



А.М. Мамбетова

Мамбетова Алина Маратовна, студентка 2 курса группы УКИ/бак-24-1 факультета гуманитарного образования Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: mambetovaalina343@gmail.com.

Научный руководитель: **Павлова Ольга Александровна**, доктор филологических наук, доцент кафедры социально-культурной деятельности Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: lexfati72@mail.ru.

КИНО И РАДИО В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ: НОСТАЛЬГИЯ ПО АНАЛОГОВОМУ МЕДИА КАК КУЛЬТУРНЫЙ ТРЕНД

Статья посвящена исследованию феномена ностальгии по аналоговым медиа в условиях доминирования цифровых технологий. В работе анализируются конкретные проявления тренда в кинематографе и радиосфере. Особое внимание уделяется влиянию ностальгичного запроса на аудиторию. Делается вывод, что возвращение к аналогу представляет собой форму диалога с медианаследием и реакцию на обезличенность цифровой среды.

Ключевые слова: аналоговый медиум, ностальгия, цифровая культура, кино, радио, ретрофутуризм, медиаархеология.

А.М. Mambetova

Mambetova Alina Maratovna, 2nd-year student of the UKI/bak-24-1 group of the Faculty of Humanitarian Education of the Krasnodar State Institute of Culture (Krasnodar, 40-letiya Pobedy str., 33), e-mail: mambetovaalina343@gmail.com.

Scientific supervisor: **Pavlova Olga Aleksandrovna**, Doctor of Philology, Associate Professor of the Department of Social and Cultural Activities of the Krasnodar State Institute of Culture (Krasnodar, 40-letiya Pobedy St., 33), e-mail: lexfati72@mail.ru.

CINEMA AND RADIO IN THE DIGITAL AGE: NOSTALGIA FOR ANALOG MEDIA AS A CULTURAL TREND

The article is devoted to the study of the phenomenon of nostalgia for analog media in the context of the dominance of digital technologies. The work analyzes specific manifestations of the trend in cinema and the radio sphere. Special attention is paid to the influence of the nostalgic request on the audience. It is concluded that the return to analog is a form of dialogue with the media heritage and a reaction to the depersonalization of the digital environment.

Key words: analog medium, nostalgia, digital culture, cinema, radio, retrofuturism, media archaeology.

Около 10 лет назад вся Россия достаточно быстро переходила из вещественного и материального к цифровому и информационному, произошел прорыв в цифровизации, и вся российская IT-отрасль стремительно развивалась: происходила автоматизация бизнес-процессов, активно развивалось онлайн-обучение, разрабатывались различные информационные системы, и за время с 2010 по 2020 годы новые для российского рынка понятия стали реалиями жизни. Но, несмотря на это, в настоящее время в информационном пространстве «цифровое» активно вытесняется «аналоговым»: по данным медиахолдинга Rambler&Co, в 2025 году более трети россиян (36%) регулярно испытывают ностальгию по аналоговым медиа [1]; по данным «МТС Музыка», в 2025 году музыкальные композиции 1990-х составляли 26% от общего числа прослушиваний, а песни нулевых – 25% [2]. В данной работе будет исследован феномен ностальгии

по аналоговым медиа как культурный тренд и проанализированы проявления тренда, выявлены причины, оценено его влияние на индустрию и аудиторию.

Обратимся к определению основных понятий «аналогового медиума» в контексте кино и радио. Аналоговый медиум (аналоговые медиа) в контексте медиаискусства – это средство коммуникации, носитель информации, который использует физические технологии, не связанные с цифровыми технологиями [3]. Под аналоговым медиумом здесь подразумеваются в первую очередь традиционные медиа – фотография, кино, радио, телевидение (но здесь исключительно в первоначальном их проявлении), физические носители – виниловые пластинки, магнитные ленты, светочувствительная пленка и др., а также устройства, использующие аналоговые технологии, – телевизоры, кассетные плееры, радиоприемники, часы и др. Под аналоговым медиумом в кино будут пониматься магнитные ленты, светочувствительная пленка, телевизоры, механика проекции старого образца и другие элементы, непосредственно связанные с процессом производства кино и его особенностями. Под аналоговым медиумом в радио будут пониматься радиоприемники старого образца, эфирное вещание, «живой эфир» и многое другое, непосредственно относящееся к радиопроизводству.

Ностальгия здесь выступает как культурный и социальный феномен: это не просто описание вечной тоски по прошлому, это целое конструирование новых ценностей. Если раньше молодежь относилась к предметам прошлого негативно, практически отрицая существование прошлых трендов и их влияние на настоящее, то сейчас аналоговый медиум и ностальгия приобрели в глазах молодежи свою ценность, свои особенности – все то, что может придать особые акценты их индивидуальности. Важно отметить, что тренд на ностальгию развивает у молодежи чувство уважения к прошлым тенденциям, к искусству недавнего прошлого, что не может не вызывать положительного влияния на культурное развитие молодежи в целом.

Рассматривая основные концепции авторов, относящиеся к таким понятиям, как «аналоговый медиум» и «ностальгия», необходимо упомянуть «аналоговую ауру» В. Бенямина [4], «медиаархеологию» – направление в изучении медиа, которое сформировалось в 1980-е годы [5], «ретрофутуризм» и «ретротопию».

Начнем наш анализ с концепции «аналоговой ауры» В. Бенямина. Аура – это одно из ключевых понятий в его эстетической теории, заимствованное им из мистики и впервые появляющееся в произведении «Краткая история фотографии» (1931), но концептуально оформленное в эссе «Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости» (1936). Нам будет интересно определение ауры в «Произведении искусства в эпоху его технической воспроизводимости», здесь оно радикальнее и «отделяет искусство старое, традиционное от искусства новой, технологической эпохи, от искусства, для которого репродуцируемость становится существенным свойством» [6]. В. Бенямин утверждает, что произведению искусства свойственна одна черта, которая сущностно недоступна репродукции: «Здесь и сейчас произведения искусства – его уникальное бытие в том месте, в котором оно находится. На этой уникальности и ни на чем ином держалась история, в которую произведение было вовлечено в своем бытовании. Сюда включаются как изменения, которые с течением времени претерпевала его физическая структура, так и смена имущественных отношений, в которые оно оказывалось вовлеченным» [3]. В «Произведении искусства в эпоху его технической воспроизводимости» В. Бенямин уже диагностирует окончательную смерть ауры, отразившую потерю связи искусства с культом, вызванную появлением технологий массового тиражирования и приходом новых направлений искусства, таких как фотография и кинематограф. В. Бенямин пишет и о том, что искусство, потеряв свой аристократизм, стало средством развлечения, оно больше не требует повышенной концентрации чувств и напряжения зрителя, которым теперь легко манипулировать.

Когда мы говорим о «медиаархеологии», то подразумеваем взгляд на медиакультуру через призму исторического развития. «Медиаархеология» изучает такие аспекты, как забытые феномены – явления, которые оказались за чертой известных представлений о культуре и истории медиа. Эволюция медиа – это изучение закономерности в сфере развития медиатехнологий, и их цикличность, влияние технологий на культуру – исследование того, как технологии влияют на культуру [7]. Если говорить о забытых феноменах, то можно привести в качестве примера феномен вездесущих фотокамер, вторгающихся в личное пространство, – новое явление, но с позиции медиаархеологии этот феномен возник с появлением первых фотоаппаратов и любительской фотографии. Как пример влияния технологий на культуру можно привести то, как запросы аудитории влияют на эволюцию технологий в сфере развлечений. Единого устоявшегося мнения о сущностном наполнении термина «медиаархеология» нет. Например, Эрkki Хухтамо дает определение: «Археология медиа – это взгляд на медиакультуру не только через призму прошлого, настоящего и будущего, но во взаимосвязи всех времен» [8].

После рассмотрения концепций и теорий на тему ностальгии приступим к анализу «аналогового медиума» и проявления ностальгии в кино и радио на реальных примерах. В 1920-е годы психолог Морис Хальбвакс выдвинул тезис о социальной обусловленности ностальгии. Из него следует, что воспоминания, в том числе ностальгические, не в точности воспроизводят ход прошлых событий, а включают в себя субъективные оценки и ошибки того, кто вспоминает, то есть ностальгия – это не воспоминания, а лишь их реконструкция, трюк сознания. Поэтому люди способны тосковать даже о самых плохих в историческом смысле временах. Именно по этой причине, когда создатели нового телешоу «Винил» (телевизионная сеть «НВО») М. Скорсезе, М. Джаггер, Т. Уинтера и другие медийные персоны американской телеиндустрии «говорят вам, что стремились показать все, как было на самом деле в их рок-н-рольной

молодости, вы должны понимать, что это, конечно же, не так, даже если авторы искренне верят в то, что говорят» [9]. «Винил» – музыкальное шоу, и музыка здесь – самоцель. Музыка здесь звучит постоянно, иногда она инкорпорирована в сюжет, а иногда, подчас неожиданно, оборачивается отдельными настроенческими номерами. Все персонажи одержимы музыкой, они все время в поисках того хита, который перевернет мир. Получается, что «Винил» о том, как ностальгия играет на чувствах [9]. В кино «аналоговый медиум» и ностальгия – это всегда о чувствах, о времени «где все было хорошо», где была красивая музыка, красиво одетые люди, это там, «где всему было свое время и место», и потому публика хочет попасть именно туда, в прошлое, где все так ярко и красиво, так спокойно и одновременно динамично.

У радио немного другой формат «аналогового медиума» и ностальгии. Здесь больше о вещах, их ценности и смыслах. К формату ностальгичного радио относятся: «Ренессанс FM» в формате city station, подкасты на тему ностальгии, подкасты, стилизованные под «живой» эфир, онлайн-радио с ретроэстетикой. Очень ярко здесь показано проявление ретрофутуризма – жанра фантастики, описывающего мир будущего, базирующегося на технологиях, моде и стилистике прошлого, которые в реальном мире, как правило, вышли из употребления [10]. В пример можно привести распространение ностальгичных продуктов и вещей в магазинах и на маркетплейсах (те же музыкальные колонки сейчас выпускают в виде маленького граммофона, но с элементами современности): если тренд на прослушивание музыки на граммофоне с пластинками возник еще с момента их появления, то сейчас он приобретает все большую популярность, поскольку ностальгия и продукты прошлого сейчас символизируют дороговизну, богатство, как материальное, так и духовное. Сейчас у молодежи зарождается тренд на «исключительные» знания в различных областях, молодежь формирует сообщества коллекционеров, происходит возрождение DIY-культуры и т.п.

Подводя итоги, мы можем утверждать, что тренды на аналоговый медиум и ностальгию помогает достаточно широкой аудитории саморазвиваться, передавать знания прошлого поколения и проявлять свою индивидуальность через сферу искусства. Ностальгия по аналоговому – это не бегство от прогресса, а способ диалога с медианаследием. Любой продукт, будь то кино, музыка или иллюстрации, созданные искусственным интеллектом, всегда отличимы публикой: кино, которое режиссировано искусственным интеллектом, всегда имеет аналогичные сюжетные повороты (если это мультфильм, то в нем всегда одинаковая механика движений персонажей, излишне яркие эмоции и часто огрехи в прорисовке различных деталей). Музыка искусственный интеллект не создает полностью индивидуальной и новой, это всегда известные мелодии, немного измененные и проработанные в определенной стилистике, голос исполнения одинаковый (и женские, и мужские голоса одинаковые, какую бы песню ни создал ИИ), иллюстрации от искусственного интеллекта часто с погрешностью рисовки, используется много градиента и разглаживания. Ностальгия здесь становится не просто личным чувством, а культурным механизмом, который помогает людям справляться с неопределенностью, формировать идентичность и находить утешение в знакомых образах прошлого. Ностальгия всегда была и будет тем самым «живым» и «теплым» проявлением культуры, которое сейчас ищет каждый человек, и ни один искусственный интеллект никогда не передаст столько чувств, сколько вкладывает в свои работы человек, ведь у него не существует «человеческого фактора», который придает любому продукту индивидуальность.

Список источников

1. Более трети россиян регулярно испытывают чувство ностальгии. – URL: <https://www.vesti.ru/article/4551993> (дата обращения: 06.04.2026).

2. Тренд на ностальгию в массовой культуре: как тоска по прошлому превращается в продажи. – URL: <https://clck.ru/3T6Dbg> (дата обращения: 06.04.2026).
3. Пеннер, Р.В. Ностальгия по прошлому и будущему: взгляд на дистопические сюжеты «малого экрана». – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/nostalgiya-po-proshlomu-i-buduschemu-vzglyad-na-distopicheskie-syuzhety-malogo-ekrana> (дата обращения: 15.03.2026).
4. Беньямин, В. Учение о подобии. Медиаэстетические произведения. – М: РГГУ, 2012. – 194 с.
5. Старовойтенко, А. Между ностальгией и ретротопией. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mezhdu-nostalgiey-i-retrotopiey> (дата обращения: 15.03.2026).
6. Ромашко, С.А. Детская фотография. О мотивах детства у Вальтера Беньямина. – URL: https://ruthenia.ru/logos/number/2000_3/06.htm (дата обращения: 16.03.2026).
7. Смолина, Н.С. «Советское» в постсоветском пространстве: анализ ностальгических сообществ. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovetskoe-v-postsovetskom-prostranstve-analiz-nostalgicheskikh-soobschestv> (дата обращения: 16.03.2026).
8. Григорьев, С.Л. Метод «археология медиа»: история формирования и перспективы применения. – URL: <https://clck.ru/3T6DuB> (дата обращения: 16.03.2026).
9. Аникин, К. «Винил»: миф о мифе или зачем смотреть новый сериал Скорсезе. – URL: <https://stereo.ru/p/g332d-vinil-mif-o-mife-ili-zachem-smotret-novyy-serial-skorseze> (дата обращения: 16.03.2026).
10. Лебедева, В. Тренд на ностальгию в России: от 90-х к 2000-м. – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/8210090> (дата обращения: 16.03.2026).