

DOI: 10.31866/2410-1311.46.2025.348590
УДК 791.242:[159.974+616.895.4

МЕЛАНХОЛІЯ ТА НОСТАЛЬГІЯ ЯК ПРИНЦИПИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПОПУЛЯРНИХ ФІЛЬМІВ І СЕРІАЛІВ

Євген Ворожейкін

Кандидат філософських наук,
Київський столичний університет
імені Бориса Грінченка,
Київ, Україна
ORCID ID: 0000-0001-7320-562X
e-mail: y.vorozheikin@kubg.edu.ua

Для цитування:

Ворожейкін, Є. (2025). Меланхолія та ностальгія як принципи функціонування популярних фільмів і серіалів. *Питання культурології*, 46, 152–166. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.46.2025.348590>

Мета статті — проаналізувати меланхолію та ностальгію як принципи функціонування фільмів і серіалів, що належать до популярної культури. *Результати дослідження*. Продемонстровано, що в культурологічному розумінні меланхолія та ностальгія можуть розглядатися не лише як емоційні стани, а і як концептуальні інструменти аналізу екранної культури. Меланхолійна модель часу, що ґрунтується не на лінійному прогресі, а на нескінченному поверненні, визначає специфіку сучасного досвіду екранного споживання. Спираючись на концепції З. Фрейда, Ж. Лакана та Дж. Агамбена, показано, що сучасний глядач постійно повертається до втраченої чи недосяжної ідеалізованої реальності, запропонованої медіапродуктами. Особливу увагу приділено зв'язку між меланхолією та консюмеризмом, структурі циклічного телевізійного та стримінгового перегляду, феномену «запійного перегляду», а також використанню ностальгії в сучасному популярному кінематографі. Риквели, римейки та сиквели розглянуто як форми ностальгічного повтору, що створюють нескінченну траєкторію бажання. Підкреслено, що стримінгові сервіси заохочують до циклічного повторного перегляду за допомогою алгоритмів рекомендацій та інших засобів. *Наукова новизна*. У статті запропоновано новий погляд на фільми та серіали — як на механізми, керовані меланхолією та ностальгією. Такий підхід дає змогу краще зрозуміти не лише принципи функціонування сучасної екранної індустрії, але й психологічну залученість глядача та механізми формування емоційної залежності від контенту. *Висновки*. Меланхолія та ностальгія постають моделями культурного виробництва й споживання. Циклічність і недосяжність бажаного об'єкта є ключовими складниками, що визначають принцип екранного досвіду. Фільми та серіали формують простір, у якому суб'єкт не отримує об'єкт бажання, але постійно повертається до нього, підтримуючи динаміку емоційної прив'язаності та повтору.

Ключові слова: фільм; серіал; меланхолія; циклічність; стримінгові сервіси; запійний перегляд; ностальгія; сиквел; римейк; риквел

Вступ

Популярні фільми та серіали, які сьогодні найчастіше переглядають на стримінгових сервісах, часто пов'язують з інтенсивними переживаннями та позитивними емоціями, які формують можливості для ескапізму. Проте такі уявлення не враховують емоційно-психологічного виміру повтору, втрати та незавершеності, які визначають сучасний досвід перегляду. Традиційні підходи до аналізу екранної культури (через призму масової культури чи інформаційного суспільства) здебільшого не враховують ці нюанси. Саме тому актуальним є пошук підходів, які дають змогу глибше осмислити механізми, що підтримують динаміку екранного споживання. У статті запропоновано один із таких підходів — розгляд меланхолії та ностальгії як принципів функціонування фільмів і серіалів. Цей підхід пояснює, як меланхолійно-ностальгічні наративи підтримують циклічне споживання, формують сценарії ескапізму та утворюють нескінченну траєкторію бажання. Меланхолія та ностальгія допомагають зрозуміти, чому глядач продовжує повертатися до знайомих візуальних світів, навіть усвідомлюючи їхню вторинність, і чому повторення у форматах римейків, сиквелів, серіалів чи «запійного перегляду» стає трендом у сучасній екранній культурі.

Аналіз попередніх досліджень

Під поняттям «меланхолія» зазвичай розуміють психологічний стан, асоційований із почуттям смутку. У найдавнішому медичному описі цього стану, датованому V ст. до н.е., Гіппократ визначив такі симптоми меланхолії: млявість, повільність, безсоння, дратівливість, огида до їжі, страх і пригніченість (Pensky, 1993, p. 23). Сучасна медична теорія розглядає ознаки меланхолії як частину великого депресивного розладу (American Psychiatric Association, 2000, pp. 369–381), тобто стан, коли люди демонструють майже повну відсутність здатності до задоволення (p. 419).

Водночас поняття «меланхолія» має і позитивні конотації. Існує уявлення про меланхолію як супутню характеристику, що властива винятковим особистостям із високими інтелектуальними чи художніми здібностями (Wald, 2007, p. 162). У цьому контексті століттями меланхолія слугувала чоловічим аналогом істерії, яка вважалася «жіночою хворобою». Вона визначалася як типово чоловіча хвороба, оскільки її розуміли як стан підвищеної чутливості та геніальності (Radden, 2002, p. 44). Таким чином, меланхолія виходить за межі медичного дискурсу та розглядається як один із компонентів, що відображає гендерну нерівність.

К. Вальд (Wald, 2007) зазначає, що сьогодні у сфері гуманітарних досліджень відбувається культурна переоцінка концепції меланхолії, яка дедалі частіше використовується для пояснення процесів, пов'язаних із гендером, ідентифікацією, Голокостом, расовими питаннями та постколоніалізмом (p. 163). Д. Енг та Д. Казанджян (Eng & Kazanjian, 2003) стверджують, що «меланхолія на рубежі цього століття стала вирішальним пробним каменем для соціальних і суб'єктивних формацій» (p. 23). Сучасне трактування меланхолії в гуманітар-

них науках значною мірою спирається на психоаналітичне пояснення цього стану, запропоноване З. Фройдом (Freud, 1953), який вказував, що меланхолія за своїми психічними рисами подібна до жалоби, але, на відміну від неї, має циклічний характер. І меланхолія, і жалоба супроводжуються глибоким болісним пригніченням, втратою інтересу до зовнішнього світу, зниженням здатності любити, гальмуванням будь-якої діяльності та зменшенням самооцінки (р. 244). Ключова різниця між ними, на думку З. Фрейда (Freud, 1953), полягає в тому, що жалоба зрештою призводить до зняття лібідинального катексису з коханого об'єкта, що дає змогу суб'єкту перенести прихильність лібідо на новий об'єкт. Натомість меланхолія проявляється тоді, коли людина відмовляється визнати втрату об'єкта, тому весь час повертається до нього. Людина інтроектує улюблений об'єкт і зберігає його в Его. У цьому процесі лібідо повертається в Его, де воно встановлює нарцисичне ототожнення з покинутим предметом (р. 249).

Прикладом застосування концепції меланхолії З. Фрейда в теорії культури є праця П. Гілроя (Gilroy, 2006) «Постколоніальній меланхолії», в якій він пояснює соціальну патологію британського суспільства, яке страждає від «постімперської меланхолії». «Постколоніальна меланхолія» — це форма колективного смутку за втраченим імперським статусом, яка блокує прогресивні форми ідентичності та сприяє реакційним, расистським і ксенофобським настроям у сучасному західному суспільстві (р. 90). В цьому контексті можна говорити не лише про меланхолію, а й про ностальгію, оскільки йдеться про смуток за імперським минулим. Р. Лізарді (Lizardi, 2018), виходячи із концепції З. Фрейда, зауважує, що «меланхолія представляє стійкі лібідозні прихильності, а тому захоплює постійну ностальгію» (р. 4). Між цими двома феноменами є багато спільного. Ностальгія є болісним відчуттям туги за минулим чи певним місцем. Тобто в ностальгії суб'єкт також не хоче повністю визнати втрату об'єкта, тому повертається до нього у спогадах. Якщо в меланхолії суб'єкт може не до кінця усвідомлювати, що саме він втратив, то ностальгія передбачає ідеалізацію об'єкта. Саме тому меланхолію та ностальгію доцільно розглядати як взаємопов'язані категорії, що поглиблюють розуміння сучасного культурного досвіду.

Концепції меланхолії та ностальгії можуть бути корисними для пояснення процесів, пов'язаних не лише з відчуттям смутку чи зниженням самооцінки, але й з аспектами циклічності та орієнтованості на недосяжний об'єкт бажання, що властиво як меланхолії, так і ностальгії. Тобто йдеться про розглядання меланхолії та ностальгії не тільки як станів, а і як певних форм і принципів, що їй визначають. У цьому контексті меланхолія та ностальгія постають ефективними засобами для опису принципів функціонування популярних фільмів і серіалів. Їхня особливість полягає не тільки в циклічності, а й у механізмі її формування — через створення недосяжного об'єкта бажання.

■ Мета статті

Мета статті — проаналізувати меланхолію та ностальгію як принципи функціонування популярних фільмів і серіалів. Для досягнення цієї мети здійснено аналіз різних аспектів популярних фільмів і серіалів на основі концепції меланхолії та ностальгії.

■ Результати дослідження

Концепція циклічності, відчуття втрати об'єкта та постійних спроб його отримання є ідеальним форматом для консюмеризму. Консюмеризм створює не тільки бажання, але і суб'єктів бажання. К. Кемпбелл (Campbell, 1995) описує так званий «цикл бажання і розчарування», який визначає емоційну структуру сучасного споживання. За його словами, споживач постійно відтворює процес «бажання – задоволення – розчарування – нового бажання», що забезпечує стабільність ринку товарів у капіталістичному суспільстві (р. 118). Тобто задоволення в культурі споживання завжди внутрішньо пов'язане з розчаруванням — саме тому споживання набуває меланхолійної та повторюваної структури.

Зв'язок консюмеризму із меланхолією пов'язаний також із ще однією специфікою останньої. Дж. Агамбен (Agamben, 1993) розвиває концепцію меланхолії З. Фрейда та вказує, що коли відсутність нескінченно оплакується як втрата, лібідо ініціює «симуляцію», створюючи «фантазійний» об'єкт, вигадку того, яким суб'єкт хоче бачити об'єкт, часто мало схожий на «реальний» об'єкт (р. 20). Цей процес прагне створити простір для існування того, чого не існує, через творчу конструкцію ментальної сцени (меланхолійної сцени), у якій те, що могло бути лише об'єктом думки та уяви, отримує «фантазмагоричну реальність» як об'єкт, який був втрачений і тепер оплаканий (р. 20). У культурі споживання цей процес реалізується через рекламу, яка створює бажані образи, що часто відрізняються від реальних речей, які отримують покупці. Популярні екранні продукти здебільшого базуються на цьому принципі. Світ мрій, комфорту й ескапізму від реальності існує на екрані короткий проміжок часу, після чого зникає, змушуючи глядача прагнути повторного досвіду.

Ж. Лакан (Lacan, 2017), який визначав себе як послідовник теорії З. Фрейда, стверджував, що, як порівняти з об'єктом трауру, то об'єкт меланхолії є «рельєсно завуальованим, замаскованим і неясним», позбавленим будь-якої риси, яку суб'єкт міг би переробити чи підтвердити через траур (р. 396). Цей завуальований об'єкт є самим «об'єктом а», одним із ключових понять його теорії (Hook & Vanheule, 2023, р. 143). У концепції Ж. Лакана «об'єкт а» не схожий на будь-який об'єкт обміну. Це об'єкт, якого спочатку конститутивно бракує. Бувши місцем недосяжної відсутності, він функціонує як причина бажання, підтримуючи його постійну траєкторію (Hook & Vanheule, 2023, р. 144). «Об'єкт а» є тим, що викликає бажання, а не об'єктом, до якого воно спрямоване. Він ініціює бажання та визначає умови, які роблять конкретні об'єкти бажаними для суб'єкта. «Об'єкт а» краще описати як заповнювач: конститутивне місце недоліку, яке зберігає бажання шукати певний об'єкт, щоб його заповнити (Lacan, 2006, р. 497). Метафорою «об'єкта а» може бути вітрина магазину: вона демонструє бажану річ, але водночас обмежує доступ до неї. Вітрина не є бажанням, але формує його через показ того, чого бракує. У цьому контексті вітрина магазину подібна до кінематографічного екрана. Можливо, саме тому сцена з героєм, який дивиться на бажаний предмет у вітрині, стала поширеним тропом у кінематографі, особливо у фільмах епохи німого кіно. На нашу думку, ця непроникність екрана ілюструє схожість із концепцією меланхолії: глядач існує у постійному циклі споживання, створеному екранною індустрією,

оскільки не може отримати справді бажаний об'єкт, тобто те, що перебуває поза межами екрана.

Популярні екранні продукти часто формують бажання повернення до себе, і цей аспект комічно показав Вуді Аллен у своєму фільмі «Пурпурна троянда Каїра» (1985 р.). Головна героїня фільму переживає важкі часи через роботу та стосунки із чоловіком. Єдиним задоволенням для неї стає похід у кіно. Вона переглядає один фільм, який розповідає про чудове життя, знову й знову, поки один із персонажів на екрані не помічає її та не перериває стандартний сюжет, спускаючись з екрана до неї. Хоча це ігровий фільм, показовим є те, що режисер для подій цього сюжету вибрав період Великої депресії в США. Саме у цей час американський кінематограф став масштабною індустрією розваг. Коли більшість населення страждала від економічної ситуації, кінематограф продовжував розвиватися та приносити великі прибутки, слугуючи ідеальним простором для ескапізму.

Циклічність, яка є складником меланхолії, також відіграє важливу роль у функціонуванні телебачення. Дж. Фіске (Fiske, 1989) зазначав, що популярні телевізійні серіали викликають відчуття «теперішності» для того, щоб заперечити закриття (р. 69). Телевізійні шоу та серіали, особливо так звані «мильні опери», формують принципи постійного повторення та незавершеності.

Дж. Міттелл (Mittell, 2015) стверджує, що «Сайнфельд» (1989–1998 рр.) та інші комедійні серіали, такі як «Сімпсони» (1989 р. – дотепер), «Малькольм у центрі уваги» (2000–2006 рр.), «Угамуй свій запал» (2000–2024 рр.), «Уповільнений розвиток» (2003–2019 рр.) і «У Філадельфії завжди сонячно» (2005 р. – дотепер), використовують циклічний наратив. У серіалі «Сімпсони» ця форма подається пародійно, відкидаючи спадкоємність між епізодами: Барт постійно навчається в четвертому класі, Меґі залишається вічним немовлям тощо (р. 21).

Перша серія 36 сезону «Сімпсонів» комічно обіграє цю ситуацію циклічності. Вона починається із шоу, організованого на честь останньої серії серіалу. Ведучий Конан О'Браєн дає завдання чат-боту зі штучним інтелектом «Наск-ГРТ» завершити наративні історії кожного персонажа. Як результат, Гомер і Мардж оголошують, що вони назавжди налагодили свої стосунки, Гомер починає приймати ліки для схуднення, сім'я Сімпсонів фактично перестане бути неблагополучною. Та коли Меґі готується сказати свої перші слова, Барт розуміє, що все змінюється, і вибігає з дому. Він відмовляється від завершення, навіть якщо воно позитивне для нього та його сім'ї, та намагається відновити традиційний хід подій і циклічність. Йому це вдається, через що серіал «Сімпсони» не закінчується та продовжується далі.

А. Барікін (Barikin, 2019) зазначає, що концепція меланхолії в мистецтві «часто сигналізує про бажання втекти від лінійних уявлень про час або протистояти уявленням про темпоральність як невпинного потоку, орієнтованого лише на майбутнє» (р. 108). Меланхолія формує минуле не як закриту книгу, а як привид, який живе із читачем в сьогоденні. Вона створює осередки спокою та тиші, в яких знову можна повернутися до втрачених моментів, оживити історії чи відновити альтернативні хронологічні структури (р. 108). В контексті телеві-

зійних серіалів циклічність формує знайомий і комфортний простір, який надає можливість ескапізму.

Циклічний наратив дає змогу глядачу несвідомо відчувати впевненість, що за тиждень серія знову буде показана, і він побачить приблизно ту саму історію та тих самих персонажів. На перший погляд може здатися, що ця схема надає задоволення, але це відбувається лише частково. Спогади про серіали передають структуру відчуття примусу повторити цей приємний, але неповний досвід, через що глядач не отримує того, що дало б йому свободу від циклічного споживання. Саме це відбувається в меланхолії, адже суб'єкт відмовляється визнати втрату об'єкта та знову повертається до нього. Серіали, які використовують циклічні наративи, намагаються ніколи не завершувати історії, щоб глядач не міг отримати бажане. Одним із засобів цього є титр у кінці «продовження в наступній серії» або кліфхенгер (англ. cliffhanger — висіти над обривом).

Дж. Міттелл (Mittell, 2015) наголошує, що в серіалі «Уповільнений розвиток» більшість епізодів закінчується тизером, який показує сцени, що будуть продовжувати цей епізод історії. Однак постійні глядачі незабаром усвідомлюють, що ані майбутні епізоди не відображатимуть цих сцен, ані вони насправді не відбуватимуться в поточному сюжетному світі, за окремим винятками (р. 21).

У популярних екранних продуктах циклічність споживання також створюється завдяки кліфхенгеру. Кліфхенгер — це засіб оповідання, який завершує історію раптовою напруженою подією. Зазвичай це закінчується драматичним одкровенням, дією чи підготовкою, після чого з'являється чорний екран (Roosen, 2023). Отже, кліфхенгер створює певний ефект часткового незадоволення (отримання певної інформації), що мотивує глядача переглянути наступну серію, тобто відбувається повернення до втраченого об'єкта, як в меланхолії. Головна особливість цієї стратегії полягає в тому, що кліфхенгер часто використовується не в одній, а в багатьох, якщо не в усіх серіях.

Кліфхенгер не є продуктом екранної культури. Він з'явився раніше в романах, а потім використовувався в радіошоу на початку 1900-х років, у коміксах 1950-х років і, нарешті, в арці телебачення, яке загалом сформувало його сучасне розуміння (Roosen, 2023).

Фінал серіалу «Клан Сопрано» (1999–2007 рр.) творчо обіграв концепцію кліфхенгера. Головний герой серіалу, Тоні Сопрано, є італо-американським бандитом із Нью-Джерсі, який намагається поєднати своє сімейне життя з роллю лідера злочинної організації, яку він неохоче досліджує під час сеансів із психотерапевтом. У фінальному епізоді подружжя Сопрано домовляється про зустріч у закусочній. Тоні дивиться згори на кожного відвідувача, який заходить у закусочну. Чоловік, який спостерігав за ними, йде до ванної кімнати. До закусочної заходять ще двоє чоловіків. Дочка Тоні приходить із запізненням після того, як їй не вдається припаркувати автомобіль. Коли двері ресторану відчиняються, лунає дзвінок, і Тоні дивиться вгору. Екран раптово стає чорним, і титри починають перегортати тишу. Режисер епізоду майстерно створює ефект очікування, яке не знаходить розв'язання. Тому цей епізод можна сприймати як насмішку над кліфхенгером у серіалах. Його також можна визначити як відкритий фінал. Кліфхенгер і відкритий фінал створюють запитання, але тільки кліфхенгер веде

до наступної серії, де буде відповідь, тобто незакрите бажання. Відкритий фінал теж може створювати циклічність, але іншу. Фанати серіалу чи фільму із відкритим фіналом можуть розмірковувати над можливими варіантами закінчення, що іноді може призводити до повторного перегляду твору.

Серіали «Клан Сопрано» та «Дроти» (2002–2008 рр.) заклали основи розвитку нових якісних телесеріалів. Прикладами таких серіалів є «Пуститися берега» (2008–2013 рр.) та «Божевільні» (2007–2015 рр.), в яких змінюються персонажі чи світ навколо них, що визначає їх лінійну структуру. Тобто вони порушують циклічність, характерну для принципу меланхолії. Хоча сьогодні таких серіалів стало більше, традиційний формат телебачення із циклічною структурою та кліфхенгером продовжує існувати.

Меланхолія є ідеальною стратегією сучасних стримінгових сервісів, які часто асоціюються із практикою «запійного перегляду». В академічній літературі немає стандартної концепції визначення «запійного перегляду», але ця поведінка зазвичай тлумачиться як безперервний, прискорений перегляд кількох епізодів відеоряду протягом дуже короткого проміжку часу. Опитування, проведене в США у 2019 р., показало, що понад 50 % дорослих віком до 45 років повідомили про те, що вони «запійно переглядають» серіали (Naranjo-Zolotov et al., 2021).

Хоча надмірне споживання контенту могло існувати й раніше, сучасний досвід перегляду надає глядачам більший контроль над вибором контенту (Pittman & Sheehan, 2015). Доступ до високошвидкісного інтернету в поєднанні з розвитком стримінгових сервісів, таких як Netflix, Amazon Prime та ін., забезпечують миттєвий доступ до великих колекцій серіалів, даючи змогу споживачам дивитися те, що вони хочуть, коли вони хочуть, і скільки завгодно довго. З розвитком ринку деякі стримінгові сервіси стали виробниками контенту, що ще більше спонукало користувачів до «запійного перегляду» через активне впровадження практик виробництва та розповсюдження контенту, які сприяють такому способу споживання. Як наслідок, відео на вимогу фактично зумовило «опосередковану культуру миттєвого задоволення, нескінченний вибір розваг і захопливий досвід у телевізійних фантазіях» (Matrix, 2014, р. 133), змінюючи саму природу досвіду споживання відео.

Користувач стримінгових сервісів може отримати доступ до всього сезону серіалу у день його прем'єри, що часто формує звичку переглядати серіал повністю. Це обмежена циклічність, але саме фінальне обривання задоволення після довго процесу перегляду формує ще сильніше бажання отримати подібний продукт. На практиці це бажання часто реалізується через перегляд минулих сезонів або пошук подібних серіалів.

«Запійний перегляд» швидко асоціювався зі стримінговим сервісом Netflix, що забезпечило поєднання практики перегляду та бренду (Mareike, 2019, р. 299). Платформа зробила революцію у споживанні контенту у 2013 р., коли почала випускати сезони шоу одночасно, даючи змогу глядачам дивитися цілі сезони лише за кілька днів або навіть за один день. С. Матрікс (Matrix, 2014) визначив зв'язок між термінами «запійний перегляд» і Netflix, тоді як інші дослідники (Sung et al., 2018) визначили Netflix каталізатором цієї тенденції.

Netflix сприяє перегляду за допомогою таких стратегій, як випуск цілих сезонів, пропуск реклами, автоматичне відтворення наступних епізодів і використання складних систем рекомендацій та алгоритмів. Використання системи рекомендацій надає користувачу продукт, подібний до того, який він тільки що отримав і який йому сподобався. Внаслідок цього користувач опиняється у циклі постійного повернення до одного й того самого або подібного контенту.

Дослідження виявили, що ескапізм був однією із головних мотивацій для «запійного перегляду» (Panda & Pandey, 2017). Дослідники провели інтерв'ю та фокус-групи, на основі яких розробили анкету, яку пізніше заповнили 229 студентів коледжу. Студенти стикалися з тиском, пов'язаним із тестами та розкладом навчання, тиском з боку однолітків, а також невизначеністю, пов'язаною з оцінками та майбутніми перспективами роботи. Дослідники виявили, що чим більше хтось знаходив розраду в «запійному перегляді», тим більше він починав втікати від реальності, стаючи ще більш залежним від цієї практики (р. 435).

С. Панда та С. Пандей (Panda & Pandey, 2017) стверджують, що під час перегляду глядачі «входять у стан «поточку»», який дає змогу відчувати сильні почуття насолоди та розслаблення (р. 430). Дослідження також показали, що люди відрізняються за своєю здатністю відчувати потік. З огляду на те, що любителі перегляду цінують покращений досвід перегляду, пов'язаний із зануренням у шоу (Panda & Pandey, 2017), можна припустити, що вони дивитимуться принаймні достатньо довго, щоб увійти в стан потоку, який робить перегляд приємним. Ті, у кого менша здатність відчувати потоки, мають дивитися довше. Стримінги втілюють меланхолійну логіку повтору та відкладеного задоволення. Алгоритми рекомендацій створюють ілюзію свободи вибору, але насправді тримають користувача в замкненому колі знайомих тем, жанрів і емоцій. Глядач постійно шукає «нове відчуття» серед уже переглянутого, і саме ця нескінченність пошуку стає джерелом насолоди. Задоволення виникає не від досягнення бажаного, а від болісного руху довкола нього, від повтору, який постійно відтворює нестачу. Так, стримінг породжує меланхолійну форму задоволення — насолоду від відсутності фіналу.

В сучасному кінематографі найбільш популярною продукцією є сиквели (англ. *sequel* — продовження фільму), римейки (англ. *remake* — перероблення, створення нової версії фільму) та риквели (англ. *using re-* (знову) + *sequel*, повернення чи посилання до сюжету попереднього фільму). Фактично кожен із них створює ефект ностальгії, оскільки відтворює добре знайомих персонажів, світ, у якому вони існують, чи його елементи. Випуск такої продукції має значні комерційні мотиви. Такі фільми дають можливість кіностудіям продовжувати авторські права на свою унікальну інтелектуальну власність. Також такі фільми фінансово привабливі, оскільки мають передбачувану «вбудовану» аудиторію. Цей тренд пояснюється не лише економічною доцільністю — адже впізнані бренди мають вищі шанси на касовий успіх, — а й здатністю таких стрічок викликати у глядача сильне емоційне залучення. Ностальгія як культурний феномен відіграє ключову роль у привабливості римейків і сиквелів: вона дає змогу глядачам повернутися до улюблених сюжетів, героїв і візуальних стилів, які асоціюються з певним етапом життя чи культурною епохою. Завдяки ностальгії такі фільми резонують

із різними поколіннями одночасно, поєднуючи молоде покоління з тими самими культурними іконами, які були у їхніх батьків (Lizardi, 2017).

Римейки та сиквели встановлюють баланс між сентиментальністю та оновленням, прагнучи залучити нову аудиторію до усталеної франшизи, одночасно вшановуючи оригінал, щоб уникнути відчуження наявних шанувальників (Loock, 2020). Серед найпопулярніших сиквелів XXI ст. варто згадати такі фільми, як «Людина-павук: додому шляху нема» (2021 р.), який об'єднав акторів із трьох поколінь екранізацій Людина-павук, «Топ Ган: Меверік» (2022 р.), що відродив дух 1980-х рр. Серед римейків слід зазначити «Король Лев» (2019 р.), «Дюна» (2021 р.) і «Воно» (2017 р.), що поєднують сучасні технології з добре знайомими сюжетами. «Той, хто біжить по лезу 2049» (2017 р.) є сиквелом культового «Той, хто біжить по лезу» (1982 р.), який не лише продовжує історію, а й зберігає атмосферу та естетику оригіналу, залучаючи як нову аудиторію, так і фанатів класики. «Русалонька» (2023 р.) — римейк класичного анімаційного фільму компанії Disney (1989 р.), який поєднує сучасну кінематографію з добре знайомим сюжетом, музикою та персонажами, що займають особливе місце у спогадах глядачів, які виростили на оригіналі. Такі проєкти активно експлуатують колективну пам'ять, апелюючи до дитячих і юнацьких переживань аудиторії, забезпечуючи емоційне залучення, високу впізнаваність і стійкий інтерес до франшиз.

Цікавою є ситуація із риквелами, які поєднують в собі елементи як продовжень, так і перезапусків (Loock, 2020, р. 173). Риквели не прагнуть відмовлятися від своїх попередників і залишаються значною мірою інтертекстуально залежними від них. Вони перезавантажують вихідний матеріал, вводячи нових персонажів, сюжетні лінії та налаштування, але водночас зберігають безперервність оригіналу завдяки камео, посиланням і подібним темам (рр. 173–187).

К. Лок (Loock, 2020) стверджує, що риквели «покладаються на повернення улюблених персонажів (та акторів), а також на впізнавані нарративні та естетичні елементи з минулого їхніх відповідних франшиз, щоб пов'язати послідовні покоління глядачів із постійними сюжетними лініями, що охоплюють десятиліття» (р. 173). Так, ці гібриди, керовані ностальгією, створюють трансгенераційну привабливість, залучаючи ностальгійних шанувальників через інтертекстуальну безперервність і водночас стають точкою входу для нової аудиторії.

Наприклад, фільм «Хелловін» (2018 р.) ігнорує всі попередні сиквели, крім першого «Хелловін» (1978 р.), і позиціонується як його пряме продовження. Він повертає Лорі Строуд (Джеймі Лі Кертіс) як центральну постать, повторює атмосферу першого фільму та цілеспрямовано відтворює візуальну мову оригіналу. Це дає змогу об'єднати як нових глядачів, так і шанувальників класики. «Світ Юрського періоду» (2015 р.) — сиквел і водночас своєрідне перезавантаження легендарної франшизи «Парк Юрського періоду» (1993 р.). Фільм містить знайомі мотиви та музику, а пізніше, у «Світ Юрського періоду 3: Домініон» (2022 р.), з'являються оригінальні актори, що ще більше посилює ностальгійний ефект. «Мисливці на привидів: з того світу» (2021 р.) — продовження і водночас оммаж фільмам 1980-х рр. У ньому з'являється оригінальний акторський склад, а численні візуальні та сюжетні посилання на попередні частини підкреслюють зв'язок із минулим. Окрім нового покоління героїв, фільм відверто апелює до

шанувальників оригіналу 1984 р. Музика, символіка (легендарний автомобіль Есто-1), гумор і навіть візуальні ефекти стилізовано під ретро. Поява оригінального акторського складу у фіналі викликає сильну емоційну реакцію у глядачів, що виростили на першому фільмі. «Дівчата Гілмор: рік із життя» (2016 р.), мінісеріал на Netflix, є риквелом серіалу «Дівчата Гілмор» (2000–2007 рр.), що повертає глядача в знайомий світ містечка Старз Голлоу. Нові події розгортаються за кілька років після завершення оригінального серіалу та охоплюють майже всіх знайомих персонажів.

Легасі сиквел (англ. *legasy* — спадщина) є підтипом риквелу, який посилює зв'язок між поколіннями. Хоча риквели часто містять епізодичні ролі персонажів із попередніх частин — яких часто грають оригінальні актори, — у легасі сиквелі ці персонажі беруть на себе активну роль наставника для нових головних героїв (наприклад, Роккі Бальбоа у «Кріді» (2015 р.)). Це нарративна стратегія, що підкреслює безперервність між оригінальним фільмом і легасі сиквелом, але водночас слугує символічній меті. Легасі сиквели свідомо тематизують свою функцію в наративі, вшановуючи своїх попередників і просуваючи франшизу (Loock, 2020, р. 177). Остання трилогія «Зоряні війни» (2015–2019 рр.) є взірцем такого типу досвіду зв'язків між поколіннями, керованого ностальгією. Перший фільм трилогії «Зоряні війни: пробудження сили» (2015 р.) став знаковим поверненням до класичної історії із залученням старих героїв (Ган Соло, Леї, Люка), що викликало емоційний відгук у фанатів оригінальної саги. Серіал «Кобра Кай» (2018–2025 рр.) є продовженням культурної франшизи «Малюк-каратист» (1984 р.), але водночас і її перезапуском. «Кобра Кай» переосмислює стару історію з нової перспективи — цього разу з погляду Джонні Лоуренса, персонажа, який в оригінальному фільмі був антагоністом. Серіал включає оригінальних акторів, численні флешбеки та алюзії на події минулого, що викликає сильну ностальгію у глядачів, які виростили на фільмах 80-х рр.

Серіал «Дивні дива» (2016 р. – дотепер) посідає особливе місце серед сучасних популярних серіалів як приклад оригінального проекту, що не є ані сиквелом, ані римейком, але водночас глибоко вкорінений у ностальгічну естетику 1980-х рр. Брати Даффери, творці серіалу, майстерно поєднують оригінальний сюжет із численними візуальними, стилістичними та сюжетними алюзіями до фільмів та серіалів епохи VHS, формуючи культурний гібрид, який працює як оммаж цілій епосі. У «Дивних дивах» чітко простежуються впливи таких культурних фільмів, як «Іншопланетянин» (1982 р.), «Бовдури» (1985 р.), «Залишся зі мною» (1986 р.), «Кошмар на вулиці В'язів» (1984 р.), а також елементів зі світу Стівена Кінга та Джона Карпентера. Візуальна мова, синтезаторна музика, одяг, архетипи персонажів і сюжетна динаміка створюють ефект ностальгії навіть у тих глядачів, які не пережили 1980-ті рр. безпосередньо. Таким чином, серіал формує ностальгію за часами, яких глядач міг ніколи не знати, демонструючи силу культурної пам'яті, транслювання ідеалізованого ретро-минулого та естетизації «втраченого дитинства».

На думку Р. Лізарді (Lizardi, 2017), покоління X, міленіали та зумери часто вважаються найбільш ностальгічними (р. 2). Це не дивно, враховуючи велику кількість ностальгічних медіа навколо них. Примітно, що сучасні риквели, викли-

кані ностальгією в Голлівуді, часто походять із популярних франшиз 1980-х рр. (рідше — 1970-х рр.), отже, безпосередньо націлені на ностальгію покоління X (1960–1980 рр. народження) і мають на меті пов'язати міленіалів (народжені з 1980-х – до середини 1990-х рр.) і зумерів (народжені в середині 1990-х – початку 2000-х рр.) із цією культурною спадщиною.

Висновки

Принципи меланхолії та ностальгії дають змогу глибше зрозуміти логіку функціонування популярних фільмів і серіалів, пояснюючи особливості формування контенту, принципи його виробництва, розповсюдження та рецепції. Циклічність як ознака меланхолії виявляється у повторюваних сюжетах, незавершених наративах, кліфхенгерах, феномені «запійного перегляду» та нескінченній потребі глядача знову повертатися до екрана в пошуках задоволення, яке принципово є відкладеним. Римейки, сиквели, риквели та легасі сиквели не лише створюють ностальгію за знайомими світами та персонажами, але й апелюють до глядацької пам'яті, створюючи ілюзію повернення в утопічне минуле. Така культурна продукція функціонує як екранна вітрина — обіцяє доступ до об'єкта бажання, але ніколи не дає змоги його повністю отримати. Отже, популярні фільми та серіали є простором меланхолії та ностальгії, який конструює глядача як суб'єкта нескінченного споживання через принцип циклічного руху до бажаного об'єкта.

Дослідження окреслює лише частину проявів використання концепцій меланхолії та ностальгії у сфері екранної культури. Перспективи подальших досліджень полягають у розгляді концепцій меланхолії та ностальгії в контексті інших екранних медіа та форматів, наприклад: відеоігор, реаліті-шоу, соціальних мереж тощо. Також важливим питанням є критичний аналіз політичних ідеологій, які просувають себе через концепції меланхолії та ностальгії в екранній культурі.

Список посилань

- Agamben, G. (1993). *Stanzas: Word and phantasm in Western culture* (R. L. Martinez, Trans.). University of Minnesota Press.
- American Psychiatric Association. (2000). *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders (DSM-IV-TR)* (4th Ed.). American Psychiatric Association. <https://img3.reoveme.com/m/2ab8dabd068b16a5.pdf>
- Barikin, A. (2019). After the End: The temporality of melancholia. In A. Bubenik (Ed.), *The persistence of melancholia in arts and culture* (pp. 107–121). Routledge.
- Campbell, C. (1995). The sociology of consumption. In D. Miller (Ed.), *Acknowledging Consumption: A Review of New Studies* (pp. 96–126). Routledge. <https://consumptionreadinggroup.wordpress.com/wp-content/uploads/2012/02/campbell-the-sociology-of-consumption.pdf>
- Csikszentmihalyi, M., & Csikszentmihalyi, I. S. (Eds.). (1988). *Optimal experience: Psychological studies of flow in consciousness*. Cambridge University Press.
- Eng, D. L., & Kazanjian, D. (2003). Introduction: Mourning remains. In D. L. Eng & D. Kazanjian (Eds.), *Loss: The Politics of Mourning* (pp. 1–25). University of California Press.

- Fiske, J. (1989). Moments of television: Neither the text nor the audience. In E. Seiter, H. Borchers, G. Kreuzner, & E.-M. Warth (Eds.), *Remote Control: Television, Audiences, and Cultural Power* (pp. 56–78). Routledge.
- Freud, S. (1953). Mourning and Melancholia. In J. Strachey (Ed.), *The Standard Edition of the Complete Psychological Works of Sigmund Freud: Vol. 14 (1914-1916): On the History of the Psycho-Analytic Movement, Papers on Metapsychology and Other Works* (pp. 243–258). Hogarth Press. https://www.sas.upenn.edu/~cavitch/pdf-library/Freud_MourningAndMelancholia.pdf
- Gilroy, P. (2006). *Postcolonial Melancholia*. Columbia University Press.
- Hook, D., & Vanheule, S. (Eds.). (2023). *Lacan on Depression and Melancholia*. Routledge.
- Lacan, J. (2017). *Transference* (J. A. Miller, Ed., B. Fink, Trans.). Polity Press.
- Lacan, J. (with Fink, H., & Grigg, R.). (2006). *Écrits* (First complete edition in English) (B. Fink, Trans.). W. W. Norton.
- Lizardi, R. (2017). *Nostalgic generations and media: Perception of time and available meaning*. Lexington Books.
- Lizardi, R. (2018). Mourning and Melancholia: Conflicting Approaches to Reviving Gilmore Girls One Season at a Time. *Television & New Media*, 19(4), 379–395. <https://doi.org/10.1177/1527476417742975>
- Loock, K. (2020). Reboot, requel, legacyquel: Jurassic world and the nostalgia franchise. In D. Herbert & C. Verevis (Eds.), *Film Reboots* (pp. 173–188). Edinburgh University Press. <https://doi.org/10.3366/edinburgh/9781474451369.003.0012>
- Matrix, S. (2014). The Netflix Effect: Teens, binge watching, and on-demand digital media trends. *Jeunesse: Young People, Texts, Cultures*, 6(1), 119–138. <https://dx.doi.org/10.1353/jeu.2014.0002>
- Mittell, J. (2015). *Complex TV: The poetics of contemporary television storytelling*. New York University Press.
- Naranjo-Zolotov, M., Turel, O., Oliveira, T., & Lascano, J. E. (2021). Drivers of online social media addiction in the context of public unrest: A sense of virtual community perspective. *Computers in Human Behavior*, 121, 106784. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.106784>
- Panda, S., & Pandey, S. C. (2017). Binge watching and college students: motivations and outcomes. *Young Consumers: Insight and Ideas for Responsible Marketers*, 18(4), 425–438. https://doi.org/10.1108/YC-07-2017-00707_
- Pensky, M. (1993). *Melancholy Dialectics: Walter benjamin and the play of mourning*. University of Massachusetts Press.
- Pittman, M., & Sheehan, K. (2015). Sprinting a media marathon: Uses and gratifications of binge-watching television through Netflix. *First Monday*, 20(10). <https://doi.org/10.5210/fm.v20i10.6138>
- Radden, J. (Ed.). (2002). *The nature of melancholy: from Aristotle to Kristeva*. Oxford University Press.
- Roosen, C. (2023, March 6). *The Cliffhanger and breaking storytelling promises*. Christopher Roosen. <https://www.christopherroosen.com/blog/2023/3/6/cliffhanger-storytelling>
- Sung, Y. H., Kang, E. Y., & Lee, W. N. (2018). Why Do We Indulge? Exploring Motivations for Binge Watching. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 62(3), 408–426. <https://doi.org/10.1080/08838151.2018.1451851>

Wald, C. (2007). *Hysteria, Trauma and melancholia: Performative maladies in contemporary anglophone drama*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1057/9780230288614>

References

- Agamben, G. (1993). *Stanzas: Word and phantasm in Western culture* (R. L. Martinez, Trans.). University of Minnesota Press [in English].
- American Psychiatric Association. (2000). *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders (DSM-IV-TR)* (4th Ed.). American Psychiatric Association. <https://img3.reoveme.com/m/2ab8dabd068b16a5.pdf> [in English].
- Barikin, A. (2019). After the End: The temporality of melancholia. In A. Bubenik (Ed.), *The persistence of melancholia in arts and culture* (pp. 107–121). Routledge [in English].
- Campbell, C. (1995). The sociology of consumption. In D. Miller (Ed.), *Acknowledging Consumption: A Review of New Studies* (pp. 96–126). Routledge. <https://consumptionreadinggroup.wordpress.com/wp-content/uploads/2012/02/campbell-the-sociology-of-consumption.pdf> [in English].
- Csikszentmihalyi, M., & Csikszentmihalyi, I. S. (Eds.). (1988). *Optimal experience: Psychological studies of flow in consciousness*. Cambridge University Press [in English].
- Eng, D. L., & Kazanjian, D. (2003). Introduction: Mourning remains. In D. L. Eng & D. Kazanjian (Eds.), *Loss: The Politics of Mourning* (pp. 1–25). University of California Press [in English].
- Fiske, J. (1989). Moments of television: Neither the text nor the audience. In E. Seiter, H. Borchers, G. Kreuzner, & E.-M. Warth (Eds.), *Remote Control: Television, Audiences, and Cultural Power* (pp. 56–78). Routledge [in English].
- Freud, S. (1953). Mourning and Melancholia. In J. Strachey (Ed.), *The Standard Edition of the Complete Psychological Works of Sigmund Freud: Vol. 14 (1914-1916): On the History of the Psycho-Analytic Movement, Papers on Metapsychology and Other Works* (pp. 243–258). Hogarth Press. https://www.sas.upenn.edu/~cavitch/pdf-library/Freud_MourningAndMelancholia.pdf [in English].
- Gilroy, P. (2006). *Postcolonial Melancholia*. Columbia University Press [in English].
- Hook, D., & Vanheule, S. (Eds.). (2023). *Lacan on Depression and Melancholia*. Routledge [in English].
- Lacan, J. (2017). *Transference* (J. A. Miller, Ed., B. Fink, Trans.). Polity Press [in English].
- Lacan, J. (with Fink, H., & Grigg, R.). (2006). *Écrits* (First complete edition in English) (B. Fink, Trans.). W. W. Norton [in English].
- Lizardi, R. (2017). *Nostalgic generations and media: Perception of time and available meaning*. Lexington Books [in English].
- Lizardi, R. (2018). Mourning and Melancholia: Conflicting Approaches to Reviving Gilmore Girls One Season at a Time. *Television & New Media*, 19(4), 379–395. <https://doi.org/10.1177/1527476417742975> [in English].
- Loock, K. (2020). Reboot, sequel, legacyquel: Jurassic world and the nostalgia franchise. In D. Herbert & C. Verevis (Eds.), *Film Reboots* (pp. 173–188). Edinburgh University Press. <https://doi.org/10.3366/edinburgh/9781474451369.003.0012> [in English].
- Matrix, S. (2014). The Netflix Effect: Teens, binge watching, and on-demand digital media trends. *Jeunesse: Young People, Texts, Cultures*, 6(1), 119–138. <https://dx.doi.org/10.1353/jeu.2014.0002> [in English].

- Mittell, J. (2015). *Complex TV: The poetics of contemporary television storytelling*. New York University Press [in English].
- Naranjo-Zolotov, M., Turel, O., Oliveira, T., & Lascano, J. E. (2021). Drivers of online social media addiction in the context of public unrest: A sense of virtual community perspective. *Computers in Human Behavior*, 121, 106784. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.106784> [in English].
- Panda, S., & Pandey, S. C. (2017). Binge watching and college students: motivations and outcomes. *Young Consumers: Insight and Ideas for Responsible Marketers*, 18(4), 425–438. <https://doi.org/10.1108/YC-07-2017-00707> [in English].
- Pensky, M. (1993). *Melancholy Dialectics: Walter benjamin and the play of mourning*. University of Massachusetts Press [in English].
- Pittman, M., & Sheehan, K. (2015). Sprinting a media marathon: Uses and gratifications of binge-watching television through Netflix. *First Monday*, 20(10). <https://doi.org/10.5210/fm.v20i10.6138> [in English].
- Radden, J. (Ed.). (2002). *The nature of melancholy: from Aristotle to Kristeva*. Oxford University Press [in English].
- Roosen, C. (2023, March 6). *The Cliffhanger and breaking storytelling promises*. Christopher Roosen. <https://www.christopherroosen.com/blog/2023/3/6/cliffhanger-storytelling> [in English].
- Sung, Y. H., Kang, E. Y., & Lee, W. N. (2018). Why Do We Indulge? Exploring Motivations for Binge Watching. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 62(3), 408–426. <https://doi.org/10.1080/08838151.2018.1451851> [in English].
- Wald, C. (2007). *Hysteria, Trauma and melancholia: Performative maladies in contemporary anglophone drama*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1057/9780230288614> [in English].

■ MELANCHOLIA AND NOSTALGIA AS FUNCTIONING PRINCIPLES OF POPULAR FILMS AND SERIES

■ Yevhen Vorozheikin

■ *PhD in Philosophy,*

Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University,

Kyiv, Ukraine

ORCID ID: 0000-0001-7320-562X

e-mail: y.vorozheikin@kubg.edu.ua

The *aim of the article* is to analyse melancholia and nostalgia as functioning principles of films and series that belong to popular culture. *Results*. It is demonstrated that in the cultural studies context, melancholia and nostalgia can be regarded not only as emotional states but also as conceptual tools for analysing the screen culture. Based not on linear progress but on endless return, a melancholic model of time determines the specificity of modern screen consumption experience. Grounding on the concepts of S. Freud, J. Lacan and J. Agamben, the research shows that a modern viewer constantly returns to lost or unattainable idealised reality

offered by media products. Special attention is given to relationships between melancholia and consumerism, structures of cyclical television and streaming viewing, a phenomenon of “binge-watching”, as well as use of nostalgia in modern popular cinematography. Requels, remakes and sequels are viewed as forms of nostalgic repetition, creating an endless trajectory of desire. It is emphasised that streaming services encourage cyclical rewatching through recommendation algorithms and other means. *Scientific novelty.* The article offers a new vision concerning films and series as mechanisms driven by melancholia and nostalgia. Such an approach provides deeper insight not only into the functioning of modern screen industry and the viewer’s psychological engagement, but also into the mechanisms forming the emotional dependency on the content itself. *Conclusions.* Melancholia and nostalgia are models of cultural production and consumption. Cyclicity and unattainability of desired objects are components that shape the the screen experience principle. Films and series form a space where a subject does not attain an object of desire but constantly returns to it, sustaining dynamics of emotional attachment and repetition.

■ **Keywords:** film; series; melancholia; cyclicity; streaming services; binge watching; nostalgia; sequel; remake; requel



This is an open access journal, and all published articles are licensed under a Creative Commons Attribution 4.0.