DOI: 10.55959/MSU0130-0083-8-2026-67-1-162-178

О.В. Смирнова, Г.В. Денисова, У.Ю. Эшкинина

НОСТАЛЬГИЧЕСКИЙ ДИСКУРС В РОССИЙСКИХ СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ: ДИНАМИКА ИЗМЕНЕНИЙ (2005–2025 ГГ.)

O.V. Smirnova, G.V. Denisova, U.Yu. Eshkinina

NOSTALGIC DISCOURSE IN THE RUSSIAN MEDIA: DYNAMICS OF CHANGES (2005–2025)

Аннотация. В статье рассматривается концепт ностальгии как форма репрезентации исторического прошлого и индикатор изменения отношения к истории. Актуальность работы определяется не только устойчивым

Смирнова Ольга Владимировна, кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой цифровой журналистики факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова

Smirnova Olga Vladimirovna, PhD Candidate in Philology, Associate Professor, Head, Department of Digital Journalism, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University

Smirnova.olga.msu@yandex.ru

ORCID: 0000-0003-1349-4241

Денисова Галина Валерьевна, доктор культурологии, профессор кафедры семиотики и общей теории искусства и заместитель декана по научной работе и развитию факультета искусства МГУ имени М. В. Ломоносова

Denisova Galina Valerievna, Doctor in Cultural Studies, Associate Professor, Professor, Department of Semiotics and General Theory of Art, Deputy Dean for Research and Development, Faculty of Arts, Lomonosov Moscow State University

g.v.denissova@gmail.com

ORCID: 0000-0002-7719-8380

Эшкинина Ульяна Юрьевна, кандидат филологических наук, научный сотрудник кафедры цифровой журналистики факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова

Eshkinina Uliana Yur'evna, PhD Candidate in Philology, Research Fellow, Department of Digital Journalism, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University

ulianaeshkinina1995@gmail.com

ORCID: 0000-0001-6782-0634

Исследование выполнено в рамках государственного задания МГУ имени М.В. Ломоносова.

The study was conducted under the state assignment of Lomonosov Moscow State University.

присутствием ностальгических нарративов в медиа, но и недостаточной разработанностью инструментов для их комплексного анализа в условиях цифровой трансформации информационной среды. Подчеркивается, что ностальгия перестает быть сугубо личным переживанием и превращается в публичный феномен, активно используемый для конструирования коллективной идентичности и формирования эмоциональной повестки дня. Анализ проводился на материале двух российских СМИ — «Аргументы и факты» и «Газета.Ru» — за период 2005–2025 гг. В отличие от существующих работ, посвященных статичным описаниям ностальгии, данное исследование предлагает динамическую модель ее эволюции, основанную на сравнении трех временных срезов (2005, 2015, 2025 гг.) с применением количественного и качественного методов исследования. Результаты контент-анализа 100 публикаций выявили динамику изменений объектов ностальгии, ее роли в тексте и типов репрезентации прошлого, а также размывание темпоральных рамок ностальгических переживаний. В указанный период в зависимости от контекста ностальгия может выступать как центральная тема, второстепенный аргумент, фоновый элемент или как объект отрицания. Она наделяется положительной (реже амбивалентной) эмоциональной окраской и может использоваться в качестве инструмента конструирования коллективной идентичности. Демонстрируется, что за два десятилетия ностальгия прошла путь от «тихой рефлексии об утраченном быте» через «коллекционирование материальной культуры 1990-х» к «эмоциональному и маркетинговому ресурсу», который может применяться, критиковаться или отвергаться. Особое внимание уделено трем универсальным объектам ностальгии — кино и литературе, технике и гаджетам, советскому прошлому как эпохе, — динамика которых отражает постепенный переход от конкретно-вещной ностальгии к ностальгии по состояниям и эмоциям. Полученные результаты позволяют проследить трансформацию исторической памяти и общественных настроений в российском медиадискурсе последних двух десятилетий.

***Ключевые слова*:** ностальгия, медиадискурс, цифровизация, интернет-СМИ, историческая память, коллективная память.

Abstract. This article examines nostalgia as a mode of representing the historical past and as an indicator of changing attitudes toward history. The relevance of the study stems not only from the persistent presence of nostalgic narratives in the media but also from the insufficient development of analytical tools capable of capturing this phenomenon comprehensively amid the digital transformation of the information environment. The article argues that nostalgia is no longer confined to the realm of personal experience but has increasingly become a public phenomenon actively employed in the construction of collective identity and the shaping of emotionally charged media agendas. The analysis draws on materials published by two Russian media outlets, *Argumenty i Fakty* and *Gazeta.Ru*, between 2005 and 2025. Unlike previous studies that have tended to offer static accounts of nostalgia, this research proposes a dynamic model of its evolution by comparing three chronological snapshots —2005, 2015, and 2025 — and combining quantitative and qualitative methods. A content analysis of 100 publications reveals shifts in the objects of

nostalgia, its functions within media texts, and the modes through which the past is represented, as well as an increasing blurring of the temporal boundaries of nostalgic experience. Across the period under study, depending on context, nostalgia may function as the central theme of a text, a secondary argumentative device, a background element, or an object of explicit rejection. It is predominantly endowed with positive, and less frequently ambivalent, emotional connotations and may serve as a means of constructing collective identity. The findings demonstrate that over the course of two decades, nostalgia evolved from a form of "quiet reflection on a lost everyday world", through the "collecting of the material culture of the 1990s", into an "emotional and marketing resource" that may be mobilized, criticized, or rejected. Particular attention is paid to three recurring objects of nostalgia — film and literature, technology and gadgets, and the Soviet past as a historical era — whose evolution reflects a gradual shift from nostalgia centred on tangible objects toward nostalgia for emotional states, experiences, and ways of feeling. The findings make it possible to trace broader transformations in historical memory and public sentiment within Russian media discourse over the past two decades.

***Keywords*:** nostalgia, media discourse, digitalization, online media, historical memory, collective memory.

* * *

Введение

Актуальность темы исследования обусловлена возрастающей ролью медиа в формировании исторической памяти у аудитории в контексте современного этапа развития российского общества. В условиях цифровизации и трансформации информационного пространства все большую значимость приобретает изучение механизмов репрезентации прошлого в медиадискурсе, в котором ностальгические тенденции становятся одним из важных индикаторов коллективной памяти. При этом вопрос методологического инструментария для анализа концепта «ностальгии» в современном медиадискурсе продолжает оставаться недостаточно разработанным. Таким образом, целью данного исследования является выявление динамики репрезентации ностальгического дискурса на материале двух российских СМИ — «Аргументы и факты» и «Газета.Ru» — за период 2005–2025 гг.

Следует подчеркнуть, что в современных условиях все более заметным становится интерес к исследованиям феномена коллективной памяти, а также к анализу роли ностальгических переживаний в процессе взаимодействия индивидуального и общественного сознания с историческим контекстом. Трансформация теоретических подходов к пониманию концепта ностальгии на различных исторических этапах привела к формированию множественности интер-

претаций данного явления[1]. В отечественном контексте изучение ностальгии приобретает особую значимость, поскольку позволяет проследить эволюцию массового сознания и личностных идентичностей в период перехода от советского к современному российскому обществу.

В повестке современных российских медиа не только отражаются социокультурные представления о прошлом, но и прослеживаются процессы, связанные с его переосмыслением. При этом ностальгические нарративы в содержании медиа могут служить своеобразным индикатором, позволяющим улавливать общественные настроения и запросы, потребности аудитории в обращении к событиям прошлого, ее эмоциональную привязанность к тем или иным историческим событиям или этапам.

Ностальгия как социокультурный феномен довольно подробно исследована С. Бойм[2], представившей, пожалуй, наиболее актуальную на сегодняшний день классификацию типов этого явления. Прикладным аспектам ностальгии посвящены работы Д.В. Дунаса и других российских исследователей[3]. Взаимосвязь ностальгии с исторической памятью рассматривается в трудах Е.Л. Вартановой, Д.А. Андреева, Г.В. Денисовой, О.В. Смирновой и А.А. Гладковой[4].

Для понимания динамики изменений в подходах к ностальгии как концепту следует вспомнить, что появление этого термина связывают с работами швейцарского врача Д. Хофера, который в XVII столетии диагностировал состояние находившихся вдали от дома швейцарских солдат[5]. В последующий период ностальгия рас-

---

[1] *Rosenwein B.N.* Problems and Methods in the History of Emotions // Passions in Context: International Journal for the History and Theore of Emotions. 2010. No. 1. P. 1–32; *Salmon L., Dickinson S.* Melancholic Identities, Toska and Reflective Nostalgia. Firenze, 2015; *Олешко В.Ф., Олешко Е.В.* Коммуникативно-культурная память в контексте реализации информационных стратегий массмедиа // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1. Проблемы образования, науки и культуры. 2019. Т. 25. № 3 (189). С. 12–23; *Дунас Д.В., Салихова Е.А., Бабына Д.А.* Консенсус, «новый патриотизм» и эффект ностальгии в российской медиакультуре (опыт изучения молодежных сообществ в VK) // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2023. № 85. С. 247–268; *Вартанова Е.Л., Андреев Д.А., Денисова Г.В., Смирнова О.В., Гладкова А.А.* Конфликт и медиа: взаимодействие и взаимовлияние в контексте сохранения исторической памяти // Вестник Московского университета. Серия 8. История. 2024. Т. 65. № 3. С. 156–170.

[2] *Бойм.С.* Будущее ностальгии. М., 2019.

[3] *Дунас Д.В., Салихова Е.А., Бабына Д.А.* Указ. соч. С. 247–268.

[4] *Вартанова Е.Л., Андреев Д.А., Денисова Г.В., Смирнова О.В., Гладкова А.А.* Указ. соч. С. 156–170.

[5] *Wildschut T., Sedikides C., Arndt J., Routledge C.D.* Nostalgia: Content, triggers, functions // Journal of Personality and Social Psychology. 2006. Vol. 91. No. 5. P. 975–993.

сматривалась как психофизиологическое расстройство, с которым следовало бороться. Например, известно, что император Франции Наполеон для предотвращения ностальгических состояний запрещал солдатам исполнять народную музыку их регионов, поскольку считал, что это может привести к снижению военной мотивации и дезертирству[6]. К XIX в. с развитием таких процессов, как индустриализация, урбанизация, рост миграции населения ностальгия приобретала более широкое значение, позволявшее описывать состояние «тоски по дому», которому были подвержены и мигранты, и заводские рабочие, и переселенцы из деревень[7]. На протяжении XX в. подход к ностальгии как концепту продолжал меняться, сдвигаясь от пространственной/географической парадигмы к темпоральному/историческому измерению. Можно констатировать, что современное научное понимание ностальгии как концепта существенно эволюционировало, ностальгическое состояние стали определять как «стремление к дому, которого больше нет или никогда не существовало»[8]. С развитием исследований коллективной и исторической памяти ностальгия стала выступать как эмоционально обоснованный механизм актуализации исторической памяти.

Современная интерпретация понятия включает личностный аспект утраты идеализированного прошлого и социокультурный конструкт, который модифицирует официальную историческую версию прошедшего события или утраченного явления. Ностальгические переживания и сегодня неразрывно связаны с механизмами социальной и коллективной памяти, определяющими процессы формирования и трансформации воспоминаний в социальных группах[9]. Они могут выступать значимым мотивационным фактором поведения человека или группы людей, и особая роль в этом контексте отводится коллективной памяти, которая становится важным фактором формирования массовой культуры через апеллирование к значимым для аудитории историческим периодам и/или географическим локациям[10]. Ностальгические настроения выполняют

---

[6] *Sedikides C., Wildschut T., Baden D.* Nostalgia: Conceptual issues and existential functions // Handbook of experimental existential psychology / Ed by J. Greenberg, S. Koole, T. Pyszczynski. New York, 2004. P. 200–214.

[7] *Boym S.* Nostalgia and Its Discontents // The Hedgehog Review. 2007. Vol. 9. No. 2. P. 7–18.

[8] *Бойм С.* Будущее ностальгии. М., 2021. С. 164.

[9] *Pickering M., Keightley E.* The modalities of nostalgia // Current Sociology. 2006. Vol. 54. No. 6. P. 919–941.

[10] *Репина Л.П.* События и образы прошлого в исторической и культурной памяти // Новое прошлое / The New Past. 2016. № 1. С. 82–99.

важные психологические функции, включая поддержание чувства идентичности, сохранение культурных ценностей и укрепление социальных связей. Ностальгию могут испытывать и представители молодого поколения, воспринимающие прошлое через рассказы старших, сохранившиеся артефакты и культурное наследие.

Теоретический обзор работ, посвященных ностальгии, выявляет непосредственную связь этого концепта с исследованиями памяти и исторической памяти, что обусловливает необходимость в междисциплинарных подходах и влияет, в частности, на динамику изменений в терминологии[11]. Важной для нашего исследования представляется концепция «мест памяти», понимаемых как своеобразные локации, «где память кристаллизуется и находит свое убежище»[12]. Как отмечает историк Л.П. Репина, сегодня концепт исторической памяти «главным образом связывается с понятием "политика памяти", или "историческая политика", с анализом роли политического заказа в формировании и закреплении конкретных знаний о прошлом для обеспечения определенных социально-политических задач»[13].

При обращении к коллективной памяти в данном исследовании мы опираемся на труды М. Хальбвакса, обосновавшего социальную природу памяти и выдвинувшего тезис о том, что коллективная память имеет свойство «оборачиваться» вокруг индивидуальных памятей, но при этом не смешивается с ними[14]. В дальнейшем эта идея была развита Я. Ассманом — автором концепции двух измерений памяти — культурного и коллективного. Он отмечал, что культурная память направлена скорее на конкретные эпизоды из прошлого, «которые сворачиваются в символические фигуры, соединяющие множество частных воспоминаний о данном объекте или событии»[15]. Значительный вклад в разработку понятий, связанных с памятью, внес российский исследователь А.И. Миллер. Согласно его подходу, одним из основных концептов является «политика памяти», реализация которой происходит посредством большого круга государственных мер: от символических практик, таких как установка мемориалов и организация памятных мероприятий, до конкретных

---

[11] *Feindt G., Krawatzek F., Mehler D., Pestel F., Trimcev R.* Entangled Memory: Toward a Third Wave in Memory Studies // History and Theory. 2014. Vol. 53. No. 1. P. 31.

[12] *Нора П.* Проблематика мест памяти // Франция — память / Пер. с фр. СПб., 1999. С. 17.

[13] *Репина Л.П.* Указ. соч. С. 82–99.

[14] *Сафронова Ю.А.* Memory studies: эволюция, проблематика и институциональное развитие // Методологические вопросы изучения политики памяти / Ред. А.И. Миллер, Д.М. Ефременко. СПб., 2018. С. 11.

[15] Там же. С 368.

социальных программ поддержки участников исторических событий[16]. При этом Миллер выделяет важный компонент политики памяти — феномен забывания, который характеризуется непризнанием участия в неприглядных исторических событиях, а понимающее забывание возникает после того, как общество уже признало и переосмыслило сложные страницы своей истории[17].

Таким образом, современные подходы к изучению ностальгии, исторической памяти и коллективной памяти представляют собой сложный междисциплинарный комплекс концепций и методологических инструментов. Их дальнейшее развитие и уточнение остается актуальной задачей современной науки, особенно в контексте новых вызовов цифровой эпохи и трансформации механизмов социальной памяти. Изучение концептов «историческая память», «коллективная память» и «ностальгия» в современном научном дискурсе требует выхода за пределы традиционных монодисциплинарных границ. Особую значимость приобретает изучение процессов цифровизации и их влияния на формирование и трансляцию исторической памяти в России, а также на особенности ностальгических переживаний в медиапространстве.

Ностальгический дискурс в контексте цифровизации

Цифровая трансформация общества существенно изменила характер формирования, сохранения и передачи коллективной памяти, создав новые формы социального взаимодействия и коммуникации. В данном контексте особую актуальность приобретает анализ того, как цифровые технологии влияют на механизмы проявления ностальгических настроений в современном обществе.

В своих исследованиях специфики цифровой трансформации Е.Л. Вартанова предлагает выделять такие характерные черты отечественных медиа, как гибридизацию старых и новых медиаформатов, возрастающую роль мобильных платформ в потреблении контента, а также формирование новых моделей медиапотребления, основанных на активном использовании социальных сетей[18]. Особое внимание при этом обращается на тот факт, что в российском

[16] Историческая политика в XXI веке / Общ. ред. и сост. А.И. Миллер, М.А. Липман. М., 2012. (Библиотека журнала «Неприкосновенный запас»); Методологические вопросы изучения политики памяти: Сб. научн. трудов / Общ. ред. и сост. А.И. Миллер, Д.М. Ефременко. СПб., 2018; *Миллер А.И.* Россия: власть и история // Pro et contra. 2009. № 3–4 (46). С. 6–23.

[17] Там же.

[18] *Вартанова Е.Л.* К вопросу о последствиях цифровой трансформации медиасреды // Меди@льманах. 2022. № 2. С. 8–14.

контексте цифровизация медиа происходит неравномерно, и это создает медиапространства, где одновременно сосуществуют различные технологические и культурные практики медиапотребления, что, в свою очередь, ведет к созданию разных, часто конкурирующих за возможность влияния на потребителя ностальгических мотивов, которые транслируют современные СМИ. Сказанное эксплицирует концепцию «коннективной памяти» Э. Хоскинса, понимаемую как то, что «создается в результате потока контактов между людьми, цифровыми технологиями и медиа»[19].

В современном информационном обществе традиционное разграничение между «коммуникативной» и «культурной» памятью, которое изначально базировалось на различиях между устной и письменной коммуникацией, существенно размылось: и бумажный дневник, и интернет-блог «служат не только средством коммуникации, но и инструментом самоформирования индивидуальной памяти; однако основная функция блога заключается в возможности синхронизировать субъективный опыт пишущего с опытом других»[20]. Следует признать, таким образом, что хотя коммуникативная и культурная память продолжают существовать как отдельные явления, они теперь функционируют в тесном взаимодействии, где символические и повседневные воспоминания переплетаются, формируя целостное восприятие прошлого[21]. Более того, с развитием новых коммуникационных технологий ностальгия вышла за рамки личного переживания и стала частью публичного пространства.

Современное медиапространство характеризуется трансформацией механизмов, формирующих коммуникативно-культурную память общества. Ключевым моментом является усиление в формировании исторической памяти роли медиа, которые во многом определяют приоритетные направления исторической памяти, объекты ностальгии, ключевые акценты в интерпретации событий, границы допустимых трактовок и даже зоны «антипамяти» — области неприемлемых и недостойных ностальгии в актуальном контексте исторических интерпретаций.

Одновременно цифровизация создает новые возможности для коммерциализации ностальгии, превращая социальные медиа в площадку для развития ностальгического маркетинга, т.е. порождает

---

[19] *Hoskins A.* 7/7 and connective memory: Interactional trajectories of remembering in post-scarcity culture // Memory Studies. 2011. Vol. 4. No. 3. P. 269–280.

[20] *Dijck J.* Mediated Memories in the Digital Age. Stanford, 2007.

[21] *Олешко В.Ф., Олешко Е.В.* СМИ как медиатор коммуникативно-культурной памяти. Екатеринбург, 2020.

специфические практики «цифровой ностальгии», когда прошлое не просто вспоминается, но активно конструируется и коммодифицируется через цифровые платформы. В этом контексте особый интерес представляет феномен UGC-контента, в результате которого пользователи социальных сетей становятся одновременно потребителями и производителями ностальгического контента, что формирует иную динамику развития коллективной памяти.

Методология и результаты

Методология исследования основана на комплексном подходе, сочетающем количественные и качественные методы анализа. Для решения задач исследования были отобраны два средства массовой информации — «Аргументы и факты» и «Газета.Ru», занимающие высокие позиции в рейтинге самых цитируемых интернет-ресурсов России по данным системы «Медиалогия» за март 2026 г., что подтверждает их высокую значимость в формировании общественной повестки. Важным критерием выбора этих СМИ также стала доступность их полноценных текстовых архивов с начала 2000-х гг.

Таблица 1

Количество публикаций о ностальгии в «Газета.Ru» и «Аргументы и факты»

Год	Количество публикаций	
	Газета.Ru	АиФ
2005	54	34
2010	70	50
2015	79	48
2020	53	34
2025	162	145

Количественный этап. Первая часть исследования представляет собой диахронический анализ: на основе поиска по ключевому слову «ностальгия» была построена динамика публикаций с 2005 по 2025 г. Данные (табл. 1) показывают, что ностальгия никогда не была маргинальной темой — она присутствовала в обоих изданиях на протяжении всего выбранного периода, хотя и без резких скачков вплоть до 2020 г. Однако 2025 год показал значимые изменения в ностальгическом дискурсе: в «Газете.Ru» количество публикаций выросло с 54 до 162 (трехкратный рост), а в «АиФ» — с 34 до 145 (почти

четырехкратный). Поскольку оба издания освещают актуальную повестку, такой всплеск можно интерпретировать как маркер реального запроса аудитории и осознанной редакционной стратегии.

Качественный анализ. На втором этапе фокус сместился с количественного присутствия ключевого слова «ностальгия» на содержательные аспекты его репрезентации. Выборка строилась пропорционально доле каждого года в общем объеме публикаций. При объединении данных «Газеты.Ru» и «АиФ» были получены следующие результаты: 2005 г. — 88 публикаций (17% от всех 522), 2015 г. — 127 публикаций (24%), 2025 г. — 307 публикаций (59%). Чтобы сохранить эти пропорции, было отобрано 100 текстов — оптимальный для ручного контент-анализа объем. Окончательная выборка включила: из 2005 г. — 10 публикаций «Газеты.Ru» и 7 «АиФ»; из 2015 г. — 15 публикаций «Газеты.Ru» и 9 «АиФ»; из 2025 г. — 31 публикацию «Газеты.Ru» и 28 «АиФ». Каждый год и каждое издание представлены в выборке ровно в той же пропорции, что и в генеральной совокупности, что позволяет корректно сравнивать периоды и издания без риска смещения. Программой случайных чисел выбиралось соответствующее количество публикаций для каждого периода и каждого СМИ (без повторений в одной группе). Анализу подлежали: объекты ностальгии (музыка и исполнители; кино, сериалы и литература; еда, бренды и напитки; техника и гаджеты; праздники и традиции; мода и стиль; медиа, телевидение и радио; ностальгия по советскому прошлому как по целостной эпохе; малая родина, деревня и корни; молодость, детство и былые времена, ностальгия как маркетинговый инструмент; политическая ностальгия; ностальгия по советской культуре и искусству); роль ностальгии в тексте (основное — текст целиком построен на ностальгии; побочное — ностальгия важна, но не является центральной темой; фоновое — ностальгия упоминается мимоходом; отрицание — ностальгия сознательно отвергается); тип репрезентации прошлого (критика настоящего и компенсация — прошлое используется для сравнения с настоящим в пользу прошлого, ностальгия выступает как способ восполнить дефициты современности; образ нормальной жизни в прошлом — прошлое описывается как предсказуемое, стабильное, правильное; травматические события (фоном) — болезненные события прошлого упоминаются, но не становятся центральной темой). Доля каждого параметра рассчитывалась как процент материалов, в которых он зафиксирован, от общего числа материалов в соответствующей выборке. Поскольку один материал мог включать несколько объектов, сумма процентов в соответствующих столбцах может превышать 100%.

За выбранный для анализа период объекты ностальгии в российских интернет-СМИ претерпели значительную трансформацию, пройдя путь от привязки к конкретным материальным объектам и советскому быту через коллекционирование вещей 1990-х гг. к более абстрактным категориям — молодости, музыке, целым эпохам и даже маркетинговым трендам (табл. 2). При этом три объекта оказались универсальными константами, присутствующими во всех периодах и изданиях: кино и литература, техника и гаджеты, советское прошлое как эпоха, хотя их динамика существенно различалась.

Таблица 2

Объект ностальгии (в % от материалов периода) в «Газета.ру» и «АиФ» в 2005, 2015 и 2025 гг.

Объект	2005 г.		2015 г.		2025 г.	
	Газета.Ru	АиФ	Газета.Ru	АиФ	Газета.Ru	АиФ
музыка / исполнители	10	0	27	22	16	15
кино / сериалы / литература	10	40	13	11	10	15
еда / бренды / напитки	10	0	13	33	10	15
техника / гаджеты	30	20	33	44	3	8
праздники / традиции	10	20	0	11	6	12
мода / стиль	0	0	7	11	13	8
медиа / ТВ / радио	10	60	7	22	6	8
советское прошлое (эпоха)	40	20	40	11	26	35
малая родина / деревня / корни	0	0	0	0	3	15
молодость / детство / былые времена	0	20	33	22	29	27
ностальгия как маркетинговый инструмент	0	0	0	0	16	8
политическая ностальгия	0	0	0	0	3	0
советская культура / искусство	10	20	7	0	6	8

В 2005 г. в обоих изданиях доминировали конкретные объекты прошлого. В «АиФ» лидировали медиа, телевидение и радио (60%),

а также кино и литература (40%). В «Газете.Ru» доминировало советское прошлое как целостная эпоха (40%) и техника (30%). Универсальные объекты присутствовали с разной интенсивностью: кино и литература были заметнее в «АиФ» (40%), техника — в «Газете.Ru» (30%), советское прошлое как эпоха доминировало в «Газете.Ru» (40%), но было менее значимым в содержании «АиФ» (20%). Эти результаты продемонстрировали прежде всего ностальгию по уходящему миру вещей и «порядков», причем в «АиФ» приоритетней оказалась бытовая память, а в «Газете.Ru» больше проявлялась интеллектуальная рефлексия.

В 2015 г. произошел сдвиг в сторону материальной культуры 1990-х гг. В «АиФ» лидировали техника и гаджеты (44%), еда и бренды (33%), музыка и ностальгия по молодости (по 22%). Техника и гаджеты достигли своего исторического пика (44% в «АиФ», 33% в «Газете.Ru»), тогда как обращение к советскому прошлому зафиксировалось на высоком уровне в «Газете.Ru» (40%), но снизилось в «АиФ» (11%). Ностальгия по кино и литературе удерживалась на уровне 11–13% в обоих изданиях. Этот год можно было бы обозначить как период «коллекционирующей» ностальгии, когда прошлое собиралось по вещам, игрушкам и песням, ассоциировавшимся со счастливым детством. «Газета.Ru» фиксировала поколенческий сдвиг: наряду с высоким уровнем советского прошлого резко выросла доля ностальгии по молодости (33%) и музыке (27%). Ностальгировать начинали не только по СССР, но и по собственному детству, пришедшемуся на 1990-е гг.

2025 год показал, пожалуй, наиболее радикальные изменения за весь исследуемый период. Объектами ностальгии окончательно перестали выступать конкретные материальные предметы, их сменили более абстрактные и эмоциональные категории. В «Газете.Ru» лидирующие позиции заняли ностальгия по молодости и детству (29%), по советскому прошлому (26%), по музыке (16%). В этот период также впервые появились и закрепились две позиции: ностальгия как маркетинговый инструмент (16%) и мода как объект ностальгии (13%). Результаты в «АиФ» оказались следующими: ностальгия по советскому прошлому (35%), по деревне и «корням» (15%), по еде из прошлого (15%), по кино (15%); при этом заметно выросли доли ностальгии по молодости (27%) и по музыке (15%). Следует еще раз подчеркнуть, что именно в 2025 г. сформировался феномен маркетинговой ностальгии, когда образы прошлого стали сознательно создаваться и использоваться для продвижения товаров (в первую очередь одежды), фильмов, мюзиклов и ремейков.

Наряду с изменением объектов ностальгии трансформировалась и ее функциональная роль в медиатекстах (табл. 3).

Таблица 3

Роль ностальгии (в % от материалов периода) в «Газета.ру» и «АиФ» в 2005, 2015 и 2025 гг.

Роль ностальгии	2005 г.		2015 г.		2025 г.	
	Газета.Ru	АиФ	Газета.Ru	АиФ	Газета.Ru	АиФ
Основная	40	60	40	33	29	35
Побочная	30	20	33	33	29	31
Фоновая	30	20	27	33	26	12
Отрицание	0	0	0	0	16	19

В 2005 г. ностальгия в обоих изданиях преимущественно выступает в роли основной темы: в «АиФ» — 60% материалов, в «Газете.Ru» — 40%. Ностальгические публикации представляют собой развернутые, самостоятельные тексты, где прошлое анализируется, описывается или переживается как центральный сюжет. Отрицание ностальгии полностью отсутствует — ностальгия еще не стала объектом критики или высмеивания.

К 2015 г. в обоих изданиях происходит выравнивание ролей. В «АиФ» доля материалов, где ностальгия является основной темой, снижается до 33%, а побочная и фоновая ностальгия достигают также 33% каждая. В «Газете.Ru» основная роль ностальгии сохраняется на уровне 40%, но при этом побочная и фоновая составляют 33% и 27%. Прошлое перестает быть центральной темой и начинает использоваться как аргумент, иллюстрация или фон для других сюжетов. Отрицание ностальгии по-прежнему отсутствует.

В 2025 г. происходят наиболее заметные изменения. Доля материалов, в которых ностальгия является основной темой, падает в «АиФ» до 35%, а в «Газете.Ru» — до 29%. Одновременно в «Газете.Ru» возрастает доля фоновой ностальгии — до 26%, что почти вдвое превышает показатель «АиФ» (12%). «Газета.Ru» в 2025 г. публикует ностальгические материалы преимущественно в жанре новостей, где прошлое упоминается вскользь.

Самым значимым изменением в 2025 г. становится появление категории отрицания ностальгии: в «АиФ» она составляет 19%, в «Газете.Ru» — 16%. Впервые в анализируемый период ностальгия не просто избегается, но сознательно высмеивается, критикуется или отвергается (например, в интервью Ирины Родниной, в материалах

об эмигрантах, в некоторых аналитических статьях). Это новый феномен, свидетельствующий о том, что ностальгия перестала быть безусловно позитивной или нейтральной темой.

Не менее важным параметром анализа выступает то, как именно конструируется прошлое в ностальгических публикациях — служит ли оно точкой опоры, объектом критики или фоном для травматических переживаний (табл. 4).

Таблица 4

Типы репрезентации прошлого (в % от материалов периода) в «Газета.ру» и «АиФ» в 2005, 2015 и 2025 гг.

Тип	2005 г.		2015 г.		2025 г.	
	Газета.Ru	АиФ	Газета.Ru	АиФ	Газета.Ru	АиФ
критика настоящего / компенсация утрат	80	60	53	56	39	54
образ нормальной жизни в прошлом	70	60	53	44	18	46
травматические события как фон	30	20	20	33	11	27

В 2005 г. в обоих изданиях доминирует критика настоящего: в «Газете.Ru» — 80%, в «АиФ» — 60%. Прошлое служит инструментом для сравнения с настоящим не в пользу последнего. Также силен образ прошлого как нормальной жизни — 70% в «Газете.Ru» и 60% в «АиФ». Прошлое описывается как стабильное, правильное, «настоящая жизнь». Травматические события при воспоминаниях присутствуют, но лишь косвенно.

В 2015 г. доля критики настоящего снижается: 53% в «Газете.Ru», 56% в «АиФ». Образ прошлого как нормы также снижается, особенно заметно в «Газете.Ru» — с 70% до 53%. Травма остается на уровне 20–33%. Это период рефлексивной ностальгии: прошлое уже не воспринимается однозначно как «норма», но критика настоящего всё еще сильна.

2025 год показывает наиболее сильные изменения. Критика настоящего снижается в «Газете.Ru» (до 39%), хотя в «АиФ» остается высокой (54%). Образ прошлого как нормы падает в «Газете.Ru» до 18%, тогда как в «АиФ» остается значимым (46%). Травма снижается в обоих изданиях (11% и 27%), оставаясь на периферии. В «АиФ» травма выражена сильнее (27%), особенно в материалах о деревенской жизни, эмиграции и экстремальных событиях.

Заключение

Проведенное исследование свидетельствует о значимости ностальгического медиадискурса, выступающего в качестве индикатора состояния исторической памяти и одного из механизмов ее актуализации и трансформации, что особенно важно в контексте динамично меняющегося российского информационного пространства.

Ностальгический дискурс в российском медиапространстве 2005–2025 гг. отражает сложившиеся в обществе представления о прошлом, выступая своеобразным маркером состояния исторической памяти и одновременно активно влияет на формирование этих представлений. Так выполняется не только индикативная, но и конструирующая функции, что особенно ярко проявляется в контексте цифровизации, в условиях которой границы между констатацией и конструированием реальности становятся все более размытыми. При этом ностальгия проявляет себя как объединяющий аудиторию нарратив и как эффективное средство конструирования национальной идентичности. Характерно появление к 2025 г. феномена маркетинговой ностальгии, когда образы прошлого стали сознательно создаваться и использоваться для продвижения товаров (в первую очередь одежды), фильмов, мюзиклов и ремейков. Ностальгия все больше проявляет себя не только как эмоциональный ресурс, пригодный для привлечения внимания аудитории, но также как инструмент для продажи товаров.

В целом в современном российском медиапространстве формируются новые практики коммеморации, использующие цифровые возможности для сохранения и передачи личных и коллективных воспоминаний. Они характеризуются высокой степенью интерактивности, возможностью мгновенного обмена воспоминаниями и их коллективного переосмысления. При этом цифровые технологии не только предоставляют новые инструменты для работы с памятью, но и трансформируют сам характер воспоминаний, делая их более фрагментарными, мозаичными.

Таким образом, исследования ностальгического медиадискурса открывают, на наш взгляд, новые перспективы для понимания механизмов формирования и трансформации коллективных воспоминаний в современном обществе. Возможности современных СМИ обновляют и делают более эффективным характер взаимодействия общества с прошлым, формируя новые практики коммеморации и новые формы ностальгических переживаний.

References

Boym S. *Budushchee nostal'gii* [The Future of Nostalgia]. Moscow: Novoe literaturnoe obozrenie, 2019. 680 p.

Boym S. Nostalgia and Its Discontents // The Hedgehog Review. 2007. Vol. 9. No. 2. P. 7–18.

Dijck J., van. Mediated Memories in the Digital Age. Stanford: Stanford University Press, 2007. 232 p.

Dunas D.V., Salikhova E.A., Babyna D.A. *Konsensus, "novyi patriotizm" i effekt nostal'gii v rossiiskoi mediakul'ture (opyt izucheniya molodezhnykh soobshchestv v VK)* [Consensus, "New Patriotism", and the Nostalgia Effect in Russian Media Culture: A Study of Youth Communities on VK] // *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya*. 2023. N 85. P. 247–268.

Feindt G., Krawatzek F., Mehler D., Pestel F., Trimcev R. Entangled Memory: Toward a Third Wave in Memory Studies // History and Theory. 2014. Vol. 53. No. 1. P. 24–44.

Hoskins A. 7/7 and Connective Memory: Interactional Trajectories of Remembering in Post-Scarcity Culture // Memory Studies. 2011. Vol. 4. No. 3. P. 269–280.

Istoricheskaya politika v XXI veke [Historical Politics in the Twenty-First Century] / Ed. by A.I. Miller, M.A. Lipman. Moscow: Novoe literaturnoe obozrenie, 2012. 648 p. (*Biblioteka zhurnala "Neprikosnovennyi zapas"* [Library of the Journal *"Neprikosnovennyi zapas"*]).

Metodologicheskie voprosy izucheniya politiki pamyati [Methodological Issues in the Study of Memory Politics] / Ed. by A.I. Miller, D.M. Efremenko. Saint Petersburg: [s. n.], 2018. 224 p.

Miller A.I. *Rossiya: vlast' i istoriya* [Russia: Power and History] // *Pro et contra*. 2009. N 3–4 (46). P. 6–23.

Nora P. *Problematika mest pamyati* [The Problematic of Sites of Memory] // *Frantsiya – pamyat'* [France: Memory]. Saint Petersburg: Izdatel'stvo Sankt-Peterburgskogo universiteta, 1999. P. 17–50.

Oleshko V.F., Oleshko E.V. *Kommunikativno-kul'turnaya pamyat' v kontekste realizatsii informatsionnykh strategii massmedia* [Communicative-Cultural Memory in the Context of Implementing Mass Media Information Strategies] // *Izvestiya Ural'skogo federal'nogo universiteta*. Series 1. *Problemy obrazovaniya, nauki i kul'tury*. 2019. Vol. 25. N 3 (189). P. 12–23.

Oleshko V.F., Oleshko E.V. *SMI kak mediator kommunikativno-kul'turnoi pamyati* [Mass Media as a Mediator of Communicative-Cultural Memory]. Ekaterinburg: Izdatel'stvo Ural'skogo universiteta, 2020. 256 p.

Pickering M., Keightley E. The Modalities of Nostalgia // Current Sociology. 2006. Vol. 54. No. 6. P. 919–941.

Repina L.P. *Sobytiya i obrazy proshlogo v istoricheskoi i kul'turnoi pamyati* [Events and Images of the Past in Historical and Cultural Memory] // *Novoe proshloe / The New Past*. 2016. N 1. P. 82–99.

Rosenwein B.N. Problems and Methods in the History of Emotions // Passions in Context: International Journal for the History and Theory of Emotions. 2010. No. 1. P. 1–32.

Safronova Yu.A. *Memory studies: evolyutsiya, problematika i institutsional'noe razvitie* [Memory Studies: Evolution, Key Issues, and Institutional Development] // *Metodologicheskie voprosy izucheniya politiki pamyati* [Methodological Issues in the

Study of Memory Politics] / Ed. by A.I. Miller, D.M. Efremenko. Saint Petersburg: [s. n.], 2018. P. 7–32.

Salmon L., Dickinson S. Melancholic Identities, Toska and Reflective Nostalgia. Firenze: Firenze University Press, 2015. 180 p.

Sedikides C., Wildschut T., Baden D. Nostalgia: Conceptual Issues and Existential Functions // Handbook of Experimental Existential Psychology / Ed. by J. Greenberg, S. Koole, T. Pyszczynski. New York: Guilford Press, 2004. P. 200–214.

Vartanova E.L. *K voprosu o posledstviyakh tsifrovoi transformatsii mediasredy* [On the Consequences of the Digital Transformation of the Media Environment] // *Medi@l'manakh*. 2022. N 2. P. 8–14.

Vartanova E.L., Andreev D.A., Denisova G.V., Smirnova O.V., Gladkova A.A. *Konflikt i media: vzaimodeistvie i vzaimovliyanie v kontekste sokhraneniya istoricheskoi pamyati* [Conflict and Media: Interaction and Mutual Influence in the Context of Preserving Historical Memory] // *Vestnik Moskovskogo universiteta*. Series 8. *Istoriya*. 2024. Vol. 65. N 3. P. 156–170.

Wildschut T., Sedikides C., Arndt J., Routledge C.D. Nostalgia: Content, Triggers, Functions // Journal of Personality and Social Psychology. 2006. Vol. 91. No. 5. P. 975–993.

Поступила в редакцию
25 декабря 2025 г.