అనుకున్నది అరచేతిలో: ఒకప్పుడు ఏదన్నా కావాలంటే ఎదురుచూడాల్సి వచ్చేది. టెలిఫోన్ కనెక్షన్ దగ్గర్నుంచీ మెయిల్ డౌన్లోడ్ వరకూ... అన్నిటికీ ఓపిక పట్టాల్సి వచ్చేది. ఎదురుచూపుల ఫలితం కచ్చితంగా గుర్తుండిపోయేది. కానీ ఇప్పుడు ఏది కావాలంటే అది... ఎలా కావాలంటే అలా... అన్నీ అందుబాటులోకి వచ్చేస్తున్నాయి. ఓటీటీ, హోం డెలివరీ, ఆన్‌లైన్ షాపింగ్‌తో అనుకున్నది వెంటనే అరచేతిలో వాలిపోతున్నది. దాంతో అదెంత విలువైనదైనా.. వినియోగం వరకే దాని ప్రాధాన్యం పరిమితం అవుతున్నది.

ఎంపికలు: ప్రపంచీకరణ జీవితాన్ని మార్చేసింది. ఒక టీవీని పాతిక వేలు పెట్టయినా కొనవచ్చు, పాతిక లక్షలు పెట్టాల్సిన టీవీలూ అందుబాటులోకి వచ్చాయి. ఫోన్, అపార్ట్‌మెంట్, ఫ్రిజ్, నగలు, కారు... ఇలా ప్రతి దానిలోనూ ఎంపికలు పెరిగిపోతున్నాయి. దాంతో ఏ వస్తువు కొన్నా, ఏ అనుభూతిని సొంతం చేసుకున్నా అది సంతృప్తిని కలిగించడం లేదు సరికదా... రాజీపడాల్సి వచ్చిందే అన్న లోటే మిగులుతున్నది. ఇంటికి వచ్చిన వస్తువులు జ్ఞాపకాలుగా కాకుండా స్తోమతకు చిహ్నాలుగా మారిపోతున్నాయి.

ఓపిక ఏది: ఒకప్పుడు చిన్న మెయిల్ ఓపెన్ అయ్యేందుకు కూడా చాలాసేపు పట్టేది. ఇప్పుడు జీబీల కొద్దీ వీడియోలు కూడా చిటికెలో డౌన్లోడ్ అవుతున్నాయి. నెట్ స్పీడ్‌కి సమాంతరంగా... పిల్లల్లో సహనం కూడా తగ్గుతుందనేది ఓ గమనింపు. వాళ్లు చూడాలనుకున్నది 30 సెకన్లలోనే చూసేస్తున్నారు. రాబోయే రోజుల్లో ఇది 15 సెకన్లకు చేరుకుంటుందని అంచనా. ఈ తరహా మనస్తత్వంలో అనుభూతి స్థానంలో అలజడి రాజ్యమేలుతున్నది. ఫోన్ చూడకుండా ఒక్క క్షణం కూర్చోవడం అంటే సమయాన్ని వృథా చేసుకోవడం అనే ఆలోచన బలపడుతున్నది.

విశ్వమానవుడు: గ్లోబల్ విలేజ్ నేపథ్యంలో ఇది నా ఇల్లు, నా ఊరు, నా ఇరుగుపొరుగు, నా భాష అనే భావన బలహీనపడిపోతున్నది. ఎక్కడ అవకాశాలున్నా రెక్కలు కట్టుకుని ఎగిరిపోవడం, కొత్తకొత్త పరిస్థితులకు సర్దుకుపోవడం, మమకారాలు తగ్గించుకోవడం తప్పనిసరిగా మారింది. ఇలాంటి పరిస్థితుల వల్ల 'నేను, నాది' అనే భావన కూడా బలహీనపడిపోతున్నది. తన ఉనికే ప్రశ్నార్థకమైన నేపథ్యంలో మనిషి త్వరగా కుంగుబాటుకు లోనవుతున్నాడని పరిశోధనలు తేల్చాయి.

అబండెన్స్ ఆఫ్ మెమరీస్: గ్లోబలైజేషన్ నేపథ్యంలో మనకు ఓ మంచి అనుభూతిని కల్పించేందుకు మార్కెట్ శతవిధాలా ప్రయత్నిస్తున్నది. సినిమా హాల్ దగ్గర్నుంచీ, సెల్‌ఫోన్ వరకూ... వీలైనన్ని సౌలభ్యాలతో మనల్ని ఆకట్టుకుంటున్నాయి. సహజీవనం సహజమైపోతున్నది. ఈ అనుభవాల ఉప్పెనలో కొట్టుకుపోతూ... స్పష్టమైన నోస్టాల్జియా లేకుండా సాగిపోతున్నాడు ఇప్పటి మనిషి.

వేగంగా మార్పులు: ఉత్తరాలు, టెలిగ్రాం, డయల్ ఫోన్, బటన్ ఫోన్, వైర్‌లెస్, పేజర్, 2జీ, 3జీ, స్మార్ట్ ఫోన్ – కేవలం ఫోన్ల విషయంలోనే కాదు వాహనాలు, జీతాలు, టీవీలు... ఇలా అన్ని అంశాల్లోనూ ఒకప్పటి తరంలో మార్పులు ఇలా అంచెలవారీగా జరిగేవి. కానీ ఇప్పుడు ఊహ తెలుస్తూనే, నేరుగా తుదిదశలో ఉన్న ఉత్పత్తిని చేతిలోకి తీసుకుంటున్నారు పిల్లలు. దాంతో ఓ ప్రయాణం కోసం, వార్త కోసం, టీవీ కోసం ఎంత శ్రమించేవారమో వారికి తెలియడం లేదు. అవే నోస్టాల్జియాకు కీలకం కదా!

ఇవేనా! సోషల్ మీడియా మనకు వైరస్‌లా సోకి వదలడం లేదు, పట్టణీకరణతో పల్లెల స్వచ్ఛమైన అనుభవాలు మాయమైపోయాయి, చిన్న కుటుంబాలతో బంధాలు చెదిరిపోయాయి... ఇలాంటి సవాలక్ష కారణాలు నోస్టాల్జియాను దూరం చేసేసేవే.

లక్ష పరిశోధనలు

పరిశోధకులకు నోస్టాల్జియా ఓ ఆసక్తికరమైన అంశం. అందుకు తగినట్టే దీని గురించి జరిగిన పరిశోధనలు చాలా ఆసక్తికరమైన ఫలితాలు ఇచ్చాయి.

1 చలిగా ఉన్న ఉష్ణోగ్రతల్లో... వెచ్చని మంట దగ్గరో, వేసవి ఎండలోనో తిరిగిన అనుభూతులను తల్చుకున్నవారిని చలి అంతగా ఇబ్బంది పెట్టలేదని సౌతాంప్టన్ విశ్వవిద్యాయంలో జరిగిన ఓ పరిశోధన నిరూపించింది.

2 విదేశాల నుంచి దిగుమతి చేసుకున్న వస్తువులు కాకుండా స్థానిక ఉత్పత్తులు కొనేందుకు వాటితో నోస్టాల్జిక్ అనుబంధం ఓ ప్రోత్సాహకరంగా పనిచేస్తుందని కాలిఫోర్నియా విశ్వవిద్యాలయంలో జరిగిన అధ్యయనం చెబుతున్నది.

3 దానధర్మాలు చేసేవారు, స్వచ్ఛంద కార్యకర్తలుగా పనిచేసేవారిలో నోస్టాల్జియా ప్రేరణనిస్తుందని చికాగో విశ్వవిద్యాలయంలో జరిగిన అయిదు అధ్యయనాలు తేల్చాయి.