

## چرا فکر می‌کنیم قدیم همه چیز بهتر بود؟



اگر شما هم اهل پرسه زدن در اینستاگرام و یوتیوب باشید، احتمالاً به ویدیو یا عکس‌هایی برخورده‌اید که روی‌شان با تیتراهای درشت زردرنگی نوشته شده: «فلان در دهه‌ی شصت!» یا «بهمان در دهه‌ی هفتاد!»

اگر شما هم اهل پرسه زدن در اینستاگرام و یوتیوب باشید، احتمالاً به ویدیو یا عکس‌هایی برخورده‌اید که روی‌شان با تیتراهای درشت زردرنگی نوشته شده: «فلان در دهه‌ی شصت!» یا «بهمان در دهه‌ی هفتاد!»

به گزارش ایسنا، حتی اگر اشتیاق چندانی به فضای مجازی نداشته باشید، دست کم یک بار برنامه‌های تلویزیونی یا تیزرهای تبلیغاتی را که محتوای نوستالژیک دارند، دیده‌اید. برنامه‌هایی که با بازپخش تکه‌هایی از سریال‌های قدیمی یا مسابقات هفتگی، تقلا می‌کنند تا آن شور سابق، آن حس جوانی و کودکی را در مخاطب زنده کنند. محتواهایی که صرفاً «بازتولید» می‌شوند تا هیچ نداشته باشند الا تکاندن خاطرات؛ چیزی که شاید بسیاری به آن «حال خوب» بگویند و از مصرف‌شان «لذت» ببرند.

طیف نوستالژیک در فرهنگ ایرانی گستره‌ی وسیعی دارد. این طیف از گذشته‌های دور و باستانی که شامل فتوحات و کشورگشایی شاهان و فرمانروایان هخامنشی است، شروع می‌شود و به چند دهه‌ی گذشته و تمسخر طریقه‌ی لباس پوشیدن و آرایش موها می‌رسد. البته این تمام ماجرا نیست و رشد امر نوستالژیک تنها در ویدیوهای یوتیوب و اینستاگرام محدود نمی‌شود؛ این امر در سینما، موسیقی، کتاب و حتی معماری نیز تاثیر مستقیم و قطعی گذاشته است. نمونه‌های گل درشت و معینی در تمام این حوزه‌ها وجود دارد. داغ شدن تنور رستوران، کافه حیاط یا کافه‌هایی با دکوراسیونی که حال و هوای دهه‌های ۳۰، ۴۰ و یا حتی ۷۰ را برای مشتریان زنده می‌کنند، از مثال‌های مبرهن این روند هستند. مشتریانی که احتمالاً سن و سال‌شان به آن زمان‌ها نمی‌خورد، اما آن قدر عبارت «قدیم همه چیز بهتر بود» را شنیده‌اند، که برتری گذشته برای‌شان به یک واقعیت مسجّل بدل شده است. یا نمونه‌های بسیاری از کتاب‌ها، محصولات فرهنگی و... که به شکل‌های قدیمی بسته بندی شده و به دست مشتریان می‌رسد.

### بازتولید نوستالژی در فیلم‌ها

شاید در میان تولیدات فرهنگی انبوهی که روزانه در کشور تولید می‌شوند، بیش از همه، فیلم‌های سینمایی، سریال‌های تلویزیونی و تولیدات شبکه‌ی نمایش خانگی با بازخورد بیشتری همراه باشند. اما این تولیدات نیز مانند خیل عظیمی از اغذیه‌ی فرهنگی، از پدیده‌ی نوستالژی متأثر شده‌اند. اگر با نگاهی اجمالی، پرمخاطب‌ترین سریال‌های سال‌های اخیر را مرور کنیم، درمی‌یابیم که زمان بسیاری از آن‌ها، از ابتدای سده‌ی ۱۳۰۰ به دهه‌های بعد را نشان می‌دهد. چنان‌چه سریال‌هایی را که درباره‌ی وقایع تاریخی ساخته شده‌اند از بقیه جدا کنیم، تعداد قابل توجهی به دست می‌آید. تمام این فیلم و سریال‌های ساخته شده نمی‌خواهند روایت گر تاریخ باشند بلکه تاریخ و گذشته را بستر برای روایت داستان خود انتخاب کرده‌اند و به نظر می‌رسد برخی بیش تر برای یادآوری سبک زندگی و نوع پوشش در دهه‌های قبل تولید شده باشند تا بازگویی تاریخ.

در بین سریال‌هایی که فضای گذشته را برای روایت داستان خود انتخاب کرد سریال شهرزاد به کارگردانی حسن فتحی یکی از شاخص‌ترین‌هاست که بعد از انتشار فصل اول آن، خیلی از بینندگان، الگوی لباس، آرایش، پیرایش و اکسسوری‌های خود را براساس شخصیت اول داستان تقلید می‌کردند و زمینه یا تم بسیاری از خانه‌ها، از روی دکوراسیون نوستالژیک سریال الهام گرفته می‌شد. فیلم‌های سینمایی نهنگ عنبر ۱ و ۲، مطرب، مصادره، هزارپا، مسخره باز و...، سریال‌های ستایش، ارمغان تاریکی، پروانه، می‌خواهم زنده بمانم و... هم از نمونه‌های دیگری هستند که می‌توان به آن‌ها اشاره کرد.

اما طی چه فرایندی، خیلی از فیلم‌نامه‌ها و داستان‌ها بعضاً از پذیرش وضعیت کنونی و نگرش آینده‌نگرانه تهی شده‌اند؟ اساساً کارکرد حافظه به گونه‌ای است که با حذف خاطرات نامطلوب و حفظ خاطرات خوب، از انسان محافظت می‌کند. خاطرات جمعی و گروهی نیز از این قاعده پیروی می‌کند و اگر نیرویی خارجی نیز اهرم وار بر آن فشار بیاورد، نتیجه مضاعف خواهد شد. از این رو، دکتر آرش حیدری، جامعه‌شناس اجتماعی و عضو هیئت علمی دانشگاه علم و فرهنگ، در بحبوحه‌ی جاری شدن سیلاب در استان‌های غربی و جنوبی کشور در فروردین ماه سال ۱۳۹۸، در صفحه‌ی فیس بوک خود نوشت: «نوستالژیک کردن گذشته یکی از عمده‌ترین مکانیسم‌هایی است که در برخورد با فاجعه به کار می‌افتد. در روزهای اخیر و در پی بروز سیل، نوستالژیک کردن گذشته باز هم به راه افتاده است. فردوسی را به اشتراک می‌گذارند، از تخت جمشید و پل‌های باستانی مثال می‌آورند تا نشان دهند عقل گذشتگان بهتر از عقل معاصران است. البته که در فرایندهای ذهنی تفاوت بنیادینی بین انسان‌های گذشته و انسان اکنون وجود ندارد. مسئله بر سر عقل و بی‌عقلی نیست. مسئله این جا نیست که اکنون ما محصول نوعی بی

عقلی است و از دست دادنِ خردی که در گذشته فراگیر بوده است. مسئله اساساً ارتباط وثیقی با ذهن انسان‌ها ندارد. مسئله این‌جاست که ساخت و ساز در گذشته در خدمت زندگی و بقا است و در دنیای امروز ما در خدمت سرمایه و پول. مسئله در بطن اقتصاد سیاسی حاکم بر زمین و ملک است. چشم اندازی که در گذشته پل و بنا می‌سازد، برای زندگی می‌سازد و امروز برای پول ساخته می‌شود.»

این فرایند چندان بی‌شبهت به اوضاع فعلی جامعه نیست. چیزی که بعد از رویارویی با امور نوستالژیک در اذهان نقش می‌بندد، جریان عمیقی دارد؛ عمیق‌تر از احساسات متناقض و چندگانه‌ی «دل‌تنگی»، «غبطه» و «حسرت» برای روزهای رفته. استنتاج‌ها و قضاوت‌هایی که بعضاً ناخودآگاه در ضمیر ما پدیدار می‌شود، به مرور رنگ و بوی پذیرش به خود می‌گیرد. همین پذیرفتن، انگاره‌ی بهینگی و برتری هرچه را در گذشته بوده در ما تقویت می‌کند؛ چنان‌که سریال‌های «ببینیم و گمان می‌کنیم» سریال‌های قدیمی داستان‌های بهتری داشتند، وسیله‌ای خریداری می‌کنیم و مدام متذکر می‌شویم که اجناس قدیمی از کیفیت و دوام بیشتری برخوردار بودند، خوراکی می‌خوریم و خیال می‌کنیم خوراکی‌های گذشته طعم بهتری داشتند؛ این روند تا جایی ادامه پیدا می‌کند که «اکنون» رنگ بیازد و امید و انگیزه‌ای برای آینده باقی نماند. همان‌طور که مهدی ایوبی، ترانه‌سرا در یکی از شعرهایش می‌نویسد: «وقتی آینده عجیبه، به گذشته برمی‌گردد...!»

#### اهمیت تربیت احساسات در مواجهه با نوستالژی

اغلب مخاطبان در مواجهه با پدیده‌ی نوستالژی واکنش نشان می‌دهند. احساسات مختلفی بر این یادآوری‌ها غلبه می‌کند؛ احساس غرور، شرم، خودباختگی و حتی احساس دلتنگی. فرآیندی که غالباً اتفاق می‌افتد تا مخاطب جذب چنین تولیداتی شود، برگرفته از اندیشه‌ای است که گذشته را از خطاهای اکنونی مصون می‌دارد؛ فارغ از این‌که گذشته نیز خود اکنونی بوده که در فرگشت زمان به فعل ماضی بدل شده است. در این سیر، حافظه‌های کم‌آگاه فریب می‌خورند و گذشته را باورپذیرتر از آن چه اکنون رخ می‌دهد، می‌پندارند. اما امر نوستالژیک که حالا به مسئله‌ای بزرگ تبدیل شده، تنها به این جا ختم نمی‌شود، چراکه در سال‌های اخیر، گستره‌ی فرهنگی جدی و عمیقی درباره‌ی گرایش به گذشته‌ی ماضی، پیش گرفته شده که حال و آینده را تحت تاثیر قرار می‌دهد. شاید تنها اقدامی که بتوان برای مقابله با فرورفتن در گرداب افراطی خاطرات انجام داد، واقع‌بینی جمعی و تربیت احساسات باشد. پذیرش گذشته - همان‌طور که بوده و هست - و درک اکنون می‌تواند واقعیات را روشن کند. مسئله‌ای که شاید کمتر به آن توجه شود، نقش بازار است. بازار همواره برای مشتری‌ها نیاز می‌تراشد و با عرضه‌ی مُسکن، سرمایه‌ی مردم را به جیب خودش روانه می‌کند. مقابله با نوستالژی‌گرایی افراطی، روزنه‌های رسوخ بازار کاذب را کور می‌کند. نکته‌ی شایان توجه این است که گرایش به نوستالژی‌ها، با آگاهی یا مطالعه‌ی تاریخی، تفاوت از زمین تا آسمان دارد. آن چه جامعه‌ی را نجات می‌دهد، آگاهی نسبت به گذشته است، فهم تاریخی و درک رویدادها. اما تأثیری که نوستالژی‌های افراطی بر افراد می‌گذارند، دقیقاً با هدف غایی تاریخ‌ضدیت دارد.