas", The Christmas puzzle, Christmas cookies, Cocoa, Halloween costume*) и пищевые реалии (*Cranberry sauce, Canned cranberry sauce, Mashed potatoes, Homemade pie, Turkey, Christmas cookies, Cocoa, Chili*) не только визуально оформляют эпизоды, но и отсылают к устойчивым традициям. Названия бытовых объектов (*Christmas Tree, lights, the basement*) создают фоновую действительность, а этноним *The Etruscans* помогает зрителю понять происхождение праздничного ритуала. К этнографическим относятся и этикетные формулы («*I'm sorry / That's okay*»), которые передают важность вежливого общения, а любое нарушение этикета воспринимается как отступление от нормы.

Географические реалии (*The Midwest, America, Indiana, Orson, corn maze, «Chicken Shack»*) помогают создать ощущение места действия и отражают региональную специфику Среднего Запада.

Ономастические реалии включают антропонимы (имена и фамилии персонажей: *Heck, Ehlert, Frankie, Mike, Sue, Axl, Brick*; прозвища; имена знаменитостей вроде *Hemingway* и *Brad Pitt*), топонимы (*Indiana, Orson*), а также названия фильмов и телеканалов («*White Christmas*», «*Paramount*

*Pictures*»). Они важны для понимания характеров и взаимоотношений героев, а также отсылают к более широкому культурному контексту.

Многие из выявленных реалий относятся к прецедентным феноменам. Среди прецедентных имён – фильм «*White Christmas*» и кинокомпания «*Paramount Pictures*». Прецедентные ситуации включают *Thanksgiving, Black Friday, making turkey u breaking a wishbone*.

Особого внимания заслуживает само название ситкома «*The Middle*», которое является одновременно этнографической, географической и ономастической реалией, отсылая к социальному статусу семьи (средний класс), месту действия (Средний Запад) и возрасту родителей (средний возраст).

Таким образом, основные функции реалий в ситкоме – это создание культурного фона для развития сюжета, указание на место и время действия, а также демонстрация образа жизни, обычаев и традиций средней американской семьи. Прецедентные феномены в ситкоме служат для создания фона действия ситкома, отсылают на исторические события и подробнее раскрывают традиции и привычки главных героев («*Paramount pictures*», «*White Christmas*»). Они формируют интертекстуальные связи, позволяя создателям сериала внедрять сложные социальные и исторические аллюзии.

В качестве перспективы дальнейшего исследования представляется интересным рассмотреть текст перевода сериала на русском языке и сопоставить способы передачи реалий при переводе, а также включить в классификацию новую категорию общественно–политических реалий и дополнить категорию географических реалий.



### **Список использованных источников**

1. Виноградов В. С. Лексические вопросы перевода художественной прозы / В. С. Виноградов. Москва : Изд-во МГУ, 1978. 108 с.
2. Влахов, С. Непереводимое в переводе / С. Влахов, С. Флорин. Москва: Международные отношения, 1980. 343 с.
3. Томахин Г. Д. Реалии американизмы / Г. Д. Томахин. Москва : Высшая школа, 1988. 239 с.