

## عشق و ضد عشق در سریال‌های ایرانی؛

تحلیل نشانه‌شناختی «روابط عاشقانه» و «روابط مبتنی بر فریب» در رسانه ملی

دکتر سهیلا صادقی فسایی\*، محمدحسین شریفی ساعی ✉

### چکیده

رسانه، بهترین وسیله برای فرهنگ‌سازی در جوامع مدرن است و برنامه‌های تلویزیونی، یکی از وسیع‌ترین گستره‌های مخاطب را در میان رسانه‌های جهان به خود اختصاص داده است. در این میان، سریال‌های تلویزیونی، نقش مهمی در شکل‌گیری و یا تغییر شکل ارزش‌ها و ساختارهای اجتماعی در جامعه بازی می‌کنند. هدف مقاله حاضر، تحلیل نشانه‌شناختی از نحوه بازنمایی الگوهای مدرن روابط دختر و پسر در سریال‌های ایرانی است. بدین منظور با استفاده از روش نشانه‌شناسی، پنج سریال ایرانی پربیننده در سال‌های اخیر (۱۳۹۰ - ۱۳۸۵) بررسی شد. یافته‌ها نشان می‌دهند که در این سریال‌ها با دو گونه از بازنمایی روابط مدرن در مناسبت‌های دختر و پسر (روابط عاشقانه و روابط ضدعاشقانه) روبه‌رو می‌شویم؛ در سال‌های اخیر، رسانه به تدریج از بازنمایی روابط عاشقانه به سمت بازنمایی روابط ضدعاشقانه تغییر وضعیت داده است؛ شکلی از رابطه که در آن همیشه با عنصری از فریب یکی علیه دیگری همراه است.

کلید واژه‌ها: روابط عاشقانه، بازنمایی، نشانه‌شناسی، روابط ضدعاشقانه

---

\* دانشیار گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه تهران

Email: mohammadhosein.sharifi@gmail.com

✉ دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی، دانشگاه تهران

پذیرش نهایی: ۹۱/۴/۵

تجدید نظر: ۹۱/۲/۱۲

تاریخ دریافت: ۹۰/۱۲/۲۲

## مقدمه

با آغاز به کار تلویزیون، کمتر کسی گمان می‌کرد چند دهه بعد، این رسانه به عضوی ثابت از خانواده‌ها تبدیل شود، اما امروزه انسان‌ها در محاصره برنامه‌های تلویزیونی قرار دارند؛ کمتر کسی است که حداقل ساعتی از روز را با آنان سپری نکند. تلویزیون، وسیع‌ترین گستره مخاطبان را در میان تمام رسانه‌ها به خود اختصاص داده است. جامعه تلویزیونی شده، به شدت در حال فراگیر شدن در سطح جهان است (گربنر<sup>۱</sup>، ۱۹۹۸، ص ۱۷۷). این مفهوم به آن معناست که اکنون وقت زیادی از اوقات فراغت افراد را تلویزیون و برنامه‌های آن به خود اختصاص می‌دهند. اولویت نخست جامعه تلویزیونی شده، نه برنامه‌های سنگین بلکه برنامه‌های سبک است. تغییر فرهنگ از خواندن به تماشا کردن یکی از آثار این جامعه تلویزیونی شده، است؛ چرا که خواندن نسبت به تماشا کردن فعالیتی کاملاً دشوار است و احتیاج به مصرف انرژی فکری زیادی دارد. از طرفی، تلویزیون، ارزان‌ترین تفریح موجود برای مصرف‌کنندگان آن است؛ یک تفریح خانگی که به نسبت جذابیت و لذتی که می‌دهد، هزینه اندکی دارد و جای تفریح‌های برون خانگی پرهزینه را نیز پر می‌کند.

اما برنامه‌های تلویزیونی از نگاه سازندگان آن، تنها وسیله‌ای برای پر کردن اوقات فراغت افراد نیست، بلکه این برنامه‌ها، حوزه‌ای از فرایند فرهنگ‌سازی و جامعه‌پذیری توده‌ای در سطح کلان هستند. سازوکار جامعه‌پذیری توده‌ای در رسانه، بر مبنای فرایند آموزش پنهان است. ویژگی این نوع از جامعه‌پذیری آن است که به طور معمول مخاطب متوجه نمی‌شود در حال فراگیری و پذیرش ارزش‌هایی خاص می‌باشد. در این میان، هر چند برنامه‌های رسانه‌ای در هر جامعه‌ای متأثر از فرهنگ همان جامعه‌اند، اما روندهای بازتولید فرهنگی، قادر به گزینش نیز هستند؛ گزینش اینکه چه عناصری از فرهنگ را انتقال دهند. برنامه‌های تلویزیونی، آشکار یا نهان، از پیام‌های گفتمانی انباشته‌اند. این برنامه‌ها، خنثی و بازتاب صرف واقعیت نیستند، بلکه نشانه‌های متون تلویزیونی با ارزش‌های سازندگان آنها، رمزگذاری<sup>۲</sup> شده‌اند و آنچه بازنمایی می‌شود، نه تمام واقعیت که تنها بخش خاصی از آن است (کرس<sup>۳</sup> و ون لیون<sup>۴</sup>، ۱۹۹۶، ص ۷۹). طبیعی است این متون نیازمند رمزگشایی<sup>۵</sup> هستند و با نگاهی تفسیری باید به سراغ آنها رفت.

1. Gerbner                      2. encoding                      3. Kress  
4. Van Leeuwen                5. decoding

در این بین، سریال‌های تلویزیونی در همه جهان، نقشی مهم در صنعت فرهنگی ایفا می‌کنند. این سریال‌ها به جای ما فکر می‌کنند و سپس نحوه عمل ما را تعیین می‌کنند. قهرمانان آنها ارزش‌های ما را مشخص می‌سازند. خوب و بد در سریال، خوب و بد در زندگی می‌شود. این سریال‌ها، افراد را به اندیشیدن و اندیشه‌ها را به تفکر شکل گرفته در قالب ارزش‌هایی خاص را چنان بیان می‌کنند که گویی هرگز تغییر، آینده‌نگری یا اصلاح در آنها دیده نمی‌شود. انسان‌ها همان گونه که باور داشته باشند، می‌توانند بیندیشند؛ این باورهای آدمی است که در هر لحظه به او القا می‌کند که چگونه بیندیشد و سپس عمل کند و در این بین، تلویزیون و سریال‌های آن، به دنبال کنترل باورها و اندیشه‌هاست. این سریال‌ها نه تنها ارزش‌ها، که در مرحله بعد، رفتارهای ما را نیز کنترل و تعیین می‌کنند. با این حال، جامعه تلویزیونی شده، سهولت و راحتی در کنش را برای مخاطبان به ارمغان می‌آورد؛ چون مخاطبان به فکر کردن نیاز ندارند. تلویزیون و سریال‌های آن، راه‌های فکر کردن مخاطبان را کنترل می‌کنند.

در سطح توده‌ها، جامعه تلویزیونی شده به جای اینکه به فکر کردن نیاز داشته باشد، به عمل نیاز دارد. تلویزیون و صاحبان آن خود به جای ما فکر می‌کنند. آنها راه را مشخص می‌کنند و فقط در این مسیر، پیمودن راه با ماست. تلویزیون، نرم‌ترین ابزار کنترل اجتماعی است. تلویزیون با ایجاد و تثبیت ارزش‌های مشخص در جامعه، کنترل را درونی و سپس پنهان می‌کند. پژوهش‌های مختلف در کشور نشان می‌دهند که تلویزیون و برنامه‌های آن، بر تغییر و تثبیت ارزش‌ها و هنجارهای موجود در زمینه‌های مختلفی چون معیارهای همسرگزینی، روابط خانوادگی و اجتماعی، گرایش به مد، انتظارات نقشی و ارزش‌های نوین فرهنگی تأثیرگذار بوده است (اعزاز، ۱۳۸۰ و قلی‌زاده؛ اسماعیلی و میربک، ۱۳۸۶). با این همه، سریال‌های تلویزیونی، فرهنگ و ارزش‌های فرهنگی را در جهت خاصی بازنمایی می‌کنند. این سریال‌ها، برنامه‌هایی آکنده از معانی نهفته پخش می‌کنند و می‌کوشند با مهار این معانی، آنها را به معنایی یگانه تبدیل کنند، معنایی که کارکرد جهان‌بینی غالب را داشته باشد. در این میان، در هر فرهنگی، آنچه واقعیت تلقی می‌شود و معنا می‌یابد، محصول رمزگان همان فرهنگ است. بنابراین، واقعیت همواره از قبل رمزگذاری شده و فهم هر فرهنگی منوط به رمزگشایی نشانه‌های آن است (سجودی، ۱۳۸۲). بر همین اساس، هدف مقاله حاضر،

رمزگشایی از نحوه بازنمایی الگوهای مدرن از روابط پیش از ازدواج در مناسبت‌های دختر و پسر با رویکرد تحلیل نشانه‌شناختی است.

### فرهنگ، رمزگذاری و بازنمایی

فرهنگ که به نظر امری «طبیعی»<sup>۱</sup> می‌آید، برساخته‌ای اجتماعی و سرشار از رمزگذاری‌های مختلف است. فهم هر فرهنگ، منوط به رمزگشایی نشانه‌های آن است. در این میان، مطالعات فرهنگی به نحوه پیدایش و اشاعه معانی می‌پردازند. معانی اجتماعی و نحوه ایجاد آن در یک فرهنگ، به ساختار اجتماعی آن جامعه مربوط می‌شوند و تنها در چارچوب آن ساختار و پیشینه‌اش توضیح‌پذیر هستند. ما به وسیله رمزگان‌های آموخته از فرهنگ‌مان است که می‌توانیم واقعیت اجتماعی را فهم و ادراک کنیم. در همین راستا است که معلوم می‌شود نشانه‌شناسی، با حوزه‌های اجتماعی و ارزش‌های فرهنگی نهفته در جامعه ارتباط تنگاتنگی دارد و به همین منظور برای انجام تحلیل‌های نشانه‌شناسانه باید به ارزش‌های موجود در جامعه پی برد (فیسک<sup>۲</sup> و هارتلی<sup>۳</sup>، ۲۰۰۳ و هالیدی<sup>۴</sup>، ۱۹۸۹).

از سوی دیگر، بازنمایی فرهنگ در رسانه، صورتی هدفمند و خاصیتی جهت‌گیرانه دارد. الگوهای فرهنگی که از تلویزیون پخش می‌شوند، پیشاپیش با رمزهای اجتماعی، رمزگذاری شده‌اند. برای مثال، انتظار نداریم که تلویزیون برنامه‌ای را پخش کند که در آن شخصی معتاد در زندگی شخصی و حرفه‌ای خود موفق باشد. یا در فرهنگ رسانه‌ای پذیرفته نیست که مرد معتاد، پدری مهربان و صادق باشد. این گونه است که در سریال‌های تلویزیونی، فرد معتاد؛ انسانی غیر اجتماعی، دروغگو، به لحاظ ظاهری کثیف، ناموفق در زندگی شخصی و با ویژگی‌هایی منفی به تصویر کشیده می‌شود. بنابراین، سریالی که قرار است از تلویزیون پخش شود، پیشاپیش با تعدادی رمزهای مشخص، رمزگذاری شده است. نشانه‌شناسان فرایند خلق و تفسیر متن را به ترتیب، «رمزگذاری» و «رمزگشایی» می‌نامند (ضمیران، ۱۳۸۲، ص ۱۵۱). رمزگشایی ضمن آنکه مستلزم شناخت، فهم و درک زمینه‌های مختلف یک متن است، همچنین مواردی

1. natural

2. Fisk

3. Hartley

4. Halliday

چون تفسیر، ارزیابی و داوری در مورد آن را نیز در بر می‌گیرد. به عبارتی، رمزگشایی در بر گیرنده کشف ارجاع‌های دال‌ها در زمینه‌های مختلف است. دال‌ها از طریق ارجاع‌ها یا زمینه‌ها، قابل درک می‌شوند و به مدلول‌ها پیوند می‌خورند و نظام معنایی کامل می‌شود (رضایی‌راد، ۱۳۸۱، صص ۳۵-۳۱).

در این راستا، تحلیل نشانه‌شناختی که از دل فرایند رمزگشایی در می‌آید، با معنای متون سروکار دارد و معنا محصول روابط بین نشانه‌هاست (یوهانسون<sup>۱</sup> و لارسن<sup>۲</sup>، ۲۰۰۲، ص ۱۳). معنا نوعی رابطه است و این رابطه هر معنایی را در دل معنایی جدید می‌نهد. معانی، در درون و در سراسر فرایند روابط اجتماعی حضور دارند و بازتولید می‌شوند (گیرو<sup>۳</sup>، ترجمه نبوی، ۱۳۸۰، ص ۶۳). معنا، حاصل رمزگذاری پیام است. از طرفی، فرهنگ، جایگاه تولید معانی است. فرهنگ، رمزی است که می‌آموزیم و در واقع وجه مشترک آگاهی بین ما و دیگران است (آسابرگر<sup>۴</sup>، ترجمه اجلالی، ۱۳۸۹، ص ۴۸). از منظر نشانه‌شناسی، واقعیت واجد ماهیتی تجربی است، اما بر اساس عرف‌های فرهنگی ادراک می‌شود. نشانه‌شناسان، اجزای فرهنگ را واسازی می‌کنند تا از این راه، نحوه برساخته شدن معانی فرهنگی را معلوم سازند. از این رو، نشانه‌شناسی<sup>۵</sup> مستلزم زبان جدیدی برای نگاه کردن و سخن گفتن در باب برنامه‌های رسانه‌ای، مُد، تغذیه، پوشاک و نظایر آن است؛ شیوه‌ای که تا حدودی متفاوت از دیدن ظاهری امور است. پرسش اساسی در نشانه‌شناسی این است که معنا چگونه خلق و منتقل می‌شود.

بر اساس چنین درکی از فرهنگ، رمزگذاری و رمزگشایی است که بحث بازنمایی<sup>۶</sup> مطرح می‌شود. محور اساسی در نظریه‌های بازنمایی این است که برخلاف ظاهر؛ بازنمایی، عین واقعیت نیست؛ بازنمایی، فرایند گزینش واقعیت است. دوربین تلویزیون، واقعیت‌ها را ضبط نمی‌کند، بلکه آن را رمزگذاری می‌کند. معنا کشف نمی‌شود، بلکه از طریق فرایند بازنمایی، تولید و برساخته می‌گردد. به تعبیر هال<sup>۷</sup> (۲۰۰۳) معنا، برساخته نظام‌های بازنمایی است. بازنمایی، از یک واقعیت چند بعدی و چند وجهی، عناصری را برمی‌گزیند و عناصری را وا می‌نهد. بازنمایی، فرایند رمزگذاری است و رمزگذاری به

---

1. Johansen                      2. Larsen                      3. Gero  
4. Asaberger                      5. semiotic                      6. representation  
7. Hall

واقعیت جهت می‌دهد. به عبارتی، آنچه بازنمایی می‌شود، واقعیت نیست، بلکه بازنمایی خاصی از آن است؛ در حالی که رویکرد تقلید هنر از واقعیت، بر این پیش‌فرض متکی است که یک تصویر، انعکاس مرجع خود است یا باید باشد. نشانه‌شناسی، هنر را بازتاب صرف واقعیت نمی‌داند.

بنابراین، در این دیدگاه آنچه بازنمایی می‌شود، تقلیدی صرف از واقعیت نیست، بلکه جهت‌گیری خاصی از آن است و این بازنمایی جهت‌گیرانه توان آن را داراست که سوژه‌هایی را متناسب با ساختار معنایی دلخواه خود بسازد. این مفهوم به این نکته اشاره دارد که پدیده‌ها در ذات خود، دارای معنا نیستند، بلکه معنای پدیده‌ها محصول چگونگی بازنمایی آنهاست (دانسی<sup>۱</sup>، ۲۰۰۴، صص ۱۷-۱۶). مطالعات فرهنگی و نشانه‌شناسی بر همین مبنا هدف خود را مطالعه فرهنگ و واکاوی و نقد آن می‌دانند تا معانی موجود در فرهنگ و زندگی روزمره را آشکار کنند. در همین راستا، تصاویری که در سریال‌های تلویزیونی دیده می‌شود، هم بازتاب‌دهنده و هم شکل‌دهنده نظام‌های خاص ارزشی هستند که هویت ما و معنای پدیده‌های زندگی روزمره را برای ما تعریف می‌کنند. این تصاویر، لذت‌ها و امیال اغلب ناخودآگاه را به شکلی نمادین باز می‌نمایانند و از این حیث، تحلیل سریال‌های تلویزیونی حکم کاوش در مفاد ضمیر ناخودآگاه جمعی افراد را دارد.

درواقع سریال‌های تلویزیونی برخی معانی را مرجح کرده‌اند. این سریال‌ها با تداعی دال‌هایی خاص و استفاده از رمزگان‌های مختلف، در حال برساختن ارزش‌های فرهنگی و صورت خاصی از زندگی اجتماعی هستند که می‌توان آن را مشاهده کرد. مقاله حاضر نشان می‌دهد، الگوهای روابط مدرن بین دختر و پسر که در این سریال‌ها به تصویر کشیده می‌شوند، در حال بازنمایی چه شکلی از ارزش‌های فرهنگی، اجتماعی و عقیدتی هستند. با توجه به این واقعیت که محتوای سریال‌های تلویزیونی در چارچوب گفتمان‌های معنایی خاصی رمزگذاری شده‌اند، به تبع آن، این سریال‌ها قابلیت رمزگشایی دارند.

### پیشینه پژوهش

مطالعه نحوه بازنمایی الگوهای مدرن روابط دختر و پسر در گفتمان رسانه، بدون توجه

به بسترهای اجتماعی و تاریخی آن، امکان‌پذیر نیست. مطالعه بسترهای تاریخی پدیده‌های اجتماعی، پنجره‌های پنهان واقعیت را به روی محقق می‌گشاید و به او اجازه می‌دهد تا عواملی را که در گذشته یک جامعه اتفاق افتاده‌اند و امروز به حیات خود ادامه می‌دهند، با فهم عمیق‌تری دریابد. بر همین اساس، همیشه یکی از وظایف مهم جامعه‌شناسی، شناخت مبدأ تاریخی پدیده‌های اجتماعی و تحلیل وضعیت آنها از گذشته تا به امروز بوده است و این مهم، یکی از دقیق‌ترین راه‌ها در فهم تغییرات اجتماعی جهان معاصر شناخته می‌شود. بر همین اساس، مطالعه در زمینه «روابط دختر و پسر» را می‌توان در این قالب، در چهار سطح مختلف پیگیری کرد: «تحولات اجتماعی» چند دهه اخیر و «بازنمایی رسانه‌ای» آن در «ایران» و «جهان».

مطالعه در زمینه روابط پیش از ازدواج بین دختر و پسر و تحولات اجتماعی آن، حکایت از تغییرات گسترده‌ای در چند دهه اخیر در کشورهای مختلف جهان دارد؛ تغییراتی که عوامل متعددی منجر به بروز آنها شده و در عین حال پیامدهای را هم برای جوامع مختلف به همراه داشته است. گسترش روابط پیش از ازدواج بین دختر و پسر، محصول انقلاب جنسی<sup>(۱)</sup> در اواخر دهه ۱۹۶۰ میلادی در جوامع غربی بوده است (لگاکاس<sup>۱</sup> و استانکوویچ<sup>۲</sup>، ۲۰۰۹، ص ۲۲). در چند دهه پیش، این روندها حتی برای مردم کشورهای توسعه‌یافته نیز پدیده‌ای جدید محسوب می‌شد اما به تدریج این تغییرات ارزشی، صورتی وسیع‌تر و فراگیرتر یافته و اشکال متنوعی به خود گرفته‌اند. ولز<sup>۳</sup> و تونگ<sup>۴</sup> (۲۰۰۵) نشان داده‌اند که در سال ۱۹۴۳، بیش از ۹۰ درصد مردم آمریکا با روابط عاطفی پیش از ازدواج بین دختر و پسر مخالف بودند و آن را امری بسیار زشت و مذموم می‌پنداشتند.

امروزه به تدریج و همگام با تحولات اجتماعی مختلف، نگرش‌های منفی به این روابط نیز رنگ و بوی تغییر به خود گرفت، به طوری که در سال ۱۹۷۰، مخالفت مردم به ۷۰ درصد رسید و در سال‌های بعد این روند تا جایی پیش رفت که تعداد موافقان روابط پیش از ازدواج، از مخالفان آن بیشتر شد و در سال ۱۹۹۹، نزدیک به ۸۰ درصد جوانان آمریکایی، موافق روابط پیش از ازدواج بودند و این در حالی است که امروزه تقریباً همه جوانان آمریکایی، روابط عاشقانه پیش از ازدواج را تجربه می‌کنند (رگنر<sup>۵</sup> و آکر<sup>۶</sup>، ۲۰۱۱، ص ۵۴).

1. Legkauskas

2. Stankeviciene

3. Wells

4. Twenge

5. Regnerus

6. Uecker

این تغییرات، به امریکا محدود نشد و کشورهای اروپایی را هم فرا گرفت و بعد از آن، به تدریج و در اشکال مختلف، به سایر نقاط جهان اشاعه یافت. در امریکای شمالی و اروپا، فراگیر شدن رابطه دختر و پسر با افزایش سن ازدواج ارتباط مستقیمی دارد (ولینگ<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۰۶، ص ۱۷۰۹). در سال‌های اخیر در این کشورها، از یک سو سن ازدواج، افزایش یافته و از سوی دیگر میزان ازدواج نسبت به یک دهه قبل کاهش چشمگیری داشته است (کریدر<sup>۲</sup> و فیلدز<sup>۳</sup>، ۲۰۰۲ و لی<sup>۴</sup> و پین<sup>۵</sup>، ۲۰۱۰). امروزه جوانان در این کشورها، کمتر و دیرتر به ازدواج تن می‌دهند و اغلب روابط عاشقانه پیش از ازدواج را تجربه می‌کنند. برای مثال، روابط دختر و پسر در کشورهایی چون آلمان، فرانسه و بریتانیا به یک تجربه غالب بدل شده است (بارلو<sup>۶</sup>، دانکن<sup>۷</sup>، جیمز<sup>۸</sup> و پارک<sup>۹</sup>، ۲۰۰۵). تغییر الگوی ازدواج در این منطقه از جهان، آنچنان با شتاب در حال حرکت است که در کشورهای چون سوئد، نروژ، فنلاند و سایر کشورهای شمال اروپا، روابط پیش از ازدواج بین دختر و پسر به کلی ازدواج را به حاشیه رانده و الگوهای نوینی از ارتباط را جایگزین آن کرده است؛ الگوهایی همچون همخانگی<sup>(۲)</sup> که در واقع به عنوان بدیلی برای ازدواج در جهان مدرن در نظر گرفته می‌شود (ویک<sup>۱۰</sup>؛ برنهارد<sup>۱۱</sup> و نوآک<sup>۱۲</sup>، ۲۰۰۹).

این تغییرات، در سال‌های اخیر به کشورهای آسیایی نیز رسیده است. گسترش الگوی ازدواج رماتیک که ریشه در افزایش روابط عاطفی پیش از ازدواج دارد؛ در سال‌های اخیر در کشورهایی چون چین، مالزی، ژاپن و ... نیز به عنوان الگوهایی پرتعداد محسوب می‌شوند. الگوهایی که رابطه پیش از ازدواج با شریک زندگی آینده را راهی برای سعادت بالاتر در زندگی زناشویی می‌پندارند.

در این میان، تحقیقات انجام شده در ایران نیز خبر از روندهای مشابهی از تغییرات ارزشی و هنجاری در لایه‌های پنهان شهری می‌دهد. مطالعات مختلف، گویای آن است که الگوهای روابط پیش از ازدواج بین دختر و پسر در ایران در سال‌های اخیر در حال افزایش است (سلیمی‌نیا؛ جزایری و محمدخانی، ۱۳۸۴؛ گرمارودی؛ مکارم؛ علوی و

- |             |               |           |
|-------------|---------------|-----------|
| 1. Wellings | 2. Kreider    | 3. Fields |
| 4. Lee      | 5. Payne      | 6. Barlow |
| 7. Duncan   | 8. James      | 9. Park   |
| 10. Wiik    | 11. Bernhardt | 12. Noack |



عباسی، ۱۳۸۸؛ خلج‌آبادی فراهانی و مهریار، ۱۳۸۹ و مهدوی، ۲۰۰۸). بیشتر این روابط، پنهانی و دور از چشم والدین شکل می‌گیرند و تداوم می‌یابند. نتیجه تحولات اخیر، تغییر تدریجی ارزش‌ها و ساختار روابط اجتماعی در تعدادی از جوانان جامعه ایرانی بوده است. فرایند تغییرات ارزشی، خود را در شکاف‌های بین نسلی به خوبی نشان می‌دهند؛ نوعی چرخش در نسل و روندی که نشانه تغییر در جامعه‌ای است که نقش هنجارها و ارزش‌های سنتی آن، در جوانان کمتر می‌شود.

در این میان، بازنمایی‌های رسانه‌ای از تحولات اجتماعی در جهان، الگوهای مشخصی را به خود دیده است. در اغلب کشورهای جهان، بازنمایی‌های رسانه‌ای با تحولات اجتماعی داخلی کشورها همگام بوده است. با تغییرات به وقوع پیوسته در مناسبت‌های دختر و پسر در جامعه، بازنمایی‌های رسانه‌ای نیز در جهت به تصویر کشیدن روابط عاشقانه پیش از ازدواج حرکت کرده و این روابط را به مثابه الگوهایی بدیهی و پیش پا افتاده از زندگی اجتماعی به تصویر کشیده‌اند (بریور<sup>۱</sup>، ۱۹۹۸ و فانگ<sup>۲</sup> و ما<sup>۳</sup>، ۲۰۰۰). این گونه سیاست تصویرسازی تا جایی پیش رفته است که در برخی موارد، در فیلم‌های سینمایی و سریال‌های تلویزیونی این کشورها، به بازنمایی روابط خصوصی و جنسی دو شریک عاطفی با یکدیگر نیز پرداخته می‌شود (گالاگر<sup>۴</sup>، ۱۹۹۱ و گلاس کک<sup>۵</sup>، ۲۰۰۱). در این الگوی بازنمایی، حضور عنصر عشق بین دختر و پسر، نهایت شکل‌گیری یک رابطه بین آنان است و تعلق عاطفی بین آنان، پررنگ شده و تعهد قانونی رنگ باخته است و بر همین اساس، در بازنمایی رسانه‌ای فرق چندانی بین روابط عاشقانه پس از ازدواج و روابط عاشقانه پیش از ازدواج گذارده نمی‌شود. اما این همه، به معنای بی‌طرف بودن رسانه در کشورهای جهان نیست که هیچ رسانه‌ای در جهان، بی‌طرف نیست (ون لیون و جوئیت<sup>۶</sup>، ۲۰۰۲) و به طور اساسی نمی‌تواند باشد؛ چرا که عرصه کار تلویزیون، «بازنمایی» واقعیت است و بازنمایی با بی‌طرفی ارزشی، تناقضی جدی دارد. مفهوم بازنمایی را می‌توان با همان مفهوم متعارف عقیدتی درک کرد. کارکرد ایدئولوژی، ارائه تصویری طبیعی شده از اموری برساختی است که به

---

1. Breuer                      2. Fung                      3. Ma  
4. Gallagher                5. Glascock                6. Jewitt

نهادهای قدرت معطوف است (اسولیان<sup>۱</sup> و همکاران، ترجمه رئیس‌زاده، ۱۳۸۵، ص ۱۹۵). بنابراین، این شیوه بازنمایی حداکثری را باید در عامل دیگری جستجو کرد. حقیقت آن است که در جوامع با رسانه‌های رقابتی؛ کارگزاران رسانه‌ای، برای از دست ندادن مخاطب، تولیدات خود را در ارتباطی دیالکتیکی با تغییرات جهان خارج قرار می‌دهند و آشکارا خود را تنها رسانه‌ای تأثیرپذیر از واقعیت‌های بیرون نشان می‌دهند، ولی با الگوهایی بسیار ظریف و پنهان، فرایند تأثیرگذاری ایدئولوژیک بر مخاطب را نیز اعمال می‌کنند.

در ایران، با پیدایش و گسترش شبکه‌های اینترنتی و ماهواره‌ای فارسی زبان، رقبای بین‌المللی تلویزیون ملی با فناوری‌های نوین ارتباطی خود، به راحتی به خانه‌های مخاطبان پیروز و امروز رسانه ایرانی آمده‌اند و سودای جذب مخاطب را در سر می‌پرورانند.

مناسبت‌های دوران جدید، با ورود رسانه‌های رقابتی در مقیاس جهانی، وضعیتی متفاوت به خود گرفته است. در وضعیت جدید، تلویزیون ایران، در پارادوکسی عجیب گرفتار آمده است؛ با حضور رقبای خارجی و تحولات داخلی سال‌های اخیر، جذب حداکثری مخاطب چگونه ممکن است؟ تبلیغ اهداف و سیاست‌های تعیین شده پیشین تا زمانی که رسانه، رقیبی برای خود نمی‌دید، چندان کار دشواری نبود؛ اما با ورود رسانه‌های جهانی به کشور، عرصه رقابت برای رسانه ملی، روز به روز تنگ‌تر می‌شود و برنامه‌ریزی‌های دقیق‌تری را می‌طلبد؛ چرا که مخاطب امروز، قدرت انتخاب دارد. در وضعیت جدید، جذب حداکثری در بازنمایی‌های رسانه‌ای با مشکلات بسیاری روبه‌رو می‌شود. رسانه ملی با بخشی از جمعیت ایرانی رو به روست که دیگر رسانه را چندان پذیرا نیستند و به دنبال یافتن رسانه دلخواه خویش‌اند و همین امر، یکی از عوامل گرایش گروهی از مخاطبان رسانه ملی به سمت شبکه‌های فارسی زبان ماهواره‌ای می‌شود (خلج‌آبادی فراهانی و مهریار، ۱۳۸۹، ص ۴۵). حال این مطالعه به دنبال پاسخ به این پرسش است رسانه ملی در سال‌های اخیر الگوهای مدرن روابط دختر و پسر در جامعه را چگونه مورد بازنمایی قرار داده و آنها را با چه رمزگان‌هایی به تصویر کشیده است؟

## روش‌شناسی

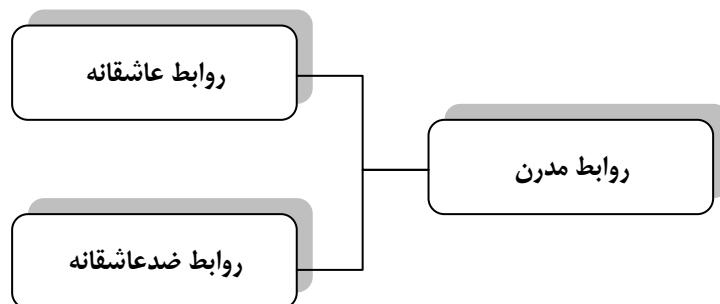
هدف در این مقاله، تحلیل الگوهای روابط عاشقانه دختر و پسر در سریال‌های تلویزیونی پربیننده ایرانی است. برای تحلیل این سریال‌ها از روش تحلیل کیفی و به طور مشخص از تحلیل نشانه‌شناختی استفاده شده است. نشانه‌شناسی یکی از ابزارهای مهم برای تحلیل انتقادی محصولات فرهنگی از جمله سریال‌های تلویزیونی و بررسی نوع و نحوه تأثیرگذاری این محصولات بر مخاطبان خود است. پرسش اصلی در بررسی نشانه‌شناسانه این است که معناها چگونه برساخته می‌شوند و واقعیت چگونه بازنمایی می‌گردد (چندلر<sup>۱</sup>، ترجمه پارسا، ۱۳۸۶، صص ۳۷-۳۸).

هدف از تحلیل نشانه‌شناسانه سریال‌های تلویزیونی، معلوم ساختن لایه‌های مختلف معانی رمزگذاری شده در ساختار برنامه‌هاست. در این مقاله نشانه‌شناسی به عنوان روشی در نظر گرفته شده که به بررسی چگونگی تولید معنا و عملکرد معنا در متون رسانه‌ای می‌پردازد. همچنین تلاش شده تا با رمزگشایی از معانی نهفته نمایش داده شده در سریال‌های تلویزیونی، نحوه بازنمایی الگوهای مدرن روابط دختر و پسر نشان داده شود. بدین منظور، پنج سریال تلویزیونی با موضوع خانوادگی، نرگس (۱۳۸۵)؛ ترانه مادری (۱۳۸۷)؛ دلنوازان (۱۳۸۸)؛ فاصله‌ها (۱۳۸۹) و سقوط یک فرشته (۱۳۹۰) را که در سال‌های اخیر از تلویزیون ایران پخش و بر اساس نظرسنجی‌های انجام شده در مرکز تحقیقات صداوسیما سریال‌های پربیننده بوده، انتخاب شده‌اند.

## یافته‌های پژوهش

روابط دختر و پسر، پدیده‌ای با مقیاس جهانی است که شیوه‌های بازنمایی مختلفی را به خود دیده است. تلویزیون، در فرایند بازنمایی فرهنگی از الگوهای مدرن روابط دختر و پسر، دست‌کم دو گونه بازنمایی روابط عاشقانه و روابط ضدعاشقانه از الگوهای رابطه را به تصویر کشیده است.

**نمودار ۱- انواع الگوهای روابط مدرن بازنمایی شده در رسانه ملی**



در هر دو مورد، بازنمایی، از جنس «بدنمایی»<sup>(۳)</sup> (ارائه تصویری منفی و غیرمقبول) بوده و هیچ کدام از تصاویر نمایش داده شده با «خوب‌نمایی»<sup>(۴)</sup> (ارائه تصویری مثبت و مقبول) همراه نبوده است. در پنج سریال تلویزیونی مورد بررسی، الگوهای مدرن روابط دختر و پسر به گونه‌های مختلفی بازنمایی شده که در جدول زیر آمده است:

**جدول ۱- الگوهای روابط دختر و پسر در سریال‌های تلویزیونی پربیننده بررسی شده**

نام سریال	شخصیت	الگوی رابطه	شرح رابطه	نتیجه رابطه
نرگس	بهروز - نسرین	عاشقانه	دوستی شدید پیش از ازدواج	جدایی
ترانه مادری	پویا - نغمه	عاشقانه	دوستی شدید پیش از ازدواج	جدایی
دلنوازان	بهزاد - یلدا	ضدعاشقانه	دوستی شدید پیش از ازدواج	رفتن تا مرز جدایی
فاصله‌ها	سعید - بیتا	ضدعاشقانه	دوستی شدید پیش از ازدواج	جدایی
	ساسان - شیدا	ضدعاشقانه	دوستی شدید پیش از ازدواج	جدایی
سقوط یک فرشته	نیما - سارا	ضدعاشقانه	دوستی شدید پیش از ازدواج	جدایی

**روابط عاشقانه.** در سال‌های اخیر، بازنمایی الگوهای رابطه دختر و پسر، تنها به صورت شکل‌های سنتی پیشین باقی نمانده است. فرایند مدرنیته ایرانی و تحولات ناشی از آن، الگوهای روابط پیش از ازدواج بین دختر و پسر را به شکل چشمگیری بسط داده و سپس متکثر ساخته است و دامنه گسترده‌ای از تنوع‌ها و بدیل‌ها را که تا پیش از این تابو تلقی می‌شدند، را به اموری طبیعی تبدیل کرده است. در بازنمایی‌های روابط دختر و پسر در رسانه در دهه ۷۰ و پیش از آن، معمولاً بر اساس الگوهای سنتی مبتنی بر نبود رابطه میان دختر و پسر در دوران پیش از ازدواج بود، اما در دهه ۸۰ به بعد و با تحولات روی داده در عرصه‌های اجتماعی، بازنمایی‌های رسانه‌ای نیز سعی در انطباق دادن خود با شرایط موجود کردند. از همین رو در این دهه، الگوهای «روابط مدرن» در کنار «روابط مبتنی بر سنت» به عرصه بازنمایی رسانه‌ای راه یافتند؛ کشمکشی گفتمانی که همیشه در رسانه با شکست گفتمان مدرن همراه بوده است. برخلاف گفتمان سنت، الگوهای روابط مدرن، در بیشتر مواقع با بازنمایی منفی در رسانه روبه‌رو بوده‌اند.

مهم‌ترین نمود روابط مدرن، شکل‌گیری روابط عاشقانه پیش از ازدواج بین دختر و پسر است. در این میان بازنمایی رابطه‌های عاشقانه در رسانه، ناشی از برآیند تحولات مدرن و تغییرات سنت در طول زمان بوده است. این الگوی رابطه، بدون شناخت تحولات اجتماعی متناظر با آن، قابل درک نیست. در گذشته، بین دختر و پسر در جامعه ارتباط چندانی وجود نداشت و ارزش‌های اجتماعی نیز با شکل‌گیری این نوع از رابطه، چندان همراه نبود، اما امروزه بسیاری از ارکان روابط سنتی و ارزش‌های ناشی از آن در جامعه به چالش کشیده شده است و گفتمان‌های رقیب در کنار گفتمان پیشین (سنت) در جامعه سر برآورده و پیروانی یافته‌اند. این امر تنها به این دلیل نیست که نوعی اتفاق فرهنگی خاص رخ داده است و در پی آن ارزش‌ها تغییر یافته‌اند، بلکه فراتر از آن، بروز وقایع عینی بوده است که باعث شده‌اند ساختار الگوهای سنتی رابطه دختر و پسر با تحولات دنیای مدرن مغایرت پیدا کند. افزایش سطح تحصیلات در سال‌های اخیر و ورود دختران به عرصه‌های اجتماعی (دانشگاه و محیط کار)، به تدریج ارتباط دختر و پسر را ساده‌تر و فناوری‌های ارتباطی جدید (مانند تلفن همراه، چت و ...)، این ارتباط را پنهان کرده است. امروزه جوانان ایرانی به راحتی می‌توانند از محدودیت‌های فضاها عمومی پرهیز کنند. پیامد این افزایش ارتباطات، شکل‌گیری و

گسترش روابط اجتماعی نوین (فراتر از دایره خویشاوندان و آشنایان قبلی خانواده)، در محل کار، دانشگاه، اینترنت و نظایر آن بوده است. روابطی که زمینه‌ساز شکل‌گیری الگوهای جدیدی در جامعه شده است؛ الگوهایی از رابطه که با مناسبت‌های روابط سنتی (مبتنی بر نبود ارتباط میان دختر و پسر) تفاوت‌های آشکاری یافته‌اند. نتیجه این تحولات اجتماعی، پیدایش الگوهای متکثر از روابط دختر و پسر در جامعه بوده است که روابط عاشقانه، از مهم‌ترین آنهاست.

بر همین اساس، الگوی روابط مدرن در رسانه با نفی ارزش‌های مناسبت‌های سنتی<sup>(۵)</sup> مشخص می‌شود. اگر گفتمان سنت با نبود رابطه میان دختر و پسر همراه بود؛ گفتمان مدرن، نگرشی در تقابل با ارزش‌های سنت است. گفتمان مدرن، بازنمایی انسان‌هایی با تفکرات مدرن است. تنها ویژگی اصلی مدرنیته، نقد سنت است و به تعبیر گیدنز؛ تضاد با سنت، معادل مدرنیته است (ترجمه ثلاثی، ۱۳۷۷، ص ۴۴). انسان مدرن، سنت و ارزش‌های برآمده از آن را به چالش می‌کشد تا قدرت خود را در تصمیم‌گیری‌ها تقویت کند. گفتمان مدرن، به دنبال سنت‌زدایی از قواعد پیشین و بارگذاری سنت‌های جدید به جای آن است؛ سنت‌هایی نوین که به زعم خود، پاسخی بهتر برای مناسبت‌های اجتماعی در دوران معاصر را فراهم می‌کند. در بازنمایی الگوی روابط عاشقانه؛ «شناخت» پیش از ازدواج کافی نیست؛ «عشق» هم لازم است. دلالت ضمنی پیدایش گفتمان روابط مدرن در جامعه بر این عقیده استوار است که ارزش‌های اجتماعی مبتنی بر سنت، به تدریج در حال سست شدن است و کارکردهای خود را از دست رفته می‌بیند. در گفتمان جدید؛ فردیت، اعتلا یافته و سنت، نقد می‌شود. در این میان، در بازنمایی الگوهای روابط مدرن در رسانه، عشق به عنوان یک مقصد و هدف نهایی برای سعادت پنداشته می‌شود؛ انتخاب عاشقانه به جای ازدواج عاقلانه می‌نشیند و در تصمیم‌گیری‌ها؛ عنصر احساس، جای عقل سرد تحلیلگر را می‌گیرد.

سریال نرگس (۱۳۸۵) روایت نسرین و بهروز است: جوانانی که رویای انتخاب عاشقانه شریک زندگی خویش را در سر می‌پرورانند. بهروز از خانواده‌ای ثروتمند و نسرین از خانواده‌ای محروم است (اختلاف طبقاتی). بهروز، جوانی رنجور و

احساساتی است و نسرین؛ دختری بی تدبیر، کم طاقت و کم صبر (رمزگذاری: شخصیت جوانان مدرن). آن دو بر اثر ارتباط‌هایی که به صورت پنهانی برقرار می‌کنند، به تدریج عاشق یکدیگر می‌شوند (شکل‌گیری روابط پیش از ازدواج، بی‌اطلاعی خانواده‌ها). در این میان، خانواده‌ها از رابطه‌های پنهانی آنها مطلع می‌شوند و به مخالفت می‌پردازند (مخالفت خانواده). اما عشق بهروز و نسرین آنچنان این دو را به یکدیگر پیوند داده است که نه مخالفت خانواده‌ها و نه فاصله‌های شدید طبقاتی و فرهنگی بین آنها را می‌بینند، تنها چیزی که می‌بینند رویای وصال است و برای رسیدن به آن رو به روی خانواده‌های خود هم می‌ایستند (پیدایش مقاومت فردی در برابر خانواده). بهروز تهدید به فرار از خانه می‌کند و خانواده را در فشار قرار می‌دهد و نسرین نیز، سر ناسازگاری با خانواده خود برمی‌دارد و به این ترتیب، خانواده‌ها به ناچار با ازدواج این دو موافقت می‌کنند. اما بهار وصال، کوتاه است و به سرعت به خزان خود می‌رسد. (رمزگذاری: طلاق و ناپایداری عشق مدرن) تا اینکه بهروز بعد از سال‌ها به وطن بازمی‌گردد. او دچار بیماری روحی شدید شده، تکیده و خمیده، موهای سرش سفید گردیده و زندگی‌اش را از دست داده است (رمزگذاری: نتیجه روابط عاشقانه؛ شکست، حیرانی و ویرانی).

متون رسانه‌ای، نشانه‌هایی رمزگذاری شده و دلالت‌مندند. شخصیت‌های تلویزیونی، نتیجه رمزگذاری‌های هدفمند در زیر لایه‌های پنهان درام هستند که به طور غیرمستقیم به بیننده القا می‌شوند. در بازنمایی رسانه‌ای، ارزش‌های گفتمان مدرن به عنوان عامل تهاجمی، به شدت، ولی پنهان نقد می‌شوند. رسانه در نخستین الگوهای بازنمایی گفتمان مدرن، روابط عاشقانه را مطرح می‌کند و به چالش می‌کشد و آن را به گونه‌ای رمزگذاری می‌کند که فرجام آن همیشه با شکستی سهمگین همراه است؛ شکستی که پیامدهای مختلف روانی، اقتصادی و اجتماعی را برای طرفین و خانواده‌های آنها در بر دارد. بازنمایی روابط عاشقانه در رسانه با مراحل معینی شروع می‌شود و با نتایج مشخصی پایان می‌یابد. شکل‌گیری روابط عاطفی پیش از ازدواج بین دختر و پسر، منشأ اصلی پیدایش روابط عاشقانه در جامعه است؛ الگویی از رابطه که در رسانه همیشه با مخالفت خانواده‌ها روبه‌رو می‌شود و با مقاومت فرزندان نیز ادامه می‌یابد. از طرفی، در بازنمایی روابط عاشقانه، با دو انسان پاک و دل‌باخته و در عین حال «خام و بی‌تجربه»

روبه‌رو هستیم که از دلیل آبدیده نشدن در گذر ایام، به سمت روابط عاشقانه سوق پیدا کرده و در این میان، خطرهای زیادی را برای خود و خانواده خویش خریده‌اند. هدف سوژه‌ها در روابط عاشقانه، دستیابی به «عشق رمانتیک پیش از ازدواج» است؛ الگویی جدید برای ازدواج که «انتخاب عاشقانه» را همان «انتخاب عقلمانه» می‌داند و رهیافت خود را برتر از محاسبه‌های سرد و عقلانی روابط سنتی در ازدواج می‌پندارد.

در سریال ترانه مادری (۱۳۸۷) با روایت رابطه عاشقانه پویا آشنا می‌شویم. او جوانی ۱۸ ساله است که در روزهای اول دانشگاه عاشق نغمه، همکلاسی خود می‌شود. پویا، دانشجویی درسخوان و نخبه است ولی از نظر تجربه اجتماعی، در سطوح پایینی قرار دارد (بازنمایی جوانان موفق دانشگاهی). او نه اهل کوه و سفر است و نه اهل رفاقت‌های بی‌خطر. تفریح او همه در خانه خلاصه می‌شود و نزدیک‌ترین دوست او، مادرش است. او هیچ ارتباط عمیقی با هم‌نسل‌های خود ندارد (انزوای اجتماعی). پویا، نگاه ترحم‌انگیز و دلسوزانه نغمه در دانشگاه را حمل بر عشق و علاقه او به خود می‌کند و به این ترتیب او هم عاشق و دل‌بسته نغمه می‌شود (تجربه اجتماعی پایین). به تدریج رابطه پویا و نغمه برای شناخت بیشتر آغاز می‌شود و در این بین، آنها روز به روز به یکدیگر علاقه‌مندتر و وابسته‌تر می‌گردند (شکل‌گیری روابط پیش از ازدواج). در این بین، فرخنده مادر پویا از عشق فرزندش باخبر می‌شود و با او برخورد جدی می‌کند (مخالفت خانواده). پویا جوانی که نه شغلی دارد و نه درسش به سرانجامی رسیده است، اما نفوذ عشق در ذهن او چنان ژرف و عمیق است که محاسبه‌های عقلانی را به کنار می‌زند و نرسیدن به بلوغ اجتماعی و اقتصادی‌اش را بی‌اهمیت می‌پندارد و انتخاب خود را در وضعیت فعلی، بهترین تصمیم می‌داند و مخالفت خانواده را هم برنمی‌تابد (رمزگذاری: خطرپذیری بالا و غیرعقلانی شدن روابط عاشقانه). پویا، در نتیجه مخالفت خانواده فرار می‌کند (فرار از خانه: الگویی از مقاومت). مقاومت پویا تا جایی ادامه می‌یابد که خانواده او مجاب به خواستگاری رسمی از نغمه می‌شوند. اما در نهایت، پدر نغمه به کم‌تجربه بودن داماد پی می‌برد و تصمیمی دیگری می‌گیرد (رمزگذاری: عقلانیت خانواده، منجی همیشگی فرزندان).

بازنمایی ازدواج مدرن در رسانه با انتخاب عاشقانه همراه است؛ انتخابی که با ورود عنصر عشق، خاصیتی قمارگونه به خود گرفته است. در بازنمایی روابط عاشقانه، عشق



مهم‌ترین شرط ازدواج است، اما این روابط به گونه هراس‌آوری، بی‌معنا و خطرناک جلوه می‌کند. ازدواج مدرن، بدون عقلانیت نیست، اما این عقلانیت بیشتر خود را در نفی عقلانیت پیشین (= سنت) نشان می‌دهد. در بازنمایی رسانه‌ای از روابط عاشقانه، سوژه‌ها بهتر می‌دانند که چه چیز را نمی‌خواهند، اما تا بتوانند بفهمند که چه چیز را می‌خواهند، راهی طولانی در پیش دارند و اغلب هم با شکست روبه‌رو می‌شوند. آنان آرمان‌گرایان آتشینی تصویر می‌شوند که در برآورد توانایی خود دچار توهم هستند و گمان می‌کنند به سرعت می‌توانند سنت‌ها و انسان‌ها را درهم بپیچند و سنن و آدمیان تازه‌ای به جای آنها بنشانند.

از طرفی، رها شدن انرژی عاطفی در «مرحله انتخاب»، ویرانگر است و این با سردی عقل تحلیلیگر قرابتی ندارد. در روابط عاشقانه، سهم عشق و عاطفه به خوبی ادا می‌شود، اما سهم عقل به خوبی ادا نمی‌شود. چندی می‌گذرد تا دختر و پسر به عقلانیت روی آورند و سازندگی پیشه کنند و بر ویرانی‌ها مهر بنهند. در بازنمایی روابط عاشقانه، بسیاری از مناسبت‌های پیش از ازدواج با هدف شناخت بیشتر، آغاز می‌شوند، اما به تدریج این رابطه‌ها به تعلق عاطفی شدید بین دختر و پسر می‌انجامد و عقلانیت، جای خود را به عشق می‌دهد.

برخلاف انتظار، نخستین سرمایه‌ای که در روابط عاشقانه قربانی می‌شود، عقلانیت است و آخرین چیزی که به خانه خویش بازمی‌گردد، باز همان عقلانیت است.

**روابط ضدعاشقانه. پیدایش الگوهای فریب:** در دل روابط مدرن، تکثیر الگوهای متنوع رو به تزاید، آغاز شده است. بازنمایی گفتمان مدرن در طول زمان با تغییراتی همراه بوده است. در سریال‌های نسل اول، بازنمایی‌ها به سمت تصویرسازی از جوانانی خام و بی‌تجربه در روابط عاشقانه در حرکت بود؛ دختران و پسرانی که هر دو طرف از مصلحت خویش آگاه نیستند و خرد خانواده را نیز به سخره می‌گیرند. اما این شیوه بازنمایی به تدریج، قدرت اقتناع خود را در میان مخاطبان تلویزیونی کم‌رنگ دید. و در طول زمان با مشکلاتی همراه شد چرا که بسیاری از مخاطبان جوان رسانه‌ای، آنچنان خود را بی‌تجربه نمی‌پندارند که در مقابله با آفت‌های روابط عاشقانه، بی‌پناه بمانند و به این دلیل آن را رها کنند. پس نظریه دیگری لازم بود تا شیوه‌های بازنمایی الگوهای روابط مدرن در رسانه، با تأثیر قوی‌تری به راه خود ادامه دهند. در این میان، تغییر

روش از بازنمایی روابط عاشقانه به سمت بازنمایی روابط ضد عاشقانه، پاسخی به این نیاز بود؛ الگویی جدید از رابطه که با رمزگان‌های شدیدتری بازنمایی می‌شوند. الگوی روابط ضد عاشقانه، بسیاری از ویژگی‌های الگوی پیشین را داراست، اما در برخی از جهت‌ها، رمزگذاری‌های آن هدفمندتر شده‌اند تا قدرت تأثیرگذاری بالاتری را با خود به همراه آورند. برخلاف روابط عاشقانه، در الگوی جدید، هر دو طرف رابطه، عناصری ساده و بی‌تجربه نیستند بلکه، همیشه یکی سوار بر دیگری است؛ یکی عاشق است و دیگری فریبکار و عنصری خدعه‌گر که عشق را ابزاری برای رسیدن به اهداف خود می‌داند و عاشق از نیت‌های او بی‌خبر است و در خیال خام خود به دنبال رسیدن به وصال اوست. در بازنمایی الگوهای روابط ضد عاشقانه، همیشه با عنصری از فریب یکی علیه دیگری رو به رو هستیم؛ یکی اخلاقی است و دیگری، ترکیبی از رذایل اخلاقی. در این شیوه بازنمایی از الگوهای روابط مدرن، هدف از روابط ضد عاشقانه، رسیدن به منافع خاص در رابطه‌هایی است که صورتی عاشقانه دارند اما در باطن، عاشقانه نیستند. روابط ضد عاشقانه، ظاهری عاشقانه اما محتوایی آمیخته با فریب دارند. در بازنمایی روابط ضد عاشقانه؛ عشق، ابزاری برای شهوت یا انتقام است؛ عاطفه‌ای که از جنس فریب است. در این دسته، عشق برای افراد، منبع الهام نیرویی درونی برای پالایش غرایز نیست که خود بهانه‌ای برای ارضای آن است. دوام این رابطه‌های به ظاهر عاشقانه، به فریب‌هایی بستگی دارد که با موفقیت در یک رابطه عمل می‌کنند و در ذهن و جان طرف مقابل می‌نشینند. در این میان، قربانی اصلی و همیشگی در این روابط نیز، سوژه عاشق است؛ عاشقی که از اهداف پنهانی شریک خدعه‌گر خویش بی‌خبر است.

سریال دنوازان (۱۳۸۸) با روایت‌های موازی از بازنمایی الگوهای مختلف روابط دختر و پسر روبه‌رو است. بهزاد، جوانی با ذهنیتی مدرن است که با تأکید خانواده‌ها (نگاه تنظیمی) قرار است با دختر عمه خود مهتاب که پزشکی جوان، مذهبی و جامع کمالات انسانی است، ازدواج کند، اما با ورود ناگهانی دختری به نام یلدا به زندگی بهزاد، همه چیز به هم می‌خورد. او به تدریج به عشق یلدا گرفتار می‌شود و پنهانی (بی‌اطلاعی خانواده) با او در پارک‌های سطح شهر قرارهای ملاقات می‌گذارد (شکل‌گیری روابط پیش از ازدواج) و با اینکه هیچ شناخت پیشینی از یلدا ندارد (رمزگذاری: احساسی شدن کنش انتخاب). دختری که نه طبقه‌اش به او می‌خورد و نه

اندیشه‌اش و نه در اخلاق یارای رقابت با مهتاب را دارد و نه در تحصیلات (الزامی شدن عشق پیش از ازدواج در گفتمان مدرن). خانواده بهزاد با تصمیم او برای ازدواج با یلدا مخالف هستند (نارضایتی خانواده) و او در مقابل تصمیم خانواده مقاومت می‌کند (بی ارزش شدن تناسب خانوادگی). چون مهم یلدا و عشق بین آنهاست (اصل کفایت عشق در روابط مدرن). توجه، سرآغاز اضمحلال است. بهزاد در مقابل فشارهای خانواده برای جلوگیری از این ازدواج، از خانه فرار می‌کند و به این ترتیب آنها را تحت فشار شدید قرار می‌دهد و بالاخره با مقاومت‌های بسیار با یلدا ازدواج می‌کند. او بعد از ازدواج به تدریج می‌فهمد که هدف یلدا و خانواده‌اش، نه وصال عشقی آتشین، که برنامه‌ریزی برای ضربه‌ای آهین و گرفتن مهریه از او بوده است (رمزگذاری: تجاری شدن عشق مدرن و شکل‌گیری الگوهای فریب). رابطه آنها به شدت تیره می‌شود و کینه در سینه می‌نشیند. یلدا تقاضای مهریه و طلاق می‌کند و بهزاد، سودای انتقام در سر می‌پروراند (شکاف درون خانواده مدرن)، اما در این بین یلدا می‌فهمد که باردار است و زندگی با بهزاد را به طلاق ترجیح می‌دهد. فرزند نورسیده و ورود حمایتی خانواده‌ها باعث می‌شوند که نگاه بهزاد نیز به یلدا مثبت شود و به زندگی برگردد.

در بازنمایی روابط دختر و پسر در گفتمان مدرن، عشق تنها یک احساس نیست که نوعی نگرش است؛ نگرشی به الگوهای جدید انتخاب همسر. الگویی از همسرگزینی که با بازنمایی روابط ضدعاشقانه در رسانه، به شدت مورد سرکوب پنهان قرار می‌گیرد. عشق در گفتمان مدرن، مفهوم سنخیت و تناسب خانوادگی را هم به چالش کشیده است. هر چند در بازنمایی گفتمان مدرن در رسانه نیز هر رابطه‌ای تنها برای رسیدن به ازدواج و تنها به قصد آن صورت می‌گیرد، اما در این الگوی بازنمایی، ازدواج از یک قرارداد گسترده اجتماعی (بین دو خانواده و دو خویشاوند) به رابطه‌ای کاملاً شخصی بین دو فرد تقلیل می‌یابد و با همین شیوه است که می‌توان خانواده را کنار زد و شریک زندگی را عاشقانه انتخاب کرد؛ چرا که عنصر عشق، دخالت دیگران در امور را برنمی‌تابد و فقط خود را می‌یابد. به همین دلیل است که عقلانیت گفتمان مدرن، بیشتر در نفی سنت است، نه در انتخاب همسر؛ سنتی که به خانواده، بهای بالایی می‌داد و عقلانیت آن همواره به عنوان مانعی برای انتخاب‌های عاشقانه بوده است؛ انتخاب‌هایی که در بازنمایی الگوهای نوین، به روابط ضد عاشقانه منجر شده است که سرانجامی جز شکست

نمی‌توان برای آن تصور کرد. بازنمایی گفتمان مدرن در رسانه، بازنمایی «غیرعقلانی شدن عقلانیت»<sup>۱</sup> در جامعه معاصر است؛ رفتاری غیرعقلانی و سرشار از احساسات شدید عاطفی که ظاهری عقلانی به خود گرفته است. عشق، خانه را؛ از همه چیز، حتی عقل خالی می‌کند. در گفتمان مدرن، عقلانیت تا جایی دوام دارد که سنت را به کناری نهد و قدرت فردی را افزایش دهد، اما در مرحله انتخاب و شکل‌گیری یک رابطه، تصمیم با دل است، نه با عقل، و همین نقطه است که این روابط را بسیار آسیب‌پذیر کرده است.

بازنمایی گفتمان مدرن، در سریال‌های بعدی هم ادامه می‌یابد. سریال فاصله‌ها (۱۳۸۹)، روایت زندگی جوانی به نام سعید است که می‌خواهد مطابق زمانه و زندگی کند و نگاه‌های سنتی پدرش به زندگی را قبول ندارد و رویای استقلال اندیشه و رفتار آزاد را در سر می‌پروراند (آرمان مدرنیته: احساس استقلال از بند سنت). در این میان، سعید در محل کار خود با دختری به نام بیتا آشنا می‌شود که ارتباط آنها در محیط کار به تدریج به رابطه‌ای دوستانه و صمیمی تبدیل می‌شود. سعید در نخستین ارتباطها، بیتا را دختری پاک و معصوم می‌یابد و با او، پنهانی رابطه عاشقانه برقرار می‌کند (رابطه پیش از ازدواج و بی‌اطلاعی خانواده). پدر سعید به طور غیرمستقیم از رابطه پسرش با بیتا آگاه می‌شود. تحقیقات پنهانی پدر، از نبود سلامت شخصی و اخلاقی در بیتا خبر می‌دهد (رمزگذاری: شخصیت بیتا) پس انتخاب پسرش را از به چالشی بنیادین می‌کشد (مخالفت خانواده). اما سعید باز هم متفاوت از پدر می‌اندیشد و مخالفت‌های پدر را حمل بر سنتی بودن او می‌کند (کهنه پنداشتن سنت، درونی نشدن ارزش‌های سنت در نسل‌های جدید و شکاف نسلی). بیتا، زنی بی‌بندوبار و اهل نیرنگ است اما در ظاهر به سعید عشق می‌ورزد (فریب عاشقانه در روابط مدرن). ولی سعید، درکی از فریب‌های بیتا ندارد. بیتا در نگاه سعید، راه عاشقان پاک‌باخته را می‌پیمود، ولی آن نبود که می‌نمود (تقلیل عقلانیت با حضور عنصر عشق). سعید، تذکرات پدر را بی‌اساس می‌پندارد و عشق متقابل بین خود و بیتا را به پدر یادآور می‌شود و بر ازدواج با او تأکید می‌کند (اصل کفایت عشق در ازدواج‌های مدرن)، اما در نهایت، ضربه‌ای که سعید از کشف ماجرای دوستی همزمان بیتا با پسری دیگر می‌خورد، شوک تکان‌دهنده‌ای است که او را به خود می‌آورد. سعید در

آستانه ازدواج با بیتا و سقوط از سوی پدرش نجات پیدا می‌کند (شکست عشق مدرن و منجی بودن خانواده در لحظات حساس زندگی).

همین سریال روایت رابطه ساسان و شیدا نیز است. ساسان از خانواده‌ای محروم و شیدا از خانواده‌ای متمول با یکدیگر آشنا می‌شوند (اختلاف طبقاتی). دوستی‌ای که در خیابان شکل می‌گیرد و با اظهار عشق دروغین ساسان به شیدا برای فریب اقتصادی او همراه می‌شود (رمزگذاری روابط مدرن: پیدایش الگوهای فریب). ساسان، طعمه خود را یافته است؛ صیدی آسان که به راحتی به چنگ آمده است. اما شیدا، سرمست از برقراری یک رابطه عاشقانه، سودای ازدواج با ساسان و خروج از کشور را دارد. اما در نهایت شیدا، افسرده و دل‌مرده، نه راهی برای بازگشت از رابطه دارد و نه توانی برای ماندن در آن؛ محبت کاشته و نفاق و نیرنگ برداشت کرده است. اما او چاره‌ای جز جدایی برای خود نمی‌بیند و ناامیدانه رابطه‌اش را با ساسان قطع می‌کند و به عشق‌اش پایان می‌دهد (رمزگذاری: فرجام عشق مدرن و گسترش بی‌اعتمادی به رابطه‌های پیش از ازدواج).

نشانه‌های تلویزیونی، نشانه‌هایی رمزگذاری شده‌اند. در روابط ضد عاشقانه، همیشه با عنصری از فریب در روابط عاشقانه رو به رو هستیم؛ روابطی که در آن، همیشه یکی عاشق است و دیگری، تنها نقابی از عشق بر چهره دارد و اهدافی دیگر در سر می‌پروراند. از طرفی، بازنمایی الگوهای فریب، بازنمایی الگوهای فراجنسیتی است؛ در مظاهر تصویری از الگوهای فریب، فقط مردان نیستند که زنان را اغوا می‌کنند که خود آنان نیز گاهی اسیر خدعه زنان می‌شوند. در سریال فاصله‌ها (۱۳۸۹)؛ سعید، فریب بیتا را می‌خورد و شیدا، اسیر ساسان می‌شود. در هر دو رابطه، یکی پاک است و دیگری ناپاک؛ یکی مرد است و دیگری زن؛ یکی فریب می‌دهد و دیگری فریب می‌خورد. در الگوی جدید بازنمایی، تنها به عنصر سادگی و بی‌تجربه‌گی جوانان تکیه نمی‌شود بلکه تأکید بر این نکته است که جوان (دختر یا پسر)، حتی اگر بسیار هم باهوش باشد همیشه با احتمال فریب در روابط مدرن روبه‌روست؛ روابطی که بدون حمایت و نظارت خانواده‌ها ادامه می‌یابد و می‌تواند زندگی آینده جوان را به سراشیبی سقوط رهنمون کند. در الگوهای جدید بازنمایی، از روابط عاشقانه مبتنی بر سادگی طرفین چندان خبری نیست و بر انواع الگوهای فریب (فریب‌های مالی، جنسی، انتقام‌گرایانه و نظایر آن) تأکید بسیار می‌شود.

در این میان، رسانه برای تأثیرگذاری فزون‌تر، در سریال سقوط یک فرشته (۱۳۹۰) از رمزگان‌های شدیدتری برای بازنمایی روابط ضد عاشقانه بهره می‌گیرد. این سریال روایت زندگی دختری مذهبی به نام سارا در خانواده‌ای متدین است که بر حسب یک اتفاق سارا با پسری در خیابان به نام نیما آشنا می‌شود و همین آشنایی، زمینه را برای ارتباط‌های بیشتر آنها فراهم می‌کند (شکل‌گیری دوستی‌های خیابانی). اما این آشنایی به ظاهر تصادفی، کنشی نیت‌مند و با برنامه‌ریزی قبلی از سوی نیما برای نزدیکی به خانواده سارا و انتقامی دیرین از آنهاست. سارا از نیت‌های پنهان نیما آگاه نیست. او هر چه می‌بیند، لطف و اظهار عشق نیما به خویش است (رمزگذاری: بازنمایی فریب‌های هدفمند). نیما برای رسیدن به اهداف خود، صبور است، اما سارا قصه‌ای دگر دارد (فرایند تدریجی اغوا و الگوهای پیچیده فریب). خانواده سارا از رابطه او با نیما تا مدت‌ها بی‌خبر است، ولی این دو همچنان به رابطه خود ادامه می‌دهند (پنهان‌کاری و بی‌اطلاعی خانواده). سارا دختری چادری است که به تدریج و با آشنایی بیشتر با نیما، ارزش‌های پیشین خود را بی‌قیمت می‌یابد و رها می‌کند. او چادر را کنار می‌گذارد و به مانتو اکتفا می‌کند (فرایند تغییرات ارزشی در ذهن سوژه عاشق). پدر سارا به تدریج از ماجرا باخبر می‌شود و می‌کوشد با نصیحت، او را از رابطه با نیما منع کند (مخالفت خانواده)، اما سارا، نیما را پناهگاه خود و پدر مخالف را نیز دشمن دستیابی به آرمان‌هایش می‌داند. کانون گرم خانواده فرو می‌ریزد و سقوط فرشته آغاز می‌شود؛ او از خانه فرار می‌کند و خود را به نیما می‌سپارد. اما به تدریج بیننده متوجه می‌شود که نیما همان تجسد شیطان است که صورتی انسانی یافته است و به دنبال نابود کردن سارا و انتقام از خانواده او و متلاشی کردن مناسبت‌های گرم آنها او بوده است (رمزگذاری: فرجام دوستی‌های خیابانی، پیوند با شیطان و عشق و ابزاری برای انتقام).

دلالت ضمنی شیوه و نحوه بازنمایی منفی و الگوهای بدنمایی از روابط ضد عاشقانه در رسانه، بر آسیب‌پذیری انتخاب‌های عاشقانه تأکید دارد؛ انتخاب‌هایی که با شکل‌گیری روابط پیش از ازدواج آغاز می‌شوند و با شکست‌های عاطفی شدید پایان می‌یابند. انتخاب‌های عاشقانه با شکل‌دهی توهم عقلانیت در ذهن سوژه، خود را بسیار خطرناک می‌نمایند. در گفتمان مدرن؛ روابط پیش از ازدواج، محملی برای شناخت بیشتر و دقیق‌تر فراهم می‌کند، اما این روابط به تدریج، خود در دام عشق فرو می‌روند

و سوژه، توهم شناخت را به جای خود شناخت می‌پذیرد و عقل از کف می‌دهد و بر مدار دل، راه می‌پیماید. در این مرحله، عشق به جای آنکه او را به درک جهان نائل کند، خود حجابی برای درک جهان خارج می‌شود؛ چرا که عشق در این مرحله، خردمند نیست؛ عشق، فرایند شکل‌گیری تخیل است که سوژه در آن، معشوق خود را ایده‌آل‌ترین شخص می‌پندارد و لایه‌های پنهان او را نمی‌بیند و برعکس خوبی‌هایش را دو چندان می‌بیند. جوانی که عاشق می‌شود، قدرت واقع‌بینی در او اُفت می‌کند و تفکر و تعقل برای او در درجه دوم قرار می‌گیرد و میزان آزمایش واقعیت در او کم می‌شود. او برای پی بردن به درستی یا نادرستی مسائل، آنها را آزمایش نمی‌کند، بلکه از روی احساس تصمیم می‌گیرد. در این نحوه بازنمایی؛ عشق آنچنان که به طور ضمنی تصور می‌شود، نه نوید خوشبختی انسان را می‌دهد و نه در جهت تأمین احساسات اوست. عشق، زیبایی‌های دلخواه را در معشوق نمی‌بیند، که آنها را در او می‌آفریند و به همین دلیل است که آن را خطاپذیر می‌کند. نقص انتخاب عاشقانه در بازنمایی رسانه‌ای، کاستی در شناخت و آگاهی شخصی است و این امر جز با جلوگیری از روابط عاطفی پیش از ازدواج (که مقدمه پیدایش عشق و نابینایی است) و حضور خانواده‌ها در فرایند تصمیم‌گیری میسر نمی‌شود؛ خانواده و افرادی که خود اسیر عشق نیستند و پدیده‌ها را تنها از پشت عینک عقلانیت می‌نگرند و می‌توانند عشق فرزند را کنترل کنند.

### نتیجه‌گیری

مقاله حاضر با رهیافتی نشانه‌شناسانه، ابتدا نحوه بازنمایی الگوهای روابط مدرن در مناسبت‌های دختر و پسر را در سریال‌های ایرانی مورد واکاوی و تحلیل قرار داده و در این مسیر به دو گونه بازنمایی از این الگوهای مدرن اشاره شد: «روابط عاشقانه» و «روابط ضد عاشقانه»؛ روابطی که هر دو به رغم تفاوت‌هایشان، سودای عشق رمانتیک پیش از ازدواج را در سر می‌پرورانند. سپس مشخص شد که بازنمایی هر دو گونه الگوهای مدرن در رسانه ملی با بدنمایی همراه بوده‌اند؛ شیوه‌ای از بازنمایی که به نظر می‌رسد در حال منفی‌تر شدن است؛ به طوری که این رسانه با تغییر، سیاست‌های خود در نحوه بازنمایی این الگوها در سال‌های اخیر و به تدریج از بازنمایی روابط عاشقانه به سمت بازنمایی روابط ضد عاشقانه در حرکت بوده است. به طور خلاصه، هدف این

سریال‌ها از بدنمایی روابط مدرن را می‌توان در چند گزاره زیر عنوان کرد:  
- الگوهای نوینی از روابط عاطفی پیش از ازدواج بین دختر و پسر در جامعه در حال شکل‌گیری است.

- این روابط همگی یا از سر غفلت و خامی طرفین است (روابط عاشقانه) یا برای فریب یکی علیه دیگری (روابط ضدعاشقانه)؛ سرانجام آن، شوم و عاقبتش سیاه است؛ و راهی جز گمراهی ندارد.

- در نهایت، نتیجه بازنمایی رسانه‌ای از الگوهای روابط مدرن آن است که برای حل این معضل، روابط پیش از ازدواج باید محدود شود و از سطح «عاطفی و غیررسمی» به سطح «عقلانی و رسمی» تقلیل یابد و در زیر چتر نظارتی خانواده‌ها قرار گیرد.

پیام این سریال‌ها آن است که رسانه ملی در زمینه روابط دختر و پسر به دنبال بازنمایی تقریباً منفی از روابط مدرن و تأکید بر گفتمان سنت است. این فرایند بازنمایی منفی از روابط مدرن تا به جایی پیش رفته است که در سریال سقوط یک فرشته (۱۳۹۰) نیما، دوست سارا در حد یک شیطان تنزل می‌یابد و سارا در نتیجه پیوند با او، «سقوط» اش رقم می‌خورد. اما مظاهر مفهومی‌ای که از این سریال‌ها حاصل می‌شوند، معانی و مدل‌های دیگری را نیز با خود به همراه دارند. بازنمایی اینچنین منفی از پدیده‌های اجتماعی هرچند از یک نظر می‌تواند سازوکاری تعادل‌بخش برای نظام اجتماعی تلقی شود تا از گسستگی و ایجاد شکاف‌های فرهنگی و اجتماعی بیشتر در جامعه جلوگیری کند، اما از سوی دیگر، این شیوه بازنمایی می‌تواند خود به عنوان یک «مسئله اجتماعی» به حساب آید؛ چرا که روی آوردن رسانه ملی به منفی‌نمایی شدید از واقعیت‌های اجتماعی در حال گسترش در میان بخشی از جامعه، به معنای آن است که سازوکارهای کنترل درونی و فرایند جامعه‌پذیری در افراد جامعه، درست عمل نکرده و «ارزش‌های اجتماعی» بازنمایی شده در رسانه، از «واقعیت‌های اجتماعی» بیرونی فاصله گرفته‌اند.

قوت یافتن شدیدتر بازنمایی منفی از الگوهای مدرن و رو به گسترش در جامعه، خود از آسیب‌هایی پنهان در جامعه خبر می‌دهد که مهم‌ترین آن، ناکارآمدی نهادهای تربیتی و ارتباطی از یک سو و گسست در آرمان‌های اجتماعی و نظم آن از سوی دیگر است. از طرفی، بازنمایی منفی نوعی کنترل فریبنده است؛ در همان حال که ترمیم و



انسجام را القا می‌کند، امکان انطباق و حفظ انسجام و ترمیم جامعه را کاهش می‌دهد. بنابراین باید الگوهای مناسب‌تری به مخاطبان ارائه شوند؛ الگوهایی که پذیرش بیشتری در حال حاضر داشته باشند.

راهکار مناسب برای برون‌رفت از وضعیت موجود بازنمایی کدام است؟ در پاسخ باید گفت، که رسانه ملی هرچند خود را از منظر فرهنگی، واجد رسالتی خاص می‌داند و سیاست‌های آن هم برای انجام این رسالت‌ها، تنظیم می‌شوند، اما با این حال، اگر رسانه ملی جذب حداکثری مخاطب را می‌خواهد، باید تحولات اجتماعی سال‌های اخیر را نیز در نظر بگیرد و سیاست‌های بازنمایی خود را با تغییرات اجتماعی تطبیق دهد و در رفت و آمدی دیالکتیکی با آن باشد؛ چرا که گفتمان رسانه برای بقای خود در ذهن مخاطبان دگراندیش، امروز باید به رقابت با رقبای جدید تن دهد؛ رقبای جدیدی که از دل ارزش‌های مدرن سر برآورده‌اند و به کمک ابزارهای نوین ارتباط جهانی (همچون ماهواره) به رقابت با رسانه ملی برآمده‌اند. گفتمان رسانه ملی اگر بخواهد تداوم یابد، باید تحولات دوران معاصر را در نظر گیرد و به آنها پاسخی معقول و کارکردی دهد. تداوم گفتمان رسانه ملی با پویایی کارکردهای آن تحقق می‌پذیرد.

### پی‌نوشت‌ها

۱. انقلاب جنسی (Sexual Revolution). اشاره به دوره‌ای تاریخی در اواخر دهه ۱۹۶۰ و اوایل دهه ۱۹۷۰ میلادی دارد که به تدریج منجر به تغییر گفتمان‌های هژمونیک در جامعه و در نتیجه آن تغییر اساسی در نگرش‌ها، اخلاق جنسی و رفتار جنسی و مناسبت‌های پیش از ازدواج بین دختر و پسر در بسیاری از کشورهای غربی شد (آسابرگر، ترجمه اجلائی، ۱۳۸۹).
۲. همخانگی (Cohabitation). زندگی مشترک دو شریک جنسی همراه با رابطه صمیمی و عاطفی با یکدیگر بدون قید و بندهای قانونی ناشی از ازدواج رسمی است. در همخانگی، پایبندی به همسر جنبه عاطفی دارد و نه قانونی (گیدنز، ترجمه صبوری، ۱۳۸۶، ص ۷۹۵).
۳. بد‌نمایی یا سیاه‌نمایی. در عرصه بازنمایی، ارائه تصویری منفی و غیرمقبول از یک پدیده اجتماعی در رسانه است.
۴. خوب‌نمایی. در عرصه بازنمایی، ارائه تصویری مثبت و مقبول از یک پدیده اجتماعی در رسانه است.
۵. تمایز سنتی و مدرن. در اینجا به هیچ وجه، بار ارزشی ندارد و تنها ابزارهای مفهومی لازم برای تحلیل واقعیت‌های اجتماعی رایج در جامعه و رسانه هستند و الزاماً تمایزی انضمامی و عینی بین آنها نیست. در اینجا منظور از گفتمان مدرن، تنها «سبک دیگری» از اندیشه و زندگی است که در مقابل با ارزش‌های سنت قرار گرفته است و تنها الگویی برتر و خردمندانه‌تر از آن نیست.

## منابع

- آسابرگر، آرتور. (۱۳۸۹). *روش‌های تحلیل رسانه‌ها* (ترجمه پرویز اجلالی). تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- اُسولیوان، تام؛ هارتلی، جان؛ ساندرز، دانی و فیسک، جان. (۱۳۸۵). *مفاهیم کلیدی ارتباطات* (ترجمه میرحسن رئیس‌زاده). تهران: فصل نو.
- اعزازی، شهلا. (۱۳۸۰). بازتاب «چشمداشت‌های اجتماعی» در تلویزیون. زن در توسعه و سیاست (پژوهش زنان)، ۱ (۱)، صص ۱۲۵-۱۲۳.
- خلج‌آبادی فراهانی، فریده و مهریار، امیرهوشنگ. (۱۳۸۹). بررسی نقش خانواده در ارتباطات با جنس مخالف قبل از ازدواج در دختران دانشجو در تهران. فصلنامه خانواده‌پژوهی، ۲۴.
- چندلر، دانیل. (۱۳۸۶). *مبانی نشانه‌شناسی* (ترجمه مهدی پارسا). تهران: پژوهشگاه فرهنگ و هنر اسلامی.
- رضایی‌راد، محمد. (۱۳۸۱). *نشانه‌شناسی، سانسور و سکوت سخن*. تهران: طرح نو.
- سجودی، فرزانه. (۱۳۸۲). *نشانه‌شناسی کاربردی*. تهران: قصه.
- سلیمی‌نیا، لیلیا؛ جزایری، علیرضا و محمدخانی، پروانه. (۱۳۸۴). نقش سلامت روان در ظهور رفتارهای پرخطر نوجوانان. فصلنامه رفاه اجتماعی، (۱۹).
- ضمیران، محمد. (۱۳۸۲). *درآمدی بر نشانه‌شناسی هنر*. تهران: قصه.
- قلی‌زاده، آذر؛ اسماعیلی، رضا و میریک، پری. (۱۳۸۶). آسیب‌شناسی فرهنگی زنان (با تأکید بر تولیدات فرهنگی شبکه‌های مختلف تلویزیون ایران) از دیدگاه دانشجویان زن دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان سال تحصیلی ۸۶-۱۳۸۵. *پژوهش در برنامه‌ریزی درسی (دانش و پژوهش در علوم تربیتی - برنامه‌ریزی درسی)*، ۲۱ (۱۶)، ص ۹.
- گرمارودی، غلامرضا؛ مکارم، جلیل؛ علوی، شهره و عباسی، زینب. (۱۳۸۸). *عادات پرخطر بهداشتی در دانش‌آموزان شهر تهران*. فصلنامه پژوهش‌شکده علوم بهداشتی جهاد دانشگاهی (پایش)، ۹ (۱).
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۷۷). *پیامدهای مدرنیته* (ترجمه محسن ثلاثی). تهران: مرکز.
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۶). *جامعه‌شناسی* (ترجمه منوچهر صبوری). تهران: نی.
- گیرو، پیر. (۱۳۸۰). *نشانه‌شناسی* (ترجمه محمد نبوی). تهران: آگاه.

- Barlow, A.; Duncan, S.; James, G. & Park, A. (2005). **Cohabitation, Marriage and the Law, Social Change and Legal Reform in the 21st Century**, Oxford and Portland, Hart Publishing.
- Breuer, M. (1998). **Modernity Within Tradition**, New York, Columbia University Press.
- Danesi, M. (2004). **Messages, Signs and Meanings**, University of Toronto Press.
- Fiske, J. & Hartley, J. (2003). **Reading Television**, Oxford, Routledge.
- Fung, A. & Ma, E. (2000). Formal Vs. Informal Use of Television and Sex Role Stereotyping in Hong Kong – Statistical Data Included, **Journal of Sex Roles**, Vol. 42, No. 1-2.
- Gallagher, M. (1991). **Unequal Opportunities**, The Case of Women and The Media; Unesco.
- Gerbner, G. (1998). Cultivation Analysis: An overview, **Mass Communication and Society**, Vol. 3, No. 4.
- Gluscock, J. (2001). Gender Roles on Prime – Time Network Television: Demographics and Behaviors; **Journal of Broadcasting & Electronic Media**, Vol. 45.
- Hall, S. (2003). **Representation: Cultural Representations and Signifying Practices**, London: Sage Publication.
- Halliday, M. (1989). **Language, Context and Text: Aspect of Language in a Social Semiotics Perspective**, Oxford University Press.
- Johansen, J. & Larsen, S. (2002). **Signs in Use: An Introduction to Semiotics**, Translated by John Irons, New York, Routledge.
- Kreider, R. M. & Fields, J. M. (2002). **Number, timing and duration of marriages and divorces: 1996**. Current population reports. Washington D.C.: US Census Bureau.

- Kress, G. & Van Leeuwen, T. (1996). **Reading Images**, New York, Routledge.
- Lee, G. R. & Payne, K. (2010). Changing Marriage Pattern Since 1970: what's Going on and why?, **Journal of Comparative Family Studies**, Vol. 41, No. 4.
- Legkauskas, V. & Stankeviciene, D. (2009). Premarital Sex and Marital Satisfaction of Middle Age Men and Women; A Study of Marriage Lithuanian Couples, **Journal of Sex Role**, Vol. 60.
- Mahdavi, P. (2008). **Passionate Uprisings: Iran's Sexual Revolution**. California, Stanford University Press.
- Regnerus, M. & Uecker, J. (2011). **Premarital Sex in America**, Oxford University Press.
- Van Leeuwen, T. & Jewitt, C. (2002). **Handbook of Visual Analysis**, London, Sage Publication.
- Wellings, K.; Collumbien, M.; Slaymaker, E.; Singh, S.; Hodges, Z.; Patel, D. & Bajos, N. (2006). **Sexual Behavior in Context: A Global Perspective**, The Lancet.
- Wells, B. E. & Twenge, J. M. (2005). Changes in People's Sexual Behavior and Attitudes, 1943-1999: A Cross-Temporal Meta-Analysis, **Review of General Psychology**, Vol. 3.
- Wiik, K.A.; Bernhardt, E. & Noack, T. (2009). A Study of Commitment and Relationship Quality in Sweden and Norway, **Journal of Marriage and Family**, Vol. 71, No. 3.