



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

تلویزیون و خانواده در ایران

علی اسدی

در ایران حرکت خانواده در جهت تبدیل شدن خانواده گسترده پدرسالاری به خانواده هسته‌ای بر پایه برابری زن و مرد پس از مشروطیت آغاز شد - یعنی به دنبال پدید آمدن تغییراتی در ساخت اقتصادی و اجتماعی جامعه ایران ، همراه با آشنایی ایران با فرهنگ غربی - از طریق توسعه آموزش نوین ، انتشار روزنامه‌ها ، فرستادن دانشجویان به خارج و افزایش رفت و آمد و تماس میان ایرانیان و غربیان - عقیده افراد تحصیل کرده درباره زن و نقش و وظائف او در قبال خانواده به تدریج تغییر یافت و به دنبال آن در محیطهای شهری خانواده چند همسری جای خود را به خانوار تک همسری داد . پوشش و نقاب سنتی زن برداشته شد و از چهار دیوار خانه بیرون آمد و به جامعه راه یافت و از آموزش و بسیاری از حقوق دیگر اجتماعی و مدنی برخوردار گردید . از طرف دیگر همزمان با گسترش نهادها و سازمانهای اجتماعی مانند دولت ، مدرسه ، و غیره خانواده به تدریج از بسیاری از وظایف و کارکردهای خود محروم شد و با گسترش نظام جدید آموزشی

ارزشها و معیارهای سنتی مورد تردید قرار گرفت ، موقعیت پدر که حافظ سنتها در خانواده بود متزلزل شد و جوازهها از اطاعت بی چون و چرا از وی سر باز زدند و راه خود را از راه گذشتگان جدا ساختند ، بدین سان قدرت و تسلط پدر کاستی گرفت و تعارض میان نسل جدید و قدیم در چهارچوب خانواده آغاز شد و به همراه آن وحدت ، همدلی و دوستی خانوادگی و خویشاوندی رو به ضعف نهاد . در امر ازدواج دیگر این تنها پدر و مادر نبودند که برای فرزند خود تصمیم می گرفتند ، سن ازدواج ، تا حدودی در اثر آموزش در سطوح بالا ، در محیطهای شهری بالا رفت و در نتیجه روابط آزادتر میان دختر و پسر به وجود آمد و روابط زن و مرد دستخوش تغییر شد . به دنبال تغییر نقش زن ، بهره‌مند شدن وی از حقوق تازه و کسب استقلال بیشتر مالی ، از وابستگی زن به مرد کاسته شد و این رابطه تازه‌ای را میان مرد و زن در چهارچوب خانواده به وجود آورد . تجزیه خانواده گسترده به هسته‌ای ، جدایی ازدواج از خویشاوندی و تغییر

نقش زن به طور کلی، باعث شد که خانواده ثابت و نظم گذشته را از دست بدهد و طلاق افزایش یابد. معهدا نباید تصور کرد که خانواده پدرسالاری در ایران جای خود را به خانواده هسته‌ای داده است، بلکه باید گفت شیوه سنتی خانواده با شیوه نوین آن، بویژه در شهرها، در آمیخته است. قدرت پدر رو به کاستی رفته ولی هنوز بر سر نوشت خانواده حاکم است. زن گرچه نقش‌های تازه‌ای به عهده گرفته ولی هنوز بسیاری از ارزشهای زن سنتی ایران را حفظ کرده است.

در این مقدمه کوتاه آنچه بیشتر مورد نظر بود تنها اشاره به گرایشهای اساسی در روند خانواده بود که در دهه‌های اخیر در اثر تحولات اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی به وجود آمده است. اینک باید دید تلویزیون در این روند تحول خانواده مؤثر است یا نه؛ و اگر مؤثر است تا چه حد می‌تواند این تغییرات را سرعت بخشد. برای شناخت این تأثیرات لازم است در آغاز بدانیم چه خانواده‌هایی تلویزیون دارند، چه اندازه از آن استفاده می‌کنند، چه نوع برنامه‌هایی را بیشتر تماشا می‌کنند و چه واکنشی در برابر آنها نشان می‌دهند و در نتیجه این برنامه‌ها چه تأثیری بر خانواده باقی می‌گذارد.

بررسیها نشان میدهند که در ایران نزدیک به یک میلیون دستگاه گیرنده تلویزیون وجود دارد که بیشتر آنها در شهرها متمرکز است. بدین ترتیب باید گفت خانواده‌های روستایی هنوز به تلویزیون چندان دسترسی ندارند. حال باید دید توزیع تلویزیون در میان

خانواده‌های شهرنشین چگونه است. مطابق بررسی تازه‌ای که در تهران شده، ۶۹٪ از خانوارهای ساکن تهران تلویزیون داشته‌اند. خانواده‌های بین ۵ تا ۷ نفر بیش از انواع دیگر خانواده‌ها صاحب تلویزیون بوده‌اند. یعنی خانواده‌های دارای ۳ تا ۵ فرزند بیش از خانواده‌های کم‌جمعیت و پرجمعیت (بیش از ۵ اولاد) تلویزیون داشته‌اند. به نظر می‌رسد که کودکان در خرید تلویزیون مؤثرند. از سوی دیگر شاید خانواده‌های پرجمعیت بیشتر از قشرهای کم‌درآمد باشند و امکان خرید تلویزیون را نداشته باشند.

به هر حال مطابق بررسیها ۷۰٪ از تماشاگران تلویزیون را در خانواده‌ها افراد کمتر از ۲۰ سال تشکیل می‌دهند. از طرف دیگر معلوم شده که نسبت تلویزیون در خانواده‌هایی که رؤسای آنها تحصیلان بیشتری دارند زیادتر است:

میزان تحصیلات رئیس خانوار	درصد تلویزیون‌دار
پس‌سواد	۵۲/۷
سواد خواندن و نوشتن	۶۰
ابتدائی	۶۷
متوسطه	۸۳/۴
عالی	۸۸/۹

این امر در نظر اول نشان می‌دهد که خانواده‌های دارای فرهنگ کمتر از تلویزیون هم کمتر استفاده می‌کنند. اما نباید فراموش کرد که داشتن تلویزیون در مرحله اول به قدرت خرید خانواده وابسته است و درآمد خانواده در آن نقش مهم‌تری دارد. رابطه وضع مالی رئیس خانوار و داشتن تلویزیون در جدول زیر به خوبی دیده

دریون :

درصد داشتن تلویزیون	رئیس خانوار
۹۰	گرمند عالی رتبه
۸۷	گرمند عادی
۷۳	گرمند جزء
۶۲	سپور ، کاسب
۹۲	شغل آزاد (پزشك ،
۶۵	وکیل دعاوی و . . .)
۴۷	کارگر ماهر
	کارگر غیر ماهر

در میان خانوارهای ایرانی میل به سرگرمی و تفریح است . خانواده‌ها قبل از هر چیز از تلویزیون انتظار سرگرمی دارند . نیازهای دیگر مانند کسب اطلاع و خبر و یا آموختن و آشناسدن با مطالب تازه در مراحل بعدی اهمیت قرار دارند .

بررسی واکنش تماشاگران در برابر این برنامه‌ها مؤید این امر است . بررسیهای گوناگون نشان می‌دهند که سریالهای تلویزیونی بیش از دیگر برنامه‌ها تماشاگر دارد و از میان سریالها غالباً سریالهای ایرانی مانند «سرکار استوار» و «مراد برقی» با وجود ضعف‌های نمایشی و بازیگری و داستان بیش از سریالهای خارجی تماشاگر ایرانی را به خود جلب می‌کند .

تاریک بررسی که در سال ۱۳۵۰ در ۸ شهر انجام گرفت از تماشاگران خواسته شد که ۵ برنامه مورد علاقه خود را نام ببرند . نتیجه‌ای که به دست آمد چنین بود^۴ :

۸۶٪	۱ - سرکار استوار
۶۲٪	۲ - پیتون پلیس
۵۷٪	۳ - خانه قمرخانم
۲۱٪	۴ - داش پالکی
۲۰٪	۵ - پهلوانان

چنانکه دیده می‌شود از ۵ برنامه انتخاب شده

از سوی دیگر خانواده‌ها بطور متوسط روزانه ۴ ساعت از وقت آزاد خود را به تماشای تلویزیون اختصاص می‌دهند یعنی هفته‌ای ۲۸ ساعت . بدین ترتیب می‌بینیم که تماشای تلویزیون در میان طبقات گذران اوقات فراغت جای مهمی را شغال کرده است .

بررسیها نشان می‌دهند که خانواده‌های صاحب تلویزیون ، در مقایسه با زمان قبل از خرید تلویزیون ، کمتر به گردش می‌روند ، کمتر رادیو گوش می‌کنند و کمتر به سینما می‌روند . این امر نشان می‌دهد که تلویزیون به عنوان یک وسیله سرگرمی خانوادگی اعضای خانواده را به دور هم جمع می‌کند ، محفل خانوادگی را رونق می‌بخشد و زمینه را برای بحث و گفتگو بین اعضای خانواده فراهم می‌سازد . برنامه‌های تلویزیونی می‌تواند مدخل این گفتگوها و بحث‌ها را فراهم سازد و احتمالاً سطح بحث‌ها را بالا برد . با اینهمه نباید فراموش کرد که مهمترین انگیزه خریدن تلویزیون

- ۱ - نظرجویی کمیته سنجش افکار و تحقیقات اجتماعی رادیو تلویزیون ملی ایران ، تیرماه ۱۳۵۳
- ۲ - مراجعه کنید به گزارشهای کمیته سنجش افکار و تحقیقات اجتماعی سازمان رادیو تلویزیون ملی ایران .
- ۳ - گزارشهای پیش گفته .

اولاً همه سریال است و ثانیاً چهار سریال آن ایرانی است. این آمارها نشان می‌دهند که تلویزیون بیشتر از جنبه خیال‌انگیز آن، به عنوان وسیله‌ای برای پرواز در دنیای رؤیا و خیال، مورد استفاده قرار می‌گیرد و کمتر به امکانات این وسیله برای شناخت واقعیات زندگی توجه می‌شود.

چنانکه دیدیم اکثریت تماشاگران تلویزیون را کودکان و نوجوانان تشکیل می‌دهند، از این رو شناخت سلیقه و ذوق آنها بسیار مهم است.

بررسی‌های گوناگون نشان می‌دهند که کودکان و نوجوانان نه تنها برنامه‌های کودک و نوجوانان را تماشا می‌کنند بلکه از تماشاگران پروپاقرص برنامه‌های عادی تلویزیون هم هستند؛ و اتفاقاً همین‌ها هستند که رای و سلیقه خود را غالباً در انتخاب برنامه‌ها به دیگر اعضای خانواده تحمیل می‌کنند. بدین ترتیب معلوم می‌شود که تلویزیون بیشتر از هر رسانه‌های دیگری مانند روزنامه، فیلم، رادیو - در دسترس و زیر نظر کودکان و نوجوانان قرار دارد. از آنجاکه کودکان بیش از بزرگسالان تأثیرپذیرند، باید مسأله تأثیر تلویزیون را بر خانواده به طور جدی‌تر مورد مطالعه قرار دهیم. در زمینه تأثیر تلویزیون بر رفتار افراد خانواده پژوهش‌های زیادی در ایران انجام نگرفته است. ولی پژوهشهایی هم که در خارج در زمینه رابطه تلویزیون و خانواده انجام شده به نتایج واحدی نرسیده است. برخی از پژوهشگران تلویزیون را وسیله مؤثری در استحکام رابطه خانوادگی دانسته‌اند، زیرا که تلویزیون افراد خانواده را به دور هم

گرد می‌آورد. دسته‌ای دیگر (مانند بسون معتقدند که تنها گرد هم آمدن افراد کافی نیست افراد خانواده هنگام تماشای تلویزیون کمتر با هم گفتگو میکنند و در نتیجه تلویزیون در ایجاد تفاهم میان افراد خانواده کمکی نمی‌کند بلکه آن را مشکل‌تر هم می‌سازد. برخی از پژوهشگران این نتیجه رسیده‌اند که تلویزیون در خانواده‌ها که افراد آن باهم سازگارند و تفاهم دارند این تفاهم را تقویت می‌کند و برعکس در خانواده‌ها که دچار اختلاف هستند این اختلاف را عمیق‌تر می‌سازد، زیرا فرصت حل اختلافات را محدود می‌کند. پژوهش‌های انجام شده نشان می‌دهد که خانواده‌های ایرانی در مجموع نسبت به تأثیر تلویزیون بر زندگی خانوادگی خوشبین هستند. ۷۰٪ از پاسخگویان در پاسخ این پرسش که «تأثیر تلویزیون را بر زندگی خانوادگی خود چگونه می‌بینید؟» گفته‌اند تلویزیون در مجموع تأثیر خوبی داشته است و فقط ۵٪ تأثیرات تلویزیون را منفی دانسته‌اند. البته همه افراد به یک اندازه خوشبین نبوده‌اند. افراد دارای تحصیلات عالی کمتر از افراد بی‌سواد به تأثیر سودمند تلویزیون بر خانواده اعتقاد داشته‌اند.

به طور کلی می‌توان تأثیر تلویزیون را در خانواده در حوزه‌های زیر مورد مطالعه قرار داد: تسلط پدر و رابطه دین و نسل، نقش زن و برابر حقوق زن و شوهر، معیارهای اخلاقی خانواده، زمینه روابط جنسی، خشونت و پرخاشگری، فراغت، افزایش مصرف، مد و آرایش و سرانجام

رنگ و آگاهیهای گوناگون. در هیچ يك از
بسته‌های بالا پژوهشهای کافی در ایران نشده است
برای آنجا تنها می‌توان فرضیه‌هایی برای پژوهشهای
آینده ارائه داد.

تلویزیون در زمینه رابطه دوشل احتمالاً روند
تعمیر تسلط پدر را - که قبل از ورود آن به
ایران در اثر تحولات اقتصادی، اجتماعی در کل
جهت آغاز شده بود - سرعت می‌بخشد و در عوض
تخلخل و شخصیت کودکان را در برابر پدر و مادر
توت می‌کند.

در زمینه رابطه زن و مرد احتمالاً تلویزیون
ارائه تصویر زن امروزی، زن ایرانی را به پذیرش
ش‌های تازه و برابری حقوق با مرد که مدنیت‌هاست
بر جامعه ایران آغاز شده است تشویق می‌کند.
بسیج است که با تغییر رابطه زن و مرد معیارهای
خانوادگی ایرانی نیز در زمینه روابط
حسی کم و بیش متحول شده و خواهند شد. پژوهشهای
انجام شده نشان می‌دهد که در ایران پدران و
مادران، برخلاف همتهای خود در جوامع غربی
که بیشتر نگران تأثیر نامطلوب صحنه‌های خشونت‌بار
برنامه‌های تلویزیونی هستند، بیشتر نگران تأثیر
نامطلوب صحنه‌های شهوانی بر خانواده خود هستند.
آنها غالباً برنامه‌هایی را مضر و نامطلوب شمرده‌اند که
صحنه‌های «شهوانی» داشته‌اند.

خشونت و پر خاشگری مسأله‌ایست که تاکنون
پژوهشهای متعددی درباره آن در کشورهای مختلف
انجام شده است. در بیشتر پژوهشهایی که در
گذشته در آمریکا انجام گرفته این نتیجه به دست

آمده که برنامه‌های خشونت‌آمیز تلویزیون موجب
پیدایش رفتارهای خشونت‌آمیز نمی‌شود؛ ولی
با موج تازه‌ای از خشونت که جوامع غربی را
فرا گرفته این نظریه معروف «کاتارسیس» مورد
شك و تردید واقع شده است. به علاوه هنوز معلوم
نیست که اثرات تلویزیون در مدتی طولانی مانند
۲۰ یا ۳۰ سال در زمینه خشونت به همان اندازه
اثرات کوتاه مدت بی ضرر باشد.

در زمینه مصرف هم روشن است که تلویزیون
با ارائه شیوه‌های زندگی طبقات بالا به ویژه
آگهی‌های تجارتي که هريك از افراد خانواده را
به خرید کالاهای معینی دعوت می‌کند، می‌تواند
با تحريك اشتهاى مصرف خانواده‌ها بر زندگی
اقتصادی آنها تأثیر گذارد.

در زمینه مد و آرایش و برخی از عادات
روزمره، تأثیر تلویزیون احتمالاً با ارائه الگوهای
رفتاری تازه بیش از سایر زمینه‌ها مؤثر است.
تلویزیون می‌تواند رفتارهای تازه، (مانند حرکات
هنرپیشگان) لطیفه‌ها و تکیه کلام‌های تازه و
هزاران رفتار دیگر را در میان خانواده‌ها رواج
دهد که البته همه جنبه گذرا دارند و، مانند مد
لباس، عمر بیشترشان ناپایدار است.

تأثیر تلویزیون هم در گسترش دانش و
آگاهی افراد خانواده قابل اهمیت است. تلویزیون
با ارائه مطالب تازه افق‌های تازه‌ای در برابر افراد
خانواده می‌گشاید، موضوع‌های تازه‌ای برای
بحث‌های خانوادگی فراهم می‌سازد و سطح فرهنگ
خانواده را بالا می‌برد.