

سید رضا صائمی\*

## نوستالژی سریال‌های قدیمی و بازتولید امید اجتماعی

این دیگر نه سیاه نمایی است نه سیاسی کاری! حال مردم ما خوب نیست و زیستن در بستر یک بحران اقتصادی و دست و پنجه نرم کردن با مصائب معیشتی، روحیه عمومی جامعه را با یک رخوت و افسردگی جمعی گره زده که نیازمند توجه و اهتمام جدی است و قطعاً رسانه‌ها در این میان بیش از هر زمان دیگری می‌توانند نقش مداخله گر و راهگشایی داشته باشند.

اگر بخواهیم از منظر روانشناسی اجتماعی به این موضوع بنگریم، زمانی که انسان از وضعیت کنونی و زمان حال خود رنج می‌برد یا لذت نمی‌برد، ناخودآگاه میل به گذشته و نوستالژی می‌کند؛ و این امر با بازپخش و تکرار سریال‌های گوناگون از دهه‌های گذشته واجد کارکرد نوستالژی سازی است و همین ویژگی، فضایی روانی برای مخاطب ایجاد می‌کند تا با بازتولید حسی و ذهنی خود در نسبت با خاطراتی که از سریال‌ها دارد بتواند برخی از تنش‌ها و اضطراب‌های درونی خود را التیام ببخشد.

ممکن است این کارکرد به عنوان تمهیدی برای فراموشی معنا شود اما فراموشی هم یک نیاز روانی است هم یک کارکرد رسانه‌ای. چنانکه در تعریف سینما می‌گویند جایی برای به یاد آوردن و فراموش کردن! و این البته کارکرد هر رسانه‌ای است که گاهی به آن متوسل می‌شویم تا درد و رنج خود را برای ساعتی فراموش کنیم و از زیر بار فشار روانی تحمل حال بیرون بیاییم. اینجا همان نقطه‌ای است که روانشناسی و رسانه به هم وصل می‌شوند. به این معنا که یکی از کارکردهای روانشناختی رسانه، فراموشی است که درکنار آگاهی به عنوان سوپه دیگر کارکرد رسانه، دو سوپه قابلیت‌های رسانه است به ویژه رسانه‌ای که از هنر تغذیه می‌کند و با آن پیوند دارد.

ماهیت شبکه‌ای فیلم، ماهیتی هنری و نمایشی است و در واقع «هنر نمایش» عنصر وجودی آن را تشکیل می‌دهد. به نظر می‌رسد امروز با توجه به شرایط روحی و روانی که در جامعه حاکم است بیش از گذشته می‌توان از این ظرفیت‌های فیلم بهره برد و به ایجاد آرامش در جامعه کمک کرد. ضمن اینکه تماشای سریال‌های خاطره‌انگیز از دهه‌های گذشته، زیبایی‌های زندگی را هم که لا به لای فشارهای معیشتی به فراموشی سپرده شده یادآور می‌شود و در واقع در دل این فراموشی نوعی بازآگاهی یا بازتولید آگاهی هم وجود دارد که می‌تواند کارکردهای روانی و اجتماعی این شبکه را تقویت کند.

چه بسا مخاطب با تماشای این مجموعه‌ها، به یاد همدلی‌ها، مهربانی‌ها و اخلاق مداری‌هایی بیفتند که در گذشته حضور اثربخشی در مناسبات انسانی داشت. گاهی تداعی خاطرات به تولید امید منجر می‌شود و شبکه‌ای فیلم می‌تواند با سرمایه‌های هنری گذشته به بازتولید امید اجتماعی در جامعه دست بزند.

به تعبیر برخی از مسئولین بلند پایه کشور ما اکنون در وضعیت یک جنگ اقتصادی قرار داریم و بالطبع این شرایط از لحاظ روحی ممکن است آسیب‌زا باشد. هنر و هنرمندان درست در همین شرایط است که می‌توانند و باید نقش تاریخی خود را در اصلاح و بهبود اوضاع ایفا کنند. چنانکه برخی معتقدند چارلی چاپلین و آثارش محصول شرایط روحی غرب در زمان جنگ جهانی است و او توانست با خلق کمدی خاص خود نقش موثری در تلطیف روحیه اجتماعی و ایجاد شادی و نشاط در بین مردم داشته باشد. بر این مبنا به نظر می‌رسد که شبکه‌ای فیلم سهم سریال‌های کمدی و مجموعه‌های طنز خود را در کنداکتور شبکه بیشتر کرده و از این طریق مفری رسانه‌ای برای تلطیف روحیه جمعی و مقابله با افسردگی اجتماعی ایجاد کند. بدیهی است که قرار نیست با تکیه بر محتوای یک شبکه تلویزیونی انتظار داشت که مثلاً فرهنگ نشاط و شادی در سطح عمومی ایجاد شود و این مستلزم هم افزایشی همه نهادها و سازمان‌های مرتبط است اما هر شبکه تلویزیونی بنا به ماهیت و مأموریت خود و البته مسئولیت اجتماعی که به عنوان یک رسانه بر دوش دارد، باید نقش خود را در بهبود شرایط عمومی ایفا کند.

خوشبختانه شبکه‌ای فیلم از محبوبیت و مخاطب خوبی در جامعه برخوردار است و این سرمایه ارزشمندی برای این شبکه است که حالا محتوا و برنامه‌های خود را با توجه به شرایط روز، به روز رسانی کند. جامعه امروز ما از یک سو بنا به

تحلیل کارشناسان و توصیه مسئولان به نشاط و شادی بیشتری نیاز دارد و از سوی دیگر بنا به توصیف متخصصان علوم انسانی و ارتباطات در عصر رسانه‌ها به سر می‌بریم. از این رو نقشی که امروز رسانه‌ها در ایجاد تعادل و تعالی روحی جامعه دارند بیش از گذشته است. در این شرایط بهره برداری درست از کارکردهای روانی و اجتماعی شبکه‌ای مثل آی فیلم می‌تواند مصداقی از زمانه شناسی و رسانه شناسی توامان باشد.

\* روزنامه نگار