

DOI: 10.25990/socinstras.pss-26.2m0v-2131

EDN: DOGXBW

УДК 316.7



АГАТА ВЯЧЕСЛАВОВНА СЕРГЕЕВА

*Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики», Москва, Россия*

МОЛОДЕЮЩАЯ НОСТАЛЬГИЯ: В КАКОМ ВОЗРАСТЕ МОЖНО НАЧИНАТЬ СКУЧАТЬ ПО УШЕДШИМ ВРЕМЕНАМ. НА ПРИМЕРЕ ВИДЕО ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ TikTok И YouTube-ПРОЕКТА «ПОПКУЛЬТ»

Аннотация. В эссе исследуется феномен «молодеющей ностальгии» у подростков и молодых взрослых через контент-анализ ностальгического контента в социальной сети TikTok и YouTube-проекта «Попкульт». Анализируется, как воспоминания о детстве становятся способом справиться с кризисами и социальной нестабильностью. Анализ комментариев показывает, что ностальгия выполняет функцию поддержания личной и коллективной идентичности. В работе используются концепции рефлексивной и восстановительной ностальгии, а также теория коллективной памяти. Особое внимание уделено тому, как ускоренные социальные изменения и кризисы стимулируют интерес к прошлому.

Ключевые слова: ностальгия, медиатизация памяти, коллективная память, кризис четверти жизни, цифровизация.

Ссылка для цитирования: Сергеева А. В. Молодеющая ностальгия: в каком возрасте можно начинать скучать по ушедшим временам. На примере видео пользователей социальной сети TikTok и YouTube-проекта «Попкульт» // Петербургская социология сегодня. — 2024. — № 26. — С. 99–108. — DOI: 10.25990/socinstras.pss-26.2m0v-2131; EDN: DOGXBW

В социальной сети TikTok под хештегом «nostalgia» опубликовано 7,1 млн видеороликов, а под хештегом «ностальгия» — 497 тысяч. Все они включают в себя контент, построенный или отсылающий к коллективным воспоминаниям о прошлом. Если в TikTok в поле для поиска ввести «#ностальгия», то на экране пользователя появится скроллящаяся лента со всеми публикациями, отмеченных этим хештегом. Среди русскоязычных публикаций под этими хештегами наиболее популярны видео «Как ощущался мир в детстве». В качестве

примеров для эссе были выбраны следующие три публикации: 1) <https://vt.tiktok.com/ZSFHdMdse/> 3,3 млн просмотров; 2) <https://vt.tiktok.com/ZSFHdUkEY/> 3,1 млн просмотров; 3) <https://vt.tiktok.com/ZSFHd67Dv/> 7,5 млн просмотров.

В этих видео пользователи публикуют фотографии или видео летних солнечных пейзажей, игрушек или предметов, популярных в 2000–2010 годах. Чаще всего эти видео сопровождаются звуком поющих птиц или музыкой жанра *ambient*, которую характеризуют как обволакивающую и атмосферную. Под такими видео можно встретить комментарии «Сейчас мир ощущается так, будто Солнце куда-то исчезло», «Тогда все казалось другим... жаль, что детство прошло и его не вернуть». Люди активно делятся своими воспоминаниями из детства, которые вызвал визуальный ряд в ролике, расстраиваются, что сейчас «уже не то», мир изменился, и, судя по всему, не в лучшую сторону.

Для анализа были выбраны 70 случайных комментариев под 3 видео. В нем под голос поющей птицы сменяются изображения летних дворов, детских площадок и домов. Сами изображения имеют яркую теплую гамму, с наложением желтого фильтра, создавая эффект летнего солнца. Настроение у видеоряда спокойное, позитивное, доброе. Всего под видео был оставлен 10 541 комментарий.

Кодировка была сделана по следующим категориям: Категория 1 «Развернутость комментария», Категория 2 «Реакция и эмоции, вызванные видеорядом (при условии наличия эмоционально-окрашенных и оценочных слов в комментарии, смайликов, заглавных букв)», Категория 3 «Желание вернуться назад», Категория 4 «Наличие конкретного воспоминания», Категория 5 «Ощущение узнавания мест / событий на видео».

В результате под подобными видео люди склонны делиться своими эмоциями и мнением, практически 1/3 комментариев развернутые и осмысленные. Несмотря на позитивную направленность видео, под ним в 2 раз больше комментариев, в которых люди выражают грусть и желание вернуться назад, чем радостных реакций, что парадоксально, ведь ностальгию принято считать положительным чувством. Достаточно большой процент комментариев (35%) содержит конкретное воспоминание, как, например, «6 утра, тебе в домофон звонят подруги, зовут гулять, ты не поевши выбегаешь на улицу, вы весело проводите время, играя в „Стоп-землю“ / „Акулу“ / „Слепого крота“ до самого вечера, потом вас с балкона кричат родители», что говорит о вовлеченности аудитории в просматриваемый контент. Кроме того, что пользователь потратил время, чтобы оставить развернутое высказывание, он обратился

к своей памяти и не просто отреагировал на видеоконтент, а поделился эмоционально окрашенной частью своего прошлого. Так, чувство ностальгии является достаточно сильным для того, чтобы заставить привыкшего к быстрому потреблению информации пользователя остановиться и отрефлексировать увиденное. Более того, пользователи видят в подобных роликах места, пейзажи, которые кажутся им знакомыми. В 26% комментариев люди отмечают, что в их детстве все выглядело и ощущалось так же.

Таким образом, ностальгический контент захватывает широкую аудиторию, повышая ее лояльность через ассоциативные ряды и воздействие на добрые и безопасные воспоминания. Можно предположить, что чувство ностальгии — это хороший инструмент в создании медиаконтента, с помощью которого можно вовлечь аудиторию в активное взаимодействие. Главным вопросом останется определение правильной тематики и содержания контента, ведь чем более точным и эмоционально окрашенным будет наполнение, тем больший отклик можно ожидать от пользователей.

Однако остается вопрос, почему вроде бы позитивные видео вызывают у пользователей грусть и пронзительное желание вернуться туда, где когда-то было так хорошо и солнечно. Люди, чье детство пришлось на 2000-е годы, сейчас только-только перешли в категорию молодых взрослых. Можно было бы сказать, что 25 лет и ниже — достаточно ранний возраст для тоски по ушедшим временам, ведь для них детство и юность недавно закончились, а молодость только успела начаться.

В этом эссе мы попробуем разобраться, почему люди начинают ностальгировать в таком раннем возрасте и какие еще примеры ностальгии молодых взрослых можно встретить в медиапространстве. Понятие ностальгии прошло путь от формы репрессивного компульсивного расстройства и разновидности депрессии до многослойного понятия, которое, в общем, можно назвать тоской по прошлому (Абрамов 2012). Несмотря на то что ностальгия чаще расценивается как чисто положительное эмоциональное переживание, когда старая песня или знакомый запах вызывают приятные воспоминания о событии из нашего прошлого, ностальгия может рождать и негативные чувства. (McDonald 2017)

С. Бойм разделила ностальгию на два типа: рефлексивную (*reflective*) и восстановительную (*restorative*) (Бойм 1999: 90–100). Если в первом типе человек принимает прошлое как нечто неотвратимое, а воспоминания расценивает как эстетически приятные ментальные воссоздания прошлого опыта, то второй вид ностальгии вызывает деструктивные

чувства. Восстановительная ностальгия приводит к болезненной тоске по тому, что ушло, и осознанию неизбежности хода времени.

Под выбранными видео чаще всего повторяются комментарии по типу «раньше было лучше», а желание вернуться назад упомянуто в 30% комментариев. И несмотря на то, что комментариев, где пользователи делятся теплыми воспоминаниями о детстве в положительном ключе, то есть обращаются к рефлексивной ностальгии, немало, все-таки большинство склонно уходить в рефлексивную ностальгию.

Так как социальная сеть — это пространство публичной коммуникации, а видео с ностальгией набирают больше миллиона просмотров, можно утверждать, что такой контент лежит в области коллективных эмоций. Ностальгия часто обсуждается в рамках культурной и коллективной памяти и сама подразделяется на индивидуальную и коллективную.

Индивидуальная и коллективная ностальгии выполняют восстановительную функцию: они помогают людям поддерживать личную или групповую преемственность, когда соответствующая потребность подрывается (Smeeke, Sedikides, Wildschut 2023). Другими словами, с помощью воспоминаний о прошлом человек поддерживает свою целостность, постоянность в пространстве и времени. Ощущение того, что «я был, есть и буду». В группе тоска по прошлому и воспоминания также фиксируют и сохраняют важный прожитый опыт. Ностальгия возникает в тот момент, когда появляется угроза целостности.

М. Хайдеггер, разбирая слова Новалиса о том, что «ностальгия — это тяга быть повсюду дома», писал: «„Быть повсюду“ — это не значит быть только здесь и там, не просто находиться в одном месте в каждый момент времени, но это значит „быть в целом“» (Хайдеггер 2007). Стремление человека к целостности и есть ностальгия. Нам кажется, что в прошлом мы были более цельными, правильными, собранными. Человек находится в вечном состоянии трансгрессии. Состояние перехода, развитие в одну или другую сторону, колебания окружающей реальности погружают человека в стресс. Так как чувство безопасности является одной из базовых потребностей человека (Maslow 1954), то в меняющихся обстоятельствах жизни он ищет спокойствия в своих воспоминаниях или в воспоминаниях общества, если метаморфозы, особенно негативные, происходят на социальном уровне.

Действительно, в ряде причин, по которым сейчас люди испытывают ностальгию гораздо раньше и чаще, чем прежде, присутствует ускоренная модернизация, принуждающая людей адаптироваться к меняющимся политическим, экономическим и социальным условиям, а «на этом

фоне недавнее прошлое невольно казалось тихой бухтой стабильности и предсказуемого социального устройства» (Абрамов 2012). Нынешнее поколение молодых взрослых в России столкнулось с рядом ситуаций, требующих от людей быстрого взросления: пандемия ковида, начало СВО, экономический кризис и многие другие проблемы современного общества. Поколение зумеров, взрослевшее в достаточно стабильное и свободное время, вынуждено принять изменившуюся реальность. Ни для кого не секрет, что за время пандемии обострились психические заболевания. Например, по данным ВОЗ, заболеваемость депрессивным и тревожным расстройствами увеличилась на 25% (На фоне пандемии... 2022). В подобных видео в «ТикТоке» люди обращаются к коллективной ностальгии прежде всего за тем, чтобы выработать позитивные эмоции, которые, как кажется, остались где-то за далеко пределами 2020 года.

Ф. Дэвис связывает феномен коллективной ностальгии с культурным переходом, когда люди входят в процесс «поиска коллективной идентичности» и обращаются в прошлое к чему-то стабильному и определенному вместо того, чтобы воспринимать новое (Davis 1979). Люди в возрасте от 20 до 25 лет сталкиваются с кризисом четверти жизни. Уже не ребенок и не подросток, но еще не полноценно взрослый человек впервые начинает адаптироваться к реальной жизни. Этот кризис можно назвать состоянием перехода (своеобразной инициации), в момент которого его участники ищут поддержку в воспоминаниях, в данном случае коллективных. Любая социальная сеть, в том числе и «ТикТок», позволяет поделиться любыми переживаниями или воспоминаниями с большим количеством людей. По мнению М. Хальбвакса, «воспоминания нашего детства подобны стереотипным отпечаткам, что они являются изначально и остаются <...> образами-клише, о которых наше сознание ничего больше не ведало, с тех пор как они запечатлелись „на скрижалях нашей памяти“ и являются одними из основных элементов в формировании коллективной памяти» (Хальбвакс 2007). Таким образом, коллективная ностальгия по детству и юности для молодых людей становится опорой на пути полного взросления.

Способность подростков и молодых взрослых ностальгировать также отмечают маркетинговые и аналитические компании. По исследованиям Magid (Nostalgia knows no age... 2023), более короткий период для возникновения ностальгических чувств у подростков (3–5 лет), в отличие от взрослых (от 10 лет), открывает перед компаниями значительные возможности использовать силу ностальгии для того, чтобы возродить интерес к своему продукту или интеллектуальной собственности (Agromayor 2023). Так, компании одежды могут использовать адаптацию

к точке входа и повторного вовлечения через героев любимых мультфильмов, перевыпуская вещи с ними. Подобное утверждение открывает большой спектр возможностей для медиапроектов, направленных на подростков и молодых взрослых. Заигрывание с чувством ностальгии может позволить авторам и креаторам создавать продукты, которые, помимо достижения высокого отклика аудитории, станут культурным маркером, срезом воспоминаний целой возрастной группы.

Подтверждает это проект «Попкульт» блогера Сыендука (Сыендук 2024). Автор разбирает главные события массовой культуры за год. Первый выпуск был посвящен 2000 году, а всего было выпущено 12 роликов, последний из которых рассказывает о 2010 году. Целевая аудитория проекта лежит в примерном диапазоне от 16 до 30 лет и во многом пересекается с аудиторией ностальгических видео в «ТикТоке». Каждый ролик проекта Сыендука набрал более 2 млн просмотров, что достаточно высокий показатель для платформы YouTube и может говорить только о востребованности ностальгического контента.

Проект «Попкульт» отличается достаточно щепетильным подходом автора к созданию ролика. Сыендук подробно подбирает фильмы, сериалы, мультсериалы, комиксы, телешоу и популярные субкультуры. Он уделяет большое внимание проектам, чьей целевой аудиторией были именно дети и подростки. Все проекты, которые он перечисляет, были тем контентом, на котором зрители «Попкульт» росли. Под роликами часто встречаются слова, где люди благодарят автора за возможность заглянуть в прошлое. Комментарии «Боже, одна лишь заставка заставляет тебя уже представить, какое путешествие во времени ты сейчас переживешь!!! Мое почтение!!! Низкий поклон тебе, Диман!!!» и «Попкульт — великолепная машина времени» доказывают, что этот проект — пример рефлексивной ностальгии, которая помогает зрителям поднять себе настроение через те вещи, которые когда-то помогли им сформировать свои вкусы и интересы. Несмотря на то что с выхода разбираемых в «Попкульте» проектов прошло относительно небольшое количество времени, напоминания о них заставляют молодых людей ностальгировать.

Для большинства детство — это уголок безопасности, беззаботности и счастья. «Мне не нравится, что многие люди считают, что ностальгия — это привилегия взрослого человека. Дети чувствуют ностальгию точно так же, если не более остро. На мой взгляд, ностальгия — это самая распространенная человеческая эмоция. Ведь жизнь — это непрерывная череда потерь. И дети чувствуют эти потери так же, как и все остальные» — принято считать, что авторство этих

слов принадлежит Хаяо Миядзаки, оscarоносному режиссеру, чьи работы пронизаны ностальгией по детству. Его фильмы становились мостом для детей во взрослый мир, по которому, в свою очередь, уже взрослые зрители могли вернуться в детство. Мультфильмы Миядзаки вызывают у взрослых чувство сентиментальной ностальгии, напоминая им о невинности и детстве: «Наш взгляд начинает притягиваться к непрерывной вибрации детства и волшебным мирам бесконечного воображения, запечатленным на экране» (Gaw, Jeong 2023). Если с помощью ностальгии государство может управлять людьми, то искусство использует ее как красивое средство создания трогательных и пронзительных историй. Медиапроекты и UGC-контент, возможно, прибегают к более простым и прозаичным инструментам для обращения зрителя к чувству ностальгии, но иногда делают это не менее эффективно.

Заключение

Таким образом, ностальгия — чувство, которое можно испытывать в любом возрасте и которое сейчас переживают молодые взрослые по всему миру, находясь в кризисе четверти жизни. Обращаясь к рефлексивной ностальгии, не заикливаясь на негативном восприятии потери прошлого, человек, в постоянном состоянии перехода, находит в ней для себя опору. Если «жизнь — череда потерь», потеря старого и обретения нового, потери «себя» в потоке бешено изменяющегося мира, то воспоминания о детстве, о хороших временах могут стать островком покоя среди бури.

Обращение к коллективной памяти через ностальгический контент укрепляет чувство принадлежности к группе. Это особенно актуально для молодых людей на пути к самостоятельной жизни. Так, анализируя, как и почему возникает ностальгия, социологи могут глубже понять механизмы социальной поддержки и адаптации. Кроме этого, через подобные «тренды» на ностальгию социологи могут осуществлять мониторинг общественных настроений и поведения людей, исследуя, как они влияют на потребительские привычки и политические предпочтения общества.

Источники

Абрамов Р. Н. Время и пространство ностальгии // Социологический журнал. — 2012. — Т. 0, № 4. — С. 5–23.

Бойм С. Конец ностальгии? Искусство и культурная память конца века: случай Ильи Кабакова // Новое литературное обозрение. — 1999. — № 39. — С. 90–100.

На фоне пандемии COVID-19 во всем мире распространенность тревожных расстройств и депрессии выросла на 25% [Электронный ресурс]: Всемирная организация здравоохранения [сайт]. 20.03.2024. — URL: <https://www.who.int/ru/news/item/02-03-2022-covid-19-pandemic-triggers-25-increase-in-prevalence-of-anxiety-and-depression-worldwide> (дата обращения: 20.03.2024).

Сыендук, sndk/ПОПКУЛЬТ [Электронный ресурс] // YouTube. — URL: <https://www.youtube.com/watch?v=45Lt1MVfBPI&list=PLeZaefB7m27wCVeIrpYBRUHAdk0cks0sq> (дата обращения: 20.03.2024).

Хайдеггер М. Основные понятия метафизики // М. Хайдеггер. Время и бытие: Статьи и выступления. — СПб.: Наука, 2007. — 620 с.

Хальбвакс М. Социальные рамки памяти / Пер. с фр. и вступ. статья С. Н. Зенкина. — М.: Новое издательство, 2007. — 348 с.

Davis F. Yearning for yesterday: A sociology of Nostalgia. — N. Y.: Free Press, 1979. — 146 p.

Gaw M., Jeong T. J. Why Studio Ghibli nostalgia hits different [Electronic recourse] / Washington Square News. — New York, 2023. — URL: <https://nyunews.com/arts/film/2023/12/15/studio-ghibli-nostalgia/> (access date: 05.07.2024).

Maslow A. H. Motivation and Personality. — N. Y.: Harper and Row, 1954. — 395 p.

McDonald H. J. The Art of Nostalgia: Nostalgia as an aesthetic form of memory // Psychology Today. — URL: <https://www.psychologytoday.com/intl/blog/time-travelling-apollo/201710/the-art-nostalgia> (access date: 05.07.2024).

Nostalgia knows no age: Harnessing young hearts for brand success. [Electronic recourse]: Magid. 2023 [сайт]. 20.03.2024. — URL: <https://magid.com/news-insights/nostalgia-knows-no-age-harnessing-young-hearts-for-brand-success/> (access date: 05.07.2024).

Smeeke A., Sedikides C., Wildschut T. Collective nostalgia: Triggers and consequences for collective action intentions // Brit J Soc Psychol. — 2020. — No. 62. — P. 197–214. — DOI: 10.1111/bjso.12567.

Сведения об авторе

Сергеева Агата Вячеславовна, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»,
Москва, Россия.
avsergeeva@hse.ru

Статья поступила в редакцию: 17.12.2024;
поступила после рецензирования и доработки: 23.12.2024;
принята к публикации: 24.12.2024.

AGATA V. SERGEEVA

*HSE University,
Moscow, Russian Federation*

YOUTHFUL NOSTALGIA: AT WHAT AGE CAN YOU START TO MISS BYGONE TIMES

Abstract. The essay explores the phenomenon of “emerging nostalgia” among adolescents and young adults through content analysis of nostalgic material on the social media platform TikTok and the YouTube project “Popkult.” The essay examines how childhood memories serve as a means of coping with crises and social instability. Comment analysis reveals that nostalgia functions to sustain both personal and collective identity. The study draws on the concepts of reflective and restorative nostalgia, as well as the theory of collective memory. Emphasis is placed on how accelerated social change and crises drive an increased interest in the past.

Keywords: nostalgia, mediatization of memory, collective memory, quarter-life crisis, digitalization.

For citation: Sergeeva A. V. Youthful Nostalgia: at What Age Can You Start to Miss Bygone Times. *St. Petersburg Sociology Today*. 2024. No. 26. P. 99–108. DOI: 10.25990/socintras.pss-26.2m0v-2131; EDN: DOGXBW

References

- Abramov R. N. Time and space of nostalgia. *Sociological Journal*, 2012, no. 4, pp. 5–23. (In Russ.)
- Against the backdrop of the COVID-19 pandemic, the prevalence of anxiety disorders and depression worldwide has increased by 25%* [Electronic resource]: World Health Organization [website]. 03.20.2024. URL: www.who.int/ru/news/item/02-03-2022-covid-19-pandemic-triggers-25-increase-in-prevalence-of-anxiety-and-depression-worldwide (access date: 20.03.2024). (In Russ.)
- Boym S. The end of nostalgia? Art and cultural memory at the end of the century: the case of Ilya Kabakov. *New literary review*, 1999, no. 39, pp. 90–100. (In Russ.)
- Davis F. *Yearning for yesterday: A sociology of Nostalgia* — N. Y.: Free Press, 1979.
- Gaw M., Jeong T. J. Why Studio Ghibli nostalgia hits different [Electronic edition]. *Washington Square News*. New York, 2023. URL: <https://nyunews.com/arts/film/2023/12/15/studio-ghibli-nostalgia/> (access date: 07.05.2024).
- Halbwachs M. *Social framework of memory*. Transl. from French and entry article by S. N. Zenkin. Moscow, Novoye izdatelstvo, 2007, 348 p. (In Russ.)
- Heidegger M. Basic concepts of metaphysics. *Time and Being: Articles and speeches*. St. Petersburg: Nauka, 2007, 620 p. (In Russ.)
- Maslow A. H. *Motivation and Personality*. New York, 1954.
- McDonald H. J. The Art of Nostalgia: Nostalgia as an aesthetic form of memory. *Psychology Today*. URL: <https://www.psychologytoday.com/intl/blog/time-travelling-apollo/201710/the-art-nostalgia> (access date: 07.05.2024).

Nostalgia knows no age: Harnessing young hearts for brand success. [Electronic resource]: Magid. 2023 [website]. 20.03.2024. URL: <https://magid.com/news-insights/nostalgia-knows-no-age-harnessing-young-hearts-for-brand-success/> (date of access: 05.07.2024).

Smeeke A., Sedikides C., Wildschut T. Collective nostalgia: Triggers and consequences for collective action intentions. *British Journal of Social Psychology*, 2020, no. 62, pp. 197–214. DOI: 10.1111/bjso.12567.

Suendukh. *sndk/Popcult*. YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=45Lt1MVfBPI&list=PLeZeafB7m27wCVeIrpYBRUHAdk0cks0sq> (access date: 20.03.2024).

Information about the author

Sergeeva Agata V., HSE University,
Moscow, Russian Federation.
avsergeeva@hse.ru

Received: 17.12.2024;
revised after review: 23.12.2024;
accepted for publication: 24.12.2024.