



مرکز ملی تحقیقات پالیسی دیپارتمنت مطالعات صلح



رسانه ها:

آزادی و مسؤولیت



شناس نامه

نام: رسانه‌ها: آزادی و مسئولیت
صاحب امتیاز: مرکز ملی تحقیقات پالیسی
ویراستار: عمر صدر و پوهنیار صفیه رحیم
شمارگان: ۷۰۰
سال چاپ: ۱۳۹۰ هجری شمسی
محل چاپ: مطبعه طباعتی و صنعتی صبور
نشانی: مرکز ملی تحقیقات پالیسی، پوهنتون کابل
نشانی اینترنتی: www.ncpr.af
نوبت چاپ: چاپ اول

همه حقوق این اثر متعلق به دیپارتمنت مطالعات صلح، مرکز ملی تحقیقات پالیسی است.
مقالات منتشره این ویژه نامه بازتاب دهند دیدگاه‌ها و نظریات نویسندگان می‌باشد.

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
ب	سر آغاز دکتر حمید الله نور عباد
۱	خبرنگاری حساس در مورد منازعه نویسنده: لیزا شیرک برگردان و تلخیص: عمر صدر
۸	وضعیت رسانه ها در افغانستان محقق فرزانه حبیبی
۱۶	رسانه ها و دموکراسی میر عزیز احمد فانوس

سرافاز

تأسیس دیپارتمنت مطالعات صلح در اوایل ماه اسد سال ۱۳۸۷ در قطار سایر دیپارتمنتهای مرکز ملی تحقیقات پالیسی پوهنتون کابل به این منظور صورت گرفت، تا برای تأمین صلح در کشور عزیز ما افغانستان مطالعات و تحقیقات علمی صورت گرفته، منازعات موجوده شناسائی شده، راه های حل مسالمت آمیز برای رفع منازعات و ایجاد صلح سرتاسری در کشور جستجو گردیده و بلاخره ارگان ها و مؤسسات مختلفه به مسؤولیت های شان در قبال حل منازعات و ایجاد و تحکیم صلح آگاهی داده شوند. برای رسیدن به این هدف یکی از وظایف عمده این دیپارتمنت برگذاری سمینارها، کنفرانس ها، نشست های کاری و میزهای مدور می باشد.

دیپارتمنت مطالعات صلح این مرکز به همکاری استادان محترم پوهنځی ژورنالیزم پوهنتون کابل، در اواسط ماه عقرب ۱۳۸۹ سمیناری را زیر عنوان "خبر نگاری حساس در مورد منازعه" در اتاق کنفرانس های این مرکز دایر نمود. در این سمینار محصلان پوهنځی های ژورنالیزم، علوم اجتماعی، ادبیات و روان شناسی و علوم تربیتی پوهنتون کابل اشتراک نموده بودند. به ادامه این سمینار مقالاتی در مورد نقش رسانه ها در ارائه گزارشات و پخش سایر برنامه های اجتماعی شان تهیه گردید، که در این رساله خدمت خوانندگان عزیز تقدیم می گردد.

مجموعه مقالات در این رساله چاپی تحت عنوان "رسانه ها: آزادی و مسؤولیت" نظرات و مباحثات کارشناسان در موارد "خبر نگاری حساس در مورد منازعه"، "رسانه ها و دیموکراسی" و "وضعیت رسانه ها در افغانستان" را در بر دارد. امید می رود تا مطالب این رساله سهمی ولو کوچکی در نقش پر رنگ رسانه ها در حل مسالمت آمیز منازعات و در ایجاد و تحکیم صلح در کشور عزیز ما افغانستان بازی نماید.

باید یاد آورشد، که مقالات چاپ شده در این رساله مبین نظریات و افکار نویسندگان مربوطه بوده، مرکز ملی تحقیقات پالیسی در زمینه کدام مسؤولیتی ندارد.

دکتور حمید الله نور عباد

رئیس مرکز ملی تحقیقات پالیسی و
استاد پوهنځی اقتصاد پوهنتون کابل

کابل - حمل ۱۳۹۰ هجری شمسی

خبرنگاری حساس در مورد منازعه

“پس در زمینه خبرنگاری صلح این امر تعیین کننده مطرح می شود که خبرنگار تأمل کند که من با آنچه انجام می دهم، چه تأثیری در منازعه ای می توانم داشته باشم، حینی که جنگ جریان دارد: آیا من به منازعه بیشتر دامن می زنم و یا اینکه جهت پیدا کردن راه حلی کمک می نمایم. شاید در این راستا کمک کنم تا برای طرف درگیر دیگری در زمینه ایجاد تفاهم کمک کنم. این ایک ایده است. پس خبرنگاری صلح قبل از همه چیز، خبرنگاری مسوول است.”

هنس یوگ اینتس

خبرنگاری حساس در مورد منازعه آرزو دارد که کمتر به منازعه و خشونت دامن بزند و بیشتر در تهیه اطلاعات که در آگاهی دهی و حل ساختارمند منازعه کمک می کند، کار کند. گزارشگر لازم نیست که سوگند سقراطی یاد کند؛ اما مسوولیت خبرنگار به همان اندازه خطیر است که از یک فیزیکدان در اتاق عملیات است.

هیچ فرقی میان گزارش دهی مسلکی و گزارش دهی حساس در مورد منازعه وجود ندارد؛ بلکه گزارش دهی حساس در مورد منازعه بحثی متناسب و متوازن بودن گزارش را قوی می سازد. این خبرنگاری مبتنی است بر تحلیل عمیق از منافع متضاد گروه ها و جناح های درگیر در مساله یا منازعه و دیدگاه ها و خبرها را به طور محترمانه با احتیاط - که منازعه را دامن نزند؛ بلکه در عوض فهم و درک عامه را از مساله و واقعیت تمام جوانب افزایش دهد - بیان می دارد.

خبرنگاری حساس در مورد منازعه چالش های مشابه با خبرنگاری مسلکی را مواجه می باشد. محدودیت زمان و فضا باعث ساده سازی و دست کم گرفتن منازعه پیچیده و پوشش سطحی موقف های تمام طرف های درگیر می گردد. گزارشگر تنها به انعکاس این که " او این چنین گفت و آن دیگر چنان گفت" می پردازد و در این مورد که چرا آنها چنین می گویند پژوهش بیشتر نمی کند. ویرستاران بیشتر توجه مردم را به موضوعاتی که مخوف و شگفت انگیز باشند جلب می کنند نسبت به اندیشیدن در موضوعاتی پیچیده که به زندگی مردم تأثیر می اندازد.

خبرنگاری حساس در مورد منازعه تنها برای کشور های که منازعه را تجربه می کنند مناسب نیست؛ بلکه به هر نقطه جهان مهم است. اصولی را که در این جا به بحث می گیریم به همان اندازه که برای پوشش منازعات در ایالات متحده و کانادا مهم است برای خشونت های بعد از انتخابات ایران و کنیا نیز مهم پنداشته می شود.^۳ در یک کنفرانس خبری در نایروبی و کنیا یک خبرنگار گفت: "باید نوع ویژه برای پوشش از افریقا نباشد. گزارش ها که امروز از روی لطف پخش می شود به اندازه بد است که گزارش های تمکین کننده ای گذشته بودند. افریقا به خبرنگاری خوب ضرورت دارد آن یکی که خبرها را به همان شکلی که می بینند گزارش دهند."

^۱. استاد دانشگاه منانا در وریجنیا و رئیس دفتر تریدی اکشن

^۲. عضو گروه مطالعات صلح در مرکز ملی تحقیقات پالیسی، پوهنتون کابل

^۳. همچنین برای افغانستان که هنوز درگیر منازعات مسلحانه و غیر مسلحانه است مهم پنداشته می شود. (مترجم)

در آتی ده اصل کلیدی خبرنگاری حساس در مورد منازعه ذکر گردیده است. این اصول راه را برای خبرنگار روشنتر می سازد که چگونه گزارشی را ارائه کند که کمتر ضرر و بیشتر خوبی را وارد کند. یک تعداد از دانشمندان، سازمان ها و نهاد ها چارچوب مشابه را درست کرده اند. در این چارچوب کوشش شده که تمام کارکرد های خوب در این عرصه در یک جا جمع شود.

الف: اصول خبرنگاری حساس در مورد منازعه

در این جا سه دسته اصول برای خبرنگاری حساس در مورد به معرفی گرفته شده است. دسته اول معیار های مربوط خبرنگاری مسلکی؛ چون: صحت، توازن، عینی بودن، منصفانه بودن و دادن معلومات دربارهٔ پس زمینه مساله میباشد، تا که مخاطب را در درک مساله کمک کند. مصاحبه کردن با طرف های مختلف در مساله، ارائه معلومات پس زمینه برای فهمیدن نیاز ها و موقف های آنها و انتخاب چارچوب متوازن و عینی برای روایت بسیار ضروری است.

دسته دوم اصول مربوط به خبرنگاری حساس در مورد منازعه می باشد که برای خبرنگار می آموزد که چطور کمترین خطر و ضرر را در حین انتقال پیام ایجاد کرده و مانند رهبران مسوول جامعه مدنی، گزارشگران مسوولیت دارند که از تهییج و تحریک مخاطب خویش در جهت خشونت جلوگیری کنند. این اصل مشمول انتخاب دقیق زبان، تصاویر، دید محتاطانه و حساس به تراژیدی و مصاحبه قربانیان می باشد. ردیف سوم، مسوولیت خبرنگار را در پوشش نقاط و زمینه های مشترک میان گروه ها، راه حل های ممکن و طرق دخیل کردن مخاطبان در پهلوی پوشش منازعه، مصیبت و فاجعه باز گو می سازد.

اصول دسته اول: اصول صحت، توازن، انصاف، عینیت

۱. برگزیدن منابع اطلاعات: گزارش دهی حساس در مورد منازعه "معلومات را از طرف های مختلف درگیر در مساله در عرصه های مختلف دینی، علمی، دولتی، تجاری یا گروه های جامعه مدنی، منابع متنوع و متفاوت را جستجو و صدای تمام افراد و اشخاص را انعکاس می دهد. دقت، درستی و بیطرفی ارزش ها بنیادین برای خبرنگاری مسلکی اند. این اصول از اهمیت جدی در تأمین صلح و جلوگیری از منارعه برخوردار هستند؛ زیرا به حل تشنج کمک می کند و در حقیقت به فرآیند های مردمی و دموکراتیک در حل تشنج مجال می دهد و در عین حال "آگاهی عمومی" را راجع به موضوع بلند می برد و مردم بخشی از فرآیند تصمیم گیری می شوند و پی می برند که چه به نفع شان و چه به ضرر شان است. در دموکراسی این نوع دادخواهی و مدافعه اعمال درست و صحیح حکومت را به نفع تمام شهروندان (نه فقط به نخبه های اقتصادی) تضمین می کند.

بسیاری اوقات خبرنگاران به دلیل ضیق بودن وقت و منابع تنها به نشر و پخش موضع گیری دولت ها در رابطه به یک موضوع می پردازند؛ به گونه مثال: در واقعه حملات در شهر ممبی هندوستان اکثرا به بیانات دولت های هندوستان، پاکستان، ایالات متحده و دیگر دولت ها- که کی کشته شده؟ کی حمله نموده؟ و کی مقصر بوده؟ پرداختند و در حالیکه خبرنگاری حساس در مورد منازعه بایستی نظریات و دیدگاه های مختلف در مورد حملات را انعکاس می داد؛ مثلا: "تایمز اف انڈیا"^۴ گزارش داد که مسلمانان در هندوستان تجلیل از عید اسلامی خود را در اعتراض به حملات بر هتل لغو نمودند و بسیاری از رسانه های حساس در مورد منازعه از رهبران مذهبی مسلمانان در هندوستان و پاکستان؛ تحلیل گران جامعه مدنی که در جامعه های مسلمان هندوستان، کشمیر و پاکستان زندگی می کردند و محققان مصاحبه گرفتند. این ها در حقیقت دیدگاه ناب مسلمانان در مورد منازعه و حملات است.

۲. تنظیم کردن روایت و گزارش: گزارش دهی حساس با منازعه ساختار تشبیهی را برای روایت خبرها به حیث یک مشکل خصوصی و عمومی منافع متعارض میان طرف ها متفاوت به وجود می آورد، نه به حیث منازعه میان خوب و بد.

^۴ Times of India

خبرنگاران برای انعکاس یک داستان یا روایت چارچوب‌ها را به کار می‌برند. چارچوب یک نماد و یا تشبیهی است که خبر را به بعضی از واقعیت‌ها و تجربه‌ها پیوند می‌دهد و در خلاصه‌سازی یک مجموعه پیچیده‌ای از افکار در یک "موجز ذهنی" که مردم را برای درک جهان کمک کند، نقش برجسته دارد.

چارچوب و شکل موضوع یک مسولیت مهم برای خبرنگار است؛ زیرا که یک اساس را برای گفتمان بزرگ عامه و بحث‌های خط‌مشی در رابطه به موضوع بنا می‌نهد. گزارشگران چارچوب را انتخاب می‌کنند تا حقایق و دیدگاه‌های را که جمع نموده‌اند در آن جا به جا نمایند. سیاسیون معمولاً چارچوب را به اساس امید بنا می‌کنند تا خبرنگاران به همان شکل انرا تکرار کنند و راه‌شان را برای ساختن و شکل‌دهی یک خط‌مشی، آسان و هموار سازد. خبرنگاران حساس در مورد منازعه به طور عمدی چارچوب‌های را که توسط سیاسیون به کار برده می‌شوند، مورد انتقاد و مقایسه قرار می‌دهند و بعداً آنها تلاش می‌کنند که موضوع را دوباره چارچوب بندی کنند تا درک و فهم وسیع‌تر از مسایل به طرف‌های درگیر ایجاد شود. در کل دو نوع از چارچوب وجود دارد. نخست چارچوب عدسی و دوم چارچوب تشبیهی. چارچوب نخست به مثل عدسیه دوربین تعیین می‌کند که چه در گزارش شامل باشد و چه شامل نباشد. این هم به دو نوع تقسیم می‌شود:

اول، عدسی از نزدیک به مشکلات شخصی و مطالعات موردی می‌پردازد. این شیوه در انسانی ساختن مساله از طرق واضح کردن تاثیری که مساله بالای انسان‌ها دارد کمک می‌کند. دوم، عدسی از دور توجه مخاطب را به نفس معضله جلب می‌کند و او را وامی‌دارد که به ریشه‌ها و عوامل مشکل بپردازد. یک گزارش مطلوب هر دو عدسی از دور و از نزدیک را شامل می‌شود.

چارچوب تشبیهی برای انتقال مفهوم، ارزش و نظر از تشبیه‌ها استفاده می‌کند. چارچوب موثر تصویر ذهنی از خبر می‌سازد؛ مثلاً: معمولاً گزارشگران منازعات، افغانستان را به باتلاق تشبیه می‌کنند. این تشبیه معنای عدم راه حل مشکل را در ذهن تداعی می‌نماید. خبرنگاری حساس در مورد منازعه دریافته است که ترتیب چارچوبی که یکطرف را خوب و طرف دیگر را بد نشان دهد عواقب ناگواری دارد. برعکس خبرنگاری حساس در مورد منازعه چارچوب حلال مشکلات را می‌سازد، منافع و شکایت‌های کلیدی را نگریسته و آن چیزهای را که از منازعات بیشتر جلوگیری و راه حل را به مسایل در یافت می‌نماید، کشف می‌کند.

۳. **تشریح و تاویل مطلب و موضوع:** این امر به معنی تشخیص شکایت‌ها و علاقمندی‌های طرف‌های مختلف در مساله می‌باشد. به گونه‌ی خبرنگار را وامی‌دارد که فراتر از موضع‌گیری‌های که از جانب طرف‌های مختلف در مساله برای عامه مردم ارایه می‌شود در تجسس باشد، به جهان بینی طرف‌ها روشنی اندازد که بیشتر ارزش‌های بنیادین در فرهنگ و مذهب‌شان را آشکار سازد. خبرنگاری حساس فراتر از ایجاد ارتباط می‌رود؛ به طور مثال: کی مرده؟؛ چطور مرده؟؛ کجا؟ و چه وقت این امر به وقوع پیوست؟؛ در عوض گزارشگر به مخاطب کمک می‌کند تا بداند که چرا موضوع چنین شده است، چرا یک بچه پانزده ساله سومالیایی دست به دزدی دریایی می‌زند و چرا طالبان از ادرگاه‌های پاکستان سر بر آوردند. گزارشگر حساس در مورد منازعه به "چرا" می‌پردازد. اگر گزارشگر موضع و گفته‌های طرف‌ها کلیدی را تکرار کند بدون پرسیدن اینکه چرا آنها چنین موضع دارند، در حقیقت راه حل‌های ممکن را مسدود کرده است و توانایی تحلیل را از مخاطب خویش سلب نموده است. شکایت‌ها و منافع به مثل ریشه‌های درخت غیرقابل دید اند و طرف‌های درگیر در مساله به غیر از موضع‌گیری‌های رسمی و عامه‌ی‌یکدیگر چیزی بیشتر در مورد نمی‌دانند. حال در این صورت طرفین نیاز دارند که خواست‌ها و نیازهای پوشیده و نگفته‌ی‌یکدیگر را بدانند.

اصول دسته دوم: صدمه نزدن، تشنج زدایی و جلوگیری از تهییج و تحریک

۱. **انتخاب فلم‌ها و تصاویر:** تصاویر نسبت به واژه‌ها در تحریک احساسات نقش بیشتر دارند. پژوهش‌ها نشان می‌دهد که آمریکایی‌های که به طور مکرر تصاویر واقعه ۱۱ سپتامبر را دیده‌اند از فشار شدید روانی و افسرده‌گی رنج می‌برند. عکاسان و فلمبرداران در کنار ویراستاران و تولیدکننده‌گان مسولیت سنگین در گزینش تصاویر دارند. خبرنگار

حساس با منازعه تصویری را بر می‌گزیند که مطابق و موافق با روحیه مطلب باشد و مردم دارای اختیار را نشان دهد؛ زیرا در صورتی که تصویر مردم را قربانی نشان دهد نه اینکه آنها در سدد بهبود زندگی شان اند، در حقیقت چرخه قربانی شدن مردم را ادامه می‌دهد. بدانید که هر تصویر و فیلمی نشان می‌دهد که کی قدرت دارد و کی ندارد. با قربانی‌ها با حرمت، وقار و احترام برخورد کنید؛ زیرا دوربین مردم را رهنمایی می‌کند که چگونه قربانی‌ها را بنگرند. سازمان غیر دولتی "کی آر" شروع به پخش تصاویر زنان با زیر نویس "ما توان داریم" به منظور انتقال این احساس به مردمان کشور های غریب که آنها یک "شریک" اند نسبت نه قربانی مش های دیگران، کرد. واقف ساختن مخاطب از واقعیت های جنگ بدون دستکاری در ادراکات شان از چالش های عمده می باشد. قدرت احساسی بسیاری از تصاویر به این معنا است شما هم با مورد راهزنی به مقاصد سیاسی قرار بگیری.

۲. **برگزیدن زبان:** منظور کار برد زبان مناسب به نحوی بسیار واضح و مشخص، جلوگیری از به کاربردن زبان به گونه کینه توزانه در برابر تمام یک گروه از مردم و یا به گونه ای که خشونت و انتقام را بر انگیزد، می باشد. نوعیت واژه که نویسنده استفاده می کند هم بسیار مهم است. "شهید" یک گروه نزد گروه دوم "تروریست" است. آنچه را که یک گروه "مقاومت" می نامد گروه دیگر آنرا "شورشگری" می داند. نقش خبرنگار این نیست که قضاوت نماید که کدام طرف درست و صحیح است. یک گزارشگر عینی کسیست که بدون اینکه بگوید و قضاوت کند که چه خوب و چه بد است به انعکاس دیدگاه های طرفین بپردازد. افزون بر آن زمانیکه خبرنگار یک گروه را دهشت افکن می خواند به صورت مستقیم احساسی را در ذهن تداعی می کند که مذاکره با آن گروه نا ممکن است. در حالیکه تاریخ نشان داده که بسیاری از گروه های که تروریست خوانده شده اند، خواست های مشروع داشته اند و یا در مذاکرات برای دریافت ریشه های بحران اشتراک کرده اند؛ مثلا: اطلاق واژه تروریست به نیلسن ماندلا از طرف سفید های حاکم در افریقای جنوبی. خبرنگاری حساس یا منازعه پیشنهاد می کند که گروه ها را به نامی خطاب کنید که خود شان خود را به آن می نامند. بنا آ واژه های که گروه های بزرگ مردم را ملامت کند و یا آنها را مقصر سازد جلوگیری کنید؛ مثلا: اطلاق واژه افراطی، مجاهدان، اسلام- فاشیست، وهابیت؛ و یا واژه های که به طور غیر عمدی گروه های را مشروعیت دهد. مثل اطلاق واژه جنبش به سازمان القاعده: "جنبش القاعده" و استفاده از واژه "خلافت" برای اهداف القاعده.

۳. **گزارش در مورد فاجعه و مصیبت:** این جا هدف عبارت از دریافت تأثیر گزارش دهی در مصیبت و فاجعه می باشد. گزارشگران مسوولان درجه اول در میان مصیبت و فاجعه اند. آنچه آنها انجام دهند در حقیقت در جامعه همان گونه انعکاس می یابد. مخاطبان می خواهند که در مواقع بحرانی و مشکلات خبرهای قربانی هارا بدانند. خبرنگاری حساس در مورد منازعه، مصیبت و فاجعه را طوری تحت پوشش می گیرد که از ایجاد روان زخم (ضربه روحی)^۱ و انگیزه برای خشونت در فرد جلوگیری کند.

نخست، خبرنگاری حساس در مورد منازعه، تمام طرف های فاجعه را انعکاس می دهد. اگر یک طرف را بیش از حد مورد تاکید قرار دهد در حقیقت جانب داری نموده است. انعکاس خواست های طرف های نسبت به انعکاس منازعه بهتر است. دوم، خبرنگاری حساس با منازعه درک می کند که مردمی که از دهشت استفاده می کنند می خواهند ترس همگانی را پخش کنند. زمانیکه مردم می خواهند تمام جزییات واقعه را بدانند، خبرنگاری حساس در مورد منازعه از بسیاری جزییات شورانگیز مساله جلوگیری می کند.

سوم اینکه، هر چند خبرنگاران روان شناس نیستند؛ اما می دانند که چطور واکنش عمومی نسبت به فاجعه را شکل دهند. بر علاوه اجتماع طبی، خبرنگاران پاسخ دهنده گان اولی در میان فاجعه اند. گزارشگران برای تهیه اطلاعات برای دیگران در حین حادثه تلاش می کنند و روش که گزارش به مخاطب گفته می شود می تواند هم اثر روانی داشته و هم فاجعه و خشونت بیشتر را دامن نزنند. به عوض تاکید بیش از حد بالای خشونت، خبرنگار می تواند روایت را به شکلی بگوید که مردم در ایجاد ارتباط با افراد درگیر در مساله و آنهاپی که در حل مساله همکاری می کند کمک کند. مثلا در زمان آتش بس فاجعه های که خشونت های سابقه را انعکاس می دهد می تواند در باز آوردن جنگ نقش داشته باشد. در این میان مسوولیت خبرنگاری حساس با منازعه است که مردم را به راه حل ها جهت دهد و ایشان را به آینده

^۰ CARE

^۱ Trauma

معطوف نماید. در صورت که بینندگان به تکرار صحنه های رنج آور از فاجعه را بدون آموزش اینکه چطور به عوامل مصیبت بپردازند، احساس خستگی از دلسوزی و یا خستگی از کمک را می کنند.

۴. ارتباط دادن با قربانی ها: خبرنگار بایستی در برابر نیازها و ضرورت های قربانی ها حساس باشد و مطمئن شود که مصاحبه ها به گونه عمدی قربانی ها را از مرحله که به آنها چه گفته شود؟، چطور همراه شان مصاحبه شود؟ و چطور خبر آنها نوشته شود؟ تا مرحله که جامعه روایت شان را از فاجعه و مصیبت بیان کند؛ استثمار نکند. گزارشگر نقش جدی و قوی در این مساله دارد که مردم چطور درد و رنج قربانی را درک می کنند. گزارشگر در نشان دادن انسانیت و کرامت قربانی محتاط است و دقت می کند. معمولاً خبر قربانی های بحران های انسانی در نقاط دور به شکل متفاوت نسبت به قربانی های کشور پوشش داده می شوند؛ زیرا که فاجعه در نقاط دور به شکل مشرَح انعکاس داده می شود. افزون بر آن خبرنگار در مورد اینکه قربانی خودش چطور فاجعه احساس می کند، تأثیر دارد. به مثل تاریخ نویسان، خبرنگاران مسولیت نوشتن اولین خبر قربانی ها را دارند و اینکه گزارشگر به قربانی ها چه می گوید، چطور از آنها مصاحبه می گیرد، و اینکه چه نوشته می کند تمام آن بالای درک و فهم جامعه از مردم قربانی تأثیر خود را دارد. خبرنگاران حساس در مورد منازعه و "فشار های روانی" در جاری شدن درست و صحیح واقعات "فشار روانی" کمک می کند و چارچوب مفهومی برای مخاطب خود را ترتیب می دهد که آنها شکایت ها و احساس بی عدالتی خود شان را به شکل نظام مند حل نمایند. خبرنگاری حساس با منازعه تأثیر بسیاری خوبی در کمک به جامعه ای متقبل شده روان زخم در جهت دریافت راه برای حل این معضل داشته می تواند. "مرکز دارت ژورنالیزم و فشار روانی"^۷ خبرنگاران حساس با منازعه را رهنمایی می کند که چطور با قربانی ها رفتار کنند. یکی از پیشنهادات "دارت" این است که باید راه های مختلف برای مصاحبه افرادی که فشار روانی را تجربه نموده اند را شناسایی نماید. بعضی افراد می خواهند در رابطه به آنچه که دیده اند و یا تجربه نموده اند صحبت نمایند در حالیکه بعضی دیگر نمی خواهند. خبرنگاری حساس با منازعه به رضایت شخصی می خواهد مصاحبه نماید و یا نه، احترام می گذارد. افزون بر آن دارت پیشنهاد می کند که پرسش های را باید طرح نمود که ما را به درک اصل واقعه کمک نماید و به خبرنگاران توصیه می کند که پرسش ها؛ چون: "چی را دیدی؟" و "انجا چطور بود؟" را بپرسند به عوض پرسش "چه احساس کردی؟"، زیرا که چنین پرسش ها خبر اصلی را نمایان می سازد.

دسته سوم: راه حل مسولیت اجتماعی

۱. معرفی مشترکات: دریافت مشترک ها و اختلاف ها میان طرفین درگیر، از مسولیت خبرنگاری حساس در مورد منازعه است. لازم است که به دیدگاه های مختلف زمینه بیان فراهم شود تا به مثل موزاییک یک تصویر (همزیستی) را شکل دهند. خبرنگاری حساس در مورد منازعه راه توازن و اعتدال را در تهیه اطلاعات برای مردم در مورد صلح و خشونت؛ و تفاوت ها و مشترک ها، میان گروه ها اتخاذ می کند. تاکید بیش از حد تفاوت های بین گروه های متضاد و ساده سازی بیش از حد تفاوت های بین گروه های متضاد برای مردم و گروه ها دیدن یک آینده مثبت را مشکل می سازد. تحلیلی از مشترکات میان طرفین، با وجود اختلاف میان گروه ها، در توسعه گفتگوی عمومی و کامیابی روش های جلوگیری از منازعه کمک می کند. همیشه ظرفیت های برای صلح وجود دارد. این ظرفیت ها می تواند رسم و رواج محلی، رخصتی ها، ارزش های فرهنگی، رهبران و سازمان های که رفع منازعه باشند. بر خلاف، تاکید بیش از حد بالای اختلافات میان گروه های متضاد فرصت اندیشیدن در مورد آینده مثبت را از عامه مردم و طرفین سلب می کند. بالاخره خبرنگار مسولیت دارد که دیدگاه های مختلف را مجال ارائه دهد نه اینکه آنها را به طور متضاد مطرح کند.

۲. مستلزم و دخیل ساختن مخاطبان: خبرنگار حساس در مورد منازعه لازم دارد که شنونده ها و مخاطبان را در موضوع دخیل سازد. شنونده های خبر ظرفیت این را دارند که نقش مرکزی و مؤثر را در موضوعات عامه بازی کنند. دموکراسی ها به شهروندان آگاه نیاز دارند. رابط شهروندان و خبرنگاران دورانی است. از یک طرف ذهنیت و افکار شهروندان در نوشتن و بیان مطلب خبرنگار تأثیر دارد و از جانب دیگر طرز نوشتن موضوع در افکار مخاطبان مؤثر است. نقش خبرنگاری حساس در مورد منازعه این است که ارتباط موضوع را به مخاطب نشان دهد. به گونه آرمانی رسانه های

^۷ Dart Center for Journalism and Trauma

خبری مردم را آموزش می دهد، طوریکه اهداف مشترک حکومت داری خوب، مردم سالاری، آزادی و امنیت را شریک سازند. مردم باید توسط رسانه ها متوجه ساخته شوند تا مسوولیت های مدنی و شهری را جدی بگیرند و برای مشکلات شان راه حل جستجو کنند؛ به طور نمونه: زمانیکه عامه مردم بشنوند که تعدادی از افرادی عادی در آوردن صلح و رفع خشونت کار می کند آنها نیز به چنین اقدامی تشویق می شوند.

۳. تمرکز کردن به واقعات آینده و مستند ساختن هر دو قضیه های خوب و بد: خبرنگاران در حین پوشش خبر یا واقعه می خواهند در رابطه به آینده قضاوت شان را بیان دارند. خبرنگاران مشکوک بسیاری اوقات بالای مشکلات و نواقص فرآیند های صلح و مذاکره و بحث می کنند. این در حالیکه خبرنگاری حساس در مورد منازعه هم خوبی ها و هم نواقص چنین فرآیندها را بررسی می کند و راه حل را در قضیه جستجو نموده تشخیص می دهد. نه تنها کوشش های مقامات بلند رتبه را برای مذاکره و فرآیند صلح؛ بلکه تلاش های جامعه مدنی را که توسط رهبران اجتماعی به پیش برده می شوند، باید انعکاس داده شود. بسیاری از مذاکرات به دلیل اینکه حمایت افکار عامه را ندارند به ناکامی مواجه می شود. پس باید فرآیند های صلح حمایت شوند. خبرنگار نقش بسیار مهمی در طرح این پرسش که برای حمایت از صلح سازی چه ها انجام شود، دارد. نقطه مهم این است که مردم در هر مرحله از صلح به معلومات نیاز دارند.

ب. ماموریت گزارش دهی در حین منازعه

خبرنگاران کسانی اند که زندگی شان را وقف جمع آوری، طرح و نشر اطلاعات کرده اند. اطلاعات به مردم مجال می دهد که به عنوان شهروندان مسوول دموکراسی کار کنند. اطلاعات که زنگ خطر شروع منازعه را می دهد، به مردم مجال جلوگیری از منازعه را فراهم می کند. اطلاعات در میانه یک منازعه و بحران به مردم مجال رسیدگی به ضرورت های بشردوستانه را می دهد. اطلاعات برای گروه های درگیر در منازعه، به دلیل اینکه درباره امیال و اهداف یک دیگر آگاه می شوند، ضرورت مهم پنداشته می شود. بدون اطلاعات معتبر صلح سازی ناممکن است.

در جریان منازعات عامه، خبرنگار هشت ماموریت اساسی دارد که باید برای حمایت از خیر عامه آنها را انجام دهد. این ماموریت ها در دو گروه دسته بندی می شوند:

نخست، رسانه خبری باید اطلاعات موثق را برای مخاطبان جهت صلح سازی در عرصه های اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و بشری تهیه کنند. دوم، رسانه خبری باید نقش قاطع تحلیلی هم به عنوان شکل دهنده نظریات عامه و هم به عنوان مدافع منافع عامه ایفا نماید.

اینکه از رسانه خبری توقع رود که این کارکرد ها را انجام دهد، نباید تعجب کرد. اطلاعات و تحلیل ها سکه رسانه در تجارت می باشد. این جزییات اطلاعات و تحلیل های پیشنهاد شده هستند که نقش رسانه ها را در جامعه و در منازعه برجسته می سازند. خبرنگاران اطلاعات را ترتیب می دهند تا به شهروندان توانایی بخشند که به نیازمندی های بشر-دوستانه را رسیدگی کنند و انتخاب های معقول و آگاهانه را در مردم سالاری (دموکراسی) انجام دهند. آنها به حیث دیده بان ها، آموزگاران تنوع و دربان ها پیش از پیش مسایل را در دستورکار خط مش سازان قرار می دهند. خبرنگاران همچنان نقش ناخواسته دیپلماتیک را در برقراری ارتباط بین گروه ها در گیر منازعه بازی می کنند. بالاخره، در درک و فهم عامه از فرآیند های صلح کمک می کنند، به همین دلیل است که آنها را توانمند می سازد تا به طور صریح فرآیند های مذاکرات را حمایت کنند و یا برای تغییر آن کار نمایند.

دسته اول: اطلاعات عمومی:

ماموریت ۱: تهیه اطلاعات به حیث اساس مردم سالاری: استدیوی لیجنو در بروندئی برای تولید خبر های متفاوت جهت افزایش معیار خبر مسلکی، متوازن کردن گزارش دهی و نمایندگی از صدای تمام طرفین در جامعه در ۱۹۹۵ اساس گذاشته شد.

ماموریت ۲: به وجود آوردن کثرت گرایي اطلاعاتی که هویت های مختلف را تصدیق کند: برنامه توسعه ای سازمان ملل در عراق "صدای عراق" را به وجود آورد. این منبع به تبادل خبر می پردازد و به شهروندان فرصت می دهد که هویت و دیدگاه های شان را بیان کنند.

ماموریت ۳: پژوهش به نمایندگی از عامه و دفاع از منافع عامه: خبرنگاران غربی نقش مرکزی تجارت الماس را در منازعه و جنگ داخلی سیرالیون برجسته ساختند. سازمان های غیر دولتی حکومت های فردی و سازمان ملل را متقاعد کردند که تجارت "الماس مورد منازعه" را ممنوع کنند.

ماموریت ۴: عمل کردن به عنوان دروازه بان های که اولویت ها و منافع عامه را شکل می دهند: خبرنگاران به وسیله انعکاس از توده های مردم که با تقبل خطر، برای آزادی شان حرف می زدند تغییرات را در اتحاد جماهیر شوروی سوسیالیستی سابق تحریک کردند.

دسته دوم: اطلاعات مختص به منازعه

ماموریت ۵: تهیه اطلاعات برای آگاهی از شروع منازعه و مقابله با آن: انتظار خشونت های انتخاباتی در کنیا. سازمان های غیر دولتی و رهبران دینی یک شبکه پیام متنی را که منابع خشونت را با هم مرتبط بسازد و میانجی ها را برای مداخله مجال دهند تشکیل دادند.

ماموریت ۶: تهیه اطلاعاتی که در مرفوع ساختن نیازهای بشردوستانه در جریان بحران کمک کند: سازمان دهندگان اجتماعی در کلمبیا شبکه رادیویی "اریمگ" را برای کمک به شهروندان در حل مشکلات مرتبط با جنگ مثل پیدا کردن چوکی های تیردار (ولچر) برای قربانیان جنگ تأسیس کردند.

ماموریت ۷: تهیه اطلاعات که ارتباط میانجیگری و دیپلماسی را تسهیل می کند: در سال ۱۹۷۷ گرداننده خبر "سی.بی.اس" - والتر کروکیت- شروع گفتگو ها میان نخست وزیر اسرائیل بیگم و رییس جمهوری مصر سادات را به وسیله وادار کردن بیگم به دعوت سادات در برنامه زنده تلویزیونی میانجیگری کرد.

ماموریت ۸: تهیه اطلاعات در مورد آتش بس و موافقتنامه صلح: در بروندی زنان از طریق گزارش های رسانه ها دریافتند که موضوع تجاوز به عصمت از برنامه کاری مذاکرات حذف شده است. آنها درخواست کردند که نگرانی شان در نظر گرفته شود.

وضعیت رسانه‌ها در افغانستان

مقدمه:

رسانه‌ها در حیات بشر نقش فوق العاده مهمی را بازی می‌نمایند و از جمله اساسی‌ترین نیازمندی‌های جامعه بشری محسوب می‌گردد. مطبوعات، رادیو، تلویزیون، سینما و اینترنت رسانه‌های مهم ارتباط بین افراد جامعه هستند که نه تنها احساس و ادراک؛ بلکه ذهن و شعور انسان‌ها را نیز متأثر ساخته آنها را با وقایع و حقایق اطلاعات آشنا می‌سازند. افکار عامه را در رابطه به مشکلات سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی سمت دهی نموده و در تربیه و تنویر توده‌های وسیع مردم نقش ارزنده را ایفا می‌نمایند.

دسترسی انسان‌ها به اطلاعات و معلومات، برای زنده‌گی فردی و اجتماعی مزایای بی شماری دارد. زیرا بدینوسیله می‌توانند فعالیت‌های خود را با مقتضیات زمان و محیط شان تنظیم نمایند و با آگاهی از وقایع جدید خط مش صحیح را انتخاب نموده تا موانع را از میان برداشته و در راه پیروزی و بهروزی گام بر دارند، در غیر آن فقدان اطلاعات و معلومات کامل از رویداد‌های محیط اجتماعی سبب می‌شود که انسان‌ها همیشه در قضاوت‌ها و ارزیابی‌های خود دچار اشتباه شوند و عملی را انجام دهند که خطر آن از بی‌اطلاعی شدید تر و جدی تر خواهد بود.

یکی ویژه‌گی‌های بارز انسان‌های معاصر اجتماعی بودن و زیستن در اجتماع است، انسان‌ها به تنهایی در طبیعت حیوانی بیش نیست و از حالت حیوانی زمانی مجزا می‌شود که با هم‌نوع‌های خود آمیزش و ارتباط داشته باشد. انسان‌ها جهت غلبه بر دشواری‌ها همواره مایل بوده تا افکار، احساسات و تجارب خود را بیان و عقاید و نظریات دیگران را بپذیرند که این امر بدون تأمین ارتباط و مفاهمه امکان پذیر نیست. پروفیسور جالف د رمورد اهمیت ارتباط و مفاهمه چنین ابراز عقیده می‌نماید: «مخابره سیستم عصبی جامعه را که زنده‌گی و سلامتی قوم به آن متکی است تشکیل می‌دهد و حیات بدون آن ناممکن است» (جالف، ۱۳۳۱، ۱). بالاخره به وسیله ارتباط و مفاهمه است که انسان‌ها از تجارب خود گنجینه‌یی به وجود می‌آورند که مورد استفاده و رهنمایی نسل‌های بعدی قرار می‌گیرد. حس کنجکاوی و کسب اطلاعات و معلومات منحصی یک وسیله مهم ارتباطی و مفاهمه از رویداد‌های محیط اجتماعی از خصوصیات ذاتی انسان بوده و از اول در نهاد انسان وجود داشته، انسان همین که دوره طفولیت را سپری می‌نماید همیشه در تلاش است تا در مورد خود، دیگران و محیط اجتماعی اش چیز‌های بدانند که این اصل خود کنجکاوی انسان را در جهت آگاهی و کسب اطلاع از وقایع و رویداد‌های محیط زیست تسریع می‌بخشد.

تاریخچه

انسان‌ها در عصر‌های مختلف به شیوه‌های گوناگون کسب خبر می‌نمودند، گاهی به واسطه اشاره‌ها و علایم (نواختن دهل، افروختن آتش وغیره) حکایت، نطق و موعظه، آواز خوان‌های دوره گرد، چابک سواران، پرنده گان نامه بر، قاصدان، منادی‌ها و جارچی‌ها با هم ارتباط برقرار می‌نمودند؛ اما همین که انسان درک کرد که حافظه او قادر به حفظ تمام حوادث و وقایع نیست در فکر تدارک وسیله بهتر گردیدند تا رویداد‌ها حفظ شود.

با پیدایش خط و کتابت، بشر یک گام پیشتر در جهت مبادله اطلاعات و معلومات گذاشت. ارتباط برای نخستین بار به شکل غیر مستقیم شکل گرفت. بلافاصله به قید کردن وقایع محیط ماحول و نشر نظریات خصوصی و جمعی پرداختند و

^۸ آمر انستیتوت ژورنالیزم در اکادمی علوم افغانستان (اعا)

تا دیر زمان خط مهمترین رسانه برای آگاهی از رویداد های محیط و نشر افکار و نظریات متنوع انسان ها به شمار می رفت.

قدیمترین نشریه که در جهان منتشر شده بود « روزنامه موسوم به اکتاسناتوس^۹ » بود که در زمان ژول سزار، امپراتور روم منتشر می گردید و شامل مذاکرات مجلس سنا بوده است. همراه با انتشار این روزنامه، روزنامه دیگری بنام اکتادیورن^{۱۰} در روم منتشر می شد، این روزنامه ها اختصاصی به معرفی مشاهیر و رجال شهر اختصاص داشت و فقط یک نسخه از آن در معرض دید مردم قرار می گرفت. روز نامه های فنی دارای مطالب جامع بود و انتشار آنها تا انقراض روم غربی مرتباً صورت می گرفت؛ ولی اکنون هیچ اثری از آنها باقی نمانده. بعد از روم، چین در انتشار روزنامه دارای قدمت تاریخی می باشد، اولین روزنامه چین در ۱۸۳۴م تحت عنوان « کین بال » به گونه ماهنامه نشر می گردید که شامل خبرهای سیاسی وقطعات خواندنی بوده است و بعد از سال ۱۸۳۰م. روزانه گشته و هنوز روز سه مرتبه به کاغذ الوان به رنگ های زرد، آبی، سفید و خاکستری، قرمز، بنفش صبح، ظهر و عصر منتشر می گردد. روزنامه تینگ پائو^{۱۱} نیز که در سال ۹۱۱ در چین انتشار می یافته است قدیم ترین روزنامه های جهان محسوب می گردد. اغلب این روزنامه ها به علت قلت افراد با سواد و پایین بودن سطح معلومات اجتماعی با موفقیت روبرو نه گشته به علت تیراژ کم بعد از چندی از میان می رفتند» (صلح جو، ۱۳۴۸، ۴۷-۴۸).

با گذشت انکشافات سریع در عرصه های مختلف زنده گی اجتماعی، واضح بود که تمام جهات زنده گی شکل زنجیر محکمی را به خود می گرفت که حلقه های آن به هم پیوسته بود لذا هرگونه تغییر و تحول که در یکی از جهات زنده گی جامعه پدید می گردید. مسلماً در جهات دیگر آن نیز تأثیر مستقیم و غیر قابل انکار را می گذاشت، زمانی که مدنیت وارد مرحله تازه گردید، حس کنجکاوی انسان در رابطه به کسب اطلاعات از واقعات و انتشار افکار جدید قوی تر گردید، بشر در صدد وسیله جدید اطلاعاتی و ارتباطی که بتواند جوابگوی نیازمندی های عصر و زمان او باشد، گردید.

اختراع ماشین چاپ توسط جان گوتنبرگ آلمانی، نقطه عطف در تاریخ زنده گی بشر محسوب می شود. این اختراع بزرگ انقلاب عظیمی را در صنعت و وسایل ارتباط جمعی به وجود آورد؛ زیرا اساس و هسته ارتباط جمعی به مفهوم امروزی با اختراع ماشین چاپ گذاشته شد.

اولین روزنامه چاپی () در جهان روزنامه است: «... که در سال ۱۶۰۵م تحت نام لی وی دلیر که ایز دنی^{۱۲} انتشار یافت و مدیریت آن به عهده « فلامات ابراهام و رهون » بلژیکی بوده است. نشریه نامبرده در ابتداء هر دو هفته یک شماره و در اواخر هفته یک شماره منتشر می گردید.» (صلح جو، ۱۳۴۸، ۵۰).

رشد و انکشاف وسایل ارتباط جمعی که به تدریج از مطبوعات آغاز و با اختراع رادیو در قرن ۱۹ و هم اختراع سینما در اوایل قرن بیستم وارد مرحله جدید تکامل خود گردید و تغییرات بنیادی را در عرصه اطلاعات به وجود آورد. در خور تذکر است که پیدایش رادیو و تلویزیون با وصف سرعت عمل که در نشر مطالب خبری نسبت به مطبوعات داشتند، نتوانستند نقش مطبوعات را بنا بر بعضی ویژه گی ها، تضعیف نماید؛ به گونه مثال: خواننده گان رسانه های مطبوع می توانند که مطالب روزنامه ها و جراید را چندین مرتبه و هر زمانیکه خواسته باشند مورد مطالعه قرار دهند، درحالیکه این امکان را شنونده و بیننده رادیو و تلویزیون کمتر دارند.

اختراع کمپیوتر در اواخر قرن بیستم، انقلاب عظیمی در فعالیت رسانه های جمعی محسوب می شود. با پیدایش این وسیله جدید امروز دست اندرکاران وسایل ارتباط جمعی می توانند مقدار زیاد اطلاعات را در جای کم ذخیره نمایند و هر بخش آن را که خواسته باشند فوراً در اختیار داشته باشند، همچنان کارکنان مطبوعات، امور صفحه گذاری، طرح و

^۹ Acta Senatus

^{۱۰} Acta Diarna

^{۱۱} Teing Pao

^{۱۲} در مورد اولین روزنامه چاپی در جهان در صفحه (۱۶) مفاهیم شفاهی و سیر تاریخی آن در افغانستان چنین اشاره شده: «...قدیمترین و اولین روزنامه چاپی جهان روزنامه است در چین که در زمان حکمرانی سلسله تانگ (۲۷۹-۹۹۸ هـ ش ۹۰۰-۱۶۱۹م) در سال ۲۹۰ هـ ش مطابق (۹۱۱م) بنام تای پائو یا تینگ پائو Teing pao می یافت.»

^{۱۳} Le we tlijcke Eijdin yne

ویرایش، عناوین، سرمقاله، تصاویر، مطالب جالب صفحات اختصاصی و فاصله گذاری و امثال آنرا که قبلاً در طول چندین ساعت صورت می گرفت امروزی توانند آنرا در ظرف چند ثانیه با کمپیوتر انجام دهند و همزمان آن را در مرکز، ولایات و حتی خارج از کشور پخش نمایند.

حال لازم است تا به اصل مطلب برگردیم و بدانیم اینکه تاریخ مطبوعات افغانستان چه وقت آغاز گردید و فعلاً رسانه های کشور در چه وضعیت قرار دارند.

تاریخ مطبوعات افغانستان با انتشار جریده شمس النهار آغاز می گردد. این جریده در سال ۱۲۹۰ هـ ق مطابق ۱۸۷۳ میلادی به اهتمام میرزا عبدالعلی خان که از جمله پیشآهنگان ژورنالیزم کشور محسوب می گردد در ۱۶ صفحه در هر ۱۵ روز یک مرتبه در مطبوعه شمس النهار به چاپ می رسد. طوریکه شماره دهم، سال اول جریده شمس النهار کابل ملاحظه گردید در صفحات آن عناوین نقشه واجب الإظهار، اشتها، اطلاع ضروری، اخبار خارجی وجود داشت. عناوین مذکور می رساند که جریده مذکور چگونه مطالب را نشر می نمود. به احتمال زیاد که در آن زمان شیوه به خصوص ژورنالیستی وجود نداشت که مطابق آن جریده به چاپ می رسید و از جانب هم چون نخستین جریده ی بود که به شکل بسیار ابتدائی چاپ می شده است.

فعالیت نشراتی جریده شمس النهار تا تهاجم استعمار انگلیس در سال ۱۸۷۸م ادامه داشت که با این حمله نه تنها فعالیت مطبوعات که تازه آغاز گردیده بود به رکود مواجه شد؛ بلکه جریان تحقق برنامه اصلاحی علامه سید جمال الدین افغان، توسط امیر شیر علی خان که خود نیز شخص اصلاح طلب و مترقی بود و نمی توان نقش آنرا در تحولات کشور نا دیده گرفت، متوقف ساخت و به همین ترتیب کشور ۲۸ سال بدون جراید باقی ماند.

بعد از شکست انگلیس امور مملکت را امیر عبدالرحمن به دست گرفت و رژیم استبدادی و خودکامه موصوف که همراه با قهر و سرکوبی های خشن همراه بود مدت بیست و یک سال ادامه یافت در طور این مدت کدام تحول قابل ملاحظه در عرصه فرهنگی محسوس نیست. بعد از مرگش پسرش امیر حبیب الله بر مسند سلطنت نشست امیر جدید نسبت به پدر معتدل تر بود و طرز اداره اش نیز فرق داشت گر چه هر دو مطلق العنان بودند، ولی با آن هم خدماتی را که امیر حبیب الله در عرصه فرهنگی انجام داده در خور ستایش و تقدیر است.

در آن زمان کشور های جهان به طور اخص کشورهای همسایه سرگرم پیشروی به سوی تجدد فکری، ترقی و تکامل اقتصادی بودند که این تحولات روشنفکران افغانستان را نیز متأثر ساخته و در آن ها تحرک ایجاد نمود همین بود که بخاطر رهایی از حلقه سیاه استعمار انگلیس و تبدیل حکومت مطلقه و خودکامه به حکومت قانون نهضت های به وجود آمد. اولین نهضت فکری و ضد استعماری جنبش فکری انجمن سراج الأخبار افغانستان بود.

مرحوم علامه حبیبی در مورد تأسیس این انجمن چنین اشاره نموده است: «جمعی از روشنفکران و دانشمندان مملکت، مربوط مدرسه شاهی (درسگاهی علوم دینی در مسجد چوبفروشی کابل) و دارالعلوم حبیبیه (مکتب عالی کنونی حبیبیه که در سال ۱۹۰۳ م- ۱۳۲۱ق افتتاح شده بود) به دربار امیر حبیب الله خان پیشنهاد نموده بودند، که انجمنی از دانشمندان افغانستان به وجود آید، تا یک جریده ۱۵ روزه را بنام (سراج الأخبار افغانستان) در کابل نشر نمایند...» (حبیبی، ۱۳۶۷، ۶). موصوف هدف این انجمن را چنین بیان می نماید: «هدف عالی این روشنفکران همانا بیدار ساختن مردم و آشنایی آنها با مدنیت جدید و وقایع تازه دنیا بود» (حبیبی، همان)

به اثر پیشنهاد این انجمن نخستین شماره جریده (سراج الأخبار افغانستان) «در روز پنجشنبه ۱۵ ذی القعدة حرام سال ۱۲۲۳ هـ ق مطابق ۱۱ جنوری ۱۹۰۶م به مدیریت مولوی عبدالرؤوف قندهاری و اهتمام منشی حافظ حیدر علی خان احراری در مطبوعه دارالسلطنه کابل» (آهنگ، ۱۳۴۹، ۳۲) در داخل «هشت ورق»، «هر ماه دو دفعه مطابق ماده هشتم پیشنهاد متذکره در هر چهارشنبه باید به چاپ میرسید» (آهنگ، ۱۳۴۹، ۳۰).

جریده «سراج الأخبار افغانستان» گر چه یک شماره منتشر گردید، اما بنا بر داشتن شیوه های جدید در کار نشر- جریده از جمله اداره منظم نشراتی، شورای خاص (هیئت تحریر) مشی نشراتی، اساس مطبوعات معاصر کشور را گذاشت و راه رشد بعدی آنرا فراهم نمود. بنا این جریده در تاریخ مطبوعات کشور حایز اهمیت خاص می باشد. بعد از مصادره جریده «سراج الأخبار افغانستان» برای مدت تقریباً شش سال در کشور اخباری وجود نداشت، بالآخره در «۱۶میزان ۱۲۹۰

مطابق ۱۵ شوال المکرم ۱۳۲۹ نخستین شماره جریده (سراج الاخبار افغانیه) به مدیریت مرحوم علامه محمود طرزی هر ۱۵ روز یکبار در ماشین خانه دارالسلطنه کابل به چاپ رسید. (طرزی، سراج الاخبار، ۱۳۹۰)

به همین ترتیب می توان «سراج الاخبار افغانیه» را اولین جریده تصویر دار در مطبوعات کشور محسوب نمود. مطالب و مضامینی که درین جریده منتشر می شدند شامل سرمقاله، اخبار داخلی و خارجی مقالات گوناگون سیاسی، اجتماعی، دینی، ادبی و علمی بوده همچنان بعضی کتب را از زبان های خارجی ترجمه و به گونه منظم در شماره های مسلسل جریده به چاپ میرسانیدند.

بیشترین مقالات که در جریده مذکور به چاپ می رسیده به قلم شیوا، فصیح و زیبای مدیر جریده مرحوم علامه محمود طرزی که از جمله پیش کسوتان روزنامه نگاری و پدر ژورنالیزم افغانستان بوده، بعد از نشر جریده «سراج الاخبار افغانیه» سلسله نشر جراید و روزنامه ها تا امروز بدون وقفه ادامه یافته است.

جریده «سراج الاخبار افغانیه» پیوسته چراغ راه روشنفکران، آزادی خواهان و اصلاح طلبان بوده و در دل ها جا گرفت و بر اندیشه حکومت کرد و پیروزمندان با انتشارش، در راه شناساندن ارزش آزادی و روشنگرایی مساعی لازم را در داخل و خارج کشور به خرچ داد و برای زنده گی بهتر مردم کوشید. با در نظر داشت این اصل میتوان آن را مهمترین و با ارزشترین جریده که در بیداری مردم و کسب استقلال سیاسی کشور نقش تعیین کننده داشته در تاریخ مطبوعات کشور محسوب نمود.

در مورد آغاز نشرات رسانه های سمعی و بصری (رسانه های پخشی) در افغانستان باید گفت که رادیو به مثابه مؤثرترین وسیله مفاهمه برای نخستین بار در سال ۱۳۰۲ هـ ش - ۱۹۲۵ م با توريد دو دستگاه کوچک نشرات گشایش یافت. و به اساس تحریر زرین انخو شورای عالی وزراء در سال ۱۳۱۴ هـ ش به منظور خریداری یک دستگاه موج متوسط رادیویی مبلغ (۳۱۴۱۵) استرلینگ را که معادل (۶۶۵) هزار افغانی می شد منظور نمود. (انخور، ۱۳۸۹، ۸)، و «آقای عطاءالله خان متخصص تخنیکي آموزش دیده در آلمان با چندین تن از مشاورین آلمانی به کابل آمدند و با نصب دستگاه کوچک رادیویی دوصد وات در ساختمان (کوتی لندن) کنار پل هارتل که در معبر کوه شیر دروازه و آسمایی قرار دارد. روی امواج ۳۶۰ متر نشرات خود را آغاز نمود دستگاه های فرستنده رادیو را دو آنتن ۲۵ متر تشکیل میداد که در کنار این ساختمان جابجا گردیده بود.» (تنویر، ۱۳۸۷، ۱۷۷)، باید اضافه کرد که درین زمان نظیر این دستگاه ها در اکثر ممالک آسیایی وجود نداشت و در کشور ما امواج دستگاه های مذکور صرف تا کندهار پخش و شنیده می شد.

در مورد ورود تلویزیون به افغانستان باید گفت زمانی ضرورت برای بوجود آمدن تلویزیون به مثابه بزرگترین و با ارزشترین وسیله ارتباط جمعی احساس گردید (کشور جاپان حاضر شد که کار پروژه تلویزیون افغانستان را آغاز نماید که به تاریخ ۲۲ اسد سال ۱۳۵۵ هـ ش مطابق ۱۵ اگست سال ۱۹۷۶ م قرارداد خریداری وسایل تخنیکي تلویزیون بین رییس عمومی رادیو افغانستان و نماینده شرکت (گینی ماتسو گوشوی) جاپان به امضاء رسید که مطابق قرارداد مذکور جاپان وعده سپرد که وسایل تخنیکي تلویزیون را به تاریخ معینه به افغانستان تسلیم نماید و همچنان باری آموزش فنی یک تعداد از کارمندان تلویزیون وعده داد) (جانباز، ۱۳۸۱، ۲).

داکتر عصمت الهی درین مورد چنین می نویسد: «تلویزیون در سال ۱۳۵۶ از کشور ژاپان {چاپان} به افغانستان وارد شد البته مقدمات آن با سفر موسی شفیق نخست وزیر سابق افغانستان در ژاپان {چاپان} فراهم شده بود ساختمان در کنار ساختمان رادیو افغانستان بنا نهاده شد. دستگاه ها و آنتن های آن بالای کوه آسمایی کابل نصب گردید برای اداره و پیشبرد این رسانه جمعی، تعدادی از دانشجویان به کشورهای ایران، بلغاریا و ژاپان {چاپان} اعزام شدند که تعداد از آنها کارمندان وزارت اطلاعات و کلتور {فرهنگ} بودند و بیشتری از آنها در رشته تولید (پرودیوسری) آموزش دیدند» (عصمت الهی، ۱۳۸۲، ۵۰۱).

وضعیت رسانه های همگانی افغانستان (یک دهه اخیر)

اگر قرار باشد ما وضعیت رسانه ها را در افغانستان را از پیدایش رسانه های چاپی در کشور ۱۳۷ سال رسانه سمعی (رادیو) ۸۷ سال و از رسانه بصری (تلویزیون) ۳۴ سال سپری می گردد مطالعه نماییم تحریر آن همه در این مقاله گنجایش ندارد بنا ما صرف وضعیت رسانه ها را بعد از اداره موقت مطالعه می نماییم

بعد از پایه گذاری اداره مؤقت و توشیح قانون رسانه های افغانستان و در پرتو قانون اساسی، قانون رسانه های کشور آزادی رسانه ها را به صورت قانونی تضمین نمود. آزادی به عنوان مطالبه تاریخی طی یک فرآیند کلان تاریخی تحقق یافت و فرصتی را پدید آورد تا اهل قلم نفس بکشند و نیروی حبس شده و انرژی متراکم درونی خود را بروز دهند، آزادی این گوهر گمشده در سیاهی تعجر، تعصب و دگم اندیشی را با هزار زبان فریاد کند.

ما امروز شاهد دست آورد های هستیم که در تاریخ رسانه های افغانستان سابقه ندارد امروز ما در پایتخت کشور در حدود ۲۲۱ عنوان جریده آزاد، ۹۱ عنوان هفته نامه آزاد، ۱۶۱ عنوان مجله آزاد، ۲۷ عنوان روزنامه آزاد، یک عنوان بلوتن، ۱۳ عنوان گاهنامه، ۱۶ عنوان فصلنامه هستیم و همچنان در ولایات کشور ۱۱۹ عنوان جریده، ۶۹ عنوان هفته نامه، ۵۶ عنوان مجله، ۹ عنوان روزنامه، ۲۶ عنوان گاهنامه و ۷ عنوان فصلنامه فعالیت دارند که علاوه بر وسایل چاپی شبکه های رادیویی شخصی و خصوصی که جواز فعالیت را اخذ و ثبت وزارت اطلاعات و فرهنگ اند در پایتخت و ولایات کشور فعالیت دارند چنانچه در پایتخت ۲۴ شبکه رادیو و ۲۳ شبکه تلویزیون و در ولایات ۳۸ شبکه رادیویی و ۹ شبکه تلویزیونی رسماً فعال اند. همچنان قابل یادآوری میدانم که (۹۸) رسانه چاپی دولتی نیز فعال اند. فاضل سانچارکی معین سابق اطلاعات و فرهنگ نیز در مورد این پیشرفت ها می نویسد: «...پیش از صد مرکز تولیدات هنری سینمایی، بیش از ۱۵۰ مطبوعه شخصی و خصوصی و تأسیس ده ها نهاد تولید کننده مواد نشراتی از دست آورد های مهم فضای جدید سیاسی در افغانستان است» (سانچارکی، ۱۳۸۸، ۱۰۲).

یکی از ویژه گی این دوره این است که ژورنالیستان بدون کدام محدودیتی می توانند آزادانه پیام های شان را منتشر سازند. یعنی در سه مرحله اخذ خبر، طبع، ثبت، توزیع و نشر مواد، سانسور قبل از نشر وجود ندارد؛ اما با وصف این امکانات باز هم در برابر رسانه ها چالشهای قرار دارد که درینجا با استفاده از گفت و گو با یک عده سابقه دار ترین ژورنالیستان و دست اندرکاران رسانه های همه گانی کشور مصاحبه های انجام شده که اندیشه های ایشان را عیناً درین جا اقتباس مینمایم:

«با توجه به وضع رسانه ها در افغانستان می توان گفت که از نگاه کمی دگرگونی بی سابقه داشته است. به خصوص از ۹ سال به این طرف که پای جامعه جهانی به نام جلوگیری از پخش تروریسم درین کشور باز شد. در همین مدت کوتاه ما شاهدیم که در بین یک نفوس حدود بیست میلیون با همه کاستی ها از ناحیه پراکنده گی اجتماعی، بی سواد، میراث های جنگ و ضعف اقتصاد، رسانه های همه گانی به سرعت یک موقعیت خاص گرفت. رسانه های همگانی با همه وسعت آن بیشتر در خدمت فرقه ها، گروه ها، حلقه های منفعت جو و معتصبین قومی، نژادی و فرقوی قرار دارد. این عوامل سبب شده است تا ما دارای رسانه های همگانی بی طرف، متعهد و به راستی برای خدمت به عوام نباشیم.» (صدیق، ۱۳۸۹).

درحالی که جدایی مردم از رسانه و رسانه از مردم ناممکن است. یک جامعه سالم با تمام امکانات خود از آزادی رسانه ها حمایت به عمل می آورد، آزادی رسانه ها چون روشنی یا هوای تازه یکی از ضرورت های اصلی انسان معاصر است. در غیر آن جمود و عدم هماهنگی با تحولات مثبت روزگار او را شکنجه نموده و موانع زیادی در پیشرفتهای مادی و معنوی خواهد داشت. «رسانه های امروز کشور هرچند از لحاظ کمی پررنگ می نمایند؛ اما از لحاظ کیفیت و محتوا در سطح بسیار پایین قرار دارند؛ زیرا شرایط فعلی کشور، از هر لحاظ با شرایط و اوضاع کشور های بیرونی قابل مقایسه نیست بعد از گذشت ۹ سال حضور پررنگ جامعه مدنی در کشور، هنوز هم بخش های خدماتی درون نظام کشور، نه تنها از کارایی لازم برخوردار نیستند، بلکه با گذشت هر روز ناکارآمد تر می گردند. سعود فساد اداری، گسترش شبکه های ما فیایی، فقر و بحران اقتصادی در کشور دال بر این گفته ماست. طبعاً این شرایط و اوضاع در بعضی رسانه ها نیز تأثیر گذاشته و به نحوی در فرایند کار آنها دخیل می باشد، فقدان افراد مسلکی و مجرب، عدم هماهنگی بین رسانه های آزاد و از سوی دیگر عدم همکاری دولت و دولت مردان با رسانه های آزاد، عدم امکانات...» (حسین، ۱۳۸۹).

موضوعات مذکور سبب شده است که بی معیاری در رسانه ها، رشد معنویت و تفکر را در جامعه تضعیف کند. در بیشتر از سه دهه اخیر رسانه های همه گانی کشور طوطی سخن رانده اند، اما معیاری برای تمیز خرد و بی خردی در سخن ندارند. در رسانه های بی معیار، معیار های علمی و مسلکی وجود ندارد، بی مسوولیتی غرض آرایه معلومات سالم برای مردم، بی اهمیت انگاشتن انعکاس نظریات مخالف، ترس از مباحث عقلانی، زورگویی، هتک حیثیت، پخش افتراء و

شایعات دروغین معیار رسانه های بی معیار است، درحالیکه معیار عامل نظم رشد در هر عرصه زنده گی اجتماعی است.

در مورد عدم اعتماد مردم بر رسانه ها در افغانستان فیض الله محتاج رییس بیهقی چنین اظهار نظر می نماید: «مردم به طور طبیعی گرایش دارند، تا از ماهیت رویداد ها طوری که اتفاق افتاده مطلع شوند، اما دادن رنگ به رویداد ها باعث سلب اعتماد مخاطبان شده و روز به روز از حمایت مردم، بیطرفی، توازن رسانه ها کاسته شده است.» (محتاج، ۱۳۸۹).

آنچه مبرهن است اینکه ژورنالیزم {روزنامه نگاری} به مثابه یک واحد ارگانیک فعالیت اجتماعی و سیاسی به ایدیولوژی یک طبقه مشخص و آفرینش های اتکاء دارد که مستلزم سطح لازم کار مسلکی است. فعالیت اجتماعی و سیاسی بر محتوای مطالب مستقیم اثر می گذارد. گزینش مسایل و عناوین برای بحث و نیز ارزیابی امنیت اجتماعی اطلاعات، خلاقیت به شکل و محتوای مطالبی که پخش می شود، انتخاب یک ژانر {گونه} به گزینش شیوه مناسب بیان تأثیر دارد. اما درین اواخر تناسب میان گزینش مطالبی که رسانه ها به منظور اطلاع رسانی، تربیت کردن و ایجاد سرگرمی پخش و نشر می نمایند، وجود ندارد. در بیشتر رسانه ها پخش و نشر مطالب تفریحی چربی می کند که درین ارتباط پوهنیار سخی منیر چنین می گوید: «هر مطلب که به نیاز های روانی انسان پاسخ می دهد، انسان به خاطر ارضای کنجکاوی و سرگرمی و پر کردن اوقات فراغت خویش آنها را دنبال می کند. بنابر این مطالب سرگرم کننده و تفریحی، صفات و مشخصات مطالب آگاه کننده را دارا می باشد که حقیقی و عینی بودن آنها رعایت نمی شود، سرعت انتشار، کامل و جامع بودن آن نیز اهمیت ندارد.» (منیر، ۱۳۸۹)

رشد شتابنده فناوری جدید در عرصه رسانه های همگانی سبب شده که عصر کنونی را بنام عصر انفجار اطلاعات و ارتباطات بنامند. فناوری جدید در پهلوی مزایای آن چیزهای را هم از انسان گرفته است، گزینه های مختلفی مظاهر فناوری و جهانی شدن امروز برایش تقدیم می کند کدام را انتخاب کند.

پیدایش فناوری جدید مظاهر انترنیت، رسانه های دیداری و شنیداری، بازیهای کمپیوتری و مانند آن سبب بلعیدن و ریزش تیراژ رسانه های چاپی گردیده است. امروز فرهنگ مطالعه به سطح بسیار نازل قرار دارد. این مشکل جهانی است و امروز مردم برای بدست آوردن اطلاعات و معلومات کافی در مسایل مورد علاقه شان از انترنت استفاده می نمایند مگر در افغانستان استفاده از فناوری جدید نه به منظور کسب اطلاعات و معلومات جدید و ارتقای سطح دانش مسلکی؛ بلکه استفاده از فناوری بیشتر جنبه مصرفی دارد.

نشرات رسانه های همگانی امروزی کشور به گونه مسلکی و آفاقی نیست، روی این علت بالای گیرنده گان اثر گذار نمی باشد درحالیکه در تاریخ روزنامه نگاری کشور، ما سه مرتبه نشریه های آزاد و خصوصی داشتیم و با وصف آنکه تعداد این نشریه ها بسیار اندک بود اما محتوای آنها متکی به یک سلسله ارزشها بود که بالای گیرنده گان تأثیر فوق العاده داشت و در مورد اینکه چرا ما امروز رسانه اثر گذار نداریم محمد ظاهر صدیق چنین میگوید: «امروز با این همه امکاناتیکه گرداننده گان روزنامه ها دارند نه توانسته اند کتله های عظیم مردم را به گرد خویش جمع کنند. این ها وارث سه دوره بحران بزرگ در سی سال گذشته بوده اند. دوره اشغال، دوره پراکنده گی های داخلی، دوره طالب و با لخره دوره موجود که افغانها جمع قدرت های خارجی مشغول پیکار برای آوردن تعادل در کشور می باشند. در این دوره تمرکز قدرت ها در داخل و سرازیر شدن سرمایه و حلقه های فکری از بیرون همه دست به دست هم دادند تا در جریان شرایط موجوده راه خود را به پیش باز کنند.

درین میان حلقه های متکی به منفعت، جناح ها قدرت متکی به قوم، نژاد و پول عرض وجود کردند اینها همه باید حرف خود را داشته باشند و تقریباً همه از خود نشریه دارند. وقت به کار است تا یک حلقه فشار ملی این همه را دریک جهت سالم سوق دهد.» (صدیق، ۱۳۸۹)

با این همه مشکلات ازین حقیقت نمی توان انکار کرد که ما در بین رسانه های خصوصی و آزاد، رسانه های داریم که نشرات آنها متکی به ارزش های ملی و مسلکی بوده، به اسرع وقت حقایق جاری کشور را انعکاس و تحلیل های جامع از موضوعات مختلف و ضروری کشور را ارایه می نمایند که با تأسف تعداد این گونه رسانه ها بسیار اندک است و این گونه رسانه ها یا در اثر فشار از بین می روند و یا بعد از گذشت مدت زمان کوتاه از زاویه دیگری سر می کشند. به

هر صورت این رسانه ها غنیمت این دوره است که حتی گیرنده های پیام این نشریه ها هر روز انتظار نشر مطالبی را از طریق این رسانه ها دارند که نیاز های درونی و عطش اطلاعاتی شان را مرفوع نماید؛ زیرا همچو رسانه ها خود به حیث یک چتری ارباب بر جامعه اثر خود را میگذارد و جرئت تخلف را از متخلف میگیرد.

نباید تمام چالش های موجود رسانه ها را به دوش دست اندرکاران رسانه ها ی همگانی انداخت. پرداختن به این مهم به وقت، سرمایه و افراد مسلکی، متخصص نیازمند است. در ژورنالیزم یک اصل، سرعت در انتقال و انتشار اطلاعات است که متأسفانه رسانه های ما در فضای داغ جنگی خدمات خود را دنبال کرده نمی توانند؛ زیرا از یک طرف زیر فشار محیط، عدم ارتباط با منابع و به مراجع خاص، نداشتن دست آزاد و نه رسیدن به موقع به محل واقعه وحادثه، آنها را از نشر حقایق و رویداد های دست اول دور نگه میدارد. خبرنگار ما از ساحات جنگی پوشش خبری ندارند و رسانه های بیرونی این ابتکار خبری را از رسانه های ما گرفته اند.

نتیجه

رسانه ها نقش بسیار مؤثر در تبلیغ، ترویج و سازمان دهی افکار عامه را به عهده دارند، و رسانه ها کشور ما در دوره های مختلف تاریخی، چه در چوکات دولتی و غیر دولتی مؤثریت و اثرگذاری خود را ثابت ساخته اند. چنانچه، در دوره «سراج الأخبار افغانیه» با وجود عدم موجودیت مطبوعات آزاد جریده مذکور در حصول استقلال سیاسی، تدوین نخستین قانون اساسی افغانستان، تجدد و روشنگری، بیدار ساختن افکار مردم در تفکیک قوای سه گانه و مطالب سرنوشت ساز دیگر نقش اساسی داشت، همچنان مطبوعات دوره بیداری سیاسی و مطبوعات دهه دموکراسی، افکار عامه را قسمی بسیج و جهت دهی نمود که در اثر فشار افکار عامه از طریق جراید آزاد این دوره پنج بار حکومت تغییر کرد، رسانه های این دوره نیز بالای عرصه های مختلف حیات سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی جامعه افغانستان، مؤثریت و تأثیرگذاری خود را عرصه جهانی به اثبات رسانید. چنانچه، ریچارد نکسن رییس جمهوری امریکا فقط با یک افشاگری مطبوعاتی از صحنه بیرون رفت و هم دیدیم که افشاگری های دو هفته پیش «ویکی لیکس» در جهان به خصوص در حوزه ما چه غوغایی را برپا کرد و هنوز هم این سلسله دوام دارد. این قدرت رسانه یی را می توان اثرگذاری و افشاگری رسانه ها در یک فضای آزاد دانست. و ما امیدواریم که دست اندرکاران رسانه ها از این آزادی حد اعظم استفاده را به عمل آورند تا ملت در یک روشنی تمام و قضاوت بیطرفانه راه نجات را در پیش گیرند و با یک وحدت کامل فکری و عملی بر مشکلات فایق آیند و این صرف درحالی ممکن است که رسانه ها به جای تبلیغ افتراق، اتفاق کنند و به جای منفعت فردی، نفع عامه را بجویند. رسانه های که در شیوه کار خود چنین اصولی را سرمشق خود قرار می دهند افراد جامعه را آگاه می سازند و جامعه آگاه هیچوقت شکست نخواهد خورد؛ ولی جامعه که به اسارت فرهنگی تن می دهند، جزء قربانی نمودن خویش دست آورد دیگری نخواهند داشت.

نویسنده، خبرنگار و هنرمندی که رازهای انگیزنده، علت یاب، بیدارکن و بیسج گر را از مردم کتمان کند تا مردم ندانند، نگویند و نشنوند، چنین نویسنده، خبرنگار و هنرمند نوکران گوش به فرمان عاملین استبداد و استعمار اند، نه دوستان مردم.

رسانه ها رسالت وظیفوی شان را درک نمایند و با در نظرداشت نیازهای فکری و عقیدتی مردم زمینه تهاجم فرهنگی و ترویج فرهنگ مغایر با ارزش های فرهنگی، آداب و سنن مردم را مساعد ننمایند. امروزه رسانه های تصویری غیر دولتی در کشور ما با نشر برنامه های یک نواخت، تکراری، غیر ضروری و خلاف ارزش های اسلامی و وقت گیر برای تمام اتباع کشور به ویژه برای کودکان و نوجوانان معضلات تعامل برانگیز را در عرصه های مختلف زنده گی اجتماعی شکل داده اند.

پیشنهاد ها

۱. دولت یک مقدار سببایدی را باید برای رسانه های خصوصی و آزاد در نظر گیرد. مطبوعه و کاغذ چاپ را در اختیار شان قرار دهد و زمینه نشر اعلانات را از طریق رسانه های آزاد و غیر دولتی مساعد گرداند تا رسانه ها از وابسته گی بیگانگان رهایی یافته و مصدر خدمت به افراد جامعه گردند؛

۲. امتیاز رسانه ها به کسانی داده شود که در پهلوی تعهد مسلکی سویه تحصیلی حد اقل لیسانس ژورنالیزم را داشته و برای منافع و وحدت ملی کار نمایند؛
 ۳. دولت یک تعداد از رسانه ها برقی چون: تلویزیون و صفحه های انترنتی که خلاف ارزش های اسلامی و ملی ماست و برنامه های آن برای جوانان و نوجوانان نهایت وقت گیر بوده و از رسانه مذکور بحیث یک وسیله مصرفی استفاده میکنند کاملاً از بین ببرد؛
 ۴. برای ارتقای سطح دانش مسلکی کارمندان رسانه ها، کارگاه ها، سیمینار ها و میز ها مدور دایر گردد.
- پس قوت، غنای و آزادی فعالیت رسانه یی جامعه ما در کارکرد، هماهنگی و همبستگی بیشتر و عمیق مردم ما نهفته است.

منابع و مأخذ:

کتاب:

۱. آهنگ، محمد کاظم (۱۳۴۹). سیر ژورنالیزم در افغانستان. کابل: انجمن تاریخ و ادب افغانستان
۲. انخو، زرین (۱۳۸۹). په افغانستان کی د رادیو تاریخچه د رادیویی خبرونو اساسی پیل. آواز (۴).
۳. تنویر، محمدحلم (۱۳۸۳). تاریخ روزنامه نگاری افغانستان. پشاور: مرکز نشرات اسلامی صبور.
۴. جالف (۱۳۳۱). اساس های ژورنالیزم. مترجم دوکتور سهیل
۵. جانباز، شهنواز (۱۳۸۱). دافغانستان تلویزیون
۶. صلجو، جهانگیر (۱۳۴۸). تاریخ مطبوعات جهان. تهران: انتشارات امیر کبیر.
۷. سانچارکی، فاضل (۱۳۸۸). فرهنگ و رسانه ها. مجموعه مقاله. کابل: مطبعه سحر.
۸. محمود طرزی (۱۲۹۰). سراج الاخبار افغانیه. شماره اول.
۹. عصمت الهی، محمد هاشم (۱۳۸۲). نظام های مطبوعات افغانستان. تهران: چاپ ناصح.
۱۰. حبیبی، عبدالحی (۱۳۶۷). جنبش مشروطیت در افغانستان. چاپ دوم. کابل: مطبعه دولتی.

مصاحبه ها:

۱. حسین، خادم. (۱۳۸۹). وضعیت رسانه ها در افغانستان. مدیر مسؤول روزنامه اراده. (فرزانه. حبیبی، مصاحبه کننده)
۲. صدیق، د. محمد ظاهر. (۱۳۸۹). وضعیت رسانه ها در افغانستان. رئیس کابل تایمز و سابقه دار ترین مطبوعاتی کشور. (فرزانه. حبیبی، مصاحبه کننده)
۳. محتاج، فیض الله. (۱۳۸۹). وضعیت رسانه ها در افغانستان. رییس بیهقی. (فرزانه. حبیبی، مصاحبه کننده)
۴. منیر، پوهنیار. سخی. (۱۳۸۹). وضعیت رسانه ها در افغانستان. رییس آرشیف ملی. (فرزانه. حبیبی، مصاحبه کننده)

رسانه‌ها و دموکراسی

مقدمه:

وسایل ارتباط همگانی مانند پلی میان دولت، جامعه مدنی و مردم قرار دارد و ارتباطات به مفهوم امروزی، یعنی انتقال سریع آگاهی‌ها و فرهنگ پربار انسان‌ها در سراسر جهان، زمینه کوشش برای جهانی شدن را فراهم می‌سازد و تحت شعاع ارتباطات با استفاده از تکنالوژی معاصر انسان وارد دهکده جهانی می‌گردد. بشر امروز (عصر- سرمایه داری) بزرگترین سرمایه نیروی بشری را می‌داند و سرمایه گذاری بالای آگاهی و تعلیم و تربیه‌ی انسان‌ها را ثربارترین سرمایه گذاری به حساب می‌آورد.

یکی از وظایف عمده رسانه‌های همگانی دادن آگاهی به مردم است و عدم آگاهی یکی از شاخص‌های فقر محسوب می‌گردد که فقر در تمام ابعاد نبود انکشاف بشری است. رسانه‌های همگانی با دادن آگاهی به مردم روند انکشاف را سریع می‌سازد و برای بلند بردن سطح تعلیم و تربیه که مهمترین عامل انکشاف، آزادی و دموکراسی به حساب می‌آید، از موثریت خاصی برخوردار است.

دموکراسی چیست؟

دموکراسی مرحله‌یی از رشد بشر است، که تمام مردم یک جامعه در آن خود را در تعیین سرنوشت شان سهیم و مستحق می‌دانند و مولفه‌های آن عبارت است از:

- حاکمیت مردم بر سرنوشت سیاسی و اجتماعی خودشان؛
- قانون مداری و تطبیق یکسان قانون بالای تمام اتباع؛
- آزادی بیان، عقیده و رعایت حقوق فردی؛
- عدم اعمال خشونت و تأمین عدالت اجتماعی است؛
- سهیم بودن مردم در مسایل اجتماعی؛
- شفافیت در امور دولتی و رفع نیازهای مبرم مردم؛
- انتخابی بودن نمایندگان مردم و مقامات در حاکمیت دولتی؛
- مستقل بودن سه قوه به شمول قوه چهارم (رسانه‌های همگانی)
- پاسخگو بودن مقامات دولتی برای مردم؛
- کثرت‌گرایی و همدیگر پذیری.

انکشاف چیست؟

اصطلاح انکشاف بشری یعنی دست یافتن به امکانات بهتر زندگی؛ مانند: غذا، آب پاک، سرپناه مصون، برخوردار شدن از تعلیم و تربیه، صحت و بالآخره آگاهی یافتن از همه چیز و متمدن شدن است. طبیعی است که با آشکار شدن رازهای طبیعت و خصوصیت های انسان و جوامع بشری همان گونه که انسان به مراحل رشد، تکامل و بلوغ خود می‌رسد، جامعه نیز به مدارج پیشرفت گام می‌گذارد و زمینه برای ایجاد دموکراسی فراهم می‌گردد، که در این راستا رسانه های همگانی این وظایف را به دوش می‌کشند:

- تدارک اطلاعات بیشتر برای تصمیم گیری بهتر؛
- تاثیر گذاشتن بر ساخت قدرت و کنترل آن؛
- کاستن پیامد های روانی توسعه و انکشاف؛
- تطبیق دادن اذهان مردم با تحولات سریع؛
- ایجاد پیوستگی میان نهاد های ازهم گسسته در روند انکشاف.

رشد چیست؟

رشد در لغت به معنای راست شدن و گام گذاشتن در مرتبه های بلند و راه حقیقت است؛ پس برای جستجو، دریافت، تعلیم و گام گذاشتن در راه ترقی، انسان باید در واقعیت ها سیر و سفر بیشتری داشته باشد تا حقایق بیشتری را کشف کند. انسان همیشه آرزو داشته است تا دانستنی های خود را به هموعانش برساند و تا دور دست ها به آنچه پی برده است دیگران را نیز واقف سازد.

ارتباط همگانی و وسیع یکی از آرزو های دیرینه بشر است، که باگذشت زمان و دست آورد های جدید وبا برداشتن گامهای بزرگ در سیر انکشاف هیچ گاه تضعیف نگردیده است، در زمینه سیاسی انسان در مرحله دموکراسی رشد خود را تجربه می‌کند و با آنکه از استبداد بیشترین رنج را می‌برد هنوز بدیل عملی آنرا بعید می‌داند.

رسانه ها در روند رشد بشری، پرورش سیاسی و مشروعیت بخشیدن امور دولتی این نقش ها را بازی می‌کند:

- مطلع ساختن افراد از دیدار های سیاسی؛
- آشنا ساختن مردم با رهبران سیاسی و با هدف و طرز تفکر دو طرفه؛
- برقرار کردن گفت و شنود سیاسی بین توده و گردانندگان سیاست؛
- گسترش افق های فکری؛
- پرورش سیاسی، تحرک سیاسی و تجهیز سیاسی.

تمدن چیست؟

همکاری افراد یک جامعه در امور اقتصادی، اجتماعی و سیاسی با همدیگر، رعایت اخلاق و آداب شهری و همچنان تطبیق قانون بالای تمام افراد به صورت یکسان و بدون تبعیض مظاهر تمدن است، که این همه بدون آگاهی و توافق بین افراد جامعه و ارتباطات مداوم میسر نیست.

ارتباط چیست؟

ارتباط^{۱۴}، عبارت از عمل برقرارکردن رابطه‌ی مفهومی، رساندن پیام، انتقال معنا و هدف، آگاه ساختن، مکالمه، مراوده و تاثیر متقابل و یا عملی است که طی آن یک یا چند نفر به تبادل خبر، اطلاع، نقطه نظرها، گرایش‌ها یا خود می‌پردازند. (فانوس، ۱۳۸۲، ۱)

نخستین کشورهایی که در زمینه ایجاد وسیله نشر خبرها اقدام کرده و آنرا با غرایز اطلاع‌دهی و طلب آگاهی مطابقت داده‌اند، در جهان غرب امپراتوری روم و در شرق کشور چین بوده است. در یونان باستان نخستین مکاتب به نام لیسه ایجاد شد و بالایی انسان و دانش او برای پیشرفت انواع علوم و فلسفه سرمایه‌گذاری صورت گرفت. در روم باستان که به وسیله ارتباطات بیشتر مردم از آگاهی بیشتر برخوردار بودند و علم و هنر رونق گرفته بود، امپراتوران به فکر ایجاد امپراتوری‌های بزرگتر گردیدند.

رومی‌ها ۲۰۰۰ سال قبل از امروز دادن آگاهی به مردم را زمینه‌ی برای انکشاف می‌دانستند و در نشریه‌های ویژه امپراتوری «ژول سزار» و دیگر امپراتوران زمان از کارکردهای دولت مردم را مطلع می‌ساختند و چینیایی‌ها مطابق دساتیر کنفوسیوس در قرن نهم میلادی یعنی تقریباً ۷۰۰ سال قبل از اختراع گوتنبرگ آلمانی برای این منظور یک نوع چاپ دستی را اختراع کردند و تصادفی نیست که امروز در شرق پیشرفته‌ترین کشور جهان چین محسوب می‌گردد.

در قرن ۱۵ میلادی دانشمند معروف ایتالوی «ماکیاول» با توجه به افکار عمومی شیوه‌های حفظ قدرت را به شهزادگان با استفاده از هر حیله و نیرنگ آموخت. شیوه‌های سیاسی این دانشمند رهبرانی را چون «موسلینی» در ایتالیا و «هتلر» در آلمان به وجود آورد، که منجر به ایجاد فاشیسم و جنگ‌های جهانی شد، زیرا این کشورها در پهلوی سایر عوامل اقتصادی و اجتماعی در ایجاد ارتباطات نخستین گام‌ها را برداشته بودند و اکنون هم ادعای کشورهای بزرگ جهان مانند ایالات متحده آمریکا و امثال آن در اینکه دموکراسی و آزادی را برای سایر کشورها به ارمغان می‌برند بیشتر در همین آزادی‌اطلاعات و وسایل ارتباط همگانی است.

انقلاب‌های اجتماعی قبل از ایجاد وسایل ارتباط همگانی حرکت بسیار بطی در جهان داشته و ساحت تأثیر آن نیز بسیار محدود بوده است، اما با ایجاد این وسایل سرعت زیادی کسب کرده است.

قیام‌های بردگان در اروپا مدت زیادی را در بر گرفت و تا قرن ۲۰ مظاهر آن در کشورهای عقب مانده دیده می‌شد.

از قرن ۱۷ تا قرن ۲۰ میلادی انقلاب‌های انگلستان (۱۶۸۸)، آمریکا (۱۷۶۶)، فرانسه (۱۷۸۹)، روسیه (۱۹۱۷) همه و همه برای گام نهادن در زندگی عادلانه و تساوی حقوق به وجود آمد که به نحوی نظام‌های اجتماعی سیاسی را تحت تاثیر قرار داد، اما به هیچ صورت تمام اشکال بهره‌کشی و ظلم را نابود کرده نتوانست.

ارتباطات زمینه آنرا مساعد ساخت که طبقات پایین جامعه متوجه حقوق خود شوند و به گونه‌های مختلف کسب آگاهی کنند، تا همیشه زیر دست باقی نمانند. در سال‌های ۱۷۸۰ گذر از یک جامعه پیش‌مدرن به یک جامعه مدرن در سراسر اروپا محسوس شد، زیرا با انکشاف صنعت و توسعه ارتباطات منافع تجاری و سلیقه‌های مصرفی، ارتباطات اقتصادی کهنه را تحت شعاع قرار داد و این پیش‌آمد مردم عادی را از انزوای اقتصادی، نبودکار و فعالیت و عدم سهم‌گیری همه جانبه در تحولات سیاسی - اجتماعی بیرون کشید.

با درک اوضاع و احوال جدید در پرتو صنعت چاپ که در سراسر کشورهای اروپایی و آمریکا توسط قشر - باسواد تعمیم می‌یافت، طبقه متوسط از دوطرف، یعنی از عقب افتادگان طبقه‌های بالایی و رشد یافتگان طبقه‌های پایینی، انکشاف می‌یافت. نویسنده‌ی کتاب «آینده‌ی آزادی» در این مورد می‌نویسد: "توکویل چند روز پیش از ورودش به ایالات متحده آمریکا در سال ۱۸۳۱ در خاطراتش نوشت که در آمریکا به نظر می‌رسد، کل جامعه به تدریج در یک طبق متوسط

^{۱۴} Communication

حل شده است." (فرید، ۱۳۸۴، ۵۲) ... زیرا جامعه آمریکا از قبل طبقه های معین را صاحب قدرت و احترام نمی دانست و از یک فرهنگ خاص کهن ساخته نشده بود، بلکه ظرف ذوبان تمدنه^{۱۰} بود و هنوز هم چنین گفته می شود.

برای دولت های امروزی دادن آگاهی برای مردم به يك امر ناگزیر مبدل شده است و با آنکه در بسا موارد نتایج آتی و منفعت زودرس ندارد و حتا گاهی باعث عدم ثبات برای دولت ها می گردد، هیچ دولتی نمی تواند از آن طفره برود. هدف اصلی پخش اطلاعات و سراسری ساختن تعلیم و تربیه با رسانه های همگانی سمت دهی مردم به سوی روشنایی و آگاهی است، آنچه انسان برای آزادی و خودگردانی به آن نیازمند است. هیچ کشوری نمی تواند برای خود گذشته تازیهی بسازد، اما می تواند آینده را عوض کند، که آن هم با استفاده از تجارب تلخ و شیرین گذشته میسر شده می تواند.

رسانه های همگانی برای تاریخ فردا موضوع تهیه می کند و مردم را از گذشته های شان آگاه می سازد. اطلاعات نادرست مانند هر پدیده ی منفی دیگر می تواند تاثیر منفی در زندگی انسانها وارد کند و از همین رو در هر نوع تبلیغات و اطلاع رسانی کارآیی تبلیغاتی، تساوی آگاهی و اطلاع رسانی، پایداری و توان بخشی- مردم به وسیله اطلاعات منحیث ضرورت های مقدماتی در نظر گرفته می شود. در هیچ نظامی نمی توان تمام تبلیغات را درست و حسابی فرض کرد؛ اما مردم همیشه تنها از روی حقیقت های مبرهن به واقعیت ها پی نبرده اند، بلکه واقعیت ها در اصطکاک با باطل گاهی بیشتر از پیش صیقل می یابد.

از دیدگاه فلسفی معرفت در نظر مکتب ابطال عبارت از " درس گرفتن از خطا ست." صدافت و امانت علمی در روشن کردن خطا هاست؛ اگر کسی به این فکر باشد که کاری کند که دچار اشتباه نشود (به چنین توهمی گرفتار شود) به باور «پوپر» از بن سنگ خطایی در علم گذاشته است؛ انتقادی که «پوپر» بر «دکارت» وارد کرده است، همین است.

مکتب فلسفی «دکارت» چنین می گفت: "از يك مقدماتی باید شروع کرد که هرگز اشتباه نکنیم؛ از بن سنگ را به گونه یی بچینیم که پس از آن دچار اشتباه نشویم؛ یعنی به اندازه یی باید در ضوابط و مقدمات دقت کرد که کوچکترین اشتباهی در آن نباشد، تا بتوان آن چنان پیکره یی از علم درست کرد که خطایی در آن نباشد؛ ولی کسی که می گوید: " معرفت یعنی درس گرفتن از خطا " او با گفته «دکارت» از بن مخالف است؛ یعنی از نظر او این سخنان بدترین خطاها و بد فهمیدن علم است.

«پوپر» می گوید: " بنا کن و در راه بنا کردن از خطا ها درس بگیر!" اما «دکارت» که تا این اندازه تلاش کرد تا علم و معرفت خود را بر مفاهیم روشن بنا کند، پیروزی چندانی نداشت و سخن او درست درنیامد (سروش، ۱۳۸۴، ۱۸ و ۲۱). در همه حال در عصر ارتباطات، انسان ها علاوه از آنکه از تجارب مثبت همدیگر خود سود می برند، از خطاهای یکدیگر نیز می آموزند و اشتباهات را کمتر تکرار می کنند، از همین جا ست که یکی از وظایف و اهداف مهم وسایل ارتباط همگانی آموزش از خطا ها و اشتراک در تجربه های دیگران بدون احساس گناه است.

آگاهی اولین مرحله ی مقابله با فقر است: انسان های آگاه کمتر آ له دست دیگران قرار می گیرند و اسیر فقر می گردند، می گویند: "توانا بود هر که دانا بود!" انسان توانا دیگران را رهبری می کند در حالیکه انسان ناتوان اسیر دست دیگران است.

یکی از شاخص های فقر عدم آگاهی گفته می شود؛ تمام کشور های جهان طرق مختلف را برای آموزش در پیش گرفته اند، تا فقر زدایی را در سر لوحه کار خود قرار دهند، زیرا نظام های سیاسی اجتماعی که با فقر مادی مواجه اند، امکان سقوط شان بسیار بیشتر از نظام های مسلط بر کشور های متمدن و مردم دارا است.

«آدام پژورسکی» و «فرناندولیمونگی» در فاصله سالهای ۱۹۵۰ تا ۱۹۹۰ کشورهای جهان را مورد مطالعه قرار داده اند و چنین نتیجه گرفته اند، که عاید مردم و اندازه فقر بالای بقای نظام های سیاسی تاثیر مستقیم دارد؛ چنانچه در تحقیق آنها می خوانیم:

^{۱۰} melting pot

^{۱۱} To learn from our mistakes

"در يك کشور دموکراتیک که درآمد سرانه آن کمتر از ۱۵۰۰ دالر باشد حد متوسط طول عمر رژیم آن از هشت سال تجاوز نمی‌کند. با درآمد سالانه ۱۵۰۰ تا ۳۰۰۰ دالر اوسط طول عمر رژیم به هژده سال می‌رسد. اگر درآمد سرانه بالا تر از ۶۰۰۰ دالر باشد رژیم بسیار مقاوم می‌شود. احتمال اینکه يك نظام دموکراتیک در کشور با درآمد سرانه‌ی بالا تر از ۶۰۰۰ دالر از بین برود ۱/۵۰۰ (يك بر پنجصد) است. دموکراسی‌ها اگر ثروتمند باشند مرگ ندارند. ۳۲ نظام دموکراتیک با درآمد سرانه ۹۰۰۰ دالری اندکی بیشتر از آن در مجموع ۷۳۶ سال عمر کرده‌اند و هیچ کدام از بین نرفته‌اند، در مقابل از ۶۹ رژیم دموکراتیک فقیر ۳۹ رژیم آن سقوط کرده‌اند. به این ترتیب می‌توان نتیجه گرفت که اگر کشوری با عاید سرانه از ۳۰۰۰ تا ۶۰۰۰ دالر برای گذار به دموکراسی تلاش کند موفق خواهد شد." (فرید، ۱۳۸۴، ۷۶)

مردم خود به خود و بدون تلاش دولت‌ها از فقر بیرون شده نمی‌توانند و اگر هم بتوانند، مدت زیادی را در بر می‌گیرند؛ زیرا تحولات اجتماعی مانند تحولات طبیعی بدون ابتکار عمل و ترویج آگاهی در بین انسان‌ها زمانگیر است و حتا نسل‌ها را در بر می‌گیرد. ارتباطات ساحت تفکر انسان‌ها را توسعه می‌بخشد و زمینه‌های فعالیت و سهم‌گیری در زندگی اجتماعی را فراهم می‌کند. انسان‌های مطلع و آگاه برای خود و جامعه خود مصدر خدمت بهتر شده می‌توانند.

آگاهی تهاداب دموکراسی است:

اساس يك «جامعه دموکراتیک» مبتنی بر آزادی بیان است؛ در این نوع جامعه، چه افراد حقیقی و چه افراد حقوقی، آزاد اند که اطلاعات، عقاید و یا پیام‌های خود را چه به صورت افکار و عقاید هنری، مذهبی، علمی، سیاسی، اقتصادی و چه به صورت آگاهی‌های تجارتي و یا حتا موسیقی و هر وسیله ممکن پخش کند و اما آزادی پخش و انتشار و آزادی دریافت لازم و ملزوم یکدیگر اند؛ زیرا اگر پخش و انتشار و دریافت اطلاعات، ایده‌ها یا پیام‌ها امکان پذیر می‌شوند، به این دلیل است که جستجو، آزادی پخش و انتشار و آزادی دریافت، از ارکان مهم آزادی بیان و به هم پیوسته است.

در جهان ارتباطات انسان به انواع گوناگون آگاهی‌های اجتماعی و خود آگاهی می‌رسد و دیگر خود را تنها احساس نمی‌کند؛ در وسعت جهان انسان متوجه انواع فعالیت و همچنان نیازمندی‌های محیط و ماحول خود می‌گردد. دموکراسی محلی، در سطح شهر کوچک رشد ابزار اصلی دموکراسی همانا ژورنالیزم (روزنامه‌نگاری) مردمی^{۱۷} و ژورنالیزم مدنی^{۱۸} است که به مثابه یک جنبش در ۱۹۸۰ شروع شد و اکنون به سطح مجموعه چند وجهی از طرح‌ها برای پیشرفت کرده است.

ارتباطات از هر سو به انسان تلقین می‌کند که در جهان دیگری پا گذاشته و موجود متحولی شده است؛ انسان در کمال هوشیاری جایگاه خود را تعیین می‌کند؛ در جهان ارتباطات انسان می‌خواهد با گذشته خود وداع گوید و اگر از آن استفاده هم کند در جهت پیشرفت است و کمتر در منجلاب کشمکش‌های گذشته دست و پا می‌زند، زیرا هر روز با پرسش‌ها و پاسخ‌های تازه رو به رو می‌گردد.

اندیشه‌های خلاق و روحیه ساز در عالم ارتباطات هر انسانی را به خود جلب می‌کند؛ وسایل ارتباط همگانی مانند آینه در برابر انسان الگوهای مثبت و منفی را به نمایش می‌گذارد، تا در مقایسه و مقابله با این الگوها یا نمونه‌های عام خود را دریابد و بالایی شخصیت و کار کرد‌های خود قضاوت کند. در وجود هر فرد و گروه احساس خود سالاری و خود شایستگی یا تبارز اعمال بهتر وجود دارد، که به اثر شناخت دقیق و تسکین حس کنجکاو آهسته آهسته خود را به سوی هدف هدایت می‌کند. هرگاه افراد یا گروه‌ها در زندگی موفق و پذیرفته شده هم باشند در عالم ارتباطات به خود باوری می‌رسند و با خود محوری سازنده تر با موفقیت بیشتر گام می‌گذارند

انسان‌ها بعد از ایجاد وسایل ارتباط همگانی خود را قوی تر و پیام خود را موثر تر یافته‌اند؛ مقتدر و باور مند از گذشته‌ها اند و در جهت سازماندهی برای هر هدفی خود را نیرومند تر از پیش می‌بینند. ارتباطات به انسان قدرت تصمیم‌گیری می‌دهد و او را از تردید‌رهایی می‌بخشد، گرچه عده‌یی از دانشمندان در غرب معتقد اند که در جهان ارتباطات انسان در يك حالت سردرگمی قرار دارد و منتظر احوال دیگران، اخبار و اعلانات است، اما نمی‌توان آنرا در

^{۱۷} public Journalism

^{۱۸} Civic Journalism

سراسر زندگی تعمیم بخشید، زیرا هر پدیده‌یی ابعاد مثبت و منفی خود را دارد، که در جهان سرمایه توجه زیاد به منفعت مادی فرد جنبه های منفی این وسایل را بیشتر متباز ساخته است.

ارتباطات قدرت رهبری را بیشتر می‌سازد؛ یکی از خصلت های قابل توجه وسایل ارتباط همگانی قدرت رهبری و مدیریت و همچنان قدرت سازماندهی آنها است؛ احساس مسولیت پذیری برای دست اندرکاران وسایل ارتباط همگانی نسبت به دیگران بیشتر است و در همه حال با اغماض از تبلیغات خصمانه که مردم به کنه آن پی برده باشند، توجه به پیامی که از طریق وسایل ارتباط همگانی پخش و نشر می‌گردد بیشتر است؛ تشویق در وسایل ارتباط همگانی نسبت به سایر انواع تشویق، مانند انتقاد و افشاگری چندین برابر موثر است. افراد مستعد آرزو دارند تا به این وسیله خود را به مردم بشناسانند و خطاکاران سخت از آن هراس دارند.

نویسنده‌ی کتاب تکنولوژی فکر می‌نویسد: "انسان فرشته‌ی زیبایی است که فقط یک بال دارد و زمانی می‌تواند قدرت پرواز داشته باشد که با دیگری ارتباط برقرار کند و صاحب دو بال شود، تا بتواند در آسمان موفقیت‌ها پرواز کند. ما انسان‌ها به عنوان موجودات اجتماعی در جامعه زندگی می‌کنیم؛ هرکاری که انجام می‌دهیم و هر دستاوردی که به دنبالش باشیم به گونه‌یی به دیگران هم ارتباط پیدا می‌کند، لذا مهمترین عامل موفقیت شما در کارهایتان برقرار کردن یک رابطه‌ی زیبا و درست با دیگران است. اصولاً موفقیت از راه ارتباطات حاصل می‌شود. دانشمندان تکنولوژی فکر در دنیا معتقد اند که ارتباطات مهمترین عامل موفقیت انسان است. گفته می‌شود که ثروتمندترین انسانها در دنیا کسانی اند که بیشتر و بهتر می‌توانند با دیگران ارتباط برقرار کنند." (علی رضا، ۱۳۸۶، ۱۶۳)

دانشمندی می‌گوید: "کار انسان را ایجاد کرد." و دیگری می‌گوید: "احتیاج مادر ایجاد است." ارتباطات انسان‌ها را از احتیاج همدیگرشان آگاه می‌سازد، پس همه به کار و فعالیت رو می‌آورند تا رفع احتیاج همدیگر را بکنند و کار به نوبه‌ی خود انسان جدید و جدیدتر را ایجاد می‌کند. زندگی اجتماعی خواست های بزرگ را برای انسان‌ها به ارمغان آورده است و ارتباطات این خواست‌ها را ابعاد گسترده‌تری می‌بخشد؛ داشتن هدف‌ها عامل موفقیت است و ارتباطات عامل ایجاد هدف‌ها. زندگی بدون هدف تلخ و مواجه با شکست است.

وسایل ارتباط همگانی در ایجاد اهداف بزرگ انسان‌ها را همراهی و همکاری می‌کند و برای انسان کافی است که فقط تصمیم بگیرد. یک ضرب‌المثل انگلیسی می‌گوید: "If you fail to plan, you plan to fail" این بدان معناست که اگر در داشتن هدف تاخیر کنید، اقدام به ناکامی خود می‌کنید. غربی‌ها به پیام رسانه‌ها ارزش زیادی قایل‌اند و چنین تصویری در بین آنها موجود است، که مردم براساس همین پیام‌ها تصمیم می‌گیرند و در تمام امور زندگی اسیر این پیام‌ها اند.

ارتباطات زمینه‌های تبادل نظر را فراهم می‌سازد: در سال‌های ۱۹۲۰ در بحث‌های نظری «والتر لپمن» روزنامه‌نگار آمریکایی و فیلسوف «جان دیویی» در باره‌ی دموکراسی مسایلی را مطرح کردند. در این زمان حکومت‌های دموکراتیک آلمان و ایتالیا سقوط کرده بود و انقلاب بلشویک‌ها غرب را تهدید می‌کرد. تلاش حکومت‌های پولیسی برای به خدمت گرفتن فن‌آوری نوین و دانش جدید تبلیغاتی برای مهار و جهت‌دادن اراده‌ی عمومی، هراس‌فزاینده‌یی پدید آورده بود.

«لپمن» که در آن زمان پرآوازه‌ترین روزنامه‌نگار آمریکا بود، در پر فروش‌ترین کتاب آن روزها به نام «افکار عمومی» چنین استدلال کرد که مقوله‌ی دموکراسی در اصل مفهوم نارسا و ناقص است و شناخت مردم از جهان، شناختی غیرمستقیم است که از تصورات ذهنی آنها سرچشمه می‌گیرد. مردم این تصویرهای ذهنی را تا حد زیادی از رسانه‌ها دریافت می‌کنند.

«لپمن» می‌گوید:

"مساله این است که تصاویری که مردم در ذهن خود دارند به شدت تحریف شده و ناقص هستند و ضعف چاره‌ناپذیر مطبوعات این تصاویر را مخدوش کرده است؛ مشکل دیگر این است که مردم از درک حقیقت حتا در مواقعی که دسترسی به آن امکان‌پذیر است به علت غرض‌ورزی، برداشتهای قالبی، سهل‌انگاری و ناآگاهی ناتوان‌اند."

«والتر لپمن» همچنان می‌گوید: «شهروندان همانند تماشاچیان تئاتری هستند که به هنگام پرده‌ی سوم نمایش وارد تماشاخانه می‌شوند و پیش از پایین افتادن پرده آنجا را ترک می‌کنند و آنقدر در سالن باقی نمی‌مانند که بدانند قهرمان کیست و تبهکار کدام است.» (بیل و بستیل، ۱۳۸۵، ۳۵)

نظر «لپمن» در این مورد در برابر «جان دیوی» قرار دارد، چنانچه اومی‌گوید:

«تعریف لپمن از دموکراسی بنیان استواری ندارد... هدف دموکراسی اداره کارآمد امور کشور نیست، بلکه دادن فرصت به مردم برای بهره‌گیری کامل از امکان و توان خود است. به بیان دیگر دموکراسی هدف نیست، بلکه وسیله است. گرچه داور نهایی در قبال حکومت مردم هستند، اما این داوری صرف به ترسیم خطوط کلی بحث محدود می‌شود... بنیان‌گذاران حکومت امریکا همین ترسیم خطوط کلی از سوی مردم را کافی می‌دانستند، اما زندگی دموکراتیک به چیزی بیش از دولت کار آمد نیاز دارد. هدف و لازمه زندگی دموکراتیک، آزادی بشر است. راه حل مشکلات دموکراسی دست کشیدن از دموکراسی نیست، بلکه باید با افزایش مهارت مطبوعات و آموزش مردم، بنیان دموکراسی را تقویت کرد» (بیل و بستیل، ۱۳۸۵، ۳۶)

ارتباطات، زمینه ساز ایجاد سازمان‌های اجتماعی-سیاسی است؛ ارتباطات سریع و به میان آمدن مطبوعات به حیث نخستین وسیله ارتباط همگانی و بعد رادیو زمینه ایجاد احزاب سیاسی را فراهم کرد. جریان‌های سیاسی به ویژه در قرن ۱۹ و ۲۰ با استفاده از وسایل ارتباطی آرمانهای شهروندان را به زودی و خوبی درک می‌کردند و برنامه‌ها، سیاست‌ها و خط مشی‌های تازه برای بیان و معرفی خود روی دست گرفتند، که بیشتر از پیش مورد پشتیبانی قرار می‌گرفت.

ارتباطات ایجادگر سازمان‌های اجتماعی-سیاسی است؛ احزاب سیاسی به معنای کلاسیک اولین بار در نیمه اول قرن ۱۷ بین سالهای ۱۶۳۰ تا ۱۶۷۰ میلادی در قالب دو حزب «تدایی» و «ویگ» در انگلستان سربرآوردند، اما این ایالات متحده آمریکا بود که نخستین احزاب توده‌یی در آن شکل گرفت. احزاب سیاسی دارای موفقیت توده‌یی در جریان انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۸۰۰ در امریکا ظهور کرد و از آن پس در اغلب کشور های اروپای غربی و به تدریج در سایر قاره‌ها، احزاب وارد صحنه رقابت‌های سیاسی شدند. (فانوس، ۱۳۸۹، ۹۴-۹۵)

نخستین جمعیت سیاسی در افغانستان به نام «جمعیت سری ملی» در زمان امیر حبیب‌الله خان در سال‌های ۱۲۸۲ تا ۱۲۸۸ هجری فعال بود؛ درپهلوی جنبش‌های مشروطیت در افغانستان یک قشر محافظه کار نیز در عرصه سیاسی فعال بود و سایر محافظه کاران دربار، ملاکین بزرگ و یک تعداد روحانیون از تجدد در افغانستان و هر گونه روشنگری که قدرت‌شان را متزلزل می‌ساخت، جلوگیری می‌کردند.

نخستین نشریه در افغانستان در زمان امیر شیرعلی خان (شمس‌النهار در ۱۸۷۳) که به ابتکار یکی از روشنفکران افغانستان به نام سید جمال‌الدین افغانی پا به عرصه وجود گذاشت، به زودی محافظه کاران را متوجه خطر روشنگری پیام وسیله ارتباط چاپی ساخت، که آن هم به صورت پراکنده و با توقف‌های پیهیم به نشر می‌رسید و بعد از سال ۱۸۷۸ (با هجوم استعمار انگلیس) از نشر باز ماند و امیر عبدالرحمن خان تا آغاز قرن بیستم صدای مطبوعات را در گلو خفه ساخت.

روشنفکران مکتب عالی حبیبیه که از مدرسه شاهی (مخصوص خانواده‌های سلطنتی) در ۱۹۰۳ انکشاف یافته بود، برای امیرحبیب‌الله خان پیشنهاد تأسیس یک انجمن و نشریه پانزده روزه تحت نام «سراج الاخبار افغانستان» را نمودند، که بنا به نوشته مرحوم پوهاند عبدالحی حبیبی اولین شماره که آخرین شماره نیز است در روز پنجشنبه پانزدهم ذی‌قعدة الحرام سال ۱۳۲۳ ق.ه مطابق (جنوری ۱۹۰۶ میلادی) به مدیریت مولوی عبدالروف خان قندهاری و اهتمام منشی-حافظ حیدر علی خان در مطبعه دارالسلطنه‌ی کابل به چاپ رسید، که متأسفانه در اثر دسیسه استعمار انگلیس و محافظه کاران دربار نشرات آن متوقف گردید. (حبیبی، ۱۳۶۷، ۷-۸)

مرحوم پوهاند محمد کاظم «آهنگ» در مورد اطلاعات و اخبار نخستین نشریه در افغانستان می‌نویسد:

«منبع خبرهای خارجی شمس‌النهار غالباً نشریه‌های خارجی بود. طی مدت دو نیم ماه اول نشرات آن بیش از هفده نشریه از نیم قاره هند، ایران، انگلستان، روسیه و غیره با شمس‌النهار مبادله می‌شد. این مساله از یک طرف نشان می‌دهد

که آن اخباراکثر از نشریه های مذکور مطالب جالب و غیر خبری را اقتباس می کرد. از طرف دیگر این امر ساحت نشر- آن را برملا می سازد."

همچنان مرحوم «آهنگ» ضمن یاد آوری از آزاد بودن نسبی و داشتن هیأت تحریر و سایر خصوصیات دومین نشریه در افغانستان از ماده سوم پیشنهاد انجمن «سراج الاخبار افغانستان» چنین نقل قول کرده است: "احوال (احوال) درست باشد) دارالسلطنت به واسطه کوتوالی به بیت الشوری خاص برسد و بعد از آن به قرار اصول صوابدید اهل شوری واقعات قابل اشاعت در مطبع اخبار فرستاده شود و ویراستاران اخبار عبارات را درست کرده به محرر پاکنویس بسپارند." (آهنگ، ۱۳۸۸، ۲۶)

بعد از تقریباً سه دهه توقف در نخستین وسیله ارتباط همگانی افغانستان باز هم یک دوره توقف شش ساله رونما شد و بار سوم در ۱۶ میزان سال ۱۲۹۰ هجری شمسی- به همت یکی از روشنفکران نامدار اهل دربار «محمود طرزی» نشریه‌یی به نام «سراج الاخبار افغانیه» از چاپ برآمد، که در افتتاح کلام اولین شماره آن محمود طرزی چنین نوشته است: "این یک ظاهر آشکار است که از اخبارها در این عصر به مثابه‌ی زبان ملکها و ملتها قایم گردیده است، در وقت حاضر به جز اقوام وحشیه و بدویه هیچ یک دولت و قومی از اجتماعیه موجود نیست که مالک اخبار نباشد.

(اخبار) جمع خبر است که ضد آن (بیخبری) است. پس بنا بر مفاد این قضیه حکمیه که هر چیز به ضد آن شناخته می شود به خوبی معلوم می گردد که از باخبری تا بیخبری چقدر فرق است. (اخبار) چنان معلم ادبی است که انسان را بدون قید و فشار بر تحصیل و یاد گرفتن علم و فنون حالیه شوق و رغبت می دهد.

بلی، اگرچه انسان علم و فن را در کتاب های مدون آن آموخته می تواند، ولی اخبار آنرا مانند طبیب حاذقی که آهسته آهسته و پیهم به مریض خود دوا می دهد، مریضان بیخبری را با علاج های نافع خبرهای معلومات خود معالجه می کند." (حبیبی، ۱۳۶۷، ۲۲)

وسایل ارتباط همگانی بدون شك در سراسر جهان سیر انکشاف بشر را بسیار سرعت بخشیده است و در پهلوی آگاهی دادن از وقایع داخل و خارج در هر کشور وظیفه آموزش دهی، ذهنیت دادن و سازمان دهی مردم به دور اهداف و آرمانهای سترگ و همچنان رساندن نگرانی های مردم به دولت را به عهده داشته است.

وسایل ارتباط همگانی به حیث رکن چهارم دولت در تجسم متوازن انکشاف اجتماعی و تحلیل سازنده خط مشی های دولت و چگونگی تاثیر آن بالای مردم نقش اساسی و محسوسی را ایفا می کند. علاوه از پخش اخبار، آموزش دادن، فراهم نمودن زمینه های سرگرمی و رفع خستگی های کاری روزمره، عملکرد آزادانه و مسوولانه و وسایل ارتباط همگانی و پخش و نشر خواست های مردم در مورد حساب دهی توسط مقامات دولتی در بهبود حکومت داری موثر است.

با وجود آنکه بشر برای رشد و انکشاف خود جهشها و تحولات زیادی را به انجام رسانیده که هر کدام در زمان و مکان معینی دگرگونیهای را در پی داشته است، اما این تحولات و تغییرات بدون خونریزی و قربانی های بیشمار نبوده است. نقش وسایل ارتباط همگانی در تغییر های بدون خونریزی و تحولات عظیم اجتماعی نیز چشمگیر است؛ چنانچه با اختراع چاپ رنگ سیاه طباعت بیشتر از رنگ خون انسان در جهت انکشاف و تحول موثر بوده است. ارتباطات در تمام ابعاد برای ازمیان برداشتن نظام های استبدادی، قومی، قبیله‌ای و خانوادگی اهمیت زیادی را به خود اختصاص داده است.

مرحوم میر غلام محمد «غبار» در ارزیابی از چگونگی اوضاع و احوال سقوط فرهنگی در عهد استیلای نظام قبیلوی (در افغانستان بعد از قرن هجدهم و نوزدهم میلادی) چنین می نویسد: "در این دوره فرهنگ در احیای مجدد خود بیشتر از یادگار دوره انحطاط چیزی دیگر نبود. در حالیکه در خارجه فرهنگ و ادبیات و صنایع ظریفه در پهلوی علوم و صنایع و اکتشاف برق و بخار و چاپخانه و غیره از مدتی پیشتر زندگی بشر را تغییر بی سابقه داده و جهان کهن را به دنیای نوینی تبدیل کرده بود؛ معهذرا در افغانستان همان فرهنگ قدیم قرون وسطایی نیز فرصت انکشاف نیافت و همین که در عهد زمان شاه آتش جنگ های فیودالی و قبیلوی در داخل کشور روشن گردید، تا انقراض دولت ابدالی دیگر یک قدم جدی در راه انکشاف افغانستان برداشته نشد.

این انحطاط و تنزل نه اینکه افغانستان قرن نهم را از اروپای جدید و مترقی در فاصله بسیار دوری نگهداشت، بلکه افغانستان را از سایر کشورهای آسیایی نیز عقب تر انداخت و تازه در قرن بیستم افغانستان نمونه کشورهای عقب مانده در جهان به شمار رفت. (شهرانی، ۱۳۸۷، ۷۷-۷۸)

هنوز (دردومین دهه قرن ۲۱) در افغانستان مردم از آزادی بیان و وسایل ارتباط همگانی و خصوصاً کارآیی پیام این وسایل راضی نیستند و آخرین ارزیابی‌ها نشان داده است که کمتر از ۵۰ درصد مردم وضع فعلی دموکراسی و آزادی بیان را قناعت بخش و قابل تأیید می‌دانند.

طبق یک سروی «ایشیا فونديشن» ۴۰ درصد مردم آزادی بیان را در کشور احساس می‌کنند و متباقی به گونه‌های متفاوتی از وضع آزادی بیان ناراضی اند. این سروی نشان می‌دهد که ۵۳ درصد مردم زون شرق، ۴۸ درصد زون شمال، ۴۵ درصد در زون مرکز و هزاره جات، ۴۴ درصد در زون شمال شرق و ۴۳ درصد در زون کابل احساس آزادی می‌کنند، برخلاف آن بیش از نیم سروی شدگان زون جنوب غرب، ۵۳ درصد جنوب شرق، و ۴۳ درصد غرب احساس آزادی نمی‌کنند؛ برعلاوه حد اقل یک چهارم سروی شدگان زون غرب (۲۷ درصد) و زون مرکز هزاره جات (۲۵ درصد) و دست کم یک پنجم آنها در زون شمال غرب (۲۲ درصد) و (۲۰ درصد) در زون مرکز کابل اصلاً نمی‌توانند یا نمی‌خواهند ابراز نظر نمایند. (ایشیا فونديشن، ۲۰۰۹، ۱۳۰)

با آنهم امروز تنها تحولی که در افغانستان قابل ملاحظه و تسکین مردم است، همین تعدد وسایل ارتباط همگانی و آزادی این وسایل است، که به نحوی از انحاء اوضاع تمام اقشار و طبقات اجتماعی را به نمایش می‌گذارد و مردم را از بیشتر امور ارگانهای دولتی و فعالیت‌های گوناگون سازمانهای اجتماعی آگاهی می‌دهد. دارند.

مناقشه:

با وجود آنکه عده‌ی تأثیرات منفی وسایل ارتباط همگانی را بر می‌شمارند و حتا دموکراسی را لجام گسیختگی و انارشيسم می‌گویند و منبع اساسی این همه را آزادی بیان و رسانه‌ها تلقی می‌کنند، عده‌ی دیگر بر این باور اند، که اعتبار برای وسایل ارتباط همگانی سرمایه‌ی بزرگی محسوب می‌شود، از همین لحاظ هر وسیله به نحوی کوشش به تعهد در برابر حقوق مردم، دوری از خلاف کاری، دروغ و عذرخواهی از پخش اکاذیب و همچنان صداقت و راستی در اخبار و گزارش‌های خود می‌کند.

افرادی که در وسایل ارتباط همگانی به ضد و نقیض گویی شهرت یافته‌اند اعتماد خود را از دست داده‌اند و مردم به حرف‌های شان اعتماد نمی‌کنند، پس انسان در عصر ارتباطات تلاش دارد تا قاطعانه و با اعتماد به نفس سخن گوید؛ تنوع اطلاعات برای انسان‌ها اهداف زندگی را معین می‌سازد و در انبوه کار و سرگرمی انسان‌ها مطابق ظرفیت‌ها و توانایی‌های خود راهی را بر می‌گزینند.

ارتباط تنها به وسیله زبان صورت نمی‌گیرد، بلکه بدن انسان‌ها در ذات خود زبان گویا و قابل فهم است. در نتیجه ارتباط انسان می‌تواند قدرت درک و تشخیص خود را نسبت به دیگران انکشاف دهد و کمتر فریت گفته‌ها و تظاهر دیگران را بخورد. تمام ظواهر شما در رابطه به پرسش‌هایی مانند اینکه: شما چگونه اید؟ چگونه می‌نشینید؟ چگونه راه می‌روید؟ به هنگام سخن گفتن با دیگران به کجا نگاه می‌کنید؟ چگونه لباس می‌پوشید؟ در کدام حالات خوش و یا عصبانی می‌شوید؟ و... پاسخ‌های زیادی را در خود نهفته دارد، که با توسعه ارتباطات به تکمیل و بهبودی آن می‌پردازد.

سرعت، دقت، بیطرفی و انصاف برای گزارشگران مانند فورمولی همیشه در صدر توجه قرار دارد و هر خبرنگار و ژورنالیست از آن آگاهی کامل دارد. این فورمول در جهان ارتباطات هستی یافته است؛ زیرا انسان هستی واقعی خود را وقتی در می‌یابد که وارد اجتماع جهانی و یا دهکده کوچک کره زمین در عالم ارتباطات می‌گردد.

نتیجه:

ارتباطات و وسایل ارتباط همگانی بهترین زمینه برای آموزش، پرورش، رشد فرهنگی و آگاهی بشر محسوب می‌گردد و هیچ کشور یا جامعه‌ی در استفاده از قدرت سازندگی و آگاهی دهی وسایل ارتباط همگانی فارغ نیست. آخرین دست

آورد تخنیک در عرصه ارتباطات یعنی اینترنت حالا مردم سراسر جهان را وارد جهان کوچکی ساخته است که به زودی می‌توانند برای نجات توده‌های عظیم در رفیع فقر، بیسوادی، مرض، ناآگاهی و اسارت راه‌های تازه‌یی را جستجو کنند؛ تبادل افکار کنند و آزادانه سخن بگویند.

ارتباطات انسان را بیشتر متوجه تناقض و تضاد‌های اجتماعی و طبقاتی می‌سازد و وسایل ارتباط همگانی اقشار و طبقات اجتماعی و همچنان رابطه آنها را با واقعیت‌ها و ارزش‌های زندگی در تمام ابعاد اقتصادی، سیاسی، و فرهنگی باهم مقایسه می‌کند، که به این وسیله اقدام‌های نظری و عملی برای از میان برداشتن این تضادها روی دست گرفته می‌شود تا از عواقب زیانبار آن جلوگیری به عمل آید.

افغانستان از جمله آخرین کشورهایی است که صنعت چاپ و بعد رادیو و تلویزیون را برای انکشاف و پیشرفت مورد استفاده قرار داده است؛ اما با ایجاد مطبوعات خصوصی و آزاد تا سال ۱۳۴۳ دموکراسی را بیشتر از اکثر کشورها تجربه کرد و در اوضاع و احوال کنونی در منطقه دارای موقف بلندتری در این راستا است که می‌توان با کارآیی بیشتر و موثر ساختن تبلیغات در عرصه‌های گوناگون از جمله آموزش و پرورش و همچنان مبارزه با مظاهر فساد و ایجاد وضع مطمئن‌تر از این دست آورد سودمند شد و توسعه و واقعاً همگانی بودن آن در راه انکشاف گام‌های بزرگی برداشت.

۱. با درک دموکراسی هر فرد حق انتخاب و سلب آنرا برای خود محفوظ می‌داند؛
۲. سهم مردم در تمام امور توسط رسانه‌ها و با استفاده از آزادی بیان سنجیده می‌شود؛
۳. رسانه‌ها در دموکراسی مسوولان را متوجه مسولیت‌های شان می‌سازد؛
۴. سنجش افکار عمومی و سیاست در قرن ۲۱ به وسیله رسانه‌ها معین می‌شود؛
۵. کثرت رسانه‌ها جانبداری حکومت را از میان می‌برد.

منابع و مأخذ:

۱. آزمندیان، علی‌رضا (۱۳۸۶) تکنولوژی فکر. تهران: سپهر.
۲. آهنگ، محمد کاظم (۱۳۸۸) سیر ژورنالیسم در افغانستان. کابل: میوند.
۳. ایشیا فوندیشن (۲۰۰۹) افغانستان در سال ۲۰۰۹، سروی مردم افغانستان. کابل: مرکز افغانی تحقیقات اجتماعی-اقتصادی و نظریات عامه.
۴. حبیبی، عبدالحی (۱۳۶۷) جنبش مشروطیت در افغانستان. کابل: مطبعه‌ی دولتی.
۵. حبیبی، فرزانه (۱۳۶۷) تاثیر مطبوعات آزاد بر جامعه‌ی افغانی. کابل: اکادمی علوم افغانستان.
۶. ذکریا، فرید (۱۳۸۴) آینده‌ی آزادی، ترجمه‌ی امیر حسین نوروزی، تهران: طرح نو.
۷. سروش، عبدالکریم (۱۳۸۴) درس‌هایی از فلسفه‌ی علم الاجتماع. تهران: نشرنی، چاپ چهارم.
۸. شهرانی، محمد نظیف (۱۳۸۷) چگونگی استیلای نظام قبیله‌سالاری. جلال‌الدین صدیقی. کابل: انتشارات حزب مردم مسلمان افغانستان.
۹. کوواچ، بیل و بستیل، تامروز (۱۳۸۵) عناصر روزنامه‌نگاری. ترجمه‌ی داوود حیدری، تهران: دفتر مطالعات و توسعه‌ی رسانه‌ها.
۱۰. فانوس، میرعزیز احمد (۱۳۸۹). ارتباط مفهومی فردی و همگانی. کابل: انتشارات رسالت.
۱۱. واحدی، تقی (۱۳۸۲) دیروز و امروز احزاب افغانی فصلنامه‌ی رسانه، تهران: انتشارات وزارت اطلاعات و فرهنگ و ارشاد اسلامی.
۱۲. هربرت ج. گنز (۱۳۸۵) دموکراسی و خبر، ترجمه‌ی دکتر علی‌رضا دهقان. تهران: سمت،