Перфильева Наталия Владимировна

Кандидат филологических наук, доцент

Кафедра русского и общего языкознания, Российский университет дружбы народов, 117198, Российская Федерация, Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 6, e-mail: nperfilieva@yandex.ru

Natalia V. Perfilieva

PhD in Philology, Associate Professor

Russian and General Linguistics Department of the Philological Faculty, Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University), 6 Miklukho-Maklaya Str., 117198, Moscow, Russian Federation, e-mail: nperfilieva@yandex.ru

Жикулина Кристина Петровна

IT-тьютор

Проект «Московская электронная школа» (МЭШ), ООО Агентство «Траектория Будущего», 115114, Российская Федерация, Москва, ул. Дербенёвская, д. 1, стр. 1, e-mail: christina.zhikulina@gmail.com

Christina P. Zhikulina

IT-Tutor

'Moscow Electronic School' project (MES), Agency Trajectory of the Future, 1-1 Derbenevskaya Str., 115114, Moscow, Russian Federation, e-mail: christina.zhikulina@gmail.com

ФЕНОМЕН «МАША И МЕДВЕДЬ» В РОССИЙСКИХ И ЗАРУБЕЖНЫХ СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Аннотация. В настоящее время виртуальное пространство является одной из форм взаимодействия коммуникантов. Единое интернет-пространство, возросшая скорость обмена информацией, распространение кино- и мультпродуктов, возможность выражения мнения о них, в том числе анонимного, создают предпосылки к возникновению мировых феноменов. В статье рассматривается мультипликационный сериал «Маша и Медведь» как феномен медиапространства. Отнесение сериала к феномену в первую очередь обусловлено его огромной популярностью в мире, переводом русскоязычного сериала на 25 языков, а также большой зрительской аудиторией. Именно количественный фактор и резонанс в медиапространстве позволяют говорить о данном мультфильме как о значимом событии или феномене.

В фокусе исследования оказалась дискуссия, развернувшаяся в мировых СМИ с момента выхода фильма и продолжающаяся до настоящего времени. Актуальность исследования заключается в том, что впер-

вые проводится анализ мультпродукта как инструмента пропаганды или мягкой силы России. В статье рассматривается содержание дискуссий о мультипликационном сериале «Маша и Медведь» в зарубежных и российских средствах массовой информации. Анализ публикаций, комментариев пользователей различных сайтов позволил сделать вывод о том, что зачастую реакция зрительской аудитории зависит от манипулятивной подачи материала о мультипликационном сериале. «Маша и Медведь», лишенный каких-либо пропагандистских задач, сам стал орудием в манипулировании сознанием читательской и зрительской аудитории. Сопоставительный анализ проводится на материале мнений русской и зарубежной аудитории СМИ. В статье кратко описывается технология манипулирования общественным сознанием, которая в первую очередь использует такие языковые средства, как некорректный перевод и навязывание негативных стереотипов.

Ключевые слова. Интернет-пространство, феномен, «Маша и Медведь», мягкая сила, манипулирование.

Информация о статье. Дата поступления 5 апреля 2018 г.; дата принятия к печати 24 декабря 2018 г.; дата онлайн-размещения 31 января 2019 г.

MASHA AND THE BEAR PHENOMENON IN THE RUSSIAN AND FOREIGN MASS MEDIA

Abstract. At present, virtual space is one of the forms of communicative interaction. The integrated Internet space, velocity of information-sharing, the circulation of films and animation films, a possibility to express opinions of them including anonymous ones, create a background to phenomena appearance. In the article the animated series *Masha and the Bear* are considered as a phenomenon of the mass-media space. We view the series of *Masha and the Bear* as a phenomenon, because it is extremely popular in the world, the Russian series are translated into 25 languages and are watched by a large audience. The quantitative factor and reaction in the media space make us talk about this animation film as a crucial event or phenomenon.

The discussion in the world mass-media is focused on the phenomenon starting from the animation series release to the present day. The relevance of the research is based on the analysis of *Masha and the Bear* as a tool of propaganda or Russian soft power influence, first of all. The article deals with the content of discussions both in Russian and foreign mass-media. The analysis of publications, comments of uses of different sites let us make a conclusion that the audience's reaction often depends on the manipulation with the message of the animated series. *Masha and the Bear* itself though devoid of any propaganda tasks, became a manipulation tool of people's consciousness. The comparative analysis is carried out on the opinions of Russian and foreign mass-media audiences. The article briefly describes the technology of public opinion manipulation, which primarily uses such linguistic means as a wrong translation and negative stereotypes.

Keywords. Internet space, phenomenon, *Masha and the Bear*, soft power, manipulation.

Article info. Received April 5, 2018; accepted December 24, 2018; available online January 31, 2019.

Введение

Отличительной чертой XXI века является наличие сходных процессов как в мировой экономике, так и в культуре разных стран. Причины глобализации носят объективный характер — создание единого экономического пространства с присущим ему порядком производства и потребления, развитие единой электронно-информационной среды, которая даёт возможность населению планеты участвовать в получении и увеличении информации [1].

Создание единой информационной электронной среды способствует быстрому распространению медиапродукции. При определённых условиях медиапродукт может превратиться в мировой феномен. Примером мирового феномена является мультипликационный сериал «Маша и Медведь», который за десять лет стал известен во всём мире.

Интерес к изучению мультипликационного продукта «Маша и Медведь» продиктован тем, что в последнее время ведущей тенденцией в средствах массовой информации является использование языка как одного из инструментов осуществления пропаганды и моделирования человеческого сознания. В мировых СМИ идет активное обсуждение, считать ли «Машу и Медведя» примером манипуляции и пропаганды такого рода. В английской газете «The Times» в ноябре 2018 года была опубликована статья «Children's show is propaganda for Putin» (Детский сериал — это пропаганда Путина), в которой приводится мнение профессора Букингемского университета Энтони Глиса, отмечающего в характере Маши чрезмерную напористость. По его мнению, Маша

ведет себя по-путински. В Маше, которая в фуражке СССР гоняет зайца с огорода Медведя, профессор увидел защиту Россией своих границ [2].

Общественное сознание моделируется через средства массовой информации, рекламу, Интернет, а также с помощью идеологических установок, социально обусловленных норм, национально-кодифицированной ментальности, — всё это является объектом данного исследования [3].

Способы манипулирования сознанием человека анализируются на материале современного российского мультипликационного сериала «Маша и Медведь». Выбор сериала «Маша и Медведь» был обусловлен его широкой известностью, наличием переводов данного мультипликационного сериала на 25 языков: английский, вьетнамский, греческий, итальянский, испанский, корейский, китайский, немецкий, польский, сербский, турецкий, украинский, французский, финский, эстонский и другие, а также значительным количеством откликов и мнений о данном сериале в медиaprостранстве.

Для анализа причин возникновения феномена «Маша и Медведь» необходимо рассмотреть особенности функционирования некоего объекта в информационном пространстве, в том числе и в Интернете. Одной из характерных черт сетевой коммуникации является провокационный характер подачи материала, который во многом объясняется анонимностью интернет-сообщений. М.А. Кронгауз в работе «Публичная интимность» подчёркивает, что «средства массовой информации

столкнулись с «публичной интимностью», т. е. с высказыванием, которое существует в публичном пространстве, а средства массовой информации не всегда правильно реагируют на него: как на интимное или как на публичное» [4].

Второй характерной чертой информационного пространства является его устойчивость: способность «замораживаться» во времени, датах и эпохах, оседать в информационных хранилищах общества [5]. Эффект «оседания» позволяет проанализировать информационный текст предшествующих периодов. Данная черта позволила обработать информацию о феномене «Маша и Медведь» российского анимационного производства с 2009 по 2018 гг.

Третьей характерной чертой информационного пространства является его воспроизводимость, которая понимается как потенциально частотное возрождение того или иного феномена в процессе общения или информирования непосредственно и дистанционно во времени. Подобного рода воспроизводимости могут быть как «зафиксированные», так и свободные, т. е. воспроизводится не столько форма, сколько смысл, или образ в эмоционально-смысловой структуре. В.В. Красных подчеркивает, что «частотная возобновляемость в процессе общения предопределяется и диктуется культурой и зачастую не осознаётся человеком — субъектом языка, культуры, коммуникации, ни в процессе порождения, ни в процессе восприятия» [6].

В фокусе нашего анализа оказываются информационные «сенсиции», цитаты, комментарии, за которыми стоят политические, соци-

альные, национально-кодированные или идеологические интересы, оценки, позиции журналистов и зрительской аудитории.

Объектом исследования послужили материалы статей о «Маше и Медведе», комментарии к ним в Интернете с 2009 по 2018 гг.

Цель данного анализа — определить, содержатся ли в мультипликационном сериале «Маша и Медведь» элементы российской пропаганды на уровне сюжета и языковых средств, а также в дискуссионных оценках журналистов и экспертов.

Теоретической базой настоящего исследования послужили работы Г.В. Лазутиной, В.И. Карасика, В.Е. Чернявской, М.А. Кронгауза, В.В. Красных.

История создания мультипликационного сериала «Маша и Медведь»

Российский мультипликационный сериал «Маша и Медведь», созданный анимационной студией «Анимаккорд», начал транслироваться 7 января 2009 года. С момента выхода мультфильма «Маша и Медведь» в российских и западноевропейских средствах массовой информации публикуются статьи с диаметрально противоположными оценками.

Известно, что популяризация сериала началась через распространение в сети Интернет, где короткометражные серии предоставлялись на разных сайтах бесплатно. После зрительского успеха мультипликационный сериал «Маша и Медведь» начали транслировать на российских телевизионных каналах: «Россия-1», «Культура», «Карусель», «Мульт», «Тлум HD». Достигнув рекордного количества просмотров на

канале YouTube в сети Интернет, сериал начали показывать на телеканалах Великобритании (канал: Cartooninto), США, Австралии, Новой Зеландии (видеосервис: Netflix), Германии (канал: KiKA), Франции (каналы: France 5 и Piwi+), Италии (канал: RaiYoYo), Испании (канал: Panda), Мексики (канал: Televisia), Канады (канал: Teletoon), Бразилии (канал: SBT), Турции (канал: TV8), Израиля (канал: Junior TV), Польши (канал: TVP ABC) и др. [7–9].

Параллельно с ростом как русскоязычной, так и иностранной аудитории, стали создаваться совместные проекты и рекламные кампании, связанные с мультсериалом. Международными партнёрами¹ создателей сериала являются известные бренды: «Ravensburger», «Hachette», «Danone», «Ferrero», «Hamleys», «Sony Music Entertainment», «Simba Dickie Group», «Cartoon Network», «Crayola (Binney & Smith)», «PANINI», «Vitmark».

Ажиотаж вокруг российского мультипликационного сериала привёл к тому, что в 2012 г. его стали выпускать на DVD и в формате Blu-Ray. Контент «Маша и Медведь» также стал доступен на популярных русскоязычных и иностранных медиаплеерах iTunes, Amazon, Google Play, Яндекс.Музыка. В 2015 г. российский канал Get Movies, который транслирует «Машу и Медведя», впервые вошёл в топ-10 самых прибыльных русскоязычных немзыкальных каналов видеохостинга YouTube в мире [10].

На основе сюжета были созданы образовательные программы /

¹ Информация о партнёрах ООО «Маша и Медведь» / Animaccord. URL: <http://www.animaccord.ru/license/partners.html>.

игры для мобильных приложений на платформах Apple iOS, Android и Windows Phone.

Маша и Медведь стали символами сербско-русского движения, принимающего участие в парламентских выборах в Сербии, в агитационном ролике в 2016 г. [11]. В октябре 2016 г. герои отечественного мультфильма появились на обложке² популярной настольной американской игры «Монополия», созданной в 1934 году. «Маша и Медведь» становятся первыми российскими персонажами, которые появляются на обложке Monopoly: Junior и оказываются в одном ряду с такими известными американскими мультипликационными фильмами как «Шрек» («Shrek», the USA, 2001), «В поисках Нэмо» («Finding Nemo», the USA, 2003), «Тачки» («Cars», the USA, 2006), «Мой маленький пони» («My Little Pony: Friendship Is Magic», the USA, Canada, 2010), «Холодное сердце» («Frozen», the USA, 2013) [12]. Популярность российского мультипликационного сериала возрастает благодаря распространению настольной игры, которая продаётся в 111 странах и переведена на 43 языка [12]. В настоящее время мультфильм «Маша и Медведь» транслируется в 130 странах мира.

В 2014 и в 2016 гг. «Маша и Медведь» был самым популярным запросом на Яндекс среди анимационных продуктов. Особую популярность данный сериал приобрел в Италии, где его знают 88 % детей, и в Индонезии, где популярность сериала достигает 95 %. Kids Global при-

² Monopoly впервые в истории выйдет с российскими героями // Animaccord. URL: <http://www.animaccord.ru/news/monopoly-vpervye-v-istorii-vyydet-s-rossiyskimi-geroyami.html>.

водит следующие данные популярности «Маши и медведя»:

- в Германии 44 % детей в возрасте 3–9 лет смотрят мультфильм;
- в Китае — 33 % [13].

По данным ТАСС, «Маша и Медведь» является самым просматриваемым сериалом. Серия «Маша + каша» в апреле 2018 года собрала более 3 миллиардов просмотров на YouTube и входит в 5 самых просматриваемых видео.

Согласно последним данным Tubular Labs, которые анализируют данные более восьми миллионов издателей и более 400 миллионов зрителей, в 2018 г. в социальных сетях (YouTube и Facebook) доминируют Маша и Медведь. Маша и Медведь возглавили список ведущих мировых медиакомпаний и набрали за январь 2018 более чем 394 миллионов просмотров на YouTube [14].

В средствах массовой информации и в телевизионных программах разворачиваются дискуссии о пользе и вреде мультфильма российского производства. Первоначально «Машу и Медведя» называли феноменом благодаря резкому скачку в рейтингах, позднее — из-за активной дискуссии в медиапространстве. Отметим, что сериал получает самые неожиданные оценки зарубежного мира. В нашем исследовании анализируется мнение российских и зарубежных экспертов, а также зрительской аудитории.

Российские и зарубежные СМИ о мультипликационном сериале «Маша и Медведь»

На ведущем новостном канале Канады thestar.com вышла статья под заголовком: «*How a goofy Russian cartoon bear is conquering*

the world» (Как бестолковый русский мультяшный мишка покоряет мир) [15]. В лиде автор статьи повторяет тему, заданную в заголовке:

«*Masha and the Bear — a highly-detailed cartoon with roots in the Soviet animated film industry — is unexpectedly taking world by storm*» (Маша и Медведь является мультфильмом, корни которого уходят в анимационное прошлое советской киноиндустрии — покоряет мир) (здесь и далее перевод наш) [15].

Выражение «to take something by storm» является устойчивым в английском языке. В словаре Macmillan English Dictionary даются следующие определения данного выражения:

- to be very successful in a particular place or among a particular group of people (быть очень успешным в определённом месте или среди определённой группы людей) [16];
- to take control of a place using force and violence (взять под контроль место с применением силы и насилия) [16].

В словаре Oxford Basic American Dictionary фиксируются следующие значения:

- (of troops) capture a place by a sudden and violent attack (штурмовые отряды, войска, внезапный захват места или ожесточённый штурм) [17];
- have great and rapid success in a particular place or with a particular group of people (имеют большой и быстрый успех в определённом месте или в определённой группе людей)³.

На основе изложенного выше материала, мы делаем вывод, что

³ Oxford Basic American Dictionary NEW. New York, Oxford University Press, 2011. 572 p.

в лиде говорится о положительном отношении к мультипликационному сериалу, подразумевается его «ошеломительный успех», «покорение мира», что подтверждается следующим абзацем:

«Masha and the Bear has become a household name across the world, from Muslim countries like Indonesia, where Masha is popular for wearing a head scarf, to the U.S., where it has landed a Netflix deal. The cartoon's YouTube channel is also in the top 10 most-viewed worldwide» (Маша и Медведь стали всемирно известными и в мусульманских странах, таких как Индонезия, где Маша пользуется популярностью благодаря тому, что носит платок на голове, и в США, где создателям сериала удалось заключить сделку с видеоканалом Netflix. Данный канал входит в топ-10 самых просматриваемых в мире на YouTube) [15].

Отметим, что российские электронные новостные каналы, ссылаясь на данную статью, перевели заголовок, используя выражение *захватить мир*⁴. Слова *покорить* и *захватить* не являются синонимичными в современном английском языке, т. к. значения «захватить мир, взять штурмом» и «захватить зрительское внимание» закреплены за разными лексемами в английских словарях. Создаётся впечатление будто канадское из-

дание заявило, что наши мультипликационные герои «берут мир штурмом, применяя силу», о чём не говорится в оригинальном тексте. Отсюда возникает неоднозначная реакция российской аудитории. Приведём примеры комментариев российской аудитории:

– *Захватываем мир, было бы чем, Автор очнулся! Захватывают. Давно уже захватили;*

– *Хочешь победить врага — воспитай его детей;*

– *Если кто-то поступил с тобой дурно, не пытайся ему отомстить, сядь на берегу реки, и вскоре ты увидишь, как мимо тебя по воде проплывет труп твоего обидчика.*

Таким образом, российские зрители воспринимают изложенную информацию как войну с неизвестным врагом, захват мира посредством воздействия мультипликационного сериала «Маша и Медведь».

Рассмотрим мнение западных средств массовой информации о феномене российского мультипликационного сериала «Маша и Медведь». Авторы канадского издания пишут о том, что российский мультипликационный сериал стал популярным во всём мире:

«But the Russian who has taken the world by storm is a sweet goof who hasn't fired a single shot» (но тем россиянином, который покорил мир, оказался милый глупый мишка, сам этого не предполагая) [15].

Авторы статьи метафорически намекают на образ России, так как главный герой Медведь — «символ России». Образ Медведя вызывал положительный отклик у зарубежной зрительской аудитории. Изначально мультипликационный

⁴ Маша и Медведь» захватывают мир // Fishki. 2016. 29 апр. URL: <https://fishki.net/anti/1936504-masha-i-medved-zahvatyvajut-mir.html>; «Маша и Медведь» захватывают мир // Вести «Экономика». 2016. 13 апр. URL: <http://www.vestifinance.ru/articles/69772>; «Маша и Медведь» захватывают мир // Хорошие новости России. 2016. 15 апр. URL: <http://rus.vrw.ru/page/masha-i-medved-zahvatyvajut-mir>.

сериал планировался для проката внутри страны, по этой причине создатели не пытались подстроить действия и образы главных героев мультфильма под международные стандарты. Приведём пример: *«Despite the industry's creativity, its cartoons remained largely unknown outside the Russian-speaking world until Masha and the Bear broke through»* (несмотря на творческую составляющую индустрии, её карикатуры в значительной степени оставались никому неизвестными за пределами русского мира, пока Маша и Медведь не вырвались наружу) [15]. Канадский новостной канал thestar.com представляет читателям *феномен* мультипликационного сериала «Маша и Медведь» в виде приятной неожиданности, которую не предвидели сами русские.

Обзор мнений российских журналистов, зрителей и экспертов

Российский совет психологов и учёных составил список самых вредоносных для детей мультфильмов, который был опубликован в «Комсомольской правде» в октябре 2016 года. На первой позиции оказался всемирно известный мультипликационный сериал «Маша и Медведь». Российские психологи утверждали, что модель поведения главной героини, её вседозволенность и самостоятельная жизнь в отсутствии родителей негативно сказываются на восприятии мира подрастающим поколением [17]. На новостном портале «Вести» генеральный директор телеканала «Карусель» Т. Цыварева опровергает мнение совета российских психологов:

«Сами создатели этого мультфильма обратились в Ассоциацию психологов, которая дала официальный комментарий, что мультик не приносит никакого вреда, его можно показывать детям. Мультфильм не только популярен в нашей стране, но мы гордимся, что он уже стал популярен и в Европе, и в Америке. Это действительно универсальный мультфильм, который нравится самой широкой аудитории, начиная от самых маленьких до взрослых» [18].

Например, на русскоязычном сайте «КиноПоиск»⁵ из 70 мнений о мультипликационном сериале «Маша и Медведь» 44 положительных, 24 отрицательных и 2 нейтральных отзыва.

Однако в феврале 2017 года, в комментариях к статье «Маша и Медведь: как российский сериал за десять лет покорила мир», размещённой на интернет-портале «КиноПоиск», приняло участие 548 человек, из них:

– 451 (82,3 % из 100 %) человек дали отрицательный отзыв к мультфильму;

– 97 (17,7 % из 100 %) человек положительно оценили [9].

Таким образом, растёт количество людей, которые негативно оценивают проект «Маша и Медведь».

Обзор мнений зарубежных журналистов, зрителей и экспертов

В ноябре 2018 года в газете The Times (Великобритании) вышла статья о том, что «детский мультфильм «Маша и Медведь» — является ча-

⁵ «Маша и Медведь» // Кинопоиск. URL: <https://www.kinopoisk.ru/film/masha-i-medved-2009-478491/>.

стью путинской пропаганды»⁶ [19]. Данная статья вызвала неоднозначную реакцию у общественности. Пользователи русскоязычного сегмента социальных сетей развернули открытую дискуссию о «невежестве» зарубежных экспертов. Официальный представитель МИД РФ Мария Захарова ответила на обвинения со стороны Великобритании и опубликовала комментарий на своей странице в социальной сети Facebook:

«Если Маша из мультлика «Маша и Медведь», с точки зрения британских учёных, символизирует современную Россию, то что же тогда воплощает Том из «Том и Джерри»?» [19].

Английские эксперты ссылаются на работы эстонского исследователя Приита Хыбемяги (Priit Hõbemägi). Остановимся на этом подробнее.

В мае 2015 года преподаватель Таллинского университета Приит Хыбемяги (Priit Hõbemägi) публикует статью «*Maša ja karu — ideoloogilise diversiooni relvad?*» (Маша и Медведь — идеологическое оружие пропаганды) [20]. Приит Хыбемяги пишет:

«Et see on “Davaite žitj družno” tänapäevane visuaalvariant, mitte et mul sõbralikult kooselamise vastu midagi oleks, kui see on muidugi konsensuslik. Siiski pole ma veel leidnud multifilmi süžeedest salakaubana sisseveetavat mõttelaadi, mille autoriks võiks pidada Kremli ideoloog. Aga ma tean, et mu alateadvus tegeleb selle probleemiga edasi ning annab mulle kohe häiret, kuid midagi sellist peaks ekraanile

jõudma» (Что это их современная версия «Давайте жить дружно», честно говоря, у меня по-дружески нет ничего против, если это, конечно, так. Тем не менее, я всё ещё охвачен советскими пропагандистскими мыслями, автором которых может являться идеология Кремля. Но я знаю, что моё подсознание имеет дело именно с этой проблемой, и тревожит факт того, что ничего подобного не должно выходить на экраны) [20].

Автор статьи называет феномен «Маши и Медведя» частью гибридной войны, которую решила провести Россия, навязывая зарубежным странам свой положительный образ. Он уверен, что подобная популярность — шаг к «промыыванию мозгов» с красивой формой и подачей материала. В 2017 году на новостном сайте НТВ появляется сюжет⁷ о Приите Хыбемяги. В крупнейшей газете Финляндии «Helsingin Sanomat» («Хельсинские известия») журналист Кайа Куннас в статье подробно разбирает комментарии Приита Хыбемяги, переведённые на русский язык [21; 22]. Приведём примеры:

— А что если медведь — это вовсе не медведь, а Россия?;

— Дело в том, что Россия пытается расшатать устои Эстонии;

— Трудно сказать, было ли это сделано специально:

— Это борьба за умы, часть гибридного воздействия, в котором отрицательный образ России заменяется положительным. Послание России принимается без филь-

⁶ Так начинается фашизм : актуальн. коммент. // Пропганда. URL: <http://actualcomment.ru/tak-nachinaetsya-fashizm-eksperty-o-skandale-vokrug-multfilma-masha-i-medved-1811181746.html>.

⁷ В Прибалтике сочли мультфильм «Маша и Медведь» элементом гибридной войны // НТВ. URL: <http://www.ntv.ru/novosti/1813379/>.

тров. Россия — чудесная страна, где живут Маша и Медведь;

– Дело в том, что Россия пытается расшатать устои Эстонии. Навязывание детям положительного образа России опасно для безопасности Эстонии. Если бы Россия вела себя дружелюбно, все было бы замечательно;

– Мой собственный опыт подсказывает, что речь идет о манипуляции, пропаганде, промывании мозгов. Всему этому просто придали красивую форму [23].

– Несмотря на возможные символические ассоциации, мультфильм трудно обвинить в превозношении России. Есть и другие медведи в детских сказках — например, неуклюжий и добродушный Винни Пух [22].

В комментариях к статье Кайи Куннас «Страны Балтии обеспокоены тем, что любимый мультфильм детей «Маша и Медведь» является частью гибридной войны, которую ведёт Россия» приняло участие 315 человек, из них:

– 223 (70,8 % из 100 %) человек не согласились с изложенным мнением автора;

– 92 (29,2 % из 100 %) человека согласились с изложенным мнением автора [22].

Приведём примеры комментариев читателей, не согласных с автором (70,8 %):

– Мыши кололись и плакали, но продолжали есть кактус;

– Запретите на небе Большую и Малую медведицу;

– Уже? Не прошло и десяти лет;

– Всё правильно!!! Только Маша — это подлый Запад, который не даёт Медведю (России) спокойно жить! [22].

Данные примеры показывают, что только 29,2 % зрительской аудитории согласились с экспертным мнением.

В итальянской газете «La Stampa» журналист и обозреватель Анна Зафесова (Anna Zafesova) в статье «*Fenomenologia di Masha e Orso, il cartone russo che ha conquistato il mondo*» (Маша и Медведь: феномен мультфильма, завоевавшего мир) также использует лексическую единицу *завоевать*, когда пишет о том, что происходит в российских и зарубежных средствах массовой информации на протяжении многих лет [23; 24]. Её внимание сосредоточено на российской пропаганде и *навязывании Россией положительного образа зарубежному миру*. Автор подробно рассказывает и о достижениях российского мультипликационного сериала на мировой арене, и о критике, с которой столкнулся мультфильм. Однако журналист опровергает наличие российской пропаганды в мультфильме. Лексическая единица *завоевываает* используется в заголовке с иронией. Подводя итог, Анна Зафесова пишет, что популярность и масштабность мультфильма превзошли все ожидания, так как изначально никто из создателей не предполагал высокого интереса зарубежной аудитории. Именно поэтому Анна Зафесова называет этот мультипликационный сериал *феноменом*.

В комментариях к статье Анны Зафесовой «Маша и Медведь: феномен завоевавший мир» приняло участие 277 человек, из них:

– 151 (54,5 % из 100 %) человек не согласился с изложенным мнением автора [25];

– 126 (45,5 % из 100 %) человек согласились с изложенным мнением автора [25].

На основе проведённого анализа можно сделать выводы, что читатели ориентировались на слово *завоёвывать* в заголовке статьи. По-видимому, многие из тех, кто не согласился с Анной Зафесовой, не дочитали статью до конца, поэтому поняли заголовок буквально. В комментариях российских читателей можно увидеть следующие высказывания:

– *Мы не можем просто получать удовольствие от жизни? Нам нужно везде искать врагов?* [24];

– *Вот это маразм! Пытается найти пятьсот тридцать восьмой скрытый смысл в простом добром мультике*» [24].

С ними дискутируют читатели со следующими комментариями, в которых они поддерживают позицию автора статьи:

– *Статья добрая, комментаторы злобные*» [24];

– *«Хорошая статья! Позитивная, со здоровой степенью стёба над абсурдными оценками мультика политологами и профессором МГУ. Не понял некоторых комментаторов, кои пытаются обвинить автора в глупости, попытке привязать политику и т. д. На мой взгляд автор лишь констатирует редкую (если сказать, небывалую) популярность отечественного продукта из области мультипликации, объясняет, по-своему, причины сей популярности и подтрунивает над попытками представить мультфильм орудием политической борьбы. Отличный мультфильм, хорошая, повторяюсь статья»* [24].

Известный российский актёр Михаил Грушевский в интервью «Комсомольской правде» поделился мнением, «что королеве Великобритании должно быть стыдно за своих подданных, которые ополчились на мультяшку из России» [25]. Актёр также сообщает, что «теория о злонамеренности и пропагандистских умыслах» ходит по кругу уже который год, постоянно появляясь в разных зарубежных средствах массовой информации. Данный факт подтверждает, что *феномен* «Маши и Медведя» сохраняет свою актуальность и в настоящее время. Сложно спрогнозировать как долго ещё обсуждение «пропагандистского» настроения в российском мультипликационном сериале будет освещаться в средствах массовой информации и какую новую реакцию спровоцируют неоднозначные мнения и отзывы.

Проведенный нами анализ комментариев читателей, оценок экспертов, процентного соотношения мнений *за* и *против*, показывает, что оценка средств массовой информации часто не совпадает с мнением аудитории.

В настоящее время не существует однозначного отношения экспертов и читательской аудитории к мультипликационному сериалу «Маша и Медведь». На рисунке представлены изменения отношения зрителей к сериалу за последние 4 года.

За последние четыре года мнения зрительской аудитории и экспертов менялись на диаметрально противоположные.

Заключение

В результате проведённого нами исследования можно сделать вывод о том, что мультипликационный

Рис. Динамика отношения читательской и зрительской аудитории к мультипликационному сериалу «Маша и Медведь» в период с 2015 по 2018 гг.

сериал российского производства действительно представляет собой феномен современной медиапродукции. «Маша и Медведь» вызвал волну отзывов и комментариев в медиaprостранстве. Проведенный анализ комментариев зрительской аудитории показал, что реакцию зрителей и читателей не всегда можно спрогнозировать. Нередко негативные / позитивные комментарии журналистов и экспертов не совпадают с мнением зрительской аудитории.

Отметим, что российские средства массовой информации не всегда точно переводят заголовки статей, комментарии экспертов, а также оценки зарубежных коллег, что нередко вызывает недовольство российской аудитории.

Следует отметить, что существует высокий процент людей, которые

не сформировали своего отношения к данному феномену, несмотря на активное обсуждение в российских и зарубежных средствах массовой информации. Комментарии экспертов часто не отражают мнения зрительской аудитории той или иной страны, а лишь выражают личное мнение журналистов и экспертов.

Проведённое нами исследование показывает, что в российских и зарубежных средствах массовой информации не существует однозначной оценки феномена мультипликационного сериала «Маша и Медведь». Всемирная известность мультипликационного сериала обусловлена не рекламными компаниями или открытой пропагандой со стороны Российской Федерации, а популярностью данного мультфильма у зрителей как российской, так и зарубежной аудиторий.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Карасик В.И. Языковое проявление личности / В.И. Карасик. — М. : Гнозис, 2015. — 384 с.
2. Bridge M. Children's show is propaganda for Putin, say critics [Electronic resource] / M. Bridge // The Times. — 2018. — 17 Nov. — Mode of access: <https://www.thetimes.co.uk/article/childrens-show-is-propaganda-for-putin-say-critics-j9wxcvslm>.
3. Чернявская В.Е. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия : учеб. пособие / В.Е. Чернявская. — 2-е изд., стер. — М. : Флинта : Наука, 2012. — 128 с.
4. Кронгауз М.А. Слово за слово: о языке и не только / М.А. Кронгауз. — М. : Дело, 2015. — 480 с.
5. Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста / Г.В. Лазутина. — М. : Аспект Пресс, 2010. — 238 с.
6. Красных В.В. Словарь и грамматика лингвокультуры. Основы психолингвокультурологии / В.В. Красных. — М. : Гнозис, 2016. — 496 с.
7. Сафронова К. Маша на экспорт: почему мультяш «Маша и Медведь» полюбили в Европе [Электронный ресурс] / К. Сафронова // Культура и стиль жизни. — 2018. — 18 нояб. — Режим доступа: <http://www.dw.com/ru/маша-на-экспорт-почему-мультяш-маша-и-медведь-полюбили-в-европе/a-19078206>.
8. Вернигорина К. Российский мультяш «Маша и Медведь» покоряет мир [Электронный ресурс] / К. Вернигорина // MYSLO Новости. — 2016. — 04 дек. — Режим доступа: <https://myslo.ru/news/mir/2016-12-04-rossiyskiy-multik-masha-i-medved-pokoryaet-mir>.
9. Токмашева М. «Маша и Медведь»: Как российский сериал за 10 лет покорил мир [Электронный ресурс] / М. Токмашева // Кинопоиск. — 2017. — 08 февр. — Режим доступа: <https://www.kinopoisk.ru/article/2894052/>.
10. Болецкая К. Российский Get Movies вошёл в топ-10 самых прибыльных каналов на YouTube в мире [Электронный ресурс] / К. Болецкая // Ведомости. — 2015. — 23 янв. — Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/business/articles/2015/01/23/masha-i-medved-zarabotali-na-youtube>.
11. Джурджевич А. Durdev Aleksandar. Srpsko. Ruski pokret [Электронный ресурс] : агит. ролик предвыбор. комп. в Сербии / А. Джурджевич // YouTube. — 2016. — 18 апр. — Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?time_continue=5&v=EAzWUG6M_1o.
12. Дятликович В. Юбилей «Монополии»: главные мифы об игре столетия [Электронный ресурс] / В. Дятликович // РБК. — 2015. — 23 марта. — Режим доступа: <http://style.rbc.ru/impressions/571639179a79472acdb3505b>.
13. Stolorow J. Russian cartoon Masha and the Bear has been watched more than billion times on YouTube [Electronic resource] // Independent. — 2016. — 04 Febr. — Mode of access: <https://www.independent.co.uk/arts-entertainment/tv/news/russian-cartoon-masha-and-the-bear-has-been-watched-more-than-a-billion-times-on-youtube-a6853461.html>.
14. Foster E. Kids Social Views Dominated by Masha and the Bear [Electronic resource] / E. Foster // TECH. — 2018. — 23 Febr. — Mode of access: <http://kidscreen.com/2018/02/23/kids-social-views-dominated-by-masha-and-the-bear/>.
15. Secretarev I. How a Goofy Russian Cartoon Bear is Conquering the World [Electronic resource] / Secretarev I., N. Vasilyeva // The Associated Press. — 2016. — 12 April. — Mode of access: <https://www.thestar.com/news/world/2016/04/12/how-a-goofy-russian-cartoon-bear-is-conquering-the-world.html>.
16. Rundell M. Macmillan English Dictionary for advanced learners / M. Rundell. — 2nd ed. — London : Palgrave Macmillan, 2007. — 1748 p.
17. Щербакова Ю. «Маша и медведь» признан самым опасным для детской психики мультфильмом [Электронный ресурс] / Ю. Щербакова // Комсомольская правда. — 2016. — 31 окт. — Режим доступа: <https://www.kp.ru/online/news/2555745/>.
18. Брилёв С. Мультяш «Маша и Медведь» не смогли признать опасным для психики [Электронный ресурс] / С. Брилёв // Вести. — 2016. — 05 ноябр. — Режим доступа: <http://www.vesti.ru/doc.html?id=2818210&cid=7>.
19. Захарова М. Комментарий представителя МИД РФ [Электронный ресурс] / М. Захарова // Facebook. — 2018. — 18 ноябр. — Режим доступа: <https://www.facebook.com/maria.zakharova.167/posts/10218220494453488>.

20. Hõbemägi P. Maša ja karu — ideoloogilise diversiooni relvad [Electronic resource] / P. Hõbemägi // Eesti Express. — 2015. — 20 May. — Mode of access: <http://ekspress.delfi.ee/areen/priit-hobemagi-masa-ja-karu-ideoloogilise-diversiooni-relvad?id=71500015>.

21. Kunnas K. Baltialaiset huolestuivat: Maailmaa valloittanut koominen venäläisanimaatio Maša ja karhu saattaaakin olla osa Venäjän hybridisodankäyntiä [Electronic resource] / K. Kunnas // Helsingin Sanomat. — 2017. — 30 May. — Mode of access: <https://www.hs.fi/kulttuuri/art-2000005232029.html>.

22. Куннас К. «Маша и Медведь» — часть гибридной войны [Электронный ресурс] / К. Куннас // Иносми.ру. — 2017. — 31 мая. — Режим доступа: <https://inosmi.ru/politic/20170531/239476978.html>.

23. Zafesova A. Fenomenologia di Masha e Orso, il cartone russo che ha conquistato il mondo [Electronic resource] / A. Zafesova // La Stampa. — 2016. — 02 July. — Mode of access: <http://www.lastampa.it/2016/07/02/societa/fenomenologia-di-masha-e-orso-il-cartone-russo-che-ha-conquistato-il-mondovnlqLmvXLdwHKMjAnrvjgO/pagina.html>.

24. Зафесова А. Маша и Медведь: феномен мультфильма, завоевавшего мир [Электронный ресурс] / А. Зафесова // Иносми.ру. — 2016. — 05 июля. — Режим доступа: <https://inosmi.ru/social/20160705/237073152.html#comments>.

25. Емельянов И. «А первыми «Машу и Медведя» раскусили эстонцы» [Электронный ресурс] / И. Емельянов // Комсомольская правда. — 2018. — 18 ноябр. — Режим доступа: <https://www.kp.ru/daily/26909.5/3954842/>.

REFERENCES

1. Karasik V.I. *Iazykovoe proiavlennie lichnosti* [Linguistic manifestation of personality]. Moscow, Gnozis Publ., 2015. 384 p.

2. Bridge M. Children's show is propaganda for Putin, say critics. *The Times*, 2018, November, 17. Available at: <https://www.thetimes.co.uk/article/childrens-show-is-propaganda-for-putin-say-critics-j9wxcvslm>.

3. Chernavyaskaya V.E. *Diskurs vlasti i vlast' diskursa. Problemy rechevogo vozdeistviya* [Discourse of Power and Power of Discourse. Problems of Speech Influence]. Moscow, Flinta Publ., Nauka Publ., 2012. 128 p.

4. Krongauz M.A. *Slovo za slovo: o yazyke i ne tol'ko* [Word by word: the language and beyond]. Moscow, Delo Publ., 2015. 480 p.

5. Lazutina G.V. *Osnovy tvorcheskoy deyatel'nosti zhurnalista* [Fundamentals of creative activity of journalists]. Moscow, Aspekt Press, 2010. 238 p.

6. Krasnykh V.V. *Slovar i grammatika lingvokulturyi. Osnovy psiholingvokulturologii* [Dictionary and grammar of lingua-culture. Basis psycho-linguo-cultural studies]. Moscow, Gnozis Publ., 2016. 496 p.

7. Safronova K. Masha for export: Why the animation film *Masha and the Bear* is loved by Europeans. *Culture and Lifestyle*, 2018, November, 18. Available at: <http://www.dw.com/ru/маша-на-экспорт-почему-мультимаша-и-медведь-полюбили-в-европе/a-19078206>. (In Russian).

8. Vernigorina K. The Russian animation film *Masha and the Bear* conquers the world. *MYSLO Novosti = MYSLO News*. 2016, December, 4. Available at: <https://myslo.ru/news/mir/2016-12-04-rossiyskiy-multik-masha-i-medved-pokoryaet-mir>. (In Russian).

9. Tokmasheva M. *Masha and the Bear*: How the Russian animation film has conquered the world in 10 years. *Kinopoisk*, 2017, February, 8. Available at: <https://www.kinopoisk.ru/article/2894052/>. (In Russian).

10. Boletskaya K. The Russian *Get Movies* has hit the top 10 most profitable YouTube channels in the world. *Vedomosti*, 2015, January, 23. Available at: <https://www.vedomosti.ru/business/articles/2015/01/23/masha-i-medved-zarabotali-na-youtube>. (In Russian).

11. Dzhurdzhevich A. Durdev Aleksandar. Srpsko. Ruski pokret. *YouTube*, 2016, April, 18. Available at: https://www.youtube.com/watch?time_continue=5&v=EAAzUG6M_1o. (In Russian).

12. Dyatlikovich V. Monopoly's anniversary: the main myths of the century's game. *RBK = RosBusinessConsulting*, 2015, March, 23. Available at: <http://style.rbc.ru/impressions/571639179a79472acdb3505b>. (In Russian).

13. Stolworthy J. Russian cartoon Masha and the Bear has been watched more than billion times on YouTube. *Independent*, February, 4. Available at: <https://www.independent.co.uk/arts-entertainment/tv/news/russian-cartoon-masha-and-the-bear-has-been-watched-more-than-a-billion-times-on-youtube-a6853461.html>.

14. Foster E. Kids social views dominated by Masha and the Bear. *TECH*, 2018, February, 23. Available at: <http://kidscreen.com/2018/02/23/kids-social-views-dominated-by-masha-and-the-bear/>.

15. Secretarev I., Vasilyeva N. How a goofy Russian cartoon bear is conquering the world. *The Associated Press*, 2016, April, 12. Available at: <https://www.thestar.com/news/world/2016/04/12/how-a-goofy-russian-cartoon-bear-is-conquering-the-world.html>.

16. Rundell M. Macmillan English Dictionary for advanced learners. 2nd ed. London, Palgrave Macmillan, 2007. 1748 p.

17. Shcherbakova Yu. *Masha and the Bear* declared the most dangerous animation film for the child's mind. *Komsomol'skaya pravda*, 2016, October, 31. Available at: <https://www.kp.ru/online/news/2555745/>. (In Russian).

18. Brilev S. The animation film *Masha and the Bear* failed to be viewed as dangerous for the mind. *Vesti*, 2016, November, 5. Available at: <http://www.vesti.ru/doc.html?id=2818210&cid=7>. (In Russian).

19. Zakharova M. Comment by the official representative of the Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation. *Facebook*, 2018, November, 18. Available at: <https://www.facebook.com/maria.zakharova.167/posts/10218220494453488>. (In Russian).

20. Hõbemägi P. Maša ja karu – ideoloogilise diversiooni relvad. *Eesti Express*, 2015, May, 20. Available at: <http://ekspress.delfi.ee/areen/priit-hobemagi-masa-ja-karu-ideoloogilise-diversiooni-relvad?id=71500015>.

21. Kunnas K. Baltialaiset huolestuivat: Maailmaa valloittanut koominen venäläisanimaatio Maša ja karhu saattaakin olla osa Venäjän hybridisodankäyntiä. *Helsingin Sanomat*, 2017, May, 30. Available at: <https://www.hs.fi/kulttuuri/art-2000005232029.html>.

22. Kunnas K. *Masha and the Bear* as part of a hybrid war. *Inosmi.ru*, 2017, May, 31. Available at: <https://inosmi.ru/politic/20170531/239476978.html>. (In Russian).

23. Zafesova A. Fenomenologia di Masha e Orso, il cartone russo che ha conquistato il mondo. *La Stampa*, 2016, July, 2. Available at: <http://www.lastampa.it/2016/07/02/societa/fenomenologia-di-masha-e-orso-il-cartone-russo-che-ha-conquistato-il-mondo-vnlqLmvXLd-wHKMjAnrvjgO/pagina.html>.

24. Zafesova A. *Masha and the Bear*: the phenomenon of an animation film that has conquered the world. *Inosmi.ru*, 2016, July, 5. Available at: <https://inosmi.ru/social/20160705/237073152.html#comments>. (In Russian).

25. Emelyanov I. Estonians were the first to see through *Masha and the Bear*. *Komsomol'skaya pravda*, 2018, November, 31. Available at: <https://www.kp.ru/daily/26909.5/3954842/>. (In Russian).

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ

Перфильева Н.В. Феномен «Маша и Медведь» в российских и зарубежных средствах массовой информации / Н.В. Перфильева, К.П. Жикулина // Вопросы теории и практики журналистики. — 2019. — Т. 8, № 1. — С. 164–178. — DOI: 10.17150/2308-6203.2019.8(1).164-178.

FOR CITATION

Perfilieva N.V., Zhikulina C.P. *Masha and the Bear* Phenomenon in the Russian and Foreign Mass Media. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2019, vol. 8, no. 1, pp. 164–178. DOI: 10.17150/2308-6203.2019.8(1).164-178. (In Russian).