

تحول رسانه‌ها

کاظم حمیدی (رسا)



به نام خالق سخن



تحول رسانه‌ها

بارویکرد ویژه به وضعیت رسانه‌ها در افغانستان

کاظم حمیدی رسا

Kazim Hamidi Rasa

Tahawol-e Rasana ha
The Media Transformation in Afghanistan

First Edition
Farhang's Publication, Kabul 2016



انتشارات فرهنگ
FARHANG PUBLICATION

سال چاپ: بهار ۱۳۹۵

AFGHANISTAN CENTRE AT KABUL UNIVERSITY



3 ACKU 00043516 3

سرشناسه: حمیدي رسا، کاظم ۱۳۶۳
عنوان و نام پدیدآور: تحول رسانه‌ها / کاظم حمیدي رسا
مشخصات نشر: کابل، انتشارات فرهنگ / ۱۳۹۴
مشخصات ظاهري: قطع رقي / ۱۴۰ ص.
موضوع: رسانه
ISBN: ۹۷۸-۹۹۳۶-۶۰۷-۲۹-۳



انتشارات فرهنگ
FOUNDRING PUBLICATION

سلسله

تحول رسانه‌ها

کاظم حمیدي رسا

ناشر: انتشارات فرهنگ

ویراستار: عتیق ارونډ

بازخوانی: شبنم سیمیا

آرایش پشتی و برگ آرایي: محمد مظفری

تیراژ: ۱۰۰۰

شابک: ۹۷۸-۹۹۳۶-۶۰۷-۲۹-۳

چاپ نخست: بهار ۱۳۹۵

قیمت: ۱۵۰ افغانی

حق چاپ برای نویسنده محفوظ است

rasakazim@yahoo.com

کابل، پل سوخته، چوک شهید مزاری، مارکیت محمدی، منزل دوم، انتشارات فرهنگ.

ش لڑه لاس: (۰۷۸۱۴۰۳۴۸۸) - (۰۷۹۹۴۰۳۴۸۸)

اثری بایسته

رسانه‌های همگانی افغانستان در سال‌های اخیر، دست‌کم از لحاظ کمی رشد بی‌سابقه‌ای داشته است. اما این رشد از نظر کیفی بسیار کند بوده است. کندی توسعه کیفی رسانه‌های همگانی وابسته به چندین عامل بنیادین است؛ اما در پهلوی تمامی ضعف‌ها و چالش‌های مهم، نبود دیدگاه آسیب‌شناسانه‌ی صاحبان رسانه نیز بر روی کیفیت فعالیت رسانه‌یی تأثیر بسزایی داشته است. شاید شماری از اهالی این حوزه که با آسان‌گیری و تساهل و تسامح کار می‌کنند، از ماهیت، اهمیت و چگونگی اثرگذاری رسانه بر مردم چنان که باید واقف نیستند.

صاحبان دستگاه‌های رسانه‌یی برای رسیدن به مرزی از شناخت بهتر و همچنین افزایش کارایی و کیفیت برنامه‌هایشان، نیازمند مطالعه و پژوهش در این زمینه اند. چاپ و نشر کتاب‌هایی که به پژوهش در حوزه‌ی رسانه پرداخته اند، می‌تواند بستر مناسبی را برای مطالعه‌ی فراگیر در این حوزه مساعد سازد. زیرا دسترسی اهالی رسانه به چنین کتاب‌هایی از نیازهای مهم جامعه‌ی ما است.

با تلخی می‌توان گفت که در افغانستان در عرصه‌ی خبرنگاری، کمتر شاهد چاپ و نشر کتاب یا مقاله هستیم. کارهای پژوهشی صورت گرفته، هرگز پاسخگوی نیازهای مخاطبان حوزه‌ی خبرنگاری نیست. این جاست که اهمیت مقاله‌ها و کتاب‌هایی که پیرامون رسانه و فعالیت‌های رسانه‌یی

نوشته می‌شود، برانگیخته شده و معنا پیدا می‌کند. کتاب «تحول رسانه‌ها» درخور ستایش است. در این کتاب، از یک سو به صورت فشرده به روند تاریخی مطبوعات و رسانه‌های افغانستان اشاره شده و از سویی، به جایگاه قانونی و حقوقی رسانه پرداخته شده است. اختصاص یافتن فصلی از کتاب به انقلاب دیجیتالی، از مزیت‌های عمده‌ی این اثر می‌باشد.

همچنین در این کتاب، به موضوع فن/هنر ویراستاری که از نیازهای حیاتی مطبوعات کشور ماست، به تفصیل سخن رفته است. یکی از ضعف‌هایی که بر سر مطبوعات افغانستان سایه انداخته، رشد نیافتگی فن/هنر ویراستاری است. در این اثر، از جنبه‌های گوناگون به این موضوع پرداخته شده که می‌تواند برای خوانندگان به ویژه مسوولان رسانه‌ها درخور اهمیت باشد.

در پایان برای این پژوهشگر جوان، در پدیدآوردن اثرهای پژوهشی بیشتر در عرصه‌ی خبرنگاری، کامیابی‌های روزافزون تمنا می‌کنم.

احمدضیا رفعت

دانشگاه کابل

حوت/اسفند ۱۳۹۴

فهرست

درآمد ۱

فصل اول: پیدایش رسانه در افغانستان ۵

عصر تاریک ۸

عصر پویایی رسانه‌های چاپی ۱۱

دوره‌ی تحول و تنوع رسانه‌یی ۱۳

رسانه‌های آمرانه و آزادی‌گرا ۱۵

دهه‌ی دموکراسی ۱۵

ممنوعیت رسانه‌های آزاد در عصر جمهوری ۱۸

دولت کمونیستی ۲۰

دولت اسلامی مجاهدین ۲۱

عصر مهاجرت ۲۲

عصر انحصار و سکوت ۲۴

تولد رسانه‌های آزاد ۲۵

نظام‌های رسانه‌یی ۲۶

بهبود قوانین رسانه‌های همگانی ۳۱

آزادی بیان در سایه‌ی تهدیدهای امنیتی ۳۸

رسانه‌ها در قلمرو دولت ناپایدار ۴۵

فصل دوم: آسیب‌ها و چالش‌های رسانه‌ها در افغانستان ۴۹

رژورنالیسم تحقیقی ۵۱

بسط نیافتن ژورنالیسم تحقیقی ۵۴

رسانه و خشونت ۵۴

عادی‌سازی خشونت ۵۶

| | |
|----|-------------------------------------|
| ۶۰ | رسانه و زبان |
| ۶۱ | ویرایش چیست؟ |
| ۶۲ | ویراستار میکانیکی |
| ۶۴ | ویراستار دینامیکی |
| ۶۷ | ویژگی‌های ویراستار دینامیکی |
| ۶۸ | مخاطب‌شناسی |
| ۶۹ | اطلاعات عمومی و مطالعات ادبی |
| ۷۲ | روزنامه‌نگاری، انگیزه‌ها و رویکردها |
| ۷۳ | تمایل به نفوذ و برتری طلبی |
| ۷۴ | شوق دانستن |
| ۷۵ | عشق به زبان و ادبیات |
| ۷۶ | مالکان رسانه‌ها |
| ۷۸ | گزارش‌های خبری |

فصل سوم: رسانه‌های مدرن

| | |
|-----|------------------------------|
| ۷۹ | فصل سوم: رسانه‌های مدرن |
| ۸۲ | تعامل مخاطب با رسانه |
| ۸۳ | اهمیت وسایل ارتباط جمعی مدرن |
| ۸۵ | رادیو |
| ۸۶ | دیرینه‌شناسی رادیو |
| ۸۸ | نقش رادیو در تأمین ارتباطات |
| ۹۰ | رادیو در آفریقا |
| ۹۱ | آمریکای لاتین |
| ۹۲ | تونس |
| ۹۲ | ایران |
| ۹۳ | افغانستان |
| ۹۴ | اروپای شرقی و آسیای میانه |
| ۹۴ | نقش رادیوهای خارجی |
| ۹۴ | جنوب آسیا |
| ۹۵ | فیلیپین |
| ۹۵ | کمبودیا |
| ۹۵ | جهان روی موج صلح |
| ۹۶ | سهم افغانستان از رادیو |
| ۹۷ | تلویزیون |
| ۹۸ | تلویزیون دیجیتال |
| ۹۹ | تلویزیون زمینی |
| ۱۰۰ | تلویزیون کابلی |

- ۱۰۰..... تلویزیون ماهواره‌یی
- ۱۰۲..... تلویزیون آنلاین
- ۱۰۳..... IPTV تلویزیون اینترنتی
- ۱۰۴..... فارمت سه‌گانه‌ی IPTV
- ۱۰۵..... تلویزیون رسانه‌یی محبوب
- ۱۰۹..... تلویزیون و بن‌بست‌های مالی

فصل چهارم: عصر دیجیتال..... ۱۱۱

- ۱۱۲..... فرگشت رسانه‌های سنتی
- ۱۱۳..... پیدایش ژورنالیسم شهری
- ۱۱۴..... اینترنت
- ۱۱۵..... جنگ صفحه کلیدها
- ۱۱۷..... اینترنت چیزها
- ۱۲۰..... تأثیر اینترنت چیزها بر کارکرد انسان
- ۱۲۲..... رسانه در عصر اینترنت اشیا
- ۱۲۳..... پایان منوپولیسم رسانه‌یی
- ۱۲۴..... واپسین سخن

منابع فارسی: ۱۲۷

منابع انگلیسی: ۱۲۸

درآمد

ارتباطات همزاد آدمی است. شکل‌گیری اجتماعات بشری بدون ارتباطات شاید ناممکن می‌شد. بشر در جریان هزاران سال - به روایتی تا سه هزار سال پیش از میلاد - تنها قادر به برقراری ارتباطات شفاهی بود. بعدها با خلق نشانه‌ها و اختراع خط، به ارتباطات نوشتاری و خلق نسخه‌های خطی نایل شد؛ این ارتباطات نوشتاری اما با اختراع ماشین چاپ توسط یوهان گوتنبرگ، جهان ارتباطات را دگرگون کرد و تأثیرات فزاینده‌ی در بسط روابط انسانی، گسترش فرهنگ، بازتولید اطلاعات و توسعه‌ی صنعت مدرن داشت؛ اختراعی که عصر باستان را به عصر دیجیتال پیوند زد. پیشرفت‌هایی که ارتباطات را تا آن‌جا نزدیک و سریع ساخت که به بیان مارشال مک‌لوهان، جهان را به دهکده‌ای کوچک تبدیل کرد و سپس و مهم‌تر از همه، پیدایش رسانه‌های دیجیتال به نظریه‌ی «دهکده‌ی جهانی»^۱ واقعیت عینی بخشید. عصری که عطش وابستگی انسان به فناوری ارتباطات هر روز بیشتر می‌شود. نظریه «وابستگی» بر ادامه‌ی نیاز مصرف‌کنندگان به تولیدات رسانه‌ی تأکید می‌کند؛ نیازی که خواست‌ها و تقاضای بیشتری را خلق کرده و وابستگی به رسانه‌ها را افزایش می‌دهد.

با توجه به این نظریه‌ها، حضور دائمی رسانه‌ها در زندگی افراد،

امری است انکار ناپذیر. شناخت این انکار ناپذیری، مستلزم مطالعات گسترده‌یی در حوزه‌ی روزنامه‌نگاری و ارتباطات جمعی است. من با توجه به ضرورت مطالعات ارتباط جمعی و رایجی تصویر هر چند اجمالی از دنیای وسیع ارتباطات، بر آن شدم تا ضمن بررسی فشرده‌ی تحول رسانه‌ها در بستر تاریخی نظام‌های سیاسی و ایدئولوژیکی حاکم در افغانستان، به دستاوردها و چالش‌های کار رسانه‌یی بپردازم.

مسأله‌ی دیگری را که در این اثر به آن پرداخته‌ام، معرفی و کارکرد رسانه‌های دیجیتالی و رسانه‌های اینترنتی است. به عنوان دانش آموز مکتب ارتباطات و حوزه‌ی ارتباط جمعی، به مقوله‌های متنوعی در حوزه‌ی اطلاع‌رسانی در افغانستان پرداختم و در بخش‌هایی که بحث‌های عمومی مطرح شده، تلاش کردم که با طرح کلیات، رویکرد خاصی به حوزه‌ی فعالیت رسانه‌ها در افغانستان داشته باشم.

بخش اول این کتاب به سیر تاریخی و تحول رسانه‌ها در بستر نظام‌های ایدئولوژیکی - سیاسی افغانستان اختصاص یافته است. کارهایی که در این زمینه شده، بیشتر به سیر تاریخی رسانه‌ها تا سال ۱۳۹۴ خورشیدی می‌پردازد و نگاه بیشتر نویسندگان به این موضوع، نگاهی صرفاً تاریخی بوده و روند تاریخی - تحلیلی تحول رسانه‌ها و نقد نظام‌های رسانه‌یی کمتر مورد بحث قرار گرفته است.

در این بخش می‌کوشم، تا در کنار مرور کوتاه و سیر اجمالی بر روند تاریخی فعالیت رسانه‌ها در افغانستان، به عملکرد نظام‌های سیاسی حاکم و دیدگاه‌شان درباره‌ی چگونگی فعالیت رسانه‌ها نیز تأملی داشته باشیم. مسأله‌ی دیگری که در بخش اول بر آن تأکید می‌شود، عصر طلایی نظام رسانه‌یی پس از فروپاشی حاکمیت طالبان در افغانستان است. این دوره به دلیل اهمیت و جایگاهی که در تاریخ مطبوعات افغانستان دارد، به لحاظ کمی و هم از نظر کیفی، برای رسانه‌گران و کارشناسان امور رسانه‌یی بسیار ارزشمند تلقی می‌گردد.

ما در پانزده سال اخیر شاهد گسترش چشم‌گیر رسانه‌ها در افغانستان

بودیم. امروز در مقایسه با کشورهای منطقه و نظام‌های رسانه‌یی که در این کشورها حاکم است، افغانستان در جایگاه بهتری قرار دارد. اما در این فضای نسبی آزادی رسانه‌یی، فعالیت رسانه‌ها با چالش‌ها و آسیب‌های عمده‌یی نیز مواجه است و بهبود کار رسانه‌یی در کشور به آسیب‌شناسی علمی و راهبردی نیاز دارد.

نکته‌ی دیگری که در بررسی تحول رسانه‌ها در افغانستان، از دید بیشتر نویسندگان پنهان مانده، فعالیت مطبوعاتی مهاجران افغانستان در خارج از کشور است. پس از سقوط رژیم کمونیستی وابسته به شوروی، مجاهدان پیروز برای تصاحب قدرت به جان هم افتادند و این درگیری‌ها به جنگ‌های سی‌ساله منتهی شد. در این دوره‌ی فترت، روزنامه‌نگاران و نویسندگان مطرح کشور مجبور به ترک وطن شدند؛ اما در دوران تبعید نیز دست از فعالیت‌های رسانه‌یی نکشیدند. البته این مهاجران به جز ایجاد رسانه‌های چاپی، توان و صلاحیت استفاده از رسانه‌های دیداری و شنیداری را در کشور میزبان نداشتند. گرچه به لحاظ موضوعی ممکن است مطرح کردن بحث فعالیت رسانه‌یی مهاجران، چندان با نبشته‌ی حاضر همخوانی نداشته باشد؛ اما سه دهه دوری از میهن و سی سال رسانه‌گری در کشوری بیگانه، رویداد بزرگی محسوب می‌شد و نادیده گرفتن آن، دست‌کم برای نگارنده چندان معقول به نظر نمی‌رسید.

بخش دوم به آسیب‌شناسی و نقد رسانه‌های غیر حرفه‌یی می‌پردازد. عملکرد رسانه‌های غیر حرفه‌یی در افغانستان همواره چالش‌برانگیز بوده است؛ به‌ویژه با گسترش شبکه‌های اجتماعی مجازی و انبوه رسانه‌های دیداری، شنیداری و نوشتاری، مخاطبان این رسانه‌ها در مواردی آماج بمباردهای اطلاعات و برنامه‌های به اصطلاح «غیرمفید» و «بی‌ارزش» قرار گرفته‌اند. پخش و نشر اطلاعات، بدون در نظر داشت اخلاق و مسؤولیت رسانه‌یی، زمینه‌ساز گسترش خشونت و هم‌زمان حساسیت‌زدایی از پدیده‌هایی می‌شوند که برای روان جمعی به شدت خطرناک و زیان‌بار است.

بخش سوم و چهارم با رویکرد اجمالی به فرگشت رسانه‌ها و تأثیرات پیدایش تکنولوژی مدرن، چگونگی دسترسی به برنامه‌های رادیویی، تلویزیونی و رسانه‌های چاپی را در بستر و فضای اینترنت توضیح می‌دهد. در این بخش می‌خوانیم که به کمک فناوری دیجیتال، رسانه‌های چاپی، دیداری و شنیداری، به سرعت خودشان را با خواست‌ها و نیازهای جدید سازگار کرده و برای ادامه‌ی حضور در بازار رقابت، محتوای برنامه‌های‌شان را از طریق خط تلفن و شبکه‌ی جهانی اینترنت پخش و نشر می‌کنند. این کتاب مدعی شرح و بسط نظریه‌ی جدید در حوزه‌ی رسانه‌ها نیست؛ اما کوشیده با استناد به نظریه‌های ارتباطات جمعی به کارکرد چندسویه رسانه‌ها بپردازد؛ کارکردی که منحصر و محدود به مسأله‌ی خاص نمی‌شود و ابعاد گسترده و تأثیرات چشم‌گیری دارد.

در فرجام، جا دارد از همکاری و حمایت‌های فرزائگانی که در جریان نبشتن این اثر مرا را یاری کرده‌اند، به نیکی یاد کنم. از دوست فرزانه‌ام، جناب عتیق اروند و همسرگرامی‌شان، شبنم سیمیا، صمیمانه سپاسگزارم. بدون شک این کتاب بدون ویراستاری، نمونه‌خوانی و پیرایش دقیق این خوبان به این شکل و شمایل، پیکرآرایی نمی‌شد. از احمدضیا رفعت، استاد دانشکده ژورنالیزم دانشگاه کابل به خاطر مشورت‌های سازنده و اشارات ارزنده‌شان برای بهبود محتوا، هم‌چنین از جناب محمد مظفری بابت برگ‌آرایی و آرایش پشتی و از نشر فرهنگ به خاطر چاپ و نشر این کتاب ممنونم.

بامهر

کاظم حمیدی رسا
بهار ۱۳۹۵ خورشیدی
کابل - افغانستان

فصل اول

وسایل ارتباط جمعی از عوامل اصلی حفظ،
انتقال و بازآفرینی فرهنگ‌ها هستند
دینس مک کونیل

پیدایش رسانه در افغانستان

در سده‌ی پانزدهم میلادی، یوهان گوتنبرگ آلمانی وسیله‌ی را اختراع کرد که می‌توانست واژه‌هایی را روی کاغذ ثبت کند. اختراعی که مارشال مک لوهان (۱۹۱۱-۱۹۸۰) آن را سرآغاز عصر جدید در تولید و بازتولید اطلاعات دانست و درباره‌ی این اختراع نظریه‌ی «کهکشانی گوتنبرگ»^۱ را مطرح کرد و کتابی را در این زمینه نوشت. این اختراع بعدها انقلابی را در دنیای چاپ و نشر به وجود آورد؛ انقلابی که به سرعت گسترش یافت و سراسر قاره‌ی سبز را درنوردید و بذر نخستین رسانه‌های مدرن را در اروپا کاشت.

درست ۴۱۷ سال پس از این رویداد شگفت - اختراع ماشین چاپ

در سال ۱۸۷۳ میلادی - یا آمدن این اختراع مهم به افغانستان^۱، روزنامه‌ی شمس‌النهار در کابل به چاپ رسید و برای نخستین بار به زعامت شاه دانشمند و فرهنگ پرور، امیر شیرعلی خان، افغانستان صاحب روزنامه شد. گفته می‌شود که سیدجمال‌الدین افغانی از امیر شیرعلی خان خواست که از انتشارات حمایت کند و زمینه را برای چاپ نشریه فراهم سازد. نظریه‌ی دیگر این است که خود امیر شیرعلی خان، این نیاز را احساس کرد که باید نشریه داشته باشد. به هر حال هر انگیزه‌ی که بود، با موافقت امیر شیرعلی خان، نخستین شماره‌ی شمس‌النهار در ۱۸۷۳ میلادی منتشر شد. در کل ۴۰ تا ۴۸ شماره از این نشریه که به صورت گاهنامه چاپ می‌شد، به نشر رسید.

پروفیسور رسول رهین درباره‌ی شمس‌النهار می‌نویسد: «هرچند امیر شیرعلی خان در عرصه‌های اداری، نظامی، اجتماعی و زندگی مردم خدمات شایسته‌ای انجام داد که همه قابل ذکر و ستایش می‌باشد، ولی خدماتش در عرصه‌ی مطبوعات با زمینه‌سازی نشر اخبار «شمس‌النهار کابل» از بلندجایگاه کارهایی است که توانست مقام والای افغانستان را در سطح ملی و بین‌المللی تبارز دهد. با همین اخبار بود که افغانستان به جهان بیرون معرفی گردید و جهان بیرون به مردم کشور شناسانده شد» (رهین، ۱۳۹۱: ۳۸).

در نخستین سال‌های ترویج ماشین چاپ و مطبوعات در افغانستان (۱۲۹۰ - ۱۲۹۸ ق) سه چاپخانه در دوره‌ی امیر شیرعلی خان تأسیس شد. به رغم فشارهایی که از سوی هند بریتانیایی و سایر کشورهای استعمارگر بر افغانستان وارد می‌شد و بخش‌هایی از خاک کشور عملاً زیر تهدید قرار داشت، امیر شیرعلی خان با سیاست آزادی‌طلبی، در پی آن بود تا کارنامه‌هایش را به وسیله‌ی این روزنامه در سراسر کشور و

۱. در سال ۱۸۷۳ برای نخستین بار ماشین چاپ سنگی (lithography printing) از هند به افغانستان وارد شد. یوهان گوئنبرگ المانی در ۲۵ ماه جنوری ۱۴۵۶ م انجیل را در ۱۲۸۲ صفحه به جاب رساند و تحول بزرگ در این فن پدید آورد.

حتا فراتر از آن انعکاس دهد. افکار ترقی خواهانه‌ی سید جمال نیز در باروری «شمس‌النهار» تأثیرگذار بود.

از عمر رسانه‌های چاپی در افغانستان نزدیک به یک‌ونیم سده می‌گذرد.^۱ «نخستین نشریه‌ی موقوتی در افغانستان در سال (۱۲۹۰ ه.ق - ۱۸۷۳ م) به نام شمس‌النهار، جلوه‌پیرای روزنامه‌نگاری و صحافت شد و این درست طی دوره‌ی {دوم} پادشاهی امیر شیرعلی خان (۱۸۷۳ - ۱۸۷۸ م) بود» (آهنگ، ۱۳۸۳: ۹).

زنده‌یاد محمد کاظم آهنگ استاد دانشگاه کابل، اوضاع و احوال سیاسی - اجتماعی مردم کشور را از زمان حاکمیت برادران محمدزایی تا دوره‌ی امیر شیرعلی خان، تباری و خاندانی دانسته، می‌نویسد: «افغانستان از زمان تسلط برادران محمدزایی تا دوره‌ی شاهی شیرعلی خان (۱۸۱۸ - ۱۸۶۳ م) تحت سلطه‌ی یک نظام «ملوک‌الطوایفی خاندانی» قرار داشت» (آهنگ، ۱۳۸۳: ۹).

امیر شیرعلی خان، به رغم رقابت‌های خاندانی‌یی که فراروی برنامه‌های اصلاحی‌اش بود و با وجود فشارها و تهدیدهای هند بریتانیایی «طی سال‌های ۱۸۶۷ - ۱۸۷۸ توانست سلطنت خود را به صورت نسبی مستقر سازد و فرصتی برای ایجاد اصلاحات به دست آورد. این دوره‌ی سلطنت شیرعلی خان را تاریخ‌نگاران، به نام دوره‌ی «ریفارم» ثبت کرده اند» (آهنگ، ۱۳۸۳: ۱۱).

روحیه‌ی اصلاح‌طلبی و ترقی خواهی در کشورهای منطقه نیز به وجود آمد. یکی از شخصیت‌های ترقی خواه افغانستان سید جمال‌الدین افغانی بود که نام و آوازه‌ی جهانی داشت. امیر شیرعلی خان با الهام از ایده‌های این اندیشمند بزرگ، طرح‌هایی را روی دست گرفت. «برنامه‌های اصلاحی او در امور و شئون مختلف زندگی کشور جسته جسته پیاده می‌شد؛ آرزوی وی به منظور ایجاد یک دولت مستحکم مرکزی، به شکل نسبی آن برآورده گردیده، زندگی صلح‌آمیز با

۱. از عمر رسانه‌های چاپی در افغانستان ۱۴۳ سال می‌گذرد

همسایه‌ها اُپا گرفت و اُ به منظور آگاهی مردم و کشورهای خارج از این پیشرفت‌ها، در صدد برآمد که نشریه‌یی موقوتی را تأسیس کند» (آهنگ، ۱۳۸۳).

پیش از شمس‌النه‌ار اما هیچ نشریه‌یی دیده نشده است. برخی گفته‌اند که نشریه‌یی به نام «کابل» وجود داشته است؛ اما از این نشریه هیچ نام و نشانی در کلکسیون‌ها و آرشیف‌های دولتی دیده نشده است. عصر امیر شیرعلی‌خان، از این جهت مهم است که نخستین تجربه‌ی کار رسانه‌یی در افغانستان به همت شاه فرهنگ‌پرور و مترقی آغاز می‌شود. ظرافت کاری نویسندگان، شیوه‌ی توزیع و چگونگی برنامه‌ی نشراتی، از نظم و دقت و ویژه‌یی برخوردار بوده است. محتوای نشریه نیز در عین غنایمندی و تنوع هدفمند و مطابق با معیارهای روزنامه‌نگاری نوین، توسط هیأت تحریریه و مدیر مسؤول تهیه می‌شده است. توسعه‌ی کار روزنامه‌نگاری در زمان زعامت این شاه خردورز، با توجه به امکانات کم و ابتدایی و ظرفیت‌های محدودی که وجود داشته، بیش از انتظار بوده است.

جالب این جاست که امروز رسانه‌های چاپی تنها در سطح کشور آن‌هم به صورت محدود توزیع می‌شوند؛ اما در آن زمان تعامل کار رسانه‌یی بسیار گسترده‌تر بود. نشریه حتا در خارج از کشور نیز توزیع می‌شد. امروز با این همه امکانات جدید، به استثنای نشر اینترنتی، کمتر اتفاق می‌افتد که روزنامه یا مجله‌یی به صورت سخت‌افزاری در خارج از مرزهای سیاسی یک کشور توزیع شود.

عصر تاریک

دوره‌ی تاریک رسانه‌ها با به قدرت رسیدن عبدالرحمان خان آغاز می‌شود. در این عصر، شمع لرزان رسانه‌ها خاموش شده و امتناع از امر اطلاع‌رسانی، مردم را در تاریکی فرو می‌برد. عبدالرحمان خان بر مردم

بی دفاع و اقلیت‌های تباری ستم کرد و نسل‌کشی فاجعه‌باری را در کارنامه‌ی حکومتداری خود به ثبت رساند. اصحاب رسانه، روشنفکران و دانشمندان را به زنجیر کشید و تمام دارایی‌های بیت‌المال را صرف تجهیز نیروهای نظامی خود کرد.

در عصر تاریک عبدالرحمان خان، آفتاب «شمس‌النه‌ار» غروب کرد و افغانستان در تاریکی مطلق فرو رفت. دیگر نه جهان از رخداد‌های کشور آگاه می‌شد و نه مردم افغانستان می‌دانستند که در جهان چه می‌گذرد. عبدالرحمان خان با استفاده از این ستم‌بارگی، سیاست‌های تفرقه‌انگیز استعمار انگلیس را پیش می‌برد. زنده‌یاد آهنگ در این مورد چنین می‌نگارد: «از دوره‌ی امارت امیر عبدالرحمان خان (۱۸۸۰ - ۱۹۰۱ م) نشریه به گونه‌ی موقوت چون روزنامه، جریده، مجله و غیره در افغانستان تاکنون به مشاهده نرسیده است» (آهنگ، ۱۳۸۳: ۹).

استاد آهنگ به نقل از مرحوم غبار، دوره‌ی امیر عبدالرحمان را چنین ترسیم می‌کند: «در کار دانش و فرهنگ به اصطلاح مرحوم غبار، هیچ نقطه‌ی درخشانی در دوره‌ی او به ملاحظه نمی‌رسد. دانشمندان و محققان کار او را در این دوره و در زمینه‌ی فرهنگ و دانش به نام «جلوگیری از فرهنگ» خوانده اند. در دوره‌ی او مکتب وجود نداشت؛ روزنامه و مجله موجود نبود» (آهنگ، ۱۳۸۳: ۴۲).

دکتر کاظم معتمدنژاد پدر ژورنالیسم ایران، با اشاره به حاکمیت آمرانه بر رسانه‌ها در دوره‌ی نظام‌های سلطنتی می‌نویسد: «از زمان انتشار اولین روزنامه‌ی افغانستان به نام شمس‌النه‌ار - که از ۱۵ ذیحجه‌ی سال ۱۲۹۰ ه.ق (۱۸۷۳ میلادی)، در دوره‌ی امیر شیرعلی خان در کابل آغاز شد و به مدت بیش از ۵ سال، تا سرکوب جنبش استقلال‌طلبانه افغانستان به وسیله‌ی انگلستان در سال ۱۲۹۶ ه.ق (۱۸۷۹) ادامه داشت - و با در نظر گرفتن دوره‌ی یک ساله‌ی حکومت امیر محمد یعقوب خان و همچنین دوره‌ی بیست‌ویک‌ساله‌ی سلطنت استبدادی امیر عبدالرحمان خان (۱۸۸۰ - ۱۹۰۱) - که در طول آن هیچ روزنامه‌ی

در افغانستان منتشر نگردید - تا زمان دومین روزنامه‌ی افغانستان، موسوم به «سراج‌ال‌اخبار»، که در ۲۲ دی {جدی} ۱۲۸۵ ه.ش (۱۱ جون ۱۹۰۶ میلادی) به دستور امیرحبیب‌الله، پادشاه وقت انتشار یافت و پس از نخستین شماره‌ی آن به علت انتقاد از دربار و سیاست انگلستان، برای مدت شش سال تعطیل شد، این روزنامه {ها} مخالف سیاست استعماری انگلستان و پیوند دوستی افغانستان با بریتانیای کبیر {بودند}. {سراج‌ال‌اخبار} بعد از کوشش‌های فراوان برخی از نخبگان و روزنامه‌نگاران، و به ویژه محمود طرزی پدر روزنامه‌نگاری افغانستان، در سال ۱۲۹۱ هجری شمسی دوباره اجازه‌ی انتشار یافت. به مدت ۴۳ سال نظام آمرانه مطبوعات در این کشور حاکم بود» (معمدنژاد، ۱۳۸۸: ۹).

امیر عبدالرحمان چنان دهشت و ستم‌بارگی و سیاست قتل و کشتار را روی دست گرفت، که اربابان فکر و اندیشه دست از نوشتن و گفتن کشیدند و سکوت را در سایه‌ی نظام استبدادی عبدالرحمان خان ترجیح دادند. آنانی که تحمل مظالم امیر را نداشتند، هرازگاهی زبان به دادخواهی می‌گشودند؛ اما فریاد این معترضان در گلو خفه می‌شد و عبدالرحمان با تیوری توطیه، در پوشش دین و سناریوی گرفتن فتوا از ملاهای درباری، این سرافرازان را سربه‌نیست می‌کرد. در چنین فضای وحشت و دهشتی که بیش از دو دهه طول کشید، نفس‌ها در سینه حبس بود و هیچ صدایی شنیده نمی‌شد.

البته به باور شماری از تاریخ‌نگاران، امیر عبدالرحمان از دادن اطلاعات به مردم جلوگیری می‌کرد و نمی‌خواست مردم از سیاست‌های ددمنشانه‌ی وی در قبال حذف اقوام و همچنین معاملاتش با انگلیس آگاه شوند. ولی خودش به وسیله‌ی منشی و حلقه‌ی خاصی از دست‌نشانده‌ی گانش، به صورت منظم در جریان اخبار و رویدادهای داخلی و خارجی قرار می‌گرفت. در آن زمان بلتن‌های خبری دست‌نویس (نسخه‌های خطی) برای شخص امیر تهیه می‌شد و جاسوسان او در

سراسر قلمرو حاکمیتش، این گزارش‌ها را به طور محرمانه به وی انتقال می‌دادند. به بیان دیگر، امیر تمامی دستگاه‌های اطلاع‌رسانی را به انحصار خود درآورده بود. شاید یکی از دلایل این سرکوب و انحصارگرایی این بود که انتشار یک نشریه‌ی افشاگر رسمی، حکمرانی امیر را با خطر روبه‌رو می‌کرد و در آن صورت دیگر نمی‌توانست مردم را به راحتی سرکوب و قتل‌عام کند.

پروفسور رسول رهین درباره‌ی سیاست حذف و تخریب عبدالرحمان خان و دشمنی عمدی او با فرهنگ و آزادی می‌نویسد: «امیر عبدالرحمان خان در بخش فرهنگ هیچ نقطه‌ی درخشانی در تاریخ ندارد. هر چند خود امیر می‌گوید: چندین مدرسه برای اعضای خانواده‌ی سلطنتی، مستخدمین شخصی، غلام‌بچه‌ها، نظام اطفال، صاحب‌منصب‌ها، برای اسرای جنگ و غیره رعایا دایر نمودم. ولی بی‌اعتنایی امیر در زمینه‌ی فرهنگ تا جایی بود که می‌توان آن را تعمد و تعند او در جلوگیری از فرهنگ نامید؛ زیرا امیر عبدالرحمان از تمدن و فرهنگ جدید جهان آگاه بود؛ معهدا یک مکتب نساخت و یک جریده تأسیس نکرد. در حالی که افغانستان در هر دو سابقه داشت» (رهین، ۱۳۸۷: ۷۵).

عصر پویایی رسانه‌های چاپی

در سال ۱۹۰۱ عبدالرحمان خان با تمام مظالمی که داشت، چشم از جهان فروبست و قدرت را به پسرش واگذار کرد. حبیب‌الله خان بسیاری از مظالم پدر را ترک گفت، زندانیان سیاسی را آزاد کرد و با مردم رویه و رفتار معتدلی را در پیش گرفت. «در زمان زمامداری امیر حبیب‌الله خان (۱۹۰۱ - ۱۹۱۸ م) «سراج‌الاکخبار افغانستان»، «سراج‌الافغانیه» و «سراج اطفال» به طبع و نشر آغاز می‌کنند» (رهین، ۱۳۸۷: ۹).

در ۲۵ ماه صفر ۱۳۲۳ ه.ق (۱۱ جنوری ۱۹۰۶ میلادی) نخستین شماره‌ی سراج‌الافغانیه در ۳۶ برگ نشر شد. ظاهراً در زمان امیر

عبدالرحمان خان و حبیب‌الله خان - همان‌گونه که پیش از این نیز اشاره شد - نسخه‌های خطی وجود داشته است. این نسخه‌های خطی که به نام «اخبارنامه قلمی» مشهور بوده، توسط یک محرر یا میرزا تدوین شده و تنها در اختیار امیر و شماری از مقام‌های بلندپایه نزدیک به شاه قرار داشته‌اند. گفته می‌شود، نویسندگان دربار با نوشتن این بلتن خبری خطی (نسخه‌ی خطی) امیر عبدالرحمان و حبیب‌الله خان را از رویدادها آگاه می‌کردند.

«در این دوره در کنار سایر انکشاف‌هایی که توسط امیر حبیب‌الله به‌وجود آمد، نشریه‌ی ویژه‌ی کودکان و نوجوانان به نام «سراج اطفال» در ۱۵ میزان ۱۲۷۹ (۱۸ اکتوبر ۱۹۱۸) به نشر آغاز کرد. گرچه به قسم ضمیمه‌ی سراج‌الاخبار نشر می‌شد؛ اما یقیناً دارای اهداف مشخص بود. هدف آن نشر مطالب دینی، اخلاقی، علم و فنون متداول عصر بود. این مطالب را به زبان ساده و روان عرضه می‌کرد تا در انکشاف سویه، دانش و تربیت جوانان معاونت کند» (آهنگ، ۱۳۸۳: ۱۰۳).

در این دوره، تاریخ رسانه‌ها با یکی از پیشگامان روزنامه‌نگاری افغانستان یعنی محمود طرزی رقم خورده است. کسی که «پدر ژورنالیسم افغانستان» نامیده می‌شود. طرزی با نگاه ژرف، آموزش‌ها و تجربه‌هایی که در عرصه‌ی روزنامه‌نگاری در کشورهای گوناگون داشت، گام‌های بلندی در جهت تکامل روزنامه‌نگاری در کشور برداشت. با شکل‌گیری گروه‌های مشروطه‌خواه و همگرایی آنان، زمینه برای نشر سراج‌الاخبار - که پس از شش شماره به سراج‌الاخبار افغانیه تغییر نام یافت - فراهم شد.

جالب است که با مدیریت محمود طرزی و حلقه‌های روشنفکری اعضای جنبش مشروطه‌خواه، در نشرات رسانه‌های چاپی از تمام ژانرهای روزنامه‌نگاری نوین استفاده می‌شد. عکس، کارت‌تون، طنز، داستان، تبصره، تقریظ، گزارش‌های خبری، تحلیل، مقاله و... در رسانه‌های چاپی این دوره دیده می‌شود. بازتاب رسانه‌ها در خارج از قلمرو حاکمیت حبیب‌الله خان نیز مثال‌زدنی است. این روزنامه در آسیای صغیر، مصر،

شبه جزیره‌ی هند و روس تزاری توزیع می‌شد. محتوای سراج‌الخبار، بسیار زود هند بریتانیایی و روسیه‌ی تزاری را نگران ساخت. این نشریه به رغم این که به موقع در خارج کشور توزیع نمی‌شد، اما بازم افکار ضد استعماری و آزادی‌خواه آن، منافع استعمارگران و نظام‌های استبدادی را تهدید می‌کرد. کشورهای استعمارگر به شدت مخالف چاپ این روزنامه بودند؛ تا آن جا که نماینده‌ی انگلیس در شبه قاره، موارد نگرانی خود را از توزیع این نشریه در هند برتانیایی ابراز کرد. ولی عملاً نتوانست جلو توزیع سراج‌الخبار را بگیرد.

دوره‌ی تحول و تنوع رسانه‌یی

پس از مرگ حبیب‌الله خان در کله‌گوش لغمان در سال ۱۹۱۹ میلادی، امان‌الله شاه به قدرت رسید. او ضمن تأمین استقلال، فضای آزادی مطبوعات را تا حد ممکن گسترش داد. امان‌الله شاه در صدد قانونمند کردن مطبوعات افغانستان بود. در سال ۱۳۰۱ خورشیدی نخستین قانون اساسی افغانستان تصویب شد و دو سال بعد، در سال ۱۳۰۳ خورشیدی نخستین نظام‌نامه‌ی افغانستان به تصویب رسید. منیژه باختری درباره‌ی میزان کارکرد این قانون می‌نگارد: «قانون خیلی مفصل و کاملی نبود؛ اما با توجه به چونی و چندی مطبوعات آن زمان، می‌توان آن را در همان زمان کارا دانست» (باختری، ۲۰۰۲: ۳).

دست کم در پرتو قانون اساسی و قانون مطبوعات، فعالیت رسانه‌یی به ویژه روزنامه‌نگاری روشن شد. در زمان امان‌الله شاه روزنامه، هفته‌نامه، ماهنامه‌ها و مجله‌های گوناگون به کار آغاز کردند. در کنار نشریه‌هایی که در کابل منتشر می‌شد، نشریه‌هایی نیز در شماری از ولایت‌های کشور فعالیت داشتند و به مردم اطلاع‌رسانی می‌کردند. «مطبوعات دوره‌ی پادشاهی اعلی حضرت امان‌الله، پیشینه‌ی بس عالی و منحصر به فردی را در زندگی انسانی دنیال می‌کند» (باختری، ۲۰۰۲: ۱۳۲).

پروفسور رسول رهین با اشاره به دستاوردهای مهم امان‌الله خان در زمینه‌ی گسترش آموزش و فرهنگ می‌نویسد: «با حصول استقلال سیاسی افغانستان، اصلاح‌طلبی در همه‌ی امور زندگی {مردم} افغانستان آغاز یافت. چنان‌چه بیش از یک صد نظام‌نامه ترتیب و نشر گردید. تعلیم و تربیت انکشاف مزید نمود. تعلیم نسوان آغاز یافت. محصلان برای کسب علوم عصری به ترکیه، فرانسه، اتحاد شوروی، آلمان و غیره کشورها اعزام گردیدند. برای تحقق اصلاح‌طلبی و ریفارم‌های دولت و روشنگری مردم افغانستان، مخصوصاً آگاهی مردم از مزایای ریفارم و اصلاحات دولت، نشر جراید، روزنامه‌ها و مجله‌ها به صورت گسترده یک امر طبیعی و لازمی بود که وسیعاً در آسمان مطبوعات افغانستان درخشید» (رهین، ۱۳۸۷: ۲۳۷).

محمد کاظم آهنگ، دوره‌ی حکومت امیر امان‌الله خان را دوره‌ی درخشان بالندگی رسانه‌ها بیان می‌کند و توضیح می‌دهد که حتا در شرایط دشوار جنگ، کار روزنامه‌نگاری متوقف نشد: «با آن‌که طی سال‌های ۱۳۰۷ ه.ش بحران و جنگ سراسر کشور افغانان را احاطه کرده بود، نشریه‌های موقوت در مرکز کشور و ولایات به نشر می‌رسیدند» (رهین، ۱۳۸۷: ۲۴۶).

برخی از کارشناسان رسانه‌ی، دوره‌ی امان‌الله خان را دوره‌ی تحول و توسعه‌ی رسانه‌های تحلیلی می‌دانند و نظام‌نامه‌ی اساسی افغانستان مصوب ماه سرطان ۱۳۰۳ را به دلیل جامعیت و مواد ترقی‌خواهانه‌اش می‌ستایند: «به دنبال ایجاد نظام مطبوعاتی مبتنی بر قانون اساسی، نشریات {این} دوره‌ی افغانستان رشد کمی و کیفی قابل ملاحظه‌ی پیدا کردند. تأسیس و انتشار ۲۲ نشریه در پایتخت و ولایات کشور، نشریه‌ی برای زنان، تأسیس نخستین مرکز رادیویی از جمله دستاوردهای دوره‌ی حاکمیت امان‌الله خان به شمار می‌رود» (عصمت‌اللهی، ۱۳۸۲: ۴).

ابزار و قطعات رادیو، برای نخستین‌بار در سال ۱۳۰۴ خورشیدی (۱۹۲۵ میلادی) به افغانستان آمد و به این ترتیب در سال ۱۳۰۷

خورشیدی، دستگاه برودکستینگ (نشرات) در کابل نصب شد و در سال ۱۳۱۹ نشرات امتحانی رادیو آغاز گشت. در سال ۱۳۲۰ نشرات رادیویی به کمک متخصصان آلمانی به صورت رسمی شروع شد. در واپسین سال جمهوری داوودخان، یعنی در ۱۳۵۶ تلویزیون به افغانستان آمد. موسی شفیق یکی از نخست‌وزیران دوره ظاهرشاهی، در بازگشت از سفر جاپان، نخستین فرستنده‌ی رادیویی را با همکاری دولت جاپان در افغانستان بنیان گذاشت.

رسانه‌های آمرانه و آزادی‌گرا

پس از استعفای امان‌الله شاه و به قدرت رسیدن نادرخان در سال ۱۳۰۸ ه.ش، به مدت چهار سال یعنی تا ۱۳۱۲، بار دیگر نظام آمرانه در کشور پا گرفت و رسانه زیر نظارت شدید دولت قرار گرفت (معمدثراد، ۱۳۸۲: ۳). پس از کشته شدن نادرشاه و روی کار آمدن فرزندش ظاهرشاه که مدت چهل سال (۱۳۱۲ - ۱۳۵۲ ه.ش ۱۹۳۳ - ۱۹۷۳ م) بر کرسی قدرت تکیه زده بود، مطبوعات افغانستان دوره‌های مختلف سیاست‌های آمرانه و آزادی‌خواه رسانه‌یی را تجربه کرد.

در سال‌های نخست‌وزیری سردار محمدهاشم خان نظارت شدیدی بر رسانه‌ها حاکم بود. در زمان نخست‌وزیری سردار شاه‌محمود خان فضای مناسبی برای مطبوعات آزاد فراهم شد. اما پس از روی کار آمدن سردار محمد داوودخان در سال ۱۳۳۲ هجری شمسی، رسانه‌های آزاد محدود شدند؛ اما رسانه‌های دولتی از لحاظ کمی و کیفی گسترش یافتند.

دهه‌ی دمکراسی

در ۱۳۴۲ خورشیدی، با کنار رفتن سردار محمد داوودخان و روی کار آمدن سردار محمد یوسف، دوره‌ی سیاسی جدیدی در افغانستان آغاز

شد. میانه‌ی ۱۳۴۲ تا ۱۳۵۲ به دهه‌ی دموکراسی معروف است. مهم‌ترین دستاوردهای این دهه را اصلاح قانون اساسی و تغییر قانون مطبوعات می‌دانند. می‌گویند که در این دوره، اداره‌ی مطبوعات از انحصار دولت خارج گردید؛ سانسور قبل از انتشار از میان رفت؛ اقدامات احتیاطی و جرایم مطبوعاتی نیز بر اساس اصول و قوانین مشخص حاکم شد.

بر مبنای این روایت، آزادی‌های دهه‌ی دموکراسی تا آن زمان در تاریخ سیاسی و فرهنگی کشور بی‌پیشینه بوده است. برخی از نویسندگان، چند عنصر مهم را در شکل‌گیری دهه‌ی دموکراسی دخیل می‌دانند:

۱. تدوین قانون اساسی مشروطه
۲. پدید آمدن شرایط نسبتاً آزاد برای تجمعات و تظاهرات
۳. ظهور احزاب سیاسی
۴. تأسیس روزنامه‌ها و جراید مختلف با رویکردهای انتقادی
۵. سهم و نقش اساسی نیروها و روشنفکران سکولار و «چپ» (واعظی، ۱۳۹۳).

به نظر واعظی، این عناصر ماهیت دهه‌ی دموکراسی را نسبت به حکومت‌های سلف برجسته ساخت و این برجستگی نتیجه‌ی تلاش و مبارزات مشروطه‌خواهان بود؛ به ویژه موج سوم مشروطه‌خواهی که چهره‌های مطرحی چون غلام‌محمد غبار، عبدالرحمان محمودی و برات‌علی در تبلور آن نقش بسزایی داشتند. تشکیل شورای ملی و عضویت نمایندگان مردم از اقوام گوناگون افغانستان، از نخستین تجربه‌های نظام سلطنتی مشروطه بود. تغییر و تبدیل کابینه‌ها و استیضاح و استجواب مقام‌های عالی‌رتبه‌ی حکومت توسط مجلس نمایندگان، تمرین و مشق دموکراسی نوپا بود. امری که در آن زمان رویداد بزرگی در سایه‌ی نظام سلطنتی تلقی می‌شد.

به رغم توصیف و تمجیدهایی که از دهه‌ی دموکراسی شده، آزادی رسانه‌ها در این دهه از گزند سانسور و سرکوب در امان نبود. صباح‌الدین کشکی که خود وزیر فرهنگ دوران نخست‌وزیری

محمد موسی شفیق بود. می گوید که جناب نخست وزیر با تطمیع رسانه‌ها و اعطای برخی امتیازات مالی، می خواست آن‌ها را در قبضه‌ی خود در آورد و موضع انتقادی رسانه‌ها را نسبت به کابینه‌اش تغییر دهد.

اسدالله شعور می گوید که در زمان نخست وزیر هاشم میوندوال، رسانه‌های آزاد و منتقد سلطنت به طور کامل مصادره شدند. ممنوعیت نشرات جریده‌ی خلق، جریده‌ی پرچم و نشریه‌ی شعله‌ی جاوید نشان می دهد که آزادی رسانه‌ها تنها در قانون اساسی و قانون رسانه‌های همگانی دهه‌ی دموکراسی تضمین شده بود. اما عملاً حکومت‌های دهه‌ی دموکراسی مانع نشرات آزاد رسانه‌ها می شدند. به بیان دیگر در دهه‌ی دموکراسی رسانه‌ها از آزادی نسبی برخوردار بودند. حکومت‌های وقت چندان در برابر انتقاد رسانه‌ها بردبار نبودند.

غلام‌نسی خاطر، صاحب امتیاز جریده‌ی «پیام امروز» می گوید که در دهه‌ی دموکراسی، جریده‌اش در مقاله‌ی دستگاه حاکمه را بی کفایت خوانده بود. این انتقاد سبب تعطیلی جریده و زندانی شدن مدیر مسوول آن شد. نمونه‌ی دیگر سانسور کتاب «افغانستان در مسیر تاریخ» مرحوم غبار است. این کتاب به دستور مستقیم نور احمد اعتمادی نخست وزیر وقت سانسور شد. اسدالله شعور دلیل این سانسور را برخورد شخصی تلقی کرده و می گوید که مرحوم غبار درباره‌ی خانواده‌های حاکمان جزییاتی را نگاشته بود که نور احمد اعتمادی نمی خواست آن‌ها همگانی شوند.

صباح‌الدین کشککی می گوید که اصولاً نظام سلطنتی مشروطه، مخالف آزادی مطبوعات بود و تمایل چندانی به فعالیت‌های رسانه‌یی نداشت؛ ولی برای رهایی از فشارها و انتقادهای افکار عامه به رسانه‌های آزاد اجازه‌ی فعالیت داده بود. حتی این آزادی نسبی نیز با سانسور غیر مستقیم مواجه بود. نظر به قانون مطبوعات، مالکان رسانه‌های آزاد باید نشریه‌های‌شان را توسط دستگاه‌های چاپ، طبع و نشر می کردند. به دلیل در دسترس نبودن و ناکافی بودن مطبوعه‌های آزاد و مجهز نبودن مطبوعه‌های غیر دولتی، مالکان رسانه‌ها ناگزیر بودند جرایدشان

را به مطبوعه‌ی دولتی بسپارند. مسوول مطبوعه‌ی دولتی پیش از چاپ، مطالب نشریه‌ها را مرور می‌کرد. در صورت مشاهده‌ی مطالب انتقادی ضد حکومت، موضوع به مقام‌های بالا گزارش می‌شد و نوشته‌ی انتقادی سانسور می‌شد. به رغم ممنوعیت سانسور، در دهه‌ی دموکراسی این شگرد به صورت پنهان همچنان ادامه داشت.

گرچه شماری از تحلیل‌گران بر این باورند که دهه‌ی دموکراسی بستر مناسبی برای پیدایش مطبوعات آزاد بوده؛ اما حقیقت چیز دیگری است. دو مسأله در سانسور رسانه‌های دهه‌ی دموکراسی نقش برجسته‌ی داشت؛ نخست آن‌گونه که صباح‌الدین کشکی می‌گوید، اصولاً حکومت‌های دهه‌ی دموکراسی مخالف فعالیت مطبوعات آزاد بودند و هیچ علاقه‌ی به رسانه‌های غیر حکومتی نداشتند. همچنین اعمال محدودیت علیه رسانه‌های آزاد ناشی از مخالفت حکومت، ضدیت مجلس و انتقام‌گیری‌های شخصی بود. اسدالله شعور مصادره شدن جریده‌ی خلق و پرچم را کار مجلس دانسته و ممنوعیت نشرات جریده‌ی پیام امروز را مخالفت شخصی مرحوم سید قاسم رشتیا با آقای غلام‌نبی خاطر، عنوان کرده است. در دهه‌ی دموکراسی خشونت علیه گردانندگان رسانه‌های آزاد نیز چندان غیرمعمول نبود. به طور مثال، مدیر مسوول جریده‌ی پیام امروز پس از کش‌وقوس‌های فراوان، به دو سال زندان محکوم می‌شود.

ممنوعیت رسانه‌های آزاد در عصر جمهوری

در ۲۶ ماه سرطان/تیر ۱۳۵۲ خورشیدی با کودتای سردار محمد داوودخان، دهه‌ی دموکراسی به فرجام رسید و نظام سلطنتی از افغانستان برچیده شد. روند توسعه‌ی آزادی مطبوعات در افغانستان به بن‌بست رسید و فعالیت نسبی مطبوعات آزاد متوقف شد. در عوض، بر تقویت رسانه‌های حکومتی تأکید شد. وضعیت فرهنگی در حکومت

داوودخان - که بنیان‌گزار نظام جمهوری بود - با رکود مواجه شد. «در دوره‌ی زمامداری داوودخان معارف افغانستان به حال خود باقی ماند، تغییر چشم‌گیری در رشد سطح کیفی اُلیسه‌های مسلکی، ثانوی و حرفه‌یی به چشم نمی‌خورد. رادیو و تلویزیون افغانستان به کمک جاپانی‌ها اعمار گردید و کار نشرات مقدماتی تلویزیون دولتی افغانستان آغاز شد. سانسور کتاب شدید و ورود آزاد کتاب از ایران و سایر کشورها محدود گردید. نشر کتاب منحصر به مطابع دولتی بود و کتاب بعد از تفتیش و نظارت اولیای امور، به مطابع دولتی برای نشر (سپرده) می‌شد. در سکتور هنر و کتابخانه‌ها گامی برداشته نشد و مطبوعات آزاد به رکود مواجه گردید. (رهین، ۱۳۸۷: ۵۲۵)

داوودخان در روزهای نخست حکومتش، قانون اساسی ۱۳۴۳ را لغو کرد و نزدیک به چهار سال را در خلاء قانونی حکومت کرد. اما به دلیل فشارهای مردم، به تدوین و اجرایی شدن قانون اساسی جدید رأی داد. پیش‌نویس این قانون در ۱۳ فصل و ۱۳۶ ماده به تاریخ ۲۵ ماه دلو/بهمن ۱۳۵۵ از سوی لویه‌جرگه تصویب و در پنجم ماه حوت/اسفند ۱۳۵۵ از سوی داوودخان نافذ شد. در این قانون قیدها و محدودیت‌های زیادی برای فعالیت‌های رسانه‌یی درج شده است.

صدیق فرهنگ با اشاره به محدودیت‌های شکننده‌ی این قانون می‌نگارد: «یک بخش از احکام آن به‌خصوص احکام مربوط به مصونیت‌های شخصی، عیناً از قانون اساسی سال ۱۳۴۳ خورشیدی (۱۹۶۴ میلادی) اخذ شده؛ او ظاهرأ اصول قبول شده‌ی دموکراسی را تأیید می‌کرد؛ اما در عمل از ایجاد مؤسسات لازم مانند قوه‌ی مقننه و قوه‌ی قضاییه با صلاحیت خودداری می‌نمود. بیشترین صلاحیت در مقام ریاست جمهوری متمرکز بود که از اختیارات گسترده‌تری نسبت به اختیارات شاه در قانون اساسی سابق برخوردار بود» (فرهنگ، ۱۳۷۱: ۸۳).

دولت کمونیستی

در سال ۱۳۵۷ خورشیدی نظامیان طرفدار شوروی، علیه حکومت داوودخان دست به کودتا زدند و پس از کودتای ۷ ثور/اردیبهشت، گونه‌ای از نظام کمونیستی در افغانستان برقرار شد. از ۱۳۵۷ تا ۱۳۷۱ نظامی کمونیستی در افغانستان حاکم بود. در این سال‌ها چهار رییس جمهور - نورمحمد تره‌کی، حفیظ‌الله امین، ببرک کارمل و داکتر نجیب - با گرایش‌های کمونیستی اداره‌ی افغانستان را برعهده داشتند.

ببرک کارمل دومین مهره‌ی طرفدار شوروی، پنجمین قانون اساسی کشور را تصویب کرد. قانونی که در آن آزادی‌های فردی، دینی و رسانه‌یی محترم شمرده شده بود؛ اما در عمل استبداد و خفقان همچنان حاکم بود و هیچ‌گاه، در هیچ موردی به مواد قانون اساسی رجوع نمی‌شد. در ششمین قانون اساسی که در سال ۱۳۶۶ خورشیدی و در دوران حکومت داکتر نجیب تهیه شد، فضای سیاسی بازتر و فعالیت‌های رسانه‌یی آزادتر شد. برخی بر این عقیده‌اند که داکتر نجیب نیک می‌دانست که فشارهای اعمال شده از سوی حکومت بر شهروندان کشور نیاز به چاره‌جویی و آرایه‌ی راهکاری مناسب و قناعت‌بخش دارد؛ به همین دلیل داکتر نجیب با توشیح این قانون به مردم اطمینان داد که دولت‌ش به آزادی بیان و حقوق شهروندی احترام می‌گذارد.

ماده‌ی ۴۱ این قانون تصریح می‌کند: «آزادی حق طبیعی انسان است. این حق جز آزادی دیگران و منافع عامه که توسط قانون تنظیم می‌گردد، حدودی ندارد. آزادی و کرامت انسانی از تعرض مضمون بوده، دولت آن را احترام و حمایت می‌کند» (قوانین اساسی افغانستان، ۱۳۸۶: ۳۴۴).

ماده‌ی ۴۹ قانون اساسی ۱۳۶۶ خورشیدی، به حمایت از آزادی بیان و آزادی رسانه‌های همگانی صراحت دارد: «اتباع جمهوری افغانستان دارای حق آزادی فکر و بیان می‌باشند. اتباع می‌توانند از این حق به صورت علنی، شفاهی و تحریری طبق قانون استفاده کنند. سانسور

مطبوعات قبل از نشر جواز ندارد». (قوانین اساسی افغانستان، ۱۳۸۶: ۳۴۸). گرچه داکتر نجیب‌الله به طور رسمی تضمین‌های عملی‌یی برای حفاظت از آزادی بیان و منع تحریم و تعقیب روزنامه‌نگاران داد، ولی به دلیل بی‌باوری مردم به عملکرد دولت، تمامی این ضمانت‌ها و حرکت‌ها به بن‌بست رسید. «در دوره‌ی ریاست جمهوری داکتر نجیب‌الله هر چند از دامنه‌ی جنگ کاسته نشد؛ اما فضای سیاسی اندکی گشوده و آزادی‌های سیاسی تا حدودی فراهم گردید. داکتر نجیب با درک حساسیت‌های دینی و مذهبی مردم، سیاست توأم با انعطاف را در پیش گرفت، در ظاهر از اعمال خشونت و استبداد نظامی کاست و خواستار مذاکره با مخالفان رژیم شد؛ اما تلاش‌های وی سودی نبخشید. در حقیقت گسست اعتماد چندان میان حکومت و ملت عمیق و وسیع بود که با اقداماتی چنین از میان نمی‌رفت» (عصمت‌اللهی، ۱۳۸۲: ۱۵۵).

در جریان چهارده سال جنگ و مقاومت جهادی‌ها در برابر حکومت کمونیستی، رسانه‌های انقلابی با محتوای عقیدتی و سیاسی از سوی تنظیم‌های جهادی نشر می‌شد. در واقع دوران جنگ با نظام وابسته به رژیم کمونیستی، عصر زایش و رویش رسانه‌های انقلابی بوده است. البته عصر جنگ با حکومت کمونیستی و دوران حکومت مجاهدین را باید از هم تفکیک کنیم. در واپسین سال‌های حکومت داکتر نجیب و با تغییر قانون اساسی در ۸ جوزا/خرداد ۱۳۶۹، فضای مناسبی برای فعالیت‌های رسانه‌یی به وجود آمده بود. اما این ترمش‌ها دیگر نمی‌توانست چیزی را عوض کند؛ زیرا جانب مقابل یعنی جنگجویان اسلام‌گرا به شدت قدرت یافته بودند و مردم نیز خطر سقوط دولت را بیش از پیش حس می‌کردند.

دولت اسلامی مجاهدین

پس از پیروزی مجاهدین، روزنامه و روزنامه‌نگاری تا حدود زیادی از رونق افتاد. تنها چند روزنامه همانند کابل، بالاحصار، صبح امید و شهر

به طور مداوم منتشر می‌شدند. البته در این دوره انتشار نشریات احزاب جهادی گوناگون کماکان ادامه داشت. با آغاز جنگ‌های داخلی، بسیاری از نویسندگان و اصحاب قلم کشور را ترک کردند و بسیاری از تشکل‌های مطبوعاتی فعال در کشور منحل شدند (عصمت‌اللهی، ۱۳۸۲).

با این‌که امیدواری‌هایی در سال نخست حکومت مجاهدین شکل گرفت، اما تنش‌ها میان تنظیم‌های جهادی عملاً نتوانست نظام‌نامه‌ی رسانه‌یی معیاری را تدوین و عملی کند. این مسأله سبب شد که روند کار روزنامه‌نگاری در عصر دولت اسلامی مجاهدین متوقف شود.

عصر مهاجرت

لازم می‌دانم که اشاره‌ی کوتاهی به وضع رسانه‌های مهاجران افغانستان در جریان سه دهه مهاجرت نیز داشته باشم، چون بسیاری از نشریاتی که در جریان جنگ‌های داخلی در خارج کشور منتشر می‌شد، وابسته به گروه‌های جهادی بودند و بیشترشان به مثابه‌ی بلندگوی تبلیغاتی عمل می‌کردند. پس از اوج گرفتن تنش‌ها میان مجاهدین بر سر تقسیم قدرت و شعله‌ور شدن جنگ‌های تنظیمی، شماری از گروه‌های جهادی در خارج کشور، دست به تأسیس نشریه‌های چاپی زدند. اما محتوای این رسانه‌ها و جهت‌گیری‌های‌شان، با روزنامه‌نگاری حرفه‌یی چندان مطابقت نداشت و این رسانه‌ها نمی‌توانستند فقدان اطلاع‌رسانی و روزنامه‌نگاری را جبران کنند.

در این میان فعالیت فرهنگی مهاجران افغانستانی را نمی‌توان نادیده انگاشت؛ البته بسیاری از مهاجران ناگزیر بودند که برای ادامه‌ی فعالیت رسانه‌یی‌شان با تنظیم‌های جهادی در ارتباط باشند و از این راه، منابع اقتصادی خود را تأمین کنند. معین‌الدین محرابی و مهدی جعفر خانقاه در پژوهشی نسبتاً تازه، سه دهه مطبوعات فارسی‌زبان مهاجران افغانستانی را در جهان بررسی کرده و در پایان آن را به چهار

دوره‌ی تاریخی - حکومت کمونیستی، دولت مجاهدین، امارت اسلامی طالبان و دولت جمهوری اسلامی افغانستان - تقسیم کرده اند. جالب این جا است که فعالیت‌های رسانه‌یی مهاجران افغانستان در این چهار دوره‌ی تاریخی، بر اساس رویدادهایی که در داخل کشور رخ می‌داد، فراز و فرود داشت.

«در این تحقیق معلوم شد که مجموعاً ۶۹۰ عنوان نشریه‌ی فارسی زبان، توسط مهاجران افغانستانی در ۲۲ کشور جهان منتشر شده اند.» (محرابی، ۱۳۸۹: ۱۹). در این پژوهش، فعالیت‌های رسانه‌یی مهاجران از نظر کمی و مکانی مورد بررسی قرار گرفته است. «پاکستان ۲۵۱ عنوان؛ ایران ۲۴۷ عنوان؛ آلمان ۶۶ عنوان؛ آمریکا ۴۸ عنوان؛ کانادا ۱۰ عنوان؛ هند ۸ عنوان؛ انگلستان و تاجیکستان هر کدام ۷ عنوان؛ فرانسه و نروژ هر کدام ۶ عنوان؛ اتریش، استرالیا و دانمارک هر کدام ۵ عنوان؛ سوئیدن و هلند هر کدام ۴ عنوان؛ بلژیک، روسیه، سوئیس و فنلاند هر کدام ۲ عنوان؛ ترکیه، چک و مجارستان هر کدام یک عنوان.» (محرابی، ۱۳۸۹: ۲۰)

این پژوهش همچنان نشان می‌دهد که بیشترین رقم نشریات مهاجران در زمان حکومت کمونیست‌ها بوده است. «از ۶۹۰ عنوان نشریات فارسی‌زبان مهاجران افغانستانی در جهان، ۳۷۵ عنوان در فاصله‌ی سال‌های ۱۳۵۷ تا ۱۳۷۰ خورشیدی؛ یعنی دوره‌ی حکومت کمونیستی در افغانستان؛ ۱۲۳ عنوان در فاصله‌ی سال‌های ۱۳۷۱ تا اوایل نیمه‌ی دوم ۱۳۷۵ یعنی دوره‌ی حکومت مجاهدین؛ ۱۴۲ عنوان در فاصله‌ی سال‌های ۱۳۷۵ تا آبان [...] ۱۳۸۰ یعنی دوره‌ی حکومت طالبان؛ ۲۹ عنوان در اواخر سال‌های ۱۳۸۰ تا ۱۳۸۷ یعنی دوره‌ی حکومت انتقالی دولت حامد کرزای {کرزی} تأسیس یافته است» (خانقاه، ۱۳۸۹: ۱۹).

در مجموع پژوهش بیانگر این مسأله است که با مساعد شدن فعالیت رسانه‌یی در داخل کشور، رقم نشریات مهاجران در خارج کشور

کاهش قابل ملاحظه‌یی پیدا کرد؛ به‌ویژه از سال ۲۰۰۱ به این سو بسیاری از رسانه‌گران مهاجر به کشور برگشتند و فعالیت رسانه‌یی را در داخل کشور آغاز کردند.

عصر انحصار و سکوت

در سال ۱۳۷۵ هجری خورشیدی، زمانی که امارت اسلامی طالبان در کابل تأسیس شد، رسانه‌های چاپی، شنیداری و دیداری که در دوره‌ی دولت اسلامی مجاهدین به صورت نامنظم فعالیت می‌کردند، عملاً نابود شدند. با آمدن طالبان مطبوعات وارد تاریک‌ترین مرحله‌ی غیرقابل تصور شد. نشریات محدودی که اجازه‌ی نشر داشتند، در انحصار طالبان قرار گرفتند و تنها به چاپ فرامین ملامحمد عمر و خبرهای فتوحات طالبان می‌پرداختند. البته نشریه‌هایی که در خارج از کشور در دو حوزه‌ی مهاجر نشین ایران و پاکستان و در سایر کشورها از سوی نخبگان و فرهنگیان مهاجر نشر می‌شد، از آزادی‌های نسبی در کشورهای میزبان برخوردار بودند.

«با تسلط طالبان تنها یک رادیو در افغانستان برنامه پخش می‌کرد، که اصطلاحاً «صدای شریعت» نامیده می‌شد که فقط چند ساعت برنامه بیشتر در روز نداشت و مهم‌ترین تریبون تبلیغاتی طالبان به شمار می‌رفت. نشریه‌ی رسمی طالبان شریعت نام داشت که به صورت هفته‌نامه در کشور منتشر می‌شد و در مناطق زیر نفوذ طالبان توزیع می‌شد. برخی دیگر از نشریات قدیمی نیز در کابل به فعالیت خود ادامه می‌دادند؛ لکن به طور کلی مواضع و دیدگاه امارت اسلامی افغانستان را منعکس می‌کردند. از جمله‌ی این نشریات می‌توان به نشریات هیواد و انیس در کابل و اتفاق اسلام در هرات اشاره کرد» (عصمت‌اللهی، ۱۳۸۲: ۲۲).

شماری از کارشناسان حوزه‌ی رسانه، کارکرده مطبوعات کشور را تا نخستین روزهای حکومت موقت (۱۳۸۰) در پنج فرهنگ سیاسی

دسته‌بندی کرده اند: «نظام آمرانه، نظام مبتنی بر قانون، نظام آزادی‌گرا، نظام کمونیستی و نظام انقلابی» (عصمت‌اللهی، ۱۳۸۲).

جنگ‌های دامنه‌دار در افغانستان فرصت رشد و توسعه‌ی رسانه‌ها را محدود کرد و مانع ظهور ژورنالیسم حرفه‌یی شد؛ «متأسفانه دو دهه تجاوز، جنگ و بحران، تأثیر مخرب خود را بر فضای فعالیت‌های مطبوعاتی افغانستان بر جای نهاده است و گنجینه‌ی تجارب و دستاوردهای سالیان روزنامه‌نگاری افغان، که حاصل سال‌های طولانی تلاش اندیشمندان این دیار است، در معرض نابودی قرار دارد» (محرابی، ۱۳۸۹: ۱۵).

پس از دوره‌ی تاریک عبدالرحمان خان و نادر خان، استبداد رسانه‌یی در زمان امارت طالبان در تاریخ کشور بی‌سابقه بوده است. آزادی بیان از کشور رخت بر بست، نخبگان و روشنفکران کشور را ترک کردند و با قرار مغزها، رسانه‌های آزادی‌گرا به کلی نابود شدند.



تولد رسانه‌های آزاد

پس از فروپاشی طالبان در سال ۲۰۰۱ فصل تازه‌یی بر روی رسانه‌ها گشوده شد. خارج شدن رادیو و تلویزیون از انحصار دولت، آزادی بی‌پیشینه‌ی رسانه‌ها، تحول رسانه‌ها از لحاظ کیفیت کاری و استفاده از ژانرهای گوناگون در فعالیت‌های ژورنالیستی، آغاز عصر طلایی رسانه‌ها را در پرتو نظام تنبیهی آزادی‌گرا در تاریخ افغانستان رقم زد. در دهه‌ی هشتاد با انتقال مسالمت‌آمیز قدرت از برهان‌الدین ربانی به حامد کرزی و تشکیل دولت عبوری برای برگزاری انتخابات، گونه‌های مختلفی از رسانه‌های جمعی پس از چند سال سکوت سر بلند کردند. در این دوره رسانه‌های چاپی (نوشتاری) جانی تازه گرفتند. رسانه‌های دیداری، شنیداری، الکترونیکی (وب‌سایت‌ها و وبلاگ‌ها) و پایگاه‌های خبری با قدرت تمام به عرضه‌ی خدمات و اطلاع‌رسانی پرداختند.

مطالعه‌ی روند تاریخی رسانه‌ها در افغانستان نشان می‌دهد که پس

از سقوط طالبان، فرصت‌های خوبی برای فعالیت رسانه‌یی به‌وجود آمده است. رسانه‌ها در افغانستان همیشه سرگذشت پر مخاطره‌یی داشته، فرصت‌هایی که برای آزادی بیان رونما می‌شد عمر زیاد نداشته و پس از مدتی ورق برگشته و فضای فعالیت رسانه‌یی تنگ و تاریک می‌شد. اما پس از سال ۲۰۰۱ به رغم چالش‌ها و تهدیدهای فزاینده‌ی امنیتی، کار رسانه‌یی رونق یافت و رسانه‌گران به رغم نداشتن استقلال مالی و همچنین منابع مالی ناروشن، بیش از یک‌ونیم دهه فعالیت رسانه‌هایی را تجربه کردند. تجربه‌یی که در پرتو قانون اساسی، قوانین و مقرره‌های رسانه‌های همگانی امکان ظهور یافت.

در عین حال، در پانزده سال پسین با تولد انواع رسانه‌های چاپی، شنیداری و دیداری، رسانه‌های اجتماعی آنلاین نیز بر تنوع مطبوعات کشور افزود. دفتر حمایت‌کننده‌ی رسانه‌های آزاد افغانستان (نی)، در سال ۲۰۰۹ آماري از تعداد رسانه‌های جمعی در افغانستان منتشر کرد؛ که برپایه‌ی آن، ۵۳ رسانه‌ی تصویری (تلویزیون) ۱۰۹ رسانه‌ی شنیداری (رادیو) ۱۷ آژانس خبری، ۳۴ روزنامه، ۵۰۶ نشریه‌ی چاپی (هفته‌نامه و مجله) و در مجموع ۷۱۹ رسانه‌ی جمعی (تلویزیون، رادیو و نشریه‌ی چاپی) در سال ۲۰۰۹ در افغانستان ثبت شده‌اند. این آمار نشان می‌دهد که دست‌کم از نظر کمی، وضعیت رسانه‌های افغانستان در مقایسه با بسیاری از کشورهای منطقه در جایگاه بهتری قرار داد.

نظام‌های رسانه‌یی

رسانه‌ها در بستر نظام‌های ایدیولوژیکی - سیاسی حاکم بر افغانستان، در جریان بیش از صد و چهل سال سابقه‌ی کاری، نظام‌های رسانه‌یی گوناگونی را از سر گذرانده‌اند. داکتر عصمت‌اللهی، در تقسیم‌بندی نظام‌های رسانه‌یی از زمان تأسیس نخستین رسانه در افغانستان تا سال ۲۰۰۱ میلادی، نه نظام مطبوعاتی را بر شمرده است؛ اما پس از سال

۲۰۰۱ و گشوده شدن فصل نوینی برای فعالیت‌های رسانه‌یی، نظام آزادی‌گرای تنبیهی در کشور پا گرفت. با این حساب، برپایه‌ی صراحت قانون اساسی افغانستان و محتوای قانون رسانه‌های همگانی، نظام آزادی‌گرای تنبیهی یازدهمین نظام رسانه‌یی در کشور خواهد بود.

این یک واقعیت انکارناپذیر است که پس از فروپاشی حکومت طالبان، تأثیر فعالیت رسانه‌های آزاد در امر اطلاع‌رسانی، کمک به روند تحکیم صلح و بازسازی در کشور برجسته بوده است. «قانون رسانه‌های کشور، قانونی آزاد در مقایسه با کشورهای منطقه محسوب می‌گردد. افغانستان چندین چینل رسانه‌های برقی و چاپی دارد و کمپنی‌های رسانه‌یی دیگر نیز در حال ورود به مارکت هستند؛ اما هنوز هم افغانستان برای رسانه‌ها یکی از ناامن‌ترین منطقه‌های جهان محسوب می‌گردد».

نامی‌ها، به همان تناسبی که در سایر بخش‌های دولتی و خصوصی تأثیرات مخربی بر جای گذاشته، در مسیر پیشرفت رسانه‌ها نیز بن‌بست‌هایی را به وجود آورده است. در این میان، رسانه‌های آزاد با بیشترین تهدیدها مواجه بوده‌اند. در سال‌های اخیر رسانه‌های آزاد هم از طرف اداره‌های دولتی و هم از طرف گروه‌های شورشی زیر فشار قرار گرفتند. به باور بسیاری از آگاهان، دولت ضعیف افغانستان نتوانسته حق دسترسی به اطلاعات را نهادینه سازد. قانون‌گریزی و نفوذ قدرت‌های مافیایی در هر سه قوا، فعالیت رسانه‌های آزاد را مختل کرده است. گرچه به لحاظ کیفی کار رسانه‌ها با چالش‌ها و بن‌بست‌هایی مواجه بوده؛ اما در مجموع این دوره در تاریخ فعالیت‌های رسانه‌یی افغانستان، یک استثنا محسوب می‌شود. به رغم مشکلات ساختاری و اداری، دسترسی به اطلاعات و فعالیت آزاد رسانه‌یی در قانون اساسی و قانون رسانه‌ها پیش‌بینی شده و سانسور پیش از انتشار عملی غیرقانونی به شمار می‌آید.

البته موضوع امنیت خبرنگاران و این‌که چه مشکلاتی در مسیر کار

است. بانو مصطفوی در این باره می‌نویسد: «در افغانستان هم که جز این دسته از کشورهاست، دادن اعلام‌نامه در قانون رسانه‌های همگانی این کشور پیش‌بینی شده است» (مصطفوی، ۱۳۸۹).

در سایه‌ی نظام تنبیهی آزادی‌گرا، گسترش و تنوع رسانه‌ها را می‌توان دستاورد بزرگی تلقی کرد. البته برخی به این نظرند که این تنوع و تکثر به صورت طبیعی به‌وجود آمده و حکومت در آن نقشی نداشته است. نگارنده این قضاوت یک‌جانبه را نوعی بی‌انصافی می‌پندارد؛ حتی شماری از رسانه‌های مخالف حکومت نیز این مسأله را نادیده نگرفته و در کنار بر شمردن چالش‌ها، از تغییرات مثبت رسانه‌ی نیز سخن گفته‌اند. «کثرت رسانه‌ها در افغانستان پس از طالبان، یکی از چشم‌گیرترین و اثرگذارترین پدیده‌های اجتماعی پنداشته می‌شود؛ اما این پدیده شاید به تناسب گستردگی‌اش با آزمون‌ها و خطاها و همچنان چالش‌های شناخته و ناشناخته‌ی بی‌شماری روبه‌رو بوده است».

طبیعی است که سامان‌دهی رسانه‌های آزاد - با این کثرت بی‌سابقه - پس از یک دوره نابه‌سامانی، کاری است دشوار و نفس‌گیر. درباره‌ی فعالیت بسیاری از این رسانه‌ها و چگونگی کارکردهای‌شان، حرف و حدیث‌های زیادی وجود دارد. به رغم تأثیرات مثبتی که به لحاظ تنوع و تکثر رسانه‌ی در کشور رونما شده، آسیب‌هایی نیز جامعه رسانه‌ی را تهدید می‌کند. «اگرچه حضور چشم‌گیر رسانه‌ها تأثیرات قابل ملاحظه‌ی بر روند تحولات سیاسی، فرهنگی و اجتماعی در کشور داشتند، اما این حضور هیچ‌گاه از نظم‌یافتگی لازم برای ارایه‌ی تصویری شفاف از واقعیت‌های افغانستان در حال گذار از جنگ و بحران، به سوی صلح و هم‌زیستی مسالمت‌آمیز و خلق فرایندهای ثبات‌محور برخوردار نبوده است؛ زیرا به هر اندازه‌ی که بر شمار رسانه‌ها، به ویژه رسانه‌های دیداری افزوده شد، این رسانه‌ها یا تنظیمی از آب درآمدند، یا قومی، یا هم مذهبی که به این صورت جبهه‌ی طرفداران دموکراسی، تأمین عدالت و رعایت احترام به حقوق بشر روز تا روز

تضعیف شد و در کنار این، بسیاری از رسانه‌هایی که با به دست آوردن پول از کشورها و سازمان‌های بین‌المللی به عنوان رسانه‌های آزاد مطرح شدند، با برخورد تجاری و ابزارگرایانه‌ی محض یا قضایای جاری و در مجموع کار رسانه‌یی در کشور با پخش بی‌رویه فراورده‌های نشراتی بیرونی و عدم درک درست از مخاطبان و تأثیری که این فراورده‌ها بر روان اجتماعی (کشوری که هنوز در لبه‌ی پرتگاه سقوط به نامنی و بی‌ثباتی قرار دارد) می‌گذارد؛ بیشتر از رسانه‌های ایدئولوژیک و قومی قامت دموکراسی را خمیده‌اند.»

پس از انتخابات ریاست جمهوری ۱۳۹۳ و انتقال قدرت به اشرف غنی، افغانستان با بحران مدیریت مواجه شد. گسترش ناامنی و تداوم فساد اداری، کمک‌کننده‌ها و دونه‌های بین‌المللی را دل‌سرد کرد. کمک‌های جامعه‌ی جهانی به رسانه‌های همگانی کاهش یافت و دامنه‌ی کمک‌ها در مقایسه با اداره‌ی رییس‌جمهور گزری به شدت محدود شد. با وجود آن‌که قانون رسانه‌های همگانی مصوب ۱۳۸۸ همچنان در کشور نافذ است، ولی کمتر به صورت رسمی و عملی مورد استفاده قرار می‌گیرد. رادیو و تلویزیون دولتی افغانستان که قرار بود به یک رسانه‌ی ملی و خدماتی تبدیل شود، همچنان از سوی حکومت اداره می‌شود. محدودیت دسترسی به اطلاعات و خشونت علیه خبرنگاران همچنان ادامه دارد. تضمینی برای امنیت جانی خبرنگاران به ویژه در ولایت‌های ناامن و دوردست کشور وجود ندارد.

همچنین ظرفیت رسانه‌یی بسیار محدود است. روزنامه‌نگاران حرفه‌یی و رسانه‌های تأثیرگذار و جهت‌داری که به نفع مردم و منافع ملی کار کنند، هنوز به بلوغ لازم نرسیده‌اند. اهداف تجاری رسانه‌ها بر اهداف ارزشی و فرهنگی همچنان غلبه دارد. نهادهای حمایت از ژورنالیستان تا کنون نتوانسته‌اند مشروعیت و اقتدارشان را به دست آورند. هنوز هم نگرش‌های منفی درباره‌ی فعالیت این اتحادیه‌ها وجود دارد؛ دلیل آن نیز بیشتر به نوع فعالیت این نهادهای رسانه‌یی

برمی‌گردد. شماری از این اتحادیه‌ها در چند سال گذشته، اهداف انجویی و پروژه‌یی داشته‌اند و به همین دلیل نتوانسته‌اند به عنوان نهادهایی با اعتبار، از رسانه‌های آزاد و روزنامه‌نگاران نمایندگی کنند. تاکنون تشکیلات رسمی‌یی برای حفاظت و دفاع از روزنامه‌نگاران به صورت واقعی به وجود نیامده است؛ این مسأله سبب خودسانسوری بیشتر روزنامه‌نگاران شده است.

هنوز هم بسیاری از مالکان رسانه‌ها از ه‌ج‌ب‌وریت خبرنگاران و روزنامه‌نگاران در جهت منافع شخصی خود استفاده می‌کنند؛ کمترین حقوق را برای روزنامه‌نگاران در نظر می‌گیرند. هیچ مصونیت شغلی برای روزنامه‌نگاران وجود ندارد. نهادهایی که خودشان را مدافع حقوق خبرنگاران قلمداد می‌کنند، کار فراگیری برای دفاع از حقوق خبرنگاران انجام نداده‌اند. این نهادها بیشتر در محدوده‌ی تباری، زبانی و رابطه‌های شخصی باقی مانده‌اند. حتا در بیشتر موارد، فرصت‌های سفرهای آموزشی و امتیازهای مادی و معنوی را تنها و تنها محدود به تشکیلات کوچک خودشان کرده‌اند؛ این مسأله سبب شده تا خبرنگاران بیش از پیش به این نهادها بی‌اعتماد شوند.

بهبود قوانین رسانه‌های همگانی

تاریخ نظام‌نامه‌های مطبوعاتی افغانستان به سال ۱۳۰۳ خورشیدی برمی‌گردد. آن‌گونه که منیژه باختری می‌نویسد: «در ۱۳۰۳ خورشیدی نخستین قانون رسانه‌ها در زمان امان‌الله خان تصویب شد. دومین قانون در سال ۱۳۲۹ و سومین قانون در سال ۱۳۴۴ خورشیدی تصویب شد.» منیژه باختری با اشاره به روند تاریخی قانون رسانه‌های همگانی می‌نویسد: «قانون ۱۳۴۴ بعد از آن تاریخ همواره مورد تعدیل و تغییر قرار گرفته است و قوانینی که بعد از آن به تصویب رسیده‌اند تفاوت بنیادین با آن ندارند؛ به همین ترتیب در سال ۱۳۶۶، در سال ۱۳۷۳،

در سال ۱۳۸۰، در سال ۱۳۸۳ و در سال ۱۳۸۴ قانون‌های جدید برای رسانه‌ها تصویب شده‌اند» (باختری، ۲۰۰۸: ۳).

با توجه به قوانین رسانه‌های افغانستان که از ۱۳۰۳ تاکنون تصویب و اجرایی شده‌اند، در نظام‌نامه‌های رسانه‌های همگانی مصوب ۱۳۸۳ و ۱۳۸۴ آزادی‌ها و سهولت‌های بیشتری برای روزنامه‌نگاران در نظر گرفته شده است. تدوین و تصویب این قوانین، آغازی بود برای اصلاح و بهبود قانون رسانه‌های همگانی افغانستان. گرچه این قوانین کامل و جامع نبود؛ ولی برای حمایت از روزنامه‌نگاران الزاماتی را در نظر گرفته بود. به لحاظ تازگی و اهمیت تاریخی رسانه‌ها در یک‌ونیم دهه‌ی پسین، اندکی به چگونگی تدوین و تصویب قانون‌ها و مقرره‌های رسانه‌های جمعی پس از سقوط طالبان می‌پردازیم.

پس از تشکیل اداره‌ی انتقالی دولت اسلامی افغانستان، بر اساس فرمان شماره ۴ حامد کرزی، نخستین قانون رسانه‌های همگانی برای نظم بخشیدن به فعالیت‌های روزنامه‌نگاران به تاریخ ۱۳۸۳/۱/۱۱ خورشیدی توشیح شد. این قانون پیش از توشیح، در ۱۰ فصل و ۴۳ ماده از سوی مجلس عالی وزرا تصویب شده بود. در فصل دوم، ماده‌ی چهارم، فقره‌ی دوم این قانون آمده است: «دولت آزادی رسانه‌های همگانی را تقویت می‌نماید. هیچ شخص حقیقی یا حکمی به شمول دولت و ادارات دولتی نمی‌تواند فعالیت رسانه‌های خبری و یا معلوماتی را منع، تحریم، سانسور یا محدود نموده و یا طور دیگری در امور و نشرات رسانه‌های همگانی و معلوماتی مداخله کند».

فصل اول و ماده‌ی دوم این قانون نیز به حمایت از آزادی بیان و ترویج و تشویق رسانه‌های همگانی صراحت دارد. یک سال پس از توشیح این قانون با تشکیل دولت اسلامی افغانستان در پانزدهم ماه جدی ۱۳۴۸ خورشیدی، قانون رسانه‌های همگانی بار دیگر با تغییر و تعدیل اندک در ۹ فصل و ۴۲ ماده از سوی حامد کرزی رییس جمهور وقت توشیح شد. درباره‌ی تعهدات دولت از آزادی رسانه‌ها تغییرات زیادی

نیامد؛ تنها در فصل هفتم به ایجاد کمیسیون‌های پنجگانه برای تنظیم فعالیت رسانه‌یی اشاره شده است. این کمیسیون‌ها به دلیل ساختار دولتی و واگذار شدن ریاست این نهاد به وزارت اطلاعات و فرهنگ، با اعتراض‌های اتحادیه‌های صنفی خبرنگاران مواجه شدند. حسن این قانون این بود که با جزییات بیشتر درباره‌ی حوزه‌ی صلاحیت مالکان و گردانندگان رسانه سخن گفته بود. اما این قانون به دلیل مشکلات فنی و موارد ابهام‌آمیز فقط تا سال ۱۳۸۸ نافذ بود.

منیژه باختری در مقاله‌ی «قانون رسانه‌های افغانستان؛ نیازها و چالش‌ها» تصریح می‌کند: «برخی از مشکلات و ابهاماتی که در این قانون وجود داشت، روزنامه‌نگاران و فعالان مدنی را واداشت تا با آوردن اصلاحات و تعدیلات، پیش‌نویس قانون تازه‌یی را در سال ۱۳۸۶ به دولت پیشنهاد کنند. این پیش‌نویس در ۱۱ فصل و ۵۳ ماده در پارلمان افغانستان به بحث و بررسی گذاشته شد. پس از رأی‌گیری نمایندگان، این مسوده از سوی مجلس نمایندگان تأیید شد و برای بحث بیشتر به مجلس سنا رفت و در آن جا با بن بست مواجه شد.»

پس از فشارهای روزنامه‌نگاران، هیأت مشترکی از مجلس نمایندگان و مجلس سنا با حذف و تعدیل موارد جنجالی، این قانون را تصویب کردند و برای توشیح به رییس جمهور فرستادند، اما رییس جمهور پیشین کشور به دلیل شناسایی نواقص فنی و محتوایی از توشیح قانون خودداری کرد. در این قانون با استناد به ماده‌ی سی و چهارم قانون اساسی^۱ و استناد به ماده‌ی ۲^۲ اعلامیه‌ی جهانی حقوق بشر بر مصونیت آزادی بیان و تأمین حق آزادی بیان و فعالیت رسانه‌یی تأکید شده است.

۱. ماده بیست و چهارم از آزادی حق طبیعی انسان است این حق جز آزادی دیگران و مصالح عامه که توسط قانون تنظیم می‌گردد، حدودی ندارد. آزادی و کرامت انسان از تعرض مصون است. دولت به احترام و حمایت آزادی و کرامت انسان مکلف می‌باشد.

۲. ماده نژده هم: هر کس حق آزادی عقیده و بیان دارد. حق مزبور شامل آن است که از دانستن عقاید خود بییم و اضطرابی نداشته باشد و در کسب اطلاعات و افکار و در اخذ و انتشار آن با تمام وسایل ممکن و بدون ملاحظاتی مرزی، آزاد باشد.

قانون رسانه‌های همگانی پس از مدتی تأخیر در نهایت به تاریخ ۱۳۸۷/۶/۱۰ با دوسوم آرای مجلس نمایندگان تصویب شده و غرض توشیح به ریاست جمهوری فرستاده شد. اما به دلیل وجود تناقض در برخی از ماده‌های آن، این قانون به دادگاه عالی افغانستان ارجاع شد. یکی از مسایل جنجالی در این قانون مسأله‌ی رأی اعتماد رییس رادیو و تلویزیون ملی از شواری ملی بود که دادگاه عالی کشور، این فقره را خلاف قانون اساسی دانسته و به آن رأی نداد و این فقره از سوی شورای ملی ملغا شد. این قانون سرانجام در پانزدهم ماه سرطان ۱۳۸۸ خورشیدی از سوی رییس جمهور کرزی تنفیذ شد. فصل نهم این قانون به شورای عالی رسانه‌ها، ترکیب اعضای این شورا و وظایف کمیسیون رسانه‌های همگانی اشاره دارد. اما در این که این کمیسیون در عمل به چه پیمانه می‌تواند تأثیرگذار باشد، تردیدها همچنان باقی است.

تفاوت بنیادین قانون رسانه‌های همگانی با قوانین قبلی در ایزاد و توضیحات بیشتر پیرامون حقوق و مکلفیت‌های رسانه‌ها است. از جمله‌ی این حقوق، حق پاسخ دادن و یا عدم نشر پاسخ است که در فصل دوم این قانون به آن پرداخته شده است. در فصل چهارم که به چگونگی تأسیس رسانه‌های همگانی اختصاص دارد، نیز تفاوت‌هایی دیده می‌شود. به طور مثال در ماده‌ی شانزدهم برنامه‌های دینی و ملی اضافه شده است. ماده هفدهم به مسوولیت‌های رادیو و تلویزیون ملی در حالات اضطرار اشاره دارد. ماده‌ی بیستم به رعایت اصول روزنامه‌نگاری مشعر است. ماده‌ی بیست‌ودوم نیز رعایت توازن را درج کرده است. فصل پنجم، ماده‌ی بیست‌وششم به منابع مالی رسانه‌های همگانی می‌پردازد و بر شفافیت و گزارش‌دهی سالانه تأکید می‌کند.

یکی از موضوعات بحث‌برانگیز در این قانون، مسأله‌ی وابستگی شورای عالی رسانه‌ها به وزارت اطلاعات و فرهنگ است. به رغم تعدیلاتی که در ترکیب این شورا آمده، حقوق این اعضا از بودجه‌ی وزارت اطلاعات و فرهنگ پرداخت می‌شود و این مسأله بی‌طرفی و

استقلال رأی اعضای شورای عالی رسانه‌ها را به مخاطره می‌اندازد. با ایجاد «حکومت وحدت ملی» قانون رسانه‌های همگانی مصوب ۱۳۸۸ همچنان نافذ ماند و تا سال ۱۳۹۴ خورشیدی هیچ قانون و مقرره‌یی در زمینه‌ی فعالیت‌های رسانه‌یی تصویب نشد. پنج سال پس از تصویب این قانون، مقرره‌ی طرز تأسیس و فعالیت رسانه‌های همگانی خصوصی در ۴ فصل و ۴۱ ماده در نشست ۱۳۹۴/۵/۲۱ تصویب و به تاریخ ۱۶ عقرب ۱۳۹۴ از سوی رییس جمهور غنی توشیح و منتشر شد. یکی از خوبی‌های این مقرره این است که توجه ویژه‌یی به حقوق و امتیازهای خبرنگاران داشته و مالکان رسانه‌ها را مکلف می‌سازد که از حقوق خبرنگاران حمایت کنند. به طور مثال، در فصل سوم از حقوق و مکلفیت‌های رسانه‌گران سخن گفته و به ترتیب، از ماده‌ی پانزدهم تا ماده‌ی بیستم درباره‌ی شرایط استخدام خبرنگار، حقوق کارمندان، حقوق و امتیازات معلولیت، شهادت، ناپدید شدن، امتیاز تشویقی، استخدام اتباع خارجی و ارتقای ظرفیت کارمندان بحث کرده است. مسأله‌یی که در نظام‌نامه‌ها و مقرره‌های پیشین به آن اشاره نشده بود، انفصال خبرنگار از کار رسانه‌یی است. این مسأله سبب شده بود تا مالکان رسانه‌ها به طور یک‌جانبه خبرنگار را از کار برکنار کنند. در این مقرره به پرداخت حق الزحمه‌ی خبرنگار و رعایت اصول اخلاقی امتیازات کارمندان تأکید شده است.

در فصل چهارم که به احکام متفرقه اختصاص دارد، در ماده‌های ۲۹ و ۳۰ به ایجاد کمیسیون حل اختلافات کاری و تخطی‌های رسانه‌یی اشاره شده است. گرچه کارایی این کمیسیون‌ها پیچیدگی‌های خود را دارد، تشکیلات آن‌ها بسیار گسترده در نظر گرفته شده است؛ به طور مثال در ۳۴ ولایت ۳۴ کمیسیون. در این مقرره به تخصصی شدن رسانه‌ها و استخدام کارمندان شایسته، متخصص و مسلکی تأکید شده است.

اجرای شدن این مقرره می‌تواند کار کیفی رسانه‌ها را بهتر و مسوولیت رسانه‌گران را بیشتر سازد؛ امری که کمتر به آن توجه

می‌شود. فصل سوم، ماده‌ی بیست این مقررہ پیرامون ارتقای ظرفیت کارمندان رسانه‌ها می‌نویسد: «صاحب امتیاز رسانه یا نهاد به منظور ارتقای ظرفیت کارکنان مسلکی مربوط، سمینارها و ورکشاپ‌ها را دایر و زمینه‌ی اشتراک آن‌ها را در سمینارها و ورکشاپ‌های داخلی و خارجی فراهم می‌نماید^۱». این ماده می‌تواند تأکیدی باشد بر مسوولیت‌پذیری مالکان رسانه‌ها، تا امتیازهای سفرهای آموزشی را منحصر به خودشان نکنند و این امتیاز را برای کارمندان خود نیز فراهم سازند.

در قانون رسانه‌های همگانی مصوب ۱۳۸۸ که در حال حاضر نیز نافذ است، بر اصل آزادی رسانه‌ها و حمایت از کار رسانه‌یی به طور واضح تأکید شده و دولت به حمایت از رسانه‌ها و آزادی بیان مکلف شده است. در ماده‌ی دوم قانون رسانه‌های همگانی درباره‌ی اهداف این قانون چنین آمده است:

«۱- گسترش و حمایت از حق آزادی فکر و بیان، دفاع از حقوق روزنامه‌نگاران و تأمین شرایط فعالیت آزاد آن‌ها.

۲- ترویج و توسعه‌ی رسانه‌های همگانی، آزاد، مستقل و کثرت‌گرا.
 ۳- فراهم کردن زمینه‌ی مناسب برای ابراز فکر و احساس اتباع کشور توسط گفتار، نوشته، رسم، تصویر، ثبت بر روی نوار، تمثیل (نمایش)، حرکت و سایر پدیده‌های علمی، ادبی، هنری و چاپ و نشر.

۴- رعایت اصل آزادی بیان و رسانه‌های همگانی مسجل در میثاق بین‌المللی حقوق بشر با در نظر داشت احکام دین مبین اسلام.

۵- کمک به منظور رشد سالم رسانه‌های همگانی به نحوی که بتواند وسیله‌ی مؤثر نشر ثقافت در کشور شود، آراء عموم را به طور صادقانه و سودمند به جامعه منعکس کند»^۲.

در کل در این قانون، سهولت‌های ویژه‌یی درباره‌ی فعالیت رسانه‌ها، حقوق و امتیازات مالکان رسانه‌ها، شیوه‌ی ثبت و تأسیس رسانه‌های جدید

۱. مقررہ‌ی طرز تأسیس و فعالیت رسانه‌های همگانی خصوصی مصوب، ۱۶ عقر ۱۳۹۴، ص ۲۰

۲. قانون رسانه‌های همگانی افغانستان، مصوب ۱۳۸۸، ماده ۲

و مسوولیت‌های دولت در مقابل رسانه‌ها در نظر گرفته شده است. در فصل هفتم قانون رسانه‌های همگانی مصوب ۱۳۸۴، از ایجاد کمیسیون‌های شورای عالی رسانه‌ها، کمیسیون‌های رسیدگی به تخطی‌های رسانه‌یی، کمیسیون رسانه‌های خصوصی، کمیسیون رادیو و تلویزیون ملی و آژانس دولتی باختر سخن رفته بود؛ ولی این کمیسیون‌ها به دلیل ساختار دولتی، اعتراض‌های صنفی رسانه‌گران را برانگیخت. در سال ۱۳۸۶ تعدیلاتی در قانون رسانه‌های همگانی در نظر گرفته شد؛ اما پیش‌نویس قانون تعدیل شده تا سال ۱۳۸۸ کارگر نیافتاد. سرانجام قانون رسانه‌های همگانی در این سال با آوردن اصلاحات لازم نهایی شد.

پنج کمیسیون مستقلی که در قانون رسانه‌های همگانی مصوب ۱۳۸۴ پیش‌بینی شده بود، هیچ‌گاه تشکیل نشد و در جریان این خلاء، شماری از نهادهای دولتی و افراد زورمند، خودسرانه به توقیف، تنبیه و بازپرسی از رسانه‌گران پرداختند. در ماه ثور ۱۳۹۴ مسوولان برخی از روزنامه‌های خصوصی به منظور پاسخ‌گویی به محتوای نشرات‌شان به وزارت اطلاعات و فرهنگ احضار شدند و این مسأله سبب نگرانی جامعه‌ی خبرنگاران شد.

پس از فشارهای اتحادیه‌های صنفی روزنامه‌نگاران، باری جهانی وزیر اطلاعات و فرهنگ به مجلس فراخوانده شد. وی وعده سپرد که کمیسیون رسیدگی به تخطی‌های رسانه‌یی وزارت اطلاعات و فرهنگ را لغو خواهد کرد و پس از این، کمیسیون رسانه‌های همگانی که در ماده‌ی ۴۲ و ۴۳ قانون رسانه‌های همگانی پیش‌بینی شده، در زمینه‌ی رسیدگی به شکایات و تخطی‌های رسانه‌یی تصمیم می‌گیرد. در نهایت، پس از جاروجنجال‌های فراوان، به تاریخ ۲۳ ماه جدی ۱۳۹۴ کمیسیون رسانه‌های همگانی به طور رسمی پا گرفت. این کمیسیون پس از تعدیل ماده‌ی ۴۲ و ۴۳ و ایزاد ماده‌ی ۴۴ قانون رسانه‌های همگانی، به منظور تنظیم فعالیت رسانه‌های جمعی ایجاد شد.

فشار نهادهای صنفی روزنامه‌نگاران برای تعدیل ماده‌ی ۴۲ قانون رسانه‌های همگانی سبب شد تا ترکیب کمیسیون رسانه‌های همگانی نیز تغییر کند. این کمیسیون غیرحکومتی، مستقل و دارای هفت عضو است. هدف از تشکیل آن نیز حمایت از آزادی بیان، مصونیت روزنامه‌نگاران و تنظیم بهتر فعالیت‌های رسانه‌یی عنوان شده است. یکی از وظایفش، صدور جواز برای فعالیت‌های رسانه‌یی است. نظارت بر منابع مالی رسانه‌ها، بخشی از صلاحیت اعضای این کمیسیون است. در ساختار تشکیلاتی آن ترکیب ملی نیز در نظر گرفته شده است. اما به رغم خوش‌بینی‌ها هیچ تضمینی برای کار حرفه‌یی و مسوولانه‌ی کمیسیون رسانه‌های همگانی وجود ندارد.

در کل، با نگاهی گذرا به سیر تاریخی رسانه‌های افغانستان در بستر نظام‌های ایدئولوژیکی - سیاسی، به این نتیجه می‌رسیم که امروز افغانستان بهترین نظام‌نامه‌ی رسانه‌یی را دارد. در سایه‌ی این نظام رسانه‌یی، روند رو به رشد رسانه‌ها تضمین شده است. ولی در تطبیق نظام‌نامه‌ی رسانه‌یی چالش‌ها و آسیب‌هایی نیز وجود دارد: حرفه‌یی نبودن روزنامه‌نگاران، عدم درک ارزش‌های فرهنگی - بومی، مصرفی شدن بازار رسانه‌یی، نبود منابع مالی تعریف شده، نداشتن راهبرد مشخص رسانه‌یی، نبود نهادهای مستقل فکری، عدم رعایت حقوق مالکیت معنوی و حق کاپی‌رایت، از جمله آسیب‌هایی است که رسانه‌های آزاد افغانستان را تهدید می‌کنند.

آزادی بیان در سایه‌ی تهدیدهای امنیتی

تهدیدهای امنیتی، حمله بر جان خبرنگاران و نهادهای خبررسانی، خطری جدی برای آزادی بیان و فعالیت‌های رسانه‌یی در افغانستان به شمار می‌رود. رسانه‌های افغانستان از همان بدو تولد با انواع تهدیدها و محدودیت‌ها مواجه بودند. امروز که نزدیک به صد و پنجاه سال از عمر

رسانه‌ها به مفهوم مدرنش در افغانستان می‌گذرد، رسانه‌ها در گذر سال‌هایی از آشوب و درگیری آماج آسیب‌ها و آفت‌های زیادی قرار گرفتند، ولی با وجود محدودیت آزادی بیان و اعمال فشار حکومت‌ها، رسالت اطلاع‌رسانی روزنامه‌نگاران فراموش نشد. تاریخ افغانستان نشان‌دهنده‌ی این واقعیت است که حکومت‌ها و نظام‌های سیاسی - ایدئولوژیک در تعامل با رسانه‌ها رفتاری بدبینانه داشته‌اند. به نحوی کوشیده‌اند که کار رسانه‌یی را محدود سازند.

مطبوعات در دههٔ شصت، سانسور سیاسی حزب دمکراتیک خلق را پشت سر گذاشتند. در دههٔ هفتاد از موانع و محدودیت‌های اجتماعی و سیاسی حاکمیت مجاهدین عبور کردند؛ با این وصف که در زمان مجاهدین از اصل بی‌طرفی خود نیز عدول کرده و به حیث بلندگوی تبلیغاتی، در خدمت جناح‌های درگیر در جنگ داخلی قرار گرفتند. در این دوره کمتر رسانه‌یی را می‌توان یافت که پایبند به اصل بی‌طرفی بوده باشد. اما با وجود تمامی این کاستی‌ها، رسانه‌های چاپی و شنیداری در عصر مجاهدین به لحاظ کمی توسعه یافت و احزاب و گروه‌های درگیر به منظور رقابت‌های حزبی دست به فعالیت‌های مطبوعاتی می‌زدند. تاریکترین عصر مطبوعات زمانی شروع شد که طالبان با «صدای شریعت» به حذف فیزیکی رسانه‌ها فتوا دادند. با فتوای ملاهای طالب، بیش از پنج سال رسانه‌ها در خاموشی بسر بردند.

خاموشی رسانه‌ها در عصر طالبان پیامدهای ناگواری داشت. قطع شدن ارتباط مردم با رسانه‌ها سبب شد که شهروندان با تمام درد و آلام‌شان به فراموشی سپرده شوند و ستم طالبانی افشا نشود. در صورت تداوم حاکمیت طالبان، افغانستان در انزوای سیاسی، اجتماعی و اطلاعاتی تکان‌دهنده‌یی قرار می‌گرفت. کشور می‌رفت که برای همیشه از جغرافیای سیاسی جهان حذف شود. اما رویداد ۱۱ سپتامبر یک بار دیگر نگاه‌ها را به سمت افغانستان کشاند و این کشور فراموش شده در صدر مطبوعات جهان قرار گرفت. با سقوط طالبان، عقده‌های گره‌خورده

و اسرار فاش ناشده‌ی دوران حاکمیت‌شان سبب شد تا فعالیت رسانه‌ها با جوشش و کوشش فراوان از سر گرفته شود؛ به گونه‌یی که تنها در کابل بیش از ۵۰۰ رسانه‌ی چاپی، عرض اندام کرد و رسانه‌های دیداری و شنیداری، به پیمانه‌ی وسیعی به کار اطلاع‌رسانی پرداختند.

تکثر رسانه‌های غیردولتی با حمایت جامعه‌ی جهانی و نهادهای غیر وابسته، امیدواری‌های مردم و اصحاب رسانه را به آینده‌یی روشن بیشتر کرد. در سال‌های نخست نظام سیاسی جدید، به نظر می‌رسید که حکومت در دفاع از آزادی بیان و در حمایت از رسانه‌های همگانی از حوصله‌مندی کار می‌گیرد و عصر طلایی رسانه‌های همگانی در کشور آغاز شده است؛ بر خلاف این تصور با گذشت زمان، حکومت افغانستان بی‌ظرفیتی خود را نشان داد و در حمایت از رسانه‌های آزاد و غیر دولتی چندان میلی از خود نشان نداد.

گرچه در دوره‌ی ریاست جمهوری آقای کرزی با وجود تمامی فراز و فرودها، حکومت رابطه‌ی خوب و منطقی‌یی با رسانه‌ها داشت، اما در دوره‌ی ریاست جمهوری اشرف غنی، چنین به نظر می‌رسد که حکومت به صورت پیدا و پنهان می‌کوشد بر عملکرد رسانه‌ها اعمال نفوذ کند. تهدید کاربران رسانه‌های اجتماعی برای مثال بستن صفحه‌ی فیس‌بوکی «کابل تاکسی»^۱، زخمی شدن یکی از منتقدان^۲ سرسخت حکومت و محدود کردن دسترسی به اطلاعات، از نشانه‌های اعمال نفوذ حکومت وحدت ملی بر رسانه‌های همگانی است. بر اساس گزارش نهاد حمایت‌کننده‌ی رسانه‌های آزاد افغانستان (نی)، سال ۲۰۱۵ میلادی بدترین سال برای روزنامه‌نگاران افغانستان بوده است. این امر بیانگر محدود شدن آزادی بیان و فعالیت رسانه‌یی در کشور است؛ شرایطی که در زمان حاکمیت کرزی به این اندازه دشوار نبود.

اولین تهدیدی که متوجه رسانه‌های افغانستان است، فعالیت گروه‌های

۱. A satirical Facebook page named Kabul Taxi

۲. احمد سعیدی، تحلیل‌گر مسائل سیاسی و منتقد حکومت، در خزان ۱۳۹۴ در کابل از سوی مردان مسلح نلسن، هدف گلوله قرار گرفت و زخمی شد.

تندرویی چون داعش و طالبان و همچنین حضور و فعالیت تفنگداران غیرمسئول در کشور است. دومین تهدید خود دولت و به ویژه دستگاه حکومت است که به هر وسیله‌ی در پی آن است تا صداهای مخالف را خفه کند. در این میان، رادیو و تلویزیون ملی افغانستان و رسانه‌های دولتی زیر فشار حکومت و سیاست‌های مداخله‌جویانه‌اش از اصول ژورنالیسم کناره گرفتند و به رسانه‌هایی خنثی و درباری تبدیل شدند؛ رسانه‌هایی که صرفاً اخبار حکومت را نشر می‌کنند و از هیچ رویکرد انتقادی‌یی برخوردار نیستند. رسانه‌های دولتی تنها نام و عنوان‌شان با پسوند «ملی» پیوند خورده است؛ اما توازن و ترکیب ملیت‌ها را در ساختار تشکیلاتی این رسانه‌ها کمتر می‌توان سراغ گرفت. در پخش برنامه‌ی رسانه‌های وابسته به حکومت، بیشتر مصلحت دستگاه حاکم در نظر گرفته می‌شود تا مصلحت ملی و مردمی.

از سوی دیگر رسانه‌های غیر دولتی کمتر توانستند به خودکفایی و استقلال برسند؛ بسیاری از این نهادهای رسانه‌یی را جامعه‌ی جهانی و یا افراد با نفوذ سیاسی تمویل کرده‌اند. این وابستگی‌ها سبب شده است که رسانه‌های غیر دولتی به آفت محافظه‌کاری، خودسانسوری و جانبداری مبتلا شوند. تهدید و افزایش فشار حکومت بر رسانه‌های غیر دولتی به منظور محدود ساختن حوزه‌ی فعالیت‌های‌شان، چالش دیگری است بر سر راه روند توسعه و رشد مطبوعات آزاد.

سال ۱۳۸۵ مرگبارترین سال برای خبرنگاران افغانستان تلقی می‌شد. انتظار می‌رفت که در سال‌های پسین وضعیت رسانه‌ها بهبود یابد و موقف حکومت تغییر کند؛ اما رویداد قتل اجمل نقشبندی و سلطان منادی و بی‌تفاوتی حکومت در قبال حفاظت از جان این ژورنالیستان، نگرانی‌های زیادی را در میان اتحادیه‌های صنفی خبرنگاران به وجود آورد. تهدید خبرنگاران از سوی مقام‌های حکومتی و اعمال فشار جهت محدود ساختن رسانه‌های دیداری و شنیداری به ویژه حمله به مراکز رسانه‌های خصوصی، نشان‌دهنده‌ی این واقعیت

تلخ است که حکومت در پی محدود کردن آزادی بیان است. از سوی دیگر تهدیدهای شورشیان و دهشت‌افگنان نیز وضعیت کار رسانه‌یی را دشوار ساخته است. خبرنگاران و نهادهای رسانه‌یی از تیررس طالبان، داعش و گروه‌های وابسته به فرماندهان محلی غیرمسئول در امان نیستند؛ به طور مثال در هنگام سقوط شهر کندز، بسیاری از رسانه‌های محلی به شدت آسیب دیدند و دستگاه رادیوی محلی این ولایت کاملاً تخریب شد.

توقف پخش برنامه‌های شبکه‌ی الجزیره از تلویزیون لمر، تهاجم تفنگداران دادستان عالی دوران ریاست جمهوری کرزی به تلویزیون طلوع (۱۳۸۹) و حمله‌ی مرگبار بر جان کارمندان تلویزیون طلوع (موبی‌گروپ)^۱، بیانگر واقعیت‌های تلخی است که اصحاب رسانه با آن‌ها مواجه هستند.

رسانه‌های افغانستان پس از فراز و فرودهای فراوان، به تدریج پله‌های صعود را طی کرده و به جایگاه کنونی رسیده‌اند. اما پیمودن این راه طولانی و دشوار، هزینه‌های زیادی برای رسانه‌گران داشته است؛ هزینه‌هایی که به قیمت جان خبرنگاران و ریختن خون‌شان در راه آزادی بیان و ارزش‌های مدنی تمام شده است. رسانه‌ها اکنون می‌خواهند به زبان گویای حقیقت تبدیل شوند و واقعیت‌ها را از میان انبوه شایعه‌ها و گمانه‌زنی‌ها آشکار سازند. اما این آشکارسازی برای شورشیان و دهشت‌افگنان ناخوشایند است؛ تا آن‌جا که به بهانه‌های گوناگون فتوای کشتن رسانه‌گران را صادر و ریختن خون جان آزادی‌طلبی و عدالت‌خواهی را جایز می‌شمارند.

نمونه‌ی آشکار حمله به جان فعالان رسانه‌یی، گزارش‌دهی رسانه‌ها از وقایع جنگ کندز بود. شهر کندز در خزان ۱۳۹۴ به دست طالبان افتاد و نیروهای دولتی پس از نبردهای سنگین، موفق شدند این شهر را از دست طالبان آزاد سازند. رسانه‌های آزاد در پوشش خبری وقایع

جنگ از جنایات شورشیان در این شهر پرده برداشتند و مظالم طالبان را آشکار ساختند. این آشکارسازی خشم شورشیان را برانگیخت و آنان با صدور اعلامیه، تلویزیون‌های غیردولتی «طلوع» و «یک» را تهدید کردند. تهدیدهایی که در شامگاه سی‌ام ماه جدی ۱۳۹۴ منجر به حمله بر جان کارمندان موبی گروپ در شهر کابل شد.

پیش از این حمله، نهاد دیده‌بان رسانه‌های افغانستان سال ۲۰۱۵ را سالی خونین و مرگبار برای خبرنگاران خوانده بود؛ سالی که در جریان آن ده‌ها خبرنگار کشته و زخمی شدند. انتظار می‌رفت که خبرنگاران و رسانه‌گران با آغاز سال ۲۰۱۶ نفس راحتی بکشند و فضا برای فعالیت‌های رسانه‌ها بهتر و بازتر شود. اما عصر چهارشنبه (۳۰ جدی ۱۳۹۴)، تراژدی دیگری رخ داد؛ توطیه‌یی دهشت‌افکنانه که جان هشت عضو خانواده رسانه‌ها را گرفت و بیش از ۲۰ زخمی بر جا گذاشت.

طالبان با سازماندهی حمله‌ی مرگبار بر جان کارمندان موبی گروپ، صفحه‌ی خونین دیگری را ورق زدند و بار دیگر اوج خشونت و دشمنی‌شان را با صدای رسای روزنامه‌نگاران نشان دادند. در بیش از یک‌ونیم دهه‌ی اخیر، این خون‌بارترین حمله علیه آزادی بیان در افغانستان محسوب می‌شود. رییس جمهور غنی، حمله به کارمندان تلویزیون طلوع را حمله به قانون اساسی افغانستان خواند. سازمان ملل متحد، سازمان خبرنگاران بدون مرز، کشورها و سازمان‌های غیردولتی و بشردوستانه با محکومیت این حمله، بر حمایت از حقانیت روزنامه‌نگاران در افغانستان تأکید کردند. رسانه‌گران محلی و اتحادیه‌های صنفی تعهد سپردند که برای دفاع از آزادی بیان و پاسداری از ارزش‌های دموکراتیک، هرگز عقب‌نشینی نخواهند کرد. خبرنگاران و حامیان دفاع از آزادی بیان پیام واضح و روشنی به ستیزه‌جویان فرستادند؛ پیامی که نشان‌دهنده‌ی تداوم راه قربانیان «چهارشنبه سپاه»^۱ بود.

۱. عصر چهارشنبه، ۳۰ ماه جدی ۱۳۹۴ خورشیدی، موتر حامل کارمندان موبی گروپ در جاده دارالامان، مقابل سفارت روسیه، هدف بمب‌گذار انتحاری قرار گرفت و هفت تن از نخبگان نیم موبی گروپ (ادامه در صفحه بعدی)

چند روز پس از این رویداد، گزارشگر رادیو و تلویزیون ملی در ننگرهار تیرباران شد. در پی موج حملات علیه خبرنگاران و افزایش انتقادهای از حکومت وحدت ملی، آقای غنی فرمانی مبنی بر حمایت از رسانه‌ها صادر کرد تا ضمن کاهش دادن میزان انتقادهای علیه حکومتش، با خانواده‌های رسانه‌ها نیز ابراز همدردی کرده باشد. رییس جمهور برای تطبیق هر چه بهتر قوانین و مقرره‌های مربوط به رسانه‌های همگانی و به منظور تقویت آزادی بیان و تأمین حق دسترسی به اطلاعات و ضرورت محافظت از رسانه‌گران فرمان ویژه‌یی صادر کرد.

در این فرمان از نهادهای دولتی خواسته شده که محیط را برای دسترسی خبرنگاران به اطلاعات فراهم ساخته و در این زمینه با رسانه‌ها همکاری کنند. بر اساس این فرمان، نهادهای دولتی باید شیوه‌ی برخورد و تعامل مناسب با خبرنگاران را در نظام درسی و آموزشی‌شان اضافه کنند. بخش دیگری از فرمان به پیگیری پرونده‌های خبرنگاران از طریق کمیسیون سمع شکایات و تخطی‌های رسانه‌یی وزارت اطلاعات و فرهنگ اشاره دارد که به موجب آن، تنها این کمیسیون صلاحیت رسیدگی به تخلف‌های رسانه‌یی را دارد و تنها بر اساس حکم این کمیسیون پرونده‌های خبرنگاران به مقام‌های قضایی ارجاع می‌شود.

مسأله‌ی دیگری که در این فرمان آمده، پیگیری قتل خبرنگاران و افشای عوامل دخیل در کشتار روزنامه‌نگاران است. بر اساس این حکم، دولت موظف است که پرونده‌های خبرنگاران کشته شده را از دوران اداره‌ی مؤقت تا اکنون به بررسی بگیرد و معلومات لازم را در اختیار مردم قرار دهد. به رغم صدور این فرمان، هنوز هم اعتماد لازم نسبت به عملی شدن چنین فرمان‌هایی وجود ندارد، چالش عمده در افغانستان اجرایی شدن فرامین و قوانین نافذ است. احتمال می‌رود که

به شمول یک عضو نیروهای امنیتی افغانستان جان باختند و بیسی از بیست تن دیگر زخمی شدند. طالبان مسوولیت این حمله را بر عهده گرفتند و بر ادامه‌ی حملاتشان علیه رسانه‌ها تأکید کردند. این حمله‌ی ترانیک بر جان خبرنگاران با محکومیت جهانی همراه بود و نهادهای رسانه‌یی در افغانستان این روز را «چهارشنبه سیاه» نامیدند.

این فرمان نیز مانند دیگر فرمان‌های دولتی به فراموشی سپرده شده و هرگز اجرایی نشود.

رسانه‌ها در قلمرو دولت ناپایدار

جایگاه رسانه‌ها به عنوان قدرت چهارم^۱ در نظام‌های سیاسی و به عنوان یکی از ستون‌های مهم دموکراسی در جهان امروز انکارناپذیر بوده و آزادی بیان به عنوان مهمترین اصل در فعالیت رسانه‌یی امری است الزامی؛ در واقع رسانه وجدانی است که برای تحقق عدالت و اطلاع‌رسانی رسالت‌مندانه و به منظور توسعه‌ی ارتباطات، بی‌طرفانه به انعکاس واقعیت‌های اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی می‌پردازد. اطلاع‌رسانی در جهان معاصر نقش مهمی در رشد و پیشرفت جهان برعهده دارد. رسانه‌ها در نظام سیاسی نقش نظارت‌کننده و مهارکننده را دارند. جامعه‌یی که مطبوعات نداشته باشد، جامعه‌یی که در آن آزادی بیان محدود باشد، در جامعه‌یی که نظام تک‌صدایی حاکم باشد، چرخ رشد و توسعه از حرکت باز می‌ایستد.

اگر رسانه‌های همگانی را از یک جامعه بگیریم، در آن جامعه وحشت و استبداد حاکم می‌شود و حکومت به فساد کشیده می‌شود. در چنین جامعه‌یی خون عدالت به پای هیولای استبداد خواهد ریخت. در چنین جامعه‌یی حاکمان مستبد و مسؤولان بی‌کفایت بدون هیچ‌گونه مسؤولیت‌پذیری صرفاً مردم را اغفال می‌کنند.

با گسترش ارتباطات و پهنای معلومات در جهان، افغانستان نیز پس از سال‌ها محرومیت رسانه‌یی و اطلاعاتی، در دهه‌ی هشتاد خورشیدی گام‌های مهمی را به حیث کشوری در حال گذار به نظام دموکراتیک و

۱. براساس نظریه‌ی تفکیک قوا، نهاد قانونگذاری، قوه‌ی اجراییه و نظام عدلی و قضایی سه رکن دیگر نظام‌های دموکراتیک هستند.

کثرت‌گرا برداشت. دهه‌ی هشتاد در واقع سرآغاز حرکت نوین رسانه‌یی است. افزایش رسانه‌های آزاد در کنار رسانه‌های دولتی، نشان می‌دهد که دولت افغانستان اگر بخواهد، ظرفیت پذیرش صداهای مختلف را در خود دارد. البته تداوم این فضا بدون نظارت و تلاش جامعه‌ی جهانی ممکن نمی‌شود.

فعالیت‌های مغایر با آزادی رسانه‌ها نیز در برخی موارد وجود داشته است که در صورت تداوم این فعالیت‌ها، نقش رسانه‌ها در اطلاع‌رسانی محدود خواهد شد. برخی از مسؤولان دولتی از گسترش رسانه‌های آزاد بیمناکند. سانسور به فعالیت رسانه‌یی به شدت آسیب می‌زند. دولت‌مداران اگر صادقانه عمل می‌کنند و اگر می‌خواهند که افغانستان از خطر سرطان فساد، استبداد و... مصون بماند، باید از کارکرد رسانه‌های آزاد حمایت کنند. خبرنگاران آزاد در هنگام تهیه‌ی گزارش نمی‌توانند به اطلاعات دست اول دست پیدا کنند. عدم اعتماد حکومت به رسانه‌های آزاد، ممکن است باعث کشیده شدن دیوار بی‌اعتمادی و محدود شدن حق دسترسی به اطلاعات شود.

رسانه‌های آزاد تاکنون نقش خود را به عنوان نهادهای بی‌طرف در امر اطلاع‌رسانی تا اندازه‌یی حفظ کرده اند؛ اما حکومت ظرفیت پذیرش نقد و انتقاد را ندارد. بنابراین باید رسانه‌ها و حکومت به دور از موضع‌گیری‌های منفی در برابر یکدیگر، به امر اطلاع‌رسانی احترام بگذارند. زمینه را برای ایجاد فضای اعتماد و انتقاد سالم مساعد سازند. امروز وضعیت به گونه‌یی است که حکومت یا اصلاً از رسانه‌ها حساب نمی‌برد و یا انتقاد رسانه‌ها را حمل بر دشمنی با اصل نظام می‌داند.

اگر از مسأله‌ی برخورد رسانه‌های حرفه‌یی و غیر حرفه‌یی چشم‌پوشی کنیم، دیده می‌شود که شماری از خبرنگاران مسؤول با تحمل رنج فراوان به منظور تهیه‌ی یک گزارش به مناطق ناامن کشور می‌روند و بدین وسیله برای تحکیم فضای اعتماد میان مردم و حکومت می‌کوشند. رسانه‌های افغانستان به عنوان زبان مردم، از نفوذ

و اعتبار قابل ملاحظه‌یی برخوردارند. شهروندان از حضور خبرنگاران در مناطق‌شان خوشحال می‌شوند و مشکلات‌شان را صادقانه با خبرنگاران در میان می‌گذارند. رسانه‌ها نیز به عنوان نهادهای ناظر بر اعمال قوای سه‌گانه حق دارند که کارکرد مدیران دولتی و غیر دولتی را مورد پرسش قرار دهند و برای یافتن پاسخ درست و قانع‌کننده تحقیق و جست‌وجو کنند.

رابطه‌ی دولت‌های مدرن با رسانه‌ها، بسیار سازنده و نیک است؛ رسانه‌ها به مثابه‌ی نهادهای ناظر بر عملکرد دولت، چالش‌ها و کاستی‌ها را زیر ذره‌بین نقد و بررسی قرار می‌دهند و دولت‌ها و نظام‌های سیاسی برای رفع این چالش‌ها می‌کوشند. رسیدگی حکومت به مشکلات و پاسخگویی درباره‌ی کاستی‌ها به اصلاحات و بهبود حکومتاری می‌انجامد. در چنین وضعیتی اعتماد مردم به حکومت بیشتر می‌شود و تلاش رسانه‌ها برای اطلاع‌رسانی نیز نتیجه می‌دهد. اما آن‌چه که امروز در افغانستان مایه‌ی نگرانی است، شکل نگرفتن دولت مردمی مبتنی بر ثبات اقتصادی و سیاسی است. شکنندگی نظام فعالیت رسانه‌یی را نیز به چالش کشیده و پایداری رسانه‌ها را به خطر انداخته است. با این وصف، ظهور و افول رسانه‌ها در قلمرو دولت ناپایدار امری است معمول.

فصل دوم

سلطه‌ی سرمایه‌داری بر امکانات و شیوه‌های تولید، موجب
ناکارایی وسایل ارتباط جمعی می‌گردد.
کارل مارکس

آسیب‌ها و چالش‌های رسانه‌ها در افغانستان

افغانستان شکننده‌ترین دولت را در سطح جهان دارد؛ دولتی که هر لحظه در معرض فروپاشی و افتادن در دام گروه‌های تندرو تبارگرا است. دولتی که همواره در حال گذار از جنگ و درگیری است؛ گذاری که هرگز به ثبات متجرب نشده و با شروع جنگی دیگر پایان گرفته است. دخالت‌های بیرونی، جنگ‌های نیابتی و ضعف دولت مرکزی برای مهار بحران، افغانستان را به میدان نبردهای دامنه‌دار بدل کرده است. اکنون نزدیک به چهار دهه از شروع جدال‌های مرگبار و بنیان‌برانداز در کشور می‌گذرد؛ ولی هنوز هم امیدها برای تحقق صلح پایدار و استقرار دولتی که مبتنی بر حقوق شهروندی و اصول دموکراتیک باشد، بسیار کم‌رنگ است.

در چنین فضای شکننده‌یی، رسانه‌ها نیز حال و روز خوشی نخواهند داشت. در سال ۲۰۱۲، 'BBC Medial Action' چالش‌ها و بن‌بست‌های رسانه‌ها در افغانستان را به بررسی گرفت. در این گزارش به دوره‌ی گذار اشاره شده و از وضعیت شکننده‌ی رسانه‌ها صحبت شده است. در دوره‌ی گذار موازی با دستاوردهای رسانه‌یی، شاهد نوعی فروپاشی ارزش‌های رسانه‌یی نیز هستیم. رسانه‌ها در نقد کارکرد دولت و اطلاع‌رسانی به مردم سهم ارزشمندی دارند. آن‌ها با وادار ساختن مقام‌های دولتی به پاسخگویی در برابر کارکردشان، قدرت تأثیرگذاری رسانه را به رخ می‌کشند. ولی فقدان منابع مالی پایدار، بنیان رسانه‌های تجاری را به تدریج ناپایدار می‌سازد. در این صورت رسانه‌های مستقل یا ناپدید می‌شوند و یا به دام رهبران قدرتمند دینی، قومی و حزبی می‌افتند و به یک بلندگوی تبلیغی تغییر چهره می‌دهند. این وضعیت خطر بروز درگیری‌ها و جنگ‌های فرقه‌یی، حزبی و تباری را افزایش می‌دهد.

آنچه که امروز رسانه‌های تجاری کشور را تهدید می‌کند، نبود بازار برای تولیدات رسانه‌یی است. رسانه‌های تجاری متکی به درآمد حاصل از آگهی‌های بازرگانی اند. زمانی که این منبع قطع شود، راه دیگری برای تأمین منابع مالی‌یی که در عین زمان بتواند استقلال رسانه را حفظ کند به سختی یافت می‌شود. به دولت شکننده هم امیدی نیست که برای پایداری رسانه‌های مستقل، راهبرد حمایتی داشته باشد. در یک‌ونیم دهه‌ی پسین، همان‌گونه که منابع و نیازهای مالی دولت از کمک‌های جهانی تأمین می‌شد، منابع مالی رسانه‌های همگانی نیز از سوی دوتراها و کمک‌کننده‌ها حمایت می‌شد. با خروج نیروهای خارجی از افغانستان، بسیاری از دوتراها و مؤسسه‌های بین‌المللی نیز افغانستان را ترک کردند. این وضعیت به قطع کمک‌های مالی به رسانه‌های غیر دولتی انجامید. به استثنای رسانه‌های وابسته به احزاب جهادی، رهبران

دینی و سیاستمداران شریک در قدرت که از رسانه به عنوان بلندگوی تبلیغاتی برای اعمال نفوذ و حفظ اقتدار شخصی خود استفاده می‌کنند، سایر رسانه‌های غیردولتی که از استقلال نسبی برخوردار بودند، به تدریج صحنه را خالی کردند. در این نبرد تنازع و بقا، تنها قویترین‌ها خواهند ماند. ضعیف‌ها به دلیل قطع منابع مالی، بحران مخاطب و نبود بازار از صحنه‌ی رقابت‌های رسانه‌ی حذف می‌شوند.

نگرانی عمده‌ی که در فضای دولت ناپایدار مخاطبان رسانه‌ها را تهدید می‌کند، خطر جذب شدن در رسانه‌های فرقه‌گرا، رسانه‌های وابسته به سران جهادی و رهبران قومی است. پیوستن رسانه‌های مستقل به این ایدئولوژی‌های جمع‌گرا تنش‌های بیشتری را دامن خواهد زد.

ژورناليسم تحقیقی

در جریان یک‌ونیم دهه فعالیت رسانه‌ی در افغانستان، همواره صدای اعتراض و ناراضی‌ت از ناشنوایی و بی‌اعتنایی مقام‌های دولتی بلند بوده است. رسانه‌گران در سنگر اطلاع‌رسانی حضوری فعال داشتند و برای دسترسی به معلومات و افشای اطلاعات تلاش کردند؛ اما این تلاش‌ها کمتر بر پاسخ‌گویی و حسابدگی دستگاه‌های دولتی تأثیر گذاشته است. از مهمترین دلایل عدم تأثیرگذاری مطبوعات در اصلاح امور حکومتداری، فقدان ژورناليسم تحقیقی است. ژورناليسم تحقیقی می‌تواند نگاه‌ها را به موضوع محوری معطوف سازد و چشم و گوش مردم را نسبت به پشت پرده‌ی رویدادها باز کند. فعالیت مؤثر رسانه‌ها نیازمند نهادینه شدن ژورناليسم تحقیقی است. اما پیش از همه نیاز است که تعریف مشخصی از ژورناليسم تحقیقی داشته باشیم.

عبور از سطح و رسیدن به عمق به منظور کشف زاویه‌های پنهان رویدادهایی که در تغییرات اجتماعی و بهبود وضعیت عمومی مؤثر است، می‌تواند از مؤلفه‌های کلیدی در حوزه‌ی کار رسانه‌ی باشد.

گزارشگران معمولی توان و ظرفیت پرده‌برداری از این رازهای پنهان را ندارند. ژورنالیسم تحقیقی با ریزبینی و روش‌های ویژه برای پرده‌برداری از پشت صحنه‌ی رویدادها، مردم را در روشنی قرار می‌دهند و اطلاعات واقعی و بی‌طرفانه را با مخاطبان خود شریک می‌سازند.

گرچه امکان ارابه‌ی تعریفی جامع از «ژورنالیسم تحقیقی» امری است دشوار؛ اما نظر به ماهیت آن، برداشت‌ها و تعریف‌هایی نیز درباره‌ی چیستی و کارکرد این شیوه‌ی خبری می‌توان ارائه کرد. نیل هانسون سردبیر مجله‌ی تحقیقی تلویزیون سویدن، در کتاب ژورنالیسم تحقیقی، خلاقیت شخصی، تحقیقات فردی، تحلیل خودی و مستقلانه را از ویژگی‌های ژورنالیسم تحقیقی می‌داند. انجمن ژورنالیسم تحقیقی هلند (VVOJ)^۱ تفکر انتقادی در برابر رویدادها را مهم می‌داند. به باور این انجمن، خبر یا رویداد به خودی خود وجود دارد؛ ولی ژورنالیسم تحقیقی، واقعیت‌ها و فکت‌هایی که در خبر نهفته است را آشکار می‌کند، افشای رسوایی‌ها، پرده‌برداری از نقض قوانین، قاعده‌ها و نورم‌های پذیرفته شده و همه‌پسند، بررسی راهبردها، ارزیابی کارکرد حکومت، معاملات اقتصادی و تجاری، از زمینه‌های کاری ژورنالیسم تحقیقی است.

مرکز ژورنالیسم تحقیقی در دانشگاه سیتی لندن، ضمن اشاره به رعایت الزمات اخلاقی در کار ژورنالیسم تحقیقی، تصریح می‌کند که تهیه‌ی سلسله‌برنامه‌های معمولی گزارش‌های خبری، هیچ ارتباطی به ژورنالیسم تحقیقی ندارد. برای تأمین منافع عمومی باید پرده از فساد، بی‌عدالتی، مدیریت ناسالم و پروپاگندا برداشته شود. ژورنالیسم تحقیقی در پی آن است که حقیقت‌ها را مستندسازی کند و به ژرفای رویدادها برود؛ بدون هراس و جانب‌داری. ژورنالیسم تحقیقی می‌خواهد صدای کسانی باشد که آوازشان شنیده نمی‌شود. گزارشگران ژورنالیسم تحقیقی قدرتمندان را به حساب‌دهی می‌کشانند؛ راحت‌طلبان را ناراحت و مصیبت‌دیده‌گان را تسلی می‌دهند. ژورنالیست تحقیقی، نگاه

1. Dutch-Flemish association for Investigative Journalism, VVOJ.

شکاکانه‌یی به رویدادها دارد و با کسانی که مانع پخش و نشر حقایق می‌شوند و اطلاعات را از دید عموم پنهان می‌کنند، سر سازش ندارد. شیلا کرونیل از مرکز ژورنالیسم تحقیقی دانشگاه کلمبیا، در کتاب «کاوش عمیق‌تر از سال ۲۰۰۹»^۱ پنج شاخصه که در ژورنالیسم تحقیقی کاربردی ندارند را نام می‌برد: گزارش‌های روزانه، خبرهای درز کرده از منابع، منبع واحد، استفاده‌ی سو از اطلاعات، اطلاعات حاصل از فضولی (کسانی که از یک صحنه مخفیانه عکس یا فیلم می‌گیرند). کرونیل از ژورنالیسم تحقیقی به مثابه‌ی ژورنالیسم مراقب و نگهبان نام می‌برد. (مراقبت می‌کند که از راه‌های غیرقانونی و نامشروع استفاده نمی‌شود). ژورنالیسمی که از چگونگی نقض قوانین و مقررات افشاگری می‌کند و منابع قدرت را وادار به حسابدهی می‌کند.

مارک لی هانتز، پس از مطالعه درباره‌ی ژورنالیسم تحقیقی نتیجه می‌گیرد که این شگرد با افشای رویدادهای عمومی سروکار دارد؛ رویدادهایی که پنهان مانده، سانسور شده، به طور تصادفی در پشت پرده‌ی آشفتگی‌ها مستور شده و یا درک و فهم مسایل را دشوار ساخته است. این ژورنالیسم تحقیقی است که این منابع و اسناد را منتشر می‌کند. (Mark Lee Hunter, ۲۰۱۶)

خبرهای متعارف و معمول به طور وسیع متکی به مواد و سوژه‌هایی است که توسط منابع دیگر تهیه شده‌اند؛ همانند پولیس، حکومت، شرکت‌ها و... استفاده از این نوع گزارش‌ها اگر منفعلانه نباشد کنش‌برانگیز است. اما ژورنالیسم تحقیقی در تضاد آشکار با ژورنالیسم معمولی است و متکی به خبرها و گزارش‌های تولیدی‌یی است که با خلاقیت شخص گزارشگر تهیه می‌شود. ژورنالیسم عامه‌پسند تصویری را ارایه می‌دهد که همه می‌بینند؛ اما ژورنالیسم تحقیقی تصویری از پشت پرده‌ی صحنه نمایش ارایه می‌دهد؛ تصویری که منافع ناقضان قانون و مافیای قدرت را به خطر می‌اندازد.

بسط نیافتن ژورنالیسم تحقیقی

یکی از آسیب‌های جدی که همواره گریبان‌گیر رسانه‌های کشور بوده، فقدان ژورنالیسم تحقیق‌محور و خودبنیاد است. ژورنالیسمی که با اتکا به تحقیقات مستقل و بی‌طرف بتواند با افشای پرونده‌های فساد مالی، معاملات پنهان مافیای دولتی و سهام‌داران شریک در قدرت، مخاطبان را در روشتمندی قرار دهد و زمینه‌ی بسیج عمومی برای دادخواهی را فراهم سازد.

شکی نیست که قدرتمندان کمتر حاضر می‌شوند بر خلاف منافع‌شان کار کنند؛ اما این مسأله نباید سبب شود تا اتهام و گمانه‌زنی به درون کار تحقیقی رسوخ کند. رسانه‌های ما امروز، بیشتر از طریق گمانه‌زنی‌ها به حرارت برنامه‌های خبری‌شان می‌افزایند. گسترش گمانه‌زنی و طرح اتهام بدون مدرک و عدم مستندسازی گزارش، صدمه‌ی جبران‌ناپذیر به اعتبار فعالیت‌های رسانه‌ی در کشور می‌زند. مردم و نهادهای مدنی نمی‌توانند بر اساس اتهام و گمانه‌زنی رسانه‌های معمولی، یخن دستگاه‌های دولتی را بگیرند.

زمانی بسیج عمومی امکان‌پذیر است که ژورنالیسم تحقیقی بسط یابد و با مستندسازی پشت پرده‌ی رویدادها، توان دفاعی ناقضان قوانین و حامیان جرم و جنایت را از بین ببرد. آن‌گاه است که مردم در روشتمندی قرار می‌گیرند و برای دادخواهی به پا می‌خیزند. هرچه حکومت و شرکای قدرتمندش پاسخگو نباشند، موج اعتراض‌ها ناگزیرشان می‌کند که به صدای مردم گوش دهند.

رسانه و خشونت

جرج‌گریز در نظریه‌ی کاشت فرهنگی^۱، از تأثیرات مداوم برنامه‌های خشونت‌آمیز بر مخاطبان سخن می‌گوید. برنامه‌هایی که نمی‌توان منکر

پیامدهای منفی آن شد. سرژ جاکوتین با درک پیامدهای برنامه‌های رسانه‌یی و میزان تأثیرگذاری آن‌ها بر مخاطب، بر اساس نظریه‌ی تزریق زیر پوستی مخاطب را در رویارویی با پیام‌های رسانه‌یی منفعل تلقی کرده، می‌گوید: «رسانه‌ها مانند یک سرنگ بزرگ، پیام‌های خود را در ذهن مخاطبین تزریق می‌کنند»^۱. گرچه این نظریه که به نظریه‌ی گلوله‌ی جادویی نیز معروف است، منتقدانی هم دارد و درباره‌ی درستی آن بحث‌هایی جدی وجود دارد، ولی تحقیقات روان‌شناسی و نظریه‌ی شرطی‌سازی پاوولف بر این امر دلالت دارد که افراد تحت تأثیر کسانی قرار می‌گیرند که روزانه با آن‌ها در تماس‌اند. دسترسی به رسانه‌های جمعی این امکان را برای بیشتر کاربران مساعد ساخته که به شدت با پیام‌های رسانه‌یی در ارتباط باشند. این تماس مداوم به تدریج تأثیرات خود را بر مخاطب بجا گذاشته و پیام‌ها را برای وی عادی می‌سازد.

یکی از مقوله‌های مطرح در امر رسانه‌داری، مسأله‌ی عادی‌سازی و حساسیت‌زدایی است که در ادبیات ژورنالیستی «Desensitization» خوانده می‌شود. این بحث در بخش آسیب‌شناسی رسانه‌ها مطرح است. به‌ویژه رسانه‌هایی که در کشورهای بی‌ثبات و درگیر جنگ فعال هستند و مخاطبانی جنگ‌زده و جنگ‌طلب دارند. با این که امکانات حیرت‌انگیز امروز، مخاطبان را از قید زمان و مکان خارج ساخته است، اما نظر به مجاورت و تعلق خاطر مخاطب به رویدادی خاص، کسانی که در جغرافیای محل رویداد زیست دارند، بیشتر آسیب‌پذیرند.

رسانه‌های همگانی نقش مهمی در اطلاع‌رسانی دارند؛ نقشی که اگر مسوولانه و آگاهانه انجام نشود، خطرها و زیان‌های تکان‌دهنده‌یی را به بار خواهد آورد. اطلاع‌رسانی در چارچوب مسوولیت اجتماعی و رعایت اخلاق رسانه‌یی زمینه‌ساز رشد آگاهی عامه، انتقادهای سازنده از دولت، حساب‌دهی قوای سه‌گانه به مردم و تحکیم روابط ملت و دولت می‌شود. تردیدی نیست که نقش سازنده‌ی رسانه‌ها در افشای معاملات

پنهان مافیای دولتی و اصلاح حکومتداری امری است قابل ارج و کاری است بس ارزشمند. اطلاع‌رسانی مسوولانه و مبتنی بر اخلاق رسانه‌یی زمانی ممکن است که گردانندگان رسانه‌ها درک و دریافت درستی از نفس اطلاع‌رسانی داشته باشند؛ مسوولیت‌ها را بشناسند؛ شناخت درستی از مخاطب خود داشته باشند.

رسانه‌یی که پایبند به اخلاق رسانه‌یی نباشد و آگاهانه یا ناآگاهانه برنامه‌هایی نشر کند که امنیت اجتماعی را به خطر اندازد، نمی‌تواند رسانه‌یی آزاد و حرفه‌یی باشد. شوربختانه در یک دهه‌ی پسین، افغانستان شاهد رشد لجام‌گسیخته‌ی رسانه‌های همگانی است؛ رسانه‌هایی که بیشترشان درک درستی از مسوولیت و اخلاق رسانه‌یی ندارند و اهداف تجاری‌شان فربه‌تر از اهداف اجتماعی و ارزش‌های مدنی است. مالکان و گردانندگان این شمار از رسانه‌های خصوصی، بیشتر به اهداف تجاری‌شان فکر می‌کنند تا به امنیت اجتماعی مردم و مصالح کلان کشوری.

از سوی دیگر، نبود قانون مدون و معتبر رسانه‌یی کار نظارت بر کارکرد رسانه‌ها را دشوار ساخته است. هر صدایی که در انتقاد از کارکرد غیرحرفه‌یی رسانه‌ها بلند شود، به نام «دفاع از آزادی بیان» سرکوب می‌شود. آزادی بیان و آزادی مطبوعات بدون درک اخلاق رسانه‌یی و در نبود رسانه‌گران حرفه‌یی، زنگ خطر فروپاشی امنیت روانی مردم را به صدا درمی‌آورد. رسانه به عنوان یک نهاد همگانی، به مثابه‌ی تغذیه‌کننده‌ی فکر و روان اجتماع، نیازمند تولیدات فرهنگی سالم، دقیق و معتبر است.

عادی‌سازی خشونت

رسانه به مثابه‌ی قدرتی نرم، با فرستادن پیام‌های دیداری، شنیداری و نوشتاری مخاطبانش را آماج بمباران اطلاعاتی و معلوماتی

قرار می‌دهد. وقتی مخاطب برنامه‌های رسانه‌یی را می‌بیند، می‌شنود و می‌خواند، به تدریج با محتوا و پیام رسانه خو می‌گیرد. از نظر روانی تأثیر پیام‌های رسانه‌یی ممکن است در ابتدا برای مخاطب قابل هضم نباشد؛ واکنش‌ها و مقاومت‌هایی را برانگیزد؛ به‌ویژه اگر محتوای پیام رسانه در تضاد با ذهن و فکر مخاطب قرار گیرد؛ برای مدتی ذهن مخاطب را درگیر می‌سازد. در اثر تکرار و تداوم، اما این پیام عادی شده و از حساسیت‌هایش فرو کاسته می‌شود.

عادی‌سازی و حساسیت‌زدایی از پذیرش پدیده‌های نو و مفاهیم مدرنی که برای پیشرفت جامعه به آن نیاز است، امری مطلوب و مبارک است. بسط و شرح این مفاهیم، ذهنیت‌های سنگ شده را درهم شکسته و زمینه را برای کثرت‌گرایی و رواداری هموار می‌سازد. در عین حال، حساسیت‌زدایی از پدیده‌های تکان‌دهنده، خشونت‌محور و جرم‌پرور، یا برساخت جنگ و کشتار، پیکرآرایی صحنه‌های جرم و جنایت به فجیع‌ترین شکل ممکن، تاختن به کرامت انسانی و در نهایت قربانی کردن اخلاق رسانه‌یی در پای منافع مالکان رسانه‌ها، عواقب ناگواری را در پی دارد. چنین رویکردی، امنیت شهروندی و در نهایت امنیت نظام سیاسی را به خطر می‌اندازد.

حساسیت‌زدایی و عادی‌سازی خشونت، امروز حتا بیش از تهدید فیزیکی تروریسم و دهشت‌افگنی مخاطبان رسانه‌ها را تهدید می‌کند. از سوی دیگر، بازتاب و بازروایت ابعاد خشونت دهشت‌افگنان در رسانه‌های همگانی، در واقع به نوعی تبلیغ مؤثر برای گروه‌هایی چون داعش، القاعده، طالبان و ... است. بسیاری از رسانه‌های زرد و عامه‌پسند افغانستان هم‌اکنون چنین راهبردی را روی دست دارند. در دیگر کشورها، به دلیل فعالیت رسانه‌های حرفه‌یی و رعایت اخلاق رسانه‌یی، رسانه‌گران پیش از هشدارهای دولت خود به این مسایل واقفند و مسوولیت اجتماعی‌شان را خوب می‌شناسند و برای تأمین منافع شخصی، امنیت روانی مخاطبان را به مخاطره نمی‌اندازند.

در سیزدهم ماه نوامبر ۲۰۱۵ پاریس قلب اروپا هدف حمله‌های دهشت‌افکنانه قرار گرفت و این حمله بیش از ۱۲۰ کشته و ده‌ها زخمی برجا گذاشت. برخورد رسانه‌های غربی با این رویداد کاملاً حساب شده بود. گزارشگران حمله‌ی پاریس هیچ‌گاه برای بازار گرمی از چارچوب و اصول خبرنگاری حرفه‌ی و مسوولانه عدول نکردند. رسانه‌های غربی ضمن پوشش لحظه به لحظه‌ی رویداد پاریس، از نشر تصاویر گرافیکی قربانیان و صحنه‌های تکان‌دهنده خودداری کردند. اگر بحث آزادی بیان مطرح باشد، افغانستان آزادتر از غرب نیست و اصولاً قابل مقایسه با کشورهای غربی نیست؛ پس چه چیزی رسانه‌های غربی و رسانه‌گران حرفه‌ی را وادار می‌دارد تا برخورد و نوع نگاه‌شان را نسبت به رویدادهای خبری چنین اخلاق‌محور سازند؟

گروگان‌گیری در کافه‌ی در شهر سیدنی استرالیا در چهاردهم و پانزدهم ماه دسامبر سال ۲۰۱۴، نگاه بسیاری از رسانه‌های جهان را به خود معطوف کرد و بیشتر کانال‌های خبری دیداری، تصاویر زنده‌ی از محل رویداد به نشر سپردند. اما هیچ تصویری از چهره‌ی قربانیان و یا شخص مهاجمی که در آن رویداد کشته شد، منتشر نشد. مردم در جریان رویداد قرار گرفتند، بدون آن که کسی با دیدن صحنه‌ی فجیع رویداد دچار روان‌پریشی شود. در افغانستان اما به دلیل فعالیت رسانه‌گران غیر حرفه‌ی و رسانه‌های تجارت‌محور، جای ژورنالیسم مسوولیت‌پذیر و اخلاق‌مدار را مبلغان خشونت و راویان جرم و جنایت گرفته است.

رسانه‌گران غیر حرفه‌ی به دور از اخلاق رسانه‌ی، رویدادهای جنگ، حملات دهشت‌افکنانه‌ی شورشیان و صحنه‌های فجیع جنایت را بی‌هیچ ملاحظه‌ی به تصویر می‌کشند. پخش و نشر تصاویر گرافیکی و تکان‌دهنده، بیش از همه کودکان و زنان را به دهشت و وحشت دچار ساخته و تأثیرات ناگوار روانی را برجا می‌گذارد. امری که در بیشتر موارد به کابوس‌های ممتد، بی‌خوابی و روان‌پریشی می‌انجامد. تکرار

پخش تصاویر گرافیکی از چهره‌ی قربانی و صحنه‌ی جنایت، حساسیت رویدادهای فجیع را برای مخاطب عادی ساخته و در نهایت با گذشت زمان، ممکن است برخی از مخاطبان رسانه‌ها خود به امور خشن دست یازند و در خلق صحنه‌های فجیع سهیم شوند.

امنیت روانی جامعه‌ی امروز افغانستان هم از سوی رسانه‌های همگانی تهدید می‌شود و هم از سوی کاربران رسانه‌های اجتماعی؛ دسترسی به خدمات اینترنتی، گسترش تلفن‌های همراه و شبکه‌های اطلاع‌رسانی، در نبود فرهنگ و اخلاق استفاده از وسایل ارتباط جمعی فاجعه‌بار و غم‌انگیز است.

آزادی بیان و احترام به آزادی‌های مدنی به معنای لجام‌گیسختگی و ترویج خشونت و امری خشن نیست؛ این نه آزادی بیان است و نه احترام به حقوق شهروندی. رسانه‌های جمعی و کاربران رسانه‌های اجتماعی با پخش و نشر صحنه‌های فجیع جرم و جنایت آرامش روانی مردم را سلب می‌کنند، خواب راحت را از چشمان کودکان و زنان و کهن‌سالان می‌گیرند و ترس و وحشت را به خانه‌های مردم می‌برند، در حقیقت به ساحت آزادی بیان و کرامت انسانی حمله می‌کنند. کسانی که اعمال غیر حرفه‌ی‌شان را به نام آزادی بیان توجیه می‌کنند، خود ناقض آزادی بیان و ارزش‌های دموکراتیک هستند.

نقض حریم خصوصی شهروندان، پخش و نشر خبرها و گزارش‌های نامعتبر، پاس نداشتن منافع کلان کشوری، اتهام و گمانه‌زنی پیرامون شخصیت‌های حقیقی و حقوقی، مغایر اصول و ارزش‌های آزادی بیان است. اما این مسأله در رسانه‌های جمعی ما امری است معمول. در نظر گرفتن مصونیت روانی مخاطب و رعایت امنیت اجتماعی، ایجاب می‌کند که مالکان رسانه‌ها و کاربران شبکه‌های اجتماعی، پیش از این که سوز‌ه‌ی‌ی را بخواهند نشر کنند و یا مسأله‌ی مهمی را عمومی سازند، کمی درباره‌ی پیامدهای احتمالی آن فکر کنند.

رسانه و زبان

برخورد حرفه‌یی با رسانه‌ها تنها به محتوا و پخش و نشر برنامه‌ها محدود نمی‌شود؛ از نظر تکنیکی، تهیه‌کنندگی و برنامه‌سازی، شرایط و دانش خاص خود را می‌طلبد. امری که رسانه‌گران و گردانندگان رسانه‌ها در افغانستان، کمتر به آن توجه کرده‌اند. رسانه برای رساندن پیام خود به زبان نیاز دارد و کاربرد زبان در رسانه، هم به مثابه‌ی انتقال پیام و هم به مثابه‌ی ترویج زبان شسته و رفته در سطح اجتماع، مهم و حیاتی است. چنددستگی و چندگونه‌نویسی در حوزه‌ی زبان روزنامه‌نگاری، فرهنگ نگارش و کتابت را آسیب می‌زند.

امروز رسانه‌های دولتی و غیر دولتی در افغانستان با پریشان‌نویسی مواجه‌اند. از زبان‌های محلی اگر بگذریم، حتا در زبان‌های رسمی پشتو و فارسی به چنددستگی نگارشی و ویرایشی دچاریم. به دلیل فقدان فرهنگستان معتبر ملی، درباره‌ی واژه‌گزینی، بایدها و نبایدهای دستوری در هر دو زبان اختلاف‌نظر وجود دارد. کاربران زبان‌های پشتو و فارسی نسبت به زبان‌های رایج کشور نگاهی سلیقه‌یی دارند، تا نگاهی علمی و زبان‌شناسانه.

پیشینه‌ی ویرایش و ویراستاری در افغانستان به دلیل اوضاع ناهمگون فرهنگی، چندان روشن نیست. در دهه‌ی هفتاد و دهه‌ی هشتاد شمسی شمار ویراستاران حرفه‌یی بسیار اندک بود و هم‌اکنون نیز به استثنای چند نفر - که آن‌ها نیز داستان‌نویس و شاعرند - ما به معنای واقعی کلمه ویراستار نداریم.

فقر فرآورده‌های علمی و فقدان تولیدات فرهنگی سبب شده تا کمتر به ویرایش اثر بیاندیشیم. البته دست کم در یک‌ونیم دهه‌ی گذشته در عرصه‌ی روزنامه‌نگاری تغییراتی رونما شده است. مواد نشراتی بسیاری از رسانه‌های جمعی، پیش از نشر مورد بازبینی قرار می‌گیرد. همین‌طور در شناسه‌ی شماری از رسانه‌های چاپی نیز می‌بینیم که نام ویراستار

آمده است. در کل، باید از این تغییرات استقبال کرد؛ اما برای این که تولیدات فکری ما سامانمند شود و رسانه‌های ما بتوانند مخاطبان خود را پیدا کنند، ضرورت به ویرایش دینامیکی داریم. در این جستار، ضمن بر شماری چستی ویراستاری، به برخی از آسیب‌ها در این زمینه اشاره می‌کنیم.

ویرایش چیست؟

ویرایش و پیرایش از نظر لغوی هر دو اسم مصدر - از بن مضارع + ش - هستند؛ اما «ویراست» از بن ماضی و «ویراستار» صفت فاعلی است. ویراستار کسی است که عملی را روی کتاب، مقاله، داستان، خبر و انواع آفرینش‌های ادبی و علمی انجام می‌دهد. این کار ویراستار را «ویرایش» یا «ویراستن» می‌نامند.

«ویراستن» در متون فارسی^۱ به معانی گوناگونی آمده است:

- ۱- به معنی زینت دادن و کاستن و کم کردن چیزی برای زیبایی آن
- ۲- زینت‌دادن و مزین کردن چنان که در شعر زیر آمده است:
به دیبای رومی بیاراستند
کلاه کیانی پیراستن
- ۳- زدودن و صیقل‌دادن
همه شب همی لشکر آراستن
سنان سپرها پیراستن
- ۴- وصله کردن و دوختن
کهن جامه‌ی خویش پیراستن
به از جامه عاریت خواستن^۱

ویرایش، پیرایش و ویراستن واژه‌هایی مترادف هستند. ویراستار متن را بررسی می‌کند؛ نقاط ضعف و قوت آن را شناسایی کرده و

۱. جزئیات بیشتر درباره‌ی ویراستاری را در این سایت بخوانید، www.radioalborz.com

نوشته را از زاویه‌ی درون متنی و بیرون متنی می‌آراید. با اصلاح متن، ساده‌سازی مفاهیم و اصطلاحات دشوار، ارتباط نویسنده و خواننده آسان می‌شود. در کلیت امر، معنای اصطلاحی ویرایش این است که ویراستار با افزودن و یا کاستن متن، عیب‌های ساختاری و محتوایی آن را می‌زداید و بدین ترتیب اثر را برای نشر آماده می‌سازد.

ویراستار را چشم دوم گفته‌اند. ممکن است چشم اول - نویسنده - نتواند تمام و کمال حق مطلب را ادا کند؛ این ویراستار است که خطاهای نگارشی، دستوری و محتوایی را می‌گیرد و اشتباهات «چشم اول» را در بازنگری اثر، شناسایی و برطرف می‌کند. اگر بخواهیم یک اثر شسته و رفته داشته باشیم، نوشته‌ی ما باید در مرحله‌ی نهایی از نظر ویراستار حقیقی رد شود. متأسفانه بسیاری از فرآورده‌های فکری و محصولات رسانه‌ی، در هنگام نشر تنها ویرایش میکائیکی می‌شوند و رد پای ویرایش دینامیکی در این اثرها کمتر دیده می‌شود. برای درک این موضوع باید اول دانست که تفاوت میان دو اصطلاح ویراستاری مکانیکی و ویراستاری دینامیکی چیست.

ویراستار میکائیکی

ویراستار میکائیکی، همواره به اثر نگاه درون‌متنی دارد؛ وقتی نوشته‌ی را برای ویرایش می‌خواند، تنها به ویرگول، نشانه‌گذاری و برخی از پدیدگی‌های نوشتاری دقت می‌کند، ولی نگاه بیرون‌متنی به ساختار جمله‌ها، پاراگراف‌ها و در نهایت به کلیت اثر ندارد. ویراستار میکائیکی مطلق نگر است؛ انعطاف‌پذیری ندارد. به این بیان که مقتضای حال و بازنتاب کاربرد یک واژه را از دیدگاه کاربران آن هیچ‌گاه مدنظر قرار نمی‌دهد. همزمان ویراستار میکائیکی جزئی (Microscopy) نگر نیز هست. هنگامی که اثر پس از ویرایش میکائیکی در اختیار خواننده قرار می‌گیرد، قدرت رسانندگی پیام کم می‌گردد و خواننده به

راحتی نمی‌تواند اثر را درک کند.

ذخیره‌ی واژگانی و ویراستاران میکانیکی بسیار محدود است. در هنگام ویرایش اثر، تنوع واژگانی را در نظر نمی‌گیرند و واژه‌های برابر کمتر در ذهن‌شان تداعی می‌شود. برای مثال، ویراستار میکانیکی می‌خواهد این تیتیر را ویرایش کند و به اصطلاح فارسی‌پیرایی کند: «از سال‌روز شهادت علامه بلخی تجلیل شد». وی هنگامی که بخواهد به جای «تجلیل» - که واژه‌ی عربی است - واژه‌ی جاگزین فارسی انتخاب کند، تنها واژه‌ی که به ذهنش می‌رسد، «گرامیداشت» است. اما اگر ویراستار دینامیکی این جمله را ویراستاری کند، می‌تواند از واژه‌هایی چون یادبود، بزرگداشت، نکوداشت و... استفاده کند.

ویراستار میکانیکی مبنایی و اصولی ویرایش نمی‌کند و صرفاً مقلد است. او تنها می‌خواهد برخی از واژه‌ها را به لحاظ صوری تغییر دهد؛ ولی دلیل قانع‌کننده‌ی برای ایجاد تغییر ندارد. به طور مثال یکی از بحث‌های مهم در شیوه‌ی نگارش، چگونگی کاربرد همزه مکسور پس از الف عربی است. ویراستار میکانیکی، همزه مکسور را در واژه‌هایی که ریشه‌ی عربی دارند، با «ی» می‌نویسد. مسائل، شرایط، جایز و وسائل، بدون تفکیک معنایی، همه را با «ی» می‌نویسد. مسائل را مسایل می‌نویسد؛ در حالی که مسائل در زبان عربی جمع مسیل (محل عبور سیل) است نه جمع مسأله. ویراستاران میکانیکی به لحاظ فکری روشمند فکر نمی‌کنند. به همین دلیل است که در ویرایش نیز روشمند کار نمی‌کنند. اگر گاهی بخواهند توضیح بدهند، تنها به این جمله اکتفا می‌کنند که: «دیگران چنان کرده‌اند، ما هم چنین می‌کنیم».

در ویرایش میکانیکی، گفتار با نوشتار مطابقت داده نمی‌شود. اگر شیوه‌ی تلفظ واژه - مطابقت مکتوب با ملفوظ - در هنگام ویرایش در نظر گرفته شود، این مشکل پیش نمی‌آید. ویراستار میکانیکی، معمولاً به بیماری درازویرایی دچار است. متن ممکن است در یک پاراگراف طرح شود و نویسندۀ دقت لازم را در فشرده ساختن مطلب

و کاهش بسامد واژگانی به خرج نداده است؛ وقتی این اثر در اختیار ویراستار میکائیکی قرار می‌گیرد، با همان شکل و صورت نخستین، ویرایش میکائیکی شده و از «چشم دوم» به سلامت می‌گذرد. اما اگر همین اثر را ویراستار دینامیکی ویرایش کند، ممکن است بیش از نصف بسامد واژگانی و جمله‌های بلند و نارسا به کلی حذف شود؛ اما در عین حال به پیام متن آسیبی نرسد. در کل، نداشتن مطالعات ادبی و اطلاعات عمومی، نداشتن درک درست از روان‌شناسی واژگان و... از جمله ویژگی‌های ویراستار میکائیکی است.

ویراستار دینامیکی

خودآگاهی، ظرفیت بالای علمی و ادبی از ویژگی‌های ویراستار دینامیکی است. ویراستار دینامیکی خودانگیزه است. او از روان‌شناسی واژه‌ها به خوبی آگاه است. اگر به نظریه‌ی ادبی و زبان‌شناسانه‌ی درباره‌ی ویرایش بر می‌خورد، در گام نخست شیوه‌های کاربرد آن نظریه را بررسی می‌کند. او همه‌جانبه‌نگر است. ضمن آن که درون متن را می‌بیند، به بیرون متن و به ساختار کلی آن نیز نگاهی کارشناسانه دارد. ویراستار میکائیکی، فقط یک‌بار متن را ویرایش می‌کند. به نظر ویراستار دینامیکی، اثر بدون بازویرایی و بازخوانی ناقص می‌ماند. در این بازویرایی بسیاری از خطاهایی که در بار نخست از نظر غایب مانده، تصحیح خواهد شد.

اصطلاح دیگری که درباره‌ی ویراستار دینامیکی به کار می‌رود «تلسکوپ‌نگری» است. برخلاف ویراستار میکائیکی که تنها ریزنگر است، ویراستار دینامیکی در کنار نگاه میکروسکوپی، نگرشی تلسکوپی نیز به متن دارد و جمله‌ها و پاراگراف‌ها را ساختاربنده می‌کند. او به ویرایش مبنایی متعهد است. نشانه‌ها را کیلویی در متن جا نمی‌کند. می‌داند که اگر ازدحام جمله‌ها زیاد شود و نشانه‌های

ویرایشی بر روی متن ریخته شوند، چشم خواننده خسته می‌شود. در برخی موارد اگر جمله بسیار پیچیده نباشد، از به‌کاربردن واجبات نشانه‌های ویرایشی، چون ویرگول، کامه و... صرف‌نظر می‌کند. اما در جایی که لازم می‌بیند، حتماً مستحبات ویرایش را نیز رعایت می‌کند. انعطاف‌پذیری صفتی است که به قامت ویراستار دینامیکی می‌زیبد؛ زیرا او با متن برخوردی خشک و یک‌جانبه ندارد.

غنا و واژگانی و فخامت زبان برای ویراستار دینامیکی بسیار مهم است. به‌گفته‌ی محمد کاظم کاظمی، اگر ما یک واژه برای افاده یک معنا داشته باشیم، این فقر زبانی ما را می‌رساند؛ ولی اگر چند واژه داشته باشیم، نشان‌دهنده‌ی غنا و واژگانی زبان ماست. ویراستار دینامیکی واژه‌هایی را که به‌نامندشدن زبان اثر کمک می‌کند، حذف نمی‌کند؛ بل او با استفاده از واژه‌های مترادف، تنوع واژگانی را حفظ می‌کند. از باب مثال، اگر یک مقاله‌ی هزار کلمه‌یی داشته باشیم که راجع به رویدادهای جاری افغانستان باشد، اگر در هر پاراگراف از واژه‌ی «تحوّلات» استفاده کنیم، در کل مقاله بسیار خسته‌کننده می‌شود. ولی ویراستار دینامیکی با به‌کاربردن واژه‌هایی چون رخدادها، رویدادها، دگرگونی‌ها و تغییرات و... هم به تنوع واژگانی متن می‌افزاید و هم خواننده مجبور نیست یک کلمه را بارها در ذهنش تکرار کند.

ویراستار دینامیکی، وقت‌شناسی را در حرفه‌ی خود در نظر می‌گیرد؛ او تلاش می‌کند اثر را فشرده و ساده سازد تا خواننده در کمترین زمان، بتواند به درک و دریافت منظور نویسنده برسد؛ بدون این که وقت زیادی را برای خواندن جمله‌های اضافی از دست بدهد. براینده این وقت‌شناسی و مخاطب‌شناسی «کوتاه‌ویرایی» است.

ویراستار دینامیکی هر اثری را ویرایش نمی‌کند. او با نگاهی کلی به اثر، درمی‌یابد که این اثر قابل ویرایش است یا خیر. او در هنگام کار در یک رسانه، هر متنی را که به دبیرخانه‌ی رسانه می‌رسد ویرایش نمی‌کند؛ چون ویرایش وی به معنای پذیرفتن و مهر تأیید زدن است.

از دید ویراستار دینامیکی، متنی که قابلیت و ارزش ویرایش را نداشته باشد، ارزش نشر را نیز ندارد. اما ویراستار میکائیکی قابلیت تشخیص را ندارد؛ برای او خوب و خراب یکی است و بدون در نظر داشت ارزش نشر، همه‌ی نوشته‌ها را از نظر می‌گذراند.

شاید اغراق نباشد اگر بگوییم که یکی از دلایل ضعف رسانه‌های همگانی ما و این‌که تا کنون نتوانسته‌اند جایگاه خود را در میان مخاطبان دریابند، این است که مواد نشراتی‌شان ارزیابی و ارزش‌گذاری درست نمی‌شود. درباره‌ی کتاب‌هایی که در کشور ما نشر می‌شود نیز این موضوع صادق است. ما انتشارات معتبر نداریم. در کنار روزنامه‌های زرد، کتاب‌های زرد نیز داریم؛ عمده‌ترین نقص فنی این کتاب‌ها این است که ویراستار دینامیکی ندارند.

برای ناشران خصوصی و دولتی تنها چیزی که اهمیت دارد پول است؛ فرقی نمی‌کند که یک اثر از لحاظ کیفی ارزش چاپ و نشر را دارد یا خیر. هنگامی که از ناشر دولتی یا خصوصی حرف می‌زنیم، در واقع جانب اغراق را گرفته‌ایم؛ زیرا به معنای حقیقی کلمه، ما در افغانستان اساساً ناشر نداریم. کسانی که از ماشین‌های چاپ و نشر استفاده می‌کنند، فاقد بی‌ش و نگاه علمی اند و اندیشه‌ی نشراتی ندارند.

از همین روست که به لحظ کیفی کتاب‌هایی که وارد بازار می‌شود، به خواندنش نمی‌ارزند. این وضعیت برای جامعه‌ی فرهنگی ما فاجعه است. ویراستار دینامیکی به منزله‌ی یک غربال عمل می‌کند؛ اگر فرهنگ ویرایش دینامیکی در نهادهای نشراتی ترویج نشود، نام و نشانی از فراورده‌های علمی و ادبی در این کشور باقی نخواهد ماند.

گمان میر که به پایان رسید کار مغان
هزار باده‌ی ناخورده در رگ تاک است

ویژگی‌های ویراستار دینامیکی

برای انجام ویرایش دینامیکی، مقوله‌هایی چون بازویرایی، تلسکوپ‌نگری، انعطاف‌پذیری، غنای واژگانی، ویرایش مبنایی، کوتاه‌ویرایی، نظریه‌پردازی و نظریه‌اندازی را برشمردیم. همچنان تأکید کردیم که تفاوت ویراستار مکانیکی با ویراستار دینامیکی در این است که ویراستار دینامیکی کلی‌نگر است. به این معنا که تنها به جزئیات و نگاه درون‌متنی بسنده نمی‌کند و اثر را از زاویه‌های مختلف ویراسته و پیراسته می‌کند. اما ویراستار مکانیکی تنها به نشانه‌های ویرایشی، ویرگول، نقطه، کامه و این‌که کدام حرف جدا نوشته و کدام وصل شود، اهتمام می‌ورزد. او به دلیل این تک‌بعدی‌نگری، از ارزش‌های کلی ساختاری و محتوایی دور می‌ماند.

حتا برخی از ویراستاران حرفه‌یی، در نقد و نظرهای‌شان ویراستاران مکانیکی را ویرگول‌سالاران نامیده‌اند که اثر را به «ویرگولستان» تبدیل می‌کنند. البته این انتقاد به معنای نادیده گرفتن اهمیت و جایگاه نشانه‌های ویرایشی نیست. چنان‌چه این حکایت معروف را همه شنیده‌ایم: «بخشش جایز نیست، او را بکشید». در این جمله جابه‌جایی ویرگول به کلی مفهوم جمله را تغییر می‌دهد: «بخشش، جایز نیست او را بکشید».

پس این نشانه‌های صوری را نباید دست‌کم گرفت. در برخی از موارد این نشانه‌ها - در مکتوب‌های رسمی و فرمان‌های دولتی - ممکن است سبب مرگ یا نجات فرد یا گروهی شود. اما تأکید بر این است که ضمن اهتمام بر نشانه‌گذاری، از نگاه پازلی و مطلق‌بینانه باید فاصله گرفت. ویراستار دینامیکی خود صاحب‌نظر است. اطلاعات و یافته‌های خود را درباره‌ی ویرایش به‌روز ننگه می‌دارد. ویراستار دینامیکی تنها ویراستار «کتابی» نیست؛ به این بیان او تنها با خواندن چند کتاب و آگاهی بر نظریه‌های شماری اندک از ویراستاران ادبی اکتفا نمی‌کند،

بل که هر روز به دنبال نکته‌های تازه می‌گردد. او از شیوه‌های نگارشی و گونه‌های رسم‌الخط به خوبی آگاهی دارد؛ اما تنها به این آگاهی درباره‌ی ویراستاری بسنده نمی‌کند. او نظر به موقعیت جغرافیایی، به روان‌شناسی واژه‌ها و میزان تأثیرگذاری آن‌ها نیز توجه می‌کند. در هنگام ویرایش شیوه‌ی نگارشی‌یی را به کار می‌برد که در کنار مقبولیت علمی و ادبی، مقبولیت عرفی نیز داشته باشد.

مخاطب‌شناسی

در گستره‌ی جغرافیایی زبان فارسی - ایران، تاجیکستان و افغانستان - به این واقعیت باورمندیم که کشورهای فارسی‌زبان به یک زبان صحبت می‌کنند، اما لهجه‌های شان متفاوت است. ویراستار دینامیکی، اگر کتابی از یک نویسنده‌ی تاجیکستانی ویرایش می‌کند، نمی‌تواند واژه‌ها و نام‌هایی را که برای مردم تاجیکستان آشناست، اما برای فارسی‌زبان سایر کشورها ناآشناست، حذف کند. یا اصطلاحات رایج در ایران و افغانستان را جایگزین آن کند؛ چون با این کار نمی‌گذارد که مخاطبان کتاب در تاجیکستان به سادگی با اثر رابطه برقرار کنند.

وظیفه‌ی ویراستار دینامیکی این است که با شناخت کافی از مخاطب و این‌که اثر برای کدام طبقه از مردم نگاشته شده، زمینه را برای سهولت پیام‌رسانی آماده سازد. البته در گام نخست، وظیفه‌ی مؤلف است که این شرایط را در نظر گیرد؛ ولی ویراستار به عنوان دستیار نویسنده، اثر مؤلف را به‌سازی می‌کند. بنابراین ساده‌سازی جمله‌ها و روان‌سازی متن، یکی از اهداف مهم ویراستار دینامیکی است. ولی ویراستار می‌تواند این شرایط را در نظر نمی‌گیرد و تنها به این نکته دلبسته است که در کتاب‌های «ایکس» و «وای» چنان سفارش شده و بدین جهت من آن شیوه‌ی نگارشی و یا واژه‌گزینی را ترجیح می‌دهم.

اما ویراستار دینامیکی، هم نظریه پرداز است و هم نظریه انداز؛ او با آگاهی از نظریه‌های ویرایشی، از قدرت تحلیل برخوردار است. در ویرایش اثر، شرایط سنی مخاطبان را در نظر می‌گیرد. اگر کتابی را برای کودکان ویرایش می‌کند، در گام نخست به این مسأله توجه دارد که دایره‌ی واژگانی کودکان محدود است. بنابراین واژه‌هایی را انتخاب می‌کند که برای کودکان قابل درک و دریافت باشد. جمله‌های بلند را به جمله‌های کوتاه و روان تبدیل می‌کند؛ تا کودک به سادگی بتواند با متن ارتباط برقرار کند.

ولی ویراستار میکائیکی در چنین مواردی به طبیعی مانند است که هنوز درد بیمارش را نشناخته؛ بدون در نظر گرفتن شرایط فیزیکی و وضع روانی بیمار، شیوه‌های گوناگون پزشکی را برای درمان بیمارش به کار می‌گیرد و داروهای زیادی را برای وی تجویز می‌کند. در نهایت، بیمار بیچاره ناگهان جان می‌دهد. ویراستار میکائیکی چنین یلایی سر متن می‌آورد. او با اعمال نظریه‌های ویرایشی و گونه‌های مختلف رسم‌الخط، ارتباط جمله‌ها و پاراگراف‌ها را از بین می‌برد و میزان تأثیرگذاری نوشته را به حداقل می‌رساند.

اطلاعات عمومی و مطالعات ادبی

درباره‌ی دانش و آگاهی ویراستار بحث‌های زیادی مطرح است. این یک واقعیت است که ویراستار نمی‌تواند به تمامی مقوله‌های علمی اشراف داشته باشد. امروز ما در دنیایی زندگی می‌کنیم که بسیاری از رشته‌های علمی به دلیل پیچیدگی‌های آن، به شاخه‌های بسیار ریزتر تقسیم شده‌اند. عمر کوتاه دانش‌پژوه این اجازه را به وی نمی‌دهد که بتواند در تمامی رشته‌ها، دانشی تخصصی کسب کند. اما با تمام این احوال، یک فرد آگاه باید دست کم شناختی نسبی درباره‌ی برخی از موضوعات داشته باشد.

این شناخت، نظر به گرایش و حرفه‌ی افراد فرق می‌کند. به گونه‌ی مثال کسی که تجارت می‌کند، لازم‌هاش این است که از چگونگی دادوستد، سیستم‌های اقتصادی و در کل در مورد سیاست حاکم بر اقتصاد بازار و یا اقتصاد دولتی (اقتصاد بسته) اطلاعات نسبی داشته باشد. اگر غیر از این باشد، بازرگان نمی‌تواند در برابر رقیبان تجاری و شرکت‌های چندملیتی مقاومت کند. در نتیجه «سودای» بازرگان به جای سود، به زیانش تمام می‌شود.

با عنایت به این مسأله، داشتن اطلاعات عمومی و مطالعات ادبی از شرایط لازم برای ویراستاران به شمار می‌رود. ویراستار دینامیکی همواره در جریان اطلاعات تازه و به‌روز قرار می‌گیرد. کیفیت و کمیت پژوهش‌های ادبی و اطلاعات عمومی‌اش در شیوه‌ی ویرایش اثر بسیار تأثیرگذار است. این اطلاعات سبب می‌شود تا ویراستار دینامیکی از ذوق سرشار و طبع عالی برخوردار شود و در نتیجه با استفاده از ویرایش دینامیکی، اثر نویسنده را خوشایند، ساده و روان می‌سازد.

اگر اشتباه مفهومی و یا اشتباه موضوعی از نویسنده سر بزند، هنگامی که متن در اختیار ویراستار قرار می‌گیرد، او با استفاده از اطلاعاتی که در اختیار دارد، باید به این اشتباه پی ببرد و آن را برطرف کند. به گونه‌ی مثال، ویراستاری که آثار فرهنگی - سیاسی را ویراستاری می‌کند، وقتی به این عنوان ساده بر می‌خورد: «کلیات شمس تبریزی» باید بداند که این کتاب از مولانا است نه از شمس تبریزی. یا نویسنده‌یی که درباره‌ی «خط مرزی دیورند» مطلبی نوشته، باید اطلاعات کافی درباره‌ی چگونگی عقد معاهده‌ی دیورند و وجه تسمیه آن داشته باشد.

ویراستار دینامیکی وقتی کتاب یا مقاله‌یی را برای ویرایش گزینش می‌کند و با مؤلف اثر قرار همکاری می‌گذارد، در گام نخست دانش و اطلاعات خود را نسبت به اثر سبک سنگین می‌کند، در صورتی که محتوای اثر خارج از گستره‌ی مطالعاتی‌اش باشد، با شجاعت تمام به مؤلف پیشنهاد می‌کند که اثرش را به ویراستار دیگری که در رابطه

به آن موضوع اطلاعات کافی دارد، بسپارد. ویراستار ممکن است در ویرایش آثار ادبی دارای فهم و درکی بالا باشد و اطلاعات مفیدی درباره‌ی مفاخر زبان و ادب فارسی داشته باشد، ولی به همان دلایلی که اشاره شد، اگر کتاب یا مقاله‌ی درباره‌ی جغرافیای سیاسی افغانستان به او پیشنهاد شود و او اطلاعات درست و تازه‌ی از نام جای‌ها، مرزها و معاهدات سیاسی - تاریخی نداشته باشد، ممکن است اثر را از نگاه غلط‌های نگارشی و نشانه‌گذاری ویرایش کند، ولی نمی‌تواند از لحاظ محتوایی و مفهومی متن را بازسازی کند.

آن‌چه درباره‌ی ویژگی‌های ویراستار دینامیکی گفتیم، به معنای نادیده گرفتن نقش ویراستار میکانیکی نیست؛ زیرا در برخی از بایدها و نبایدهای ویرایش، هر دو نقشی مشترک دارند. حتا شماری از ادیبان سفارش می‌کنند که اگر ویراستار نمی‌تواند به تمام دانش ویراستاری مجهز شود، متن در محله‌ی اول باید ویرایش میکانیکی شود و پس از سپری شدن مرحله‌ی نخست، در اختیار ویراستار دینامیکی قرار گیرد و بدین ترتیب از غربال نهایی (ویرایش دینامیکی) عبور کند.

آسیب‌شناسی ویرایش موضوعی بسیار مهم و کاربردی است. دقت در ویرایش متن، رشد کیفی و به‌سازی آثار نشراتی را در پی دارد. ویراستاران حقیقی، خدمت‌گذاران خاموش جامعه‌ی علمی و فرهنگی ما هستند و باید از حقوق مادی و معنوی آنان دفاع کنیم. به همان پیمان‌ه که به مؤلف اثر ارج می‌گذاریم، باید به ویراستار نیز حرمت نهیم. ویراستار واسطه و پل ارتباطی میان نویسنده و مخاطب است. اثری که مستقیم به مخاطب می‌رسد، در نقصان آن نباید تردید داشت؛ مگر این‌که خود نویسنده از دانش و بینش ویراستاری بهره‌مند باشد.

ویراستاری تنها به کتاب و رسانه‌های چاپی منحصر نمی‌شود. مواد نشراتی رسانه‌های همگانی اعم از رسانه‌های چاپی، دیداری و شنیداری پیش از نشر به صورت مکتوب آماده می‌شود؛ به استثنای برخی از برنامه‌های زنده - مانند گفت‌وگوها و میزگردها - که در رسانه‌های

شنیداری و دیداری ماهیتاً قابلیت ویرایش ساختاری را ندارند. البته به لحاظ محتوایی، حتی مسألهٔ اجرای برنامه‌های زنده نیز قابل بحث است. ولی در کل نمی‌توان نیاز یک رسانه به ویراستار دینامیکی را انکار کرد.

روزنامه‌نگاری، انگیزه‌ها و رویکردها

پروپاگندای رسانه‌یی بیشتر وقت‌ها صحنه‌هایی کذایی را خلق می‌کند، مردم را در خلای اطلاعاتی قرار می‌دهد و ذهنیت‌ها و رویکردها را نسبت به شخص یا نهاد تغییر می‌دهد. به همین دلیل، مسوولیت روزنامه‌نگار به عنوان کسی که می‌داند یک مسأله را با چه حالتی و بر اساس کدام ملاحظات چگونه بیان کند، چندین برابر می‌شود.

بخشی از این سیاست روزنامه‌نگار به انگیزه‌های وی برمی‌گردد. عشق به ژورنالیسم، روزنامه‌نگار را مسوول و متعهد بار می‌آورد. وی با اهداف بلندمدت، در راستای تحول رسانه‌ها و بسط حرفه‌ی روزنامه‌نگاری فعالیت می‌کند. ولی انگیزه‌های غیر ژورنالیستی همانند افزایش نفوذ و قدرت اجتماعی سبب می‌شود که رسانه از اصول حرفه‌یی‌اش منحرف شود.

در یک‌ونیم دهه‌ی پسین روزنامه‌نگاران با اهداف و انگیزه‌های گوناگون وارد عرصهٔ خبرنگاری و ژورنالیسم شدند. اینک آن‌چه که اهمیت دارد، این است که این روزنامه‌نگاران به چه پیمان‌ه در جهت تقویت و بسط زبان روزنامه‌نگاری گام برداشتند؟ کسانی که به حرفه‌ی روزنامه‌نگاری رو می‌آورند، ممکن است انگیزه‌هایی متفاوت داشته باشند، اما در یک نگاه کلی این انگیزه‌ها و گرایش‌ها را می‌توان این‌گونه بر شمرد: گرایش به شهرت؛ تمایل به نفوذ و برتری‌طلبی؛ گرایش به نوشتن؛ عشق به زبان.

گرایش به شهرت در ذات خودش بد نیست؛ خاستگاهی روانی دارد و نشانه‌یی از خودشیفتگی (نارسیسیسم) و کمال‌گرایی انسان است. برخی دوست دارند که مردم آن‌ها را به خاطر حرفه و کارشان

بشناسند. این شهرت‌طلبی کمک می‌کند که خودشان نیز کیفیت کارشان را بالا ببرند. برخی نیز می‌خواهند خودشان را بشناسند؛ به بیانی می‌خواهند خود را در آینه‌ی دیگران ببینند. می‌خواهند بدانند که مردم درباره‌ی آن‌ها چه دیدی دارند.

برخی از ژورنالیست‌ها می‌خواهند مخاطب را تحت تأثیر قرار دهند. اما بیش و پیش از آن که به نیازهای مخاطب‌شان بیاندیشند، به شیوه‌های ابراز وجود خودشان فکر می‌کنند. در چنین وضعیتی، ژورنالیست دیگر هدفش اطلاع‌رسانی و حفظ اصول و زبان ژورنالیسم نیست. اما ژورنالیست‌هایی نیز هستند که هدف‌شان اطلاع‌رسانی و خدمت به مردم است. برای این طیف از ژورنالیست‌ها، شهرت در درجه‌ی دوم قرار دارد. در واقع ژورنالیست با مهارت و تسلط بر حرفه‌اش، شهرت را نیز به دست خواهد آورد.

تمایل به نفوذ و برتری‌طلبی

قدرت و اقتدار رسانه‌ها در بسیاری از نظام‌های مردمی بر کسی پوشیده نیست. در بسیاری از کشورها، سیاست‌مداران پیش از پا گذاشتن به عرصه‌ی جدال‌های سیاسی، روزنامه‌نگار بوده‌اند. پرسش این است که این سیاست‌مداران چگونه به قدرت رسیدند؟ نخبه‌گان سیاسی روزنامه‌نگار، هدف اصلی‌شان کار رسانه‌یی نبوده، بل از روزنامه‌نگاری به حیث سکوی پرش استفاده کرده‌اند. باور عمومی بر این است که روزنامه‌نگار رسانه‌های جمعی را کنترل می‌کند؛ اما روزنامه‌نگار آگاه هدفش اطلاع‌رسانی و روشنگری است. روزنامه‌نگار ترجمان رویدادها است؛ کسی که با تحلیل و موشکافی رویدادها، پشت پرده‌ی رخدادها را آن گونه که اصول روزنامه‌نگاری ایجاب می‌کند به مردم می‌رساند؛ نه کم و نه زیاد. کسی که با درک مسوولیت‌های اجتماعی‌اش، از جامعه دیده‌بانی می‌کند و ضمن نظارت بر عملکرد دولت و نهادهای غیر

وابسته، مدام به مردم اطلاع‌رسانی می‌کند.

با این وصف، میان کسب مشروعیت برای خویشتن و انجام عملی انسان‌دوستانه و مردمی فاصله بسیار است. استفاده از حرفه‌ی روزنامه‌نگاری به عنوان ابزاری برای رسیدن به اهداف شخصی، در واقع به نوعی سوءاستفاده از این حرفه است. در افغانستان از طیف روزنامه‌نگارانی که برای رسیدن به قدرت به دنبال مشروعیت‌اند، نمونه‌های زیادی داریم. ژورنالیستانی که زمانی با استفاده‌ی ابزاری از رسانه‌ها گلو پاره می‌کردند، گزارشگری و گویندگی می‌کردند، امروز بر کرسی‌های مهم دولتی تکیه زده‌اند.^۱

شوق دانستن

حس کنجکاوی بخشی از خوی طبیعی انسان است و برای ژورنالیست عنصری سازنده و حیاتی، بسیاری از زنان و مردان جوان به منظور ارضای حس کنجکاوی‌شان به ژورنالیسم رو می‌آورند. این طیف می‌خواهند درباره‌ی جهان پیرامونی‌شان بدانند. البته بسیاری از آن‌ها ممکن است آموزش حرفه‌یی در این حوزه نداشته باشند؛ که البته این مسأله سبب می‌شود که زیر تیغ انتقاد بسیاری قرار گیرند. چون برخوردارشان یا کار رسانه‌یی سطحی، سلیقه‌یی و به دور از اصول ژورنالیسم است. شماری از گویندگان تلویزیون‌های خصوصی در افغانستان شامل این گروهند؛ یعنی کسانی که یا به انگیزه‌ی شهرت، نفوذ، برتری‌طلبی و یا شوق دانستن به تریبون‌های این رسانه‌ها دست یافته‌اند.

البته در کشورهای دیگر حتا تصورش هم سخت است، کسی که برخورد حرفه‌یی با ژورنالیسم نداشته و فاقد سواد رسانه‌یی است، بتواند مجری یک برنامه‌ی خبری یا جلسه‌گردان مباحث داغ اجتماعی، سیاسی

۱. شماری نیز در پست‌های بلند دولتی به کاری غیر از حرفه اصلی‌شان گماشته شدند. از روزنامه‌نگارانی که با این انگیزه کار رسانه‌یی می‌کنند، کمتر انتظار می‌رود که حافظ زبان رسانه یا ناقل زبان معیار و سبزه باشند.

و فرهنگی تلویزیون شود. کنجکاوی و فضولی در کارهای شخصی مردم، توهین به شخصیت‌ها، زیرپا کردن حرمت کار ژورنالیستی، شکستن قاعده‌های دستوری زبان معیار و مهم‌تر از همه، به کار بردن واژه‌های سخیفی که شایسته‌ی زبان ژورنالیسم نیست، متأسفانه در بیشتر رسانه‌های ما جریان دارد. این افراد یا گروه‌ها به جای آن که به زبان و ادبیات ژورنالیستی کمک کنند، ادبیات کوچه و بازار را ترویج می‌کنند.

عشق به زبان و ادبیات

به طور معمول در کشورهای در حال توسعه، طیف‌ها و گروه‌های زیادی از مردم زندگی‌شان را با نوشتن به پیش می‌برند. در این میان، نسل جوان گرایش بیشتری به هنر نویسندگی دارد. نسل جویای نام و هویت، برای رسیدن به اهدافش به روزنامه‌نگاری روی می‌آورد. البته واضح است که نوشتن برای یک روزنامه با نوشتن یک کتاب متفاوت است و هر کدام فضا و شرایط ویژه‌ی خودش را می‌طلبد؛ اما این طیف از روزنامه‌نگاران، به دلیل شیدایی و دل‌بستگی خاص‌شان به زبان و ادبیات، به طور طبیعی در هنر نویسندگی دستی دارند و در کار روزنامه‌نگاری نیز افرادی موفق و با تجربه خواهند شد. روزنامه‌نگاران با تقویت مهارت نویسندگی‌شان در جریان کار عملی و همچنین افزایش اطلاعات آفاقی‌شان، استعداد و خلاقیت‌های‌شان را پرورش داده و توانمندی‌های خود را کشف می‌کنند.

به بیان دیگر، گرایش به روزنامه‌نگاری از عشق به زبان و ادبیات ناشی می‌شود؛ اگر عشق آتشین و عمیق به زبان، به نوشتن و صحبت کردن وجود نداشته نباشد، دشوار است که بتوان روزنامه‌نگار خوبی شد. روزنامه‌نگاری ایجاب می‌کند که در کاربرد واژه‌ها مهارت و وسواس داشته باشیم. هنگامی واژه‌ها جاری می‌شوند، روزنامه‌نگار باید لذت استفاده از واژه‌ها را بچشد. حتا تفاوت میان یک گزارش معمولی با

یک گزارش خاص بستگی به زبان نویسنده‌ی گزارش دارد. در حرفه‌ی روزنامه‌نگاری، تنها انتقال محتوای رویداد و حقیقت نهفته در آن کارساز نیست، بل شیوه‌ی گفتن و چگونه نوشتن نیز مهم است.

روزنامه‌نگاران محلی همواره نقش مهمی در بسط، پرورش و رشد زبان در یک کشور داشته‌اند. به ویژه در کشوری که تاریخ طولانی‌یی در زبان نوشتاری نداشته و یا به نحوی تحت تأثیر قدرت‌های سلطه‌جو و استعماری قرار داشته است، این روزنامه‌نگاران بودند که با درک رسالت فرهنگی و ملی‌شان به صحنه آمدند و در نهادینه شدن زبان معیاری و ادبی کوشیدند.

افغانستان شاید تنها کشوری در جهان باشد که به رغم اعلان استقلال رسمی‌اش در سال ۱۹۱۹م هیچ‌گاه مستقل نبوده است؛ مرزهای سیاسی و مرزهای فرهنگی این کشور هرگز در امان نبوده است. کشوری که همواره از بحران دامنه‌دار داخلی در رنج بوده و دامنه‌ی این بحران به ساحت فرهنگ و به طور خاص زبان و ادبیات کشور نیز به شدت صدمه زده است. مقام و موقف روزنامه‌نگاری ایجاب می‌کند که وی مسوولیت و تکلیف خودش را در قبال زبان درک کند و بیش از پیش بر جایگاه و اهمیت زبان و نقش خودش پی‌برد. روزنامه‌نگاران خواسته یا ناخواسته در نهادینه کردن زبان یا به بیان دیگر در معیاری کردن زبان‌هایی که در کشور کاربرد دارند، نقش دارند.

مالکان رسانه‌ها

بخشی از مسوولیت و تعهد خبرنگاری بر عهده‌ی نهادهای رسانه‌یی و مالکان رسانه‌های جمعی است. البته این مالکان ممکن است خود روزنامه‌نگار و ژورنالیست و یا نمایندگان احزاب و نهادهای سیاسی دولتی و غیردولتی باشند؛ اما یک مسأله واضح است که در تصمیم‌گیری‌های کلان نشراتی اصحاب رسانه نقش بسیار مهمی دارند.

روزنامه‌نگاران در سازمان نشراتی‌شان به واحد یا بخشی به نام «ویراستاری» نیاز دارند. البته در کشورهای دیگر، این مسأله به طور جدی و اساسی مورد توجه قرار گرفته است. رسانه‌ها ویراستار موضوعی دارند و هر بخش با ویراستار خودش سروکار دارد. نوشته‌ها در نهایت امر برای یک‌دست شدن زبان به ویراستار کل و کارشناس ناظر منتقل می‌شوند تا اصلاح نهایی انجام شود.

ولی ژورنالیسم در افغانستان همانند سایر پدیده‌ها، تفاوت فاحشی با سایر کشورها دارد؛ تفاوتی که حامل پیامی منفی است. برای دریافت و درک این تفاوت کافی است که مروری بر روزنامه‌های دولتی و غیردولتی داشته باشید. رسانه‌هایی که از نشانی دولت نشر می‌شوند، به شدت بی‌ریخت و عاری از حس زیبایی‌شناسانه‌اند. این رسانه‌ها با زبان‌های رسمی بی‌رحمانه و غیرمسوولانه برخورد می‌کنند.

برای نمونه روزنامه‌های دولتی مانند انیس، هیواد، اصلاح و مهمتر و بزرگتر از همه خبرگزاری دولتی باختر (اژانس خبری باختر). زبان نگارشی این خبرگزاری‌ها چنان آشفته است که اگر قرار باشد خبر یا گزارشی از این خبرگزاری‌ها نقل کنیم، ناگزیریم کل گزارش را بازنویسی کنیم. این که به لحاظ فنی در خود ساختار گزارش چه مشکلاتی وجود دارد، حرف دیگری است. ممکن است در پشت این همه آشفتگی، علت‌های پیدا و پنهان زیادی نهفته باشد؛ اما یکی از دلایلی که دست‌کم نیاز به گمانه‌زنی ندارد، فقدان عنصری به نام «ویراستار» است.

رشد کمی رسانه‌های غیردولتی در چند سال اخیر قابل توجه بوده است. بررسی ریز و موشکافانه زبان در رسانه‌های دیداری، شنیداری، چاپی و شبکه‌های اجتماعی مجازی (فیس‌بوک، وبلاگ، توئیتر، یوتوب، یاهو و...) در این چشم‌انداز کوتاه ممکن نیست؛ اما در کل به رغم رشد کمی، کمتر شاهد رشد کیفی این رسانه‌ها بوده ایم. شمار رسانه‌هایی که در کاربرد زبان معیار می‌کوشند بسیار اندک است.

گزارش‌های خبری

گزارش‌های خبری از اساسی‌ترین و محوری‌ترین بخش‌های ساختمان خبرنگاری اند. خبرها هر روز و هر ساعت و هر لحظه در چرخشند و در واقع در لحظه‌های مان جریان دارند. اهمیت خبرها در این است که مخاطبان زیادی دارند. البته مخاطبان خبرها در افغانستان با دیگر کشورها تا حدودی متفاوتند. به این بیان که در افغانستان به طور معمول همه‌ی طیف‌های اجتماعی، جدای از حرفه و موقعیت اجتماعی‌شان به نحوی با خبرهای روزانه درگیرند و آن‌ها را دنبال می‌کنند؛ چون رویدادهای خرد و کلان خبری به گونه‌ی بی‌آنها گره خورده و می‌تواند بر روی زندگی‌شان تأثیر بگذارد.

در رسانه‌های چاپی که در آن گزارش‌های خبری بازتاب زیادی دارند، توجه به زبان و شیوه‌ی بیان گزارش اهمیت خاصی دارد. چنین گزارش‌هایی زبانی ساده، روان و قابل فهم را می‌طلبند؛ زبانی که عطش مردم را برطرف کند. روزنامه‌نگاران تنها هدف‌شان محتوای پیام و رویدادهای جاری نیست؛ هم‌زمان دقت به جنبه‌های نوشتاری و بیانی زبان نیز بسیار مهم است. باید از زبانی بهره گرفت که مردم را دچار سردرگمی و آشفتگی نکند. در روزنامه‌نگاری نوین بر یکدست‌نویسی و در عین حال، رعایت سادگی و سیالیت زبان در هنگام نگارش تأکید شده است.

چندگونه‌نویسی و پریشان‌نگاری زبان را نیز آشفته می‌کند و این آشفتگی به نحوی، در لایه‌های زیرین جامعه و مخاطبانی که منبع تغذیه‌ی‌شان رسانه‌ها می‌باشند نیز سرایت می‌کند. برای داشتن گزارش‌های خبری دلپذیر، روان و ساده روزنامه‌نگار باید از زبان‌بازی و کاربرد واژه‌های پیچیده بپرهیزد. البته با در نظرداشتن این نکته که نقش ویراستاران در ساده‌سازی گزارش و نظارت بر روش نگارش روزنامه‌نگاران بسیار مهم است.

فصل سوم

ارتباطات جمعی ابزار تغییرات اجتماعی است.

نظریه‌ی اصالت عمل - جان دیویی

رسانه‌های مدرن

چارلز هورتون کولی جامعه‌شناس آمریکایی، در کتاب «سازمان‌های اجتماعی»^۱ درباره‌ی تأثیرات انقلاب ارتباطات می‌گوید: «اگر نتوانیم تأثیری را که انقلاب ارتباطات در ایجاد دنیای جدید ما پدید آورده، به خوبی بشناسیم، هیچ چیزی از عصر مدرن درک نکرده ایم». پیدایش دنیای جدید بدون گسترش و توسعه‌ی فناوری ارتباط جمعی ممکن نبود. انقلاب ارتباطات تغییرات فراگیر و همه‌جانبه‌یی را در همه‌ی عرصه‌ها بر جا گذاشت. تجارت الکترونیکی، صنعت هوافضا، صنعت توریسم، توسعه‌ی شبکه‌های خدمات شهری، اتحادیه‌های ملی و بین‌المللی، روابط بین‌الملل، خدمات بهداشتی و درمانی، خدمات آموزشی و ده‌ها مورد دیگر، همه و همه نتیجه‌ی انقلاب ارتباطات است.

داکتر کاظم معتمدنژاد با اشاره به وابستگی انسان به رسانه‌های

ارتباطی می‌نویسد: «عصر ما اکنون عصر طلایی وسایل ارتباطی و خبری است؛ زیرا کسب اخبار و اطلاعات به صورت یک ضرورت بزرگ اجتماعی درآمده است و همین ضرورت سبب شده است که وسایل ارتباطی و خبری، روزبه‌روز اهمیت بیشتری به دست آورند و در جامعه تأثیر عمیق‌تری باقی گذارند». (معمدیزاد، ۱۳۸۹: ۳۳).

تأثیرات توسعه‌ی نظام ارتباطات و رشد خیره‌کننده‌ی ابزارهای اطلاع‌رسانی، هر روز نیاز ما را برای شناخت بهتر از نقش و کارکرد این پدیده‌ها بیشتر می‌کند. برای شناخت کارکرد رسانه‌ها، باید گونه‌های رسانه‌یی را بشناسیم و آن‌ها از یکدیگر تفکیک کنیم. حکیم آرا در کتاب «ارتباطات متقاعدگرایانه و تبلیغ» تصریح می‌کند که دیویس فولگر با گونه‌شناسی رسانه‌ها در قالب نظام‌های سنتی و نظام‌های متکی به فناوری در ارتباطات فردی و گروهی، پنج گونه‌ی ذیل را برشمرده است:

- ارتباطات مستقیم چهره به چهره و شیوه‌های ارتباطات گروه‌های کوچک از طریق سخنرانی، فرستادن نامه، یادداشت و غیره
- گونه‌های ارتباط جمعی در قالب‌های چاپی مانند کتاب، روزنامه، مجله، بروشور و اعلامیه
- قالب‌های هنری (به دلیل امکان انتقال پیام) مانند نقاشی، مجسمه، عکس و ...
- گونه‌های مختلف کارت‌های شناسایی، برچسب‌ها، انواع بسته‌بندی، نشانه‌های اختصاری و انحصاری
- رسانه‌هایی که در چارچوب نظام رسانه‌های نوین با اتکا به فناوری و تجهیزات الکترونیکی، با ترکیب امکانات صوتی/متنی، صوتی/گرافیکی، متنی/گرافیکی و نیز ترکیب صوتی/متنی/گرافیکی (تصویری) برقراری ارتباط میان فردی و گروهی را از راه دور فراهم کرده و بدین ترتیب ارتباط‌ها در قالب اشکال

گوناگون زبان کلامی یا غیر کلامی مانند تصویر و موسیقی امکان پذیر شده است؛ مانند رادیو، تلویزیون، سینما، اینترنت، وسایل انتشار الکترونیکی اطلاعات روی خط مانند روزنامه، مجله، بولتن، بیلورد الکترونیکی و وسایل انتشار الکترونیکی اطلاعات خارج از خط مانند پست‌های متنی، صوتی و تصویری» (حکیم آراء، ۱۳۸۴: ۲۲۵)

با رشد فناوری ارتباطات همگانی، گونه‌شناسی ابزار اطلاع‌رسانی امری ضروری برای شناخت هر چه بهتر دنیای ارتباطات تلقی می‌شود. کاظم متولی در کتاب «افکار عمومی و شیوه‌ی اقناع» به انواع ارتباطات اشاره کرده و ارتباطات را به سه شاخه‌ی مهم دسته‌بندی کرده است: ارتباطات مخابراتی؛ ارتباطات مواصلاتی؛ ارتباطات اجتماعی.

در این تقسیم‌بندی، ابزارهایی که رابط و حامل پیام‌های افراد است، در گستره‌ی ابزار مخابراتی قرار می‌گیرند؛ ابزاری چون تلفن، فاکس و پست، ماهواره‌های مخابراتی و شاهره‌های اینترنتی که کارکردهای مخابراتی دارند.

ارتباطات مواصلاتی همان‌گونه که از نامش پیداست، به ابزاری اطلاق می‌شود که کارکرد جابه‌جا کننده و انتقال دهنده داشته باشد. در ارتباطات مواصلاتی بیشتر جابه‌جایی ملموس فیزیکی مدنظر است. ابزاری چون موتر، موتورسایکل، هواپیما، کشتی‌ها و سایر وسایلی که به وسیله‌ی آن انسان و مایحتاجش جابه‌جا شوند.

ارتباطات اجتماعی، پدیده‌ی است که بیشتر با ارتباطات بیانی شناخته می‌شود. به باور کاظم متولی: «انتقال و تبادل پیام‌هایی که صرف در جمع و جماعت منتشر می‌شوند، ارتباطات اجتماعی نامیده می‌شوند. ابزارها و موسسه‌های ارتباطات اجتماعی مانند رادیو، تلویزیون، رسانه‌های چاپی، خبرگزاری‌ها و موسسه‌های روابط عمومی و شاهره‌های اینترنتی» (متولی، ۱۳۹۴: ۱۹).

بادر نظر داشت این سه شاخه‌ی ارتباطات، تمرکز من در این متن بیشتر

بر شاخه‌ی سوم - ارتباطات اجتماعی - است. شاخه‌ی بی که به رسانه‌های جمعی ارتباط می‌گیرد و تأمین‌کننده‌ی ارتباطات اجتماعی است.

تعامل مخاطب با رسانه

پیدایش رسانه‌های مدرن، رابطه‌ی سنتی مخاطب با رسانه‌های جمعی را تغییر داد. مخاطب در رسانه‌های مدرن موجودی منفعل نیست؛ بل که موجودی کنش‌گر و فعال است. پویایی و تحرک مخاطب در بهبود کار رسانه‌ی و میزان دقت رسانه‌ها در امر پیام‌رسانی حیاتی است. پیام در رسانه‌ی مدرن، پیامی پویا و واکنش‌برانگیز است؛ یعنی بازتابی فوری و تأثیراتی ملموس دارد.

حکیم‌آرا در کتاب «ارتباطات متقاعدگرایانه و تبلیغ» می‌نویسد: «با ظهور رسانه‌های نوین، علاوه بر رابطه‌ی سنتی میان منبع و مخاطب - که از طریق پی‌ام و رسانه محقق می‌شود - انواع دیگری از تعامل میان عناصر ارتباط مطرح شده است که در همه‌ی آن‌ها مخاطب به عنوان کاربر، نقشی محوری در برقراری و حفظ ارتباطات دارد. این روابط تعاملی عبارتند از: تعامل مخاطب (کاربر) با منبع؛ به مدد رسانه‌های جدید، مخاطب نیز می‌تواند آغازگر ارتباط باشد. تعامل مخاطب (کاربر) با پیام؛ این تعامل که به لطف پیدایش اینترنت نمایان شده، هنگامی است که میزان درگیری مخاطب با موضوع و پیام افزایش یابد و برای مخاطب منطقه‌ی ذهنی ایجاد شود. تعامل مخاطب (کاربر) با رسانه؛ این تحول به گونه‌ی بی است که گاهی از رسانه به عنوان منبع رسانه‌ی پیام یاد می‌شود» (حکیم‌آرا، ۲۳۳:۱۳۸۴).

ما امروزه به کمک ابزار ارتباطات اجتماعی می‌توانیم از رویدادهای آگاهی پیدا کنیم و این ابزار ارتباطات اجتماعی‌اند که زمینه‌ساز تحول و پیشرفت، تبادل افکار، کنش‌ها و واکنش‌ها می‌شوند. نقش وسایل ارتباطی و خبری را در دنیای امروز به هیچ‌وجه نمی‌شود نادیده گرفت.

اهمیت وسایل ارتباط جمعی مدرن

دکتر کاظم معتمدنژاد درباره‌ی اهمیت وسایل و ابزار ارتباطی و نیاز بشر به آگاهی می‌نویسد: «آگاهی از رویدادهای زندگی جمعی، امروزه از جمله احتیاجات بسیار ضروری انسان به شمار می‌رود. پیچیدگی وضع جوامع، وابستگی‌ها و همبستگی‌های ملی و بین‌المللی، ناامنی‌ها و بحران‌ها، دگرگونی‌های رژیم‌های سیاسی و اجتماعی، پیشرفت و توسعه‌ی فرهنگ، ترک سنن قدیم، تمرکز گروه‌های وسیع انسانی در شهرهای بزرگ و بیداری وجدان اجتماعی، همه از جمله عواملی هستند که روزبه‌روز نیاز انسان به آگاهی از تمام وقایع و حوادث جاری محیط زندگی را بیشتر می‌کنند».

کارشناسان وسایل ارتباط جمعی بر این باورند که گسترش ابزار اطلاع‌رسانی و عبور از عصر رسانه‌های سنتی به دنیای دیجیتال، مرزهای جغرافیایی و مفهوم مکان و زمان را از بین برده است. امروز در دنیایی زندگی می‌کنیم که فناوری ارتباطات و انبوه معلومات بی‌وقفه جاری و ساری است.

«پیشرفت و گسترش تکنولوژی‌های جدید ارتباطی، از زمان اختراع تلگراف برقی در اواسط قرن نوزدهم، شرایط خاصی پدید آوردند که انسان با استفاده از آن‌ها، برای نخستین‌بار در تاریخ زندگی جمعی خود توانست بر موانع جغرافیایی مربوط به دوری مکان‌های ارسال و دریافت پیام‌ها و دشواری‌های انتقال آن‌ها از فاصله‌های طولانی غلبه کند. به عبارت دیگر، این وسیله‌ی جدید ارتباطی باعث شد تا انتقال پیام‌ها که پیش از آن به کمک عوامل واسط انسانی و استفاده از وسایط مختلف حمل‌ونقل صورت می‌گرفت، جنبه‌ی مستقیم و فوری پیدا کند. در ارتباطات «زمان» و عامل «مکان» دقیق‌تر شود. با از میان رفتن عامل انسانی، امکان بازدارندگی فضای دور و گستره‌ی جغرافیایی محیط زندگی و زمان دراز ضروری برای ارسال، انتقال

و دریافت پیام‌های ارتباطی از میان برداشته شد. به این ترتیب، از نیمه‌ی دوم قرن نوزدهم با غلبه‌ی انسان بر عوامل جغرافیایی ممانعت و محدودیت جریان اطلاعات، ارتباطات از قیدوبندهای دیرین جغرافیای طبیعی آزاد شد و خود، به عوامل و عناصر مؤثر در جغرافیای انسانی، جغرافیای اقتصادی، جغرافیای سیاسی و جغرافیای فرهنگی تبدیل گردید» (معمدنژاد، ۱۳۸۹: ۴۲).

پیتر هیوگیل پژوهش‌گر جغرافیای تاریخی و استاد دانشگاه جان هایکینز، در کتاب «ارتباطات جهانی از سال ۱۸۴۴؛ جغرافیای سیاسی و تکنولوژی» با بررسی اهمیت رادیو، رادار، تلگراف، تلفن در آمریکا، آلمان و انگلستان می‌نویسد: «در طول پنج‌صد سال گذشته، در تاریخ انسانی، نوعی قاعده‌مندی جالب‌توجه که از طریق تکنولوژی‌های انتقال افراد، کالاها، اطلاعات و اندیشه‌ها مورد کنترل قرار می‌گرفتند، وجود داشته است و به چند جهت، تکنولوژی حمل‌ونقل همیشه در تجارت جهانی از جایگاه برجسته‌یی برخوردار بوده و در انتقال افراد و کالاها نقش مهمی ایفا کرده است. در دنیای امروز هم انتقال اطلاعات و اندیشه‌ها اهمیت فراوانی یافته، به ویژه تکنولوژی ارتباطات دور در ۱۵۰ سال اخیر، به صورت تکنولوژی کلیدی سیاست‌های جهانی درآمده است.»

به گونه‌یی که می‌توان گفت: «اگر در نظر داشته باشیم که اطلاعات قدرت است، بنابراین هر قدرتی که بر سیستم ارتباطات دور حاکم باشد، بر جهان نیز حکومت می‌کند. به همین لحاظ، مدت‌زمان بین سال ۱۸۴۴ که تلگراف برقی برای ارتباطات فواصل طولانی در آمریکا به صورت تجارتي مورد استفاده قرار گرفت، تا سال ۱۹۴۵ که کشورهای متحد غربی در جنگ علیه قدرت نظامی کشورهای آلمان، ایتالیا و جاپان، از رادیو و رادار کمک گرفتند، یک قرن بسیار حساس شناخته می‌شود» (معمدنژاد، ۱۳۸۹: ۷۴).

این نمونه‌ها نشان می‌دهد که نقش ابزار اطلاع‌رسانی در هماهنگ‌سازی و ایجاد مکانیسم ارتباطی برای سازمان‌دهی برنامه‌های

سیاسی، نظامی و اقتصادی بسیار مهم است و برای همگام بودن با انواع رسانه‌های ارتباط جمعی، نیازمند درک و شناخت بهتری از این ابزارهای ارتباطی هستیم.

رادیو

رادیو یکی از رسانه‌های مسلط و فراگیر شنیداری است؛ رسانه‌یی که در سرتاسر جهان و در دوره‌افتاده‌ترین نقاط قابل دسترس است. رادیو اکنون به رسانه‌یی سیار و همراه بدل شده و به مثابه‌ی وسیله‌یی همگانی، نقش مهمی در پیام‌رسانی دارد.

پل لازارسفلد و برلسون تحقیقات گسترده‌یی را درباره‌ی نقش رادیو و تلویزیون در تأمین ارتباطات و میزان تأثیرگذاری آن انجام داده‌اند. لازارسفلد که یک نهاد تحقیقی را در زمینه‌ی رادیو ایجاد کرد، نتیجه گرفت که پیام‌ها به صورت غیرمستقیم بر مخاطب تأثیر می‌گذارد؛ به عبارت دیگر، پیام‌های رادیویی تأثیر دو مرحله‌یی دارد. در گام نخست رهبران افکار را تحت تأثیر قرار می‌دهد و در گام بعد به ذهن مخاطب سمت‌وسو می‌دهد. رهبران افکار مورد توجه و اعتماد مخاطبان هستند و زمانی که رهبران افکار با پیام رسانه‌های جمعی متقاعد می‌شوند، مخاطبان نیز پیام‌ها را می‌پذیرند. به باور لازارسفلد، پیام‌هایی که از طریق رسانه‌های جمعی - به ویژه رادیو - منتشر می‌شود، در تحرک و پویایی افکار اجتماعی نقش مهمی دارد و بر افکار و عقاید مخاطبان تأثیر می‌گذارد.

در دسته‌بندیی که مارشال مک لوهان انجام داده، رادیو برخلاف تلویزیون در شمار رسانه‌های گرم قرار می‌گیرد؛ به این معنا که شنونده هم پیام را می‌شنود و هم با خیالات و تصوراتش صحنه را مجسم می‌کند. رسانه‌های گرم فکر و ذهن مخاطب را درگیر خود می‌کنند. بیش از یک سده از حضور این وسیله‌ی همگانی می‌گذرد. به رغم

تولد انواع رسانه‌های جمعی، رادیو همچنان به عنوان رسانه‌ی سنتی با قدرت تمام جایگاه و نقش موثرش را در اطلاع‌رسانی و روشن‌سازی افکار عمومی حفظ کرده است. کارکرد رادیو تا آن‌جا مهم و حیاتی است که در سال ۲۰۱۱ سازمان علمی - فرهنگی یونسکو، روز جهانی رادیو را در تقویم جهانی اضافه کرد. انتخاب روز جهانی رادیو در تقویم جهانی، بهانه‌ی است برای بازنگری نقش این رسانه‌ی سنتی؛ بازخوانی آثار و پیامدهای آن، رسانه‌ی که هنوز هم در انتقال خبرها، برنامه‌های آموزشی، آگهی‌های بازرگانی در سراسر جهان به ویژه در مناطق روستایی و توسعه‌نیافته، نقشی برجسته و حضوری چشم‌گیر دارد.

گرامیداشت از روز جهانی رادیو سابقه‌ی زیادی ندارد. در ۱۹۴۶ سازمان ملل متحد یک دستگاه رادیویی را به نام UN راه‌اندازی کرد. ولی کدام برنامه‌ی مهم و حمایتی‌ی از نقش رادیو در جهان ارتباطات، از سوی این سازمان به رسمیت شناخته نشد. در بیستم ماه سپتامبر ۲۰۱۰ «آکادمی رادیوی اسپانیا» درخواستی را به سازمان علمی - فرهنگی یونسکو داد و از یونسکو خواست که روزی را به نام «روز جهانی رادیو» اختصاص دهد. یونسکو نیز ۱۳ فبروری را «روز جهانی رادیو» نام‌گذاری کرد. اکنون نزدیک به چهار سال است که از روز جهانی رادیو در سراسر جهان نکوداشت می‌شود.

به دلیل اهمیت این رسانه‌ی شنیداری و جایگاه آن در گسترش اطلاع‌رسانی، در این بخش نگاهی اجمالی داریم به دیرینه‌شناسی و جایگاه رادیو به عنوان تنها رسانه‌ی سنتی - شفاهی در دنیای ارتباطات و تهدیدهایی که در روند کار این رسانه‌ی همگانی قرار دارد.

دیرینه‌شناسی رادیو

بیست سال پس از اختراع تلفن، نخستین سیگنال رادیویی توسط گوگ لیامو مارکونی (۱۸۷۴-۱۹۳۷) فرستاده شد. مارکونی ایتالیایی

مهندس برق، فیزیکدان و خالق رادیو شناخته شده است. او در سال ۱۹۰۹ برنده‌ی جایزه‌ی نوبل فیزیک شد. از وی به عنوان «پدر رادیو» در تاریخ ارتباطات یاد می‌شود.

مارکونی نخستین بار در ۱۸۹۶ پیامی را رمزگذاری کرد و آن را توسط فرستنده‌ی رادیویی فرستاد. دامنه‌ی برد این رادیو تنها یک مایل به عبارتی ۱٫۶ کیلومتر بود. مارکونی از ظرفیت و توان بالقوه‌ی امواج رادیویی آگاهی یافت و با این خیال اختراعش را به دولت ایتالیا عرضه کرد. اما دولت توجهی به اختراع وی نشان نداد و او ناگزیر به انگلستان رفت. مارکونی چون از حق امتیاز این اختراع برخوردار بود، در ۱۸۹۸ نشرات رادیویی‌اش را آغاز کرد. یک سال بعد، نخستین مرکز تولیدی رادیو را تأسیس کرد و یک خط رادیویی را میان فرانسه و انگلستان ایجاد کرد. در ۱۹۰۱ یک کانال رادیویی را در آمریکا تأسیس کرد. بخت مارکونی با توسعه‌ی دورنگار (تلگراف) بی‌سیم گل کرد و او ثروت و شهرت فراوانی کسب کرد. البته دستگاه دورنگار بی‌سیم مارکونی، تنها سیگنال را انتقال می‌داد و در انتقال صدا به صورت هم‌زمان مشکل داشت. در ۱۹۲۱ پیشرفت‌هایی در انتقال هم‌زمان صدا رونما شد و در ۱۹۲۲ مارکونی نخستین موج کوتاه رادیویی را معرفی کرد.^۱

گرچه اختراع رادیو به نام مارکونی ثبت شد و امتیازات این وسیله همگانی را از آن خود کرد، ولی گفته می‌شود که او اولین کسی نبود که رادیو را اختراع کرد. چهار سال پیش از مارکونی تجربه‌های انتقال صدا با دورنگار بی‌سیم آغاز شده بود و کسی جز نیکولا تاسلای صربستانی پشت این اختراع شگفت نبود. او در ۱۸۸۴ برای دفاع از مدل تیوریک رادیویی‌اش به آمریکا رفت؛ ولی نتوانست اختراعش را به نام خود ثبت کند. تاسلا در ۱۹۱۵ شکایت‌نامه‌یی را علیه مارکونی به دادگاه آمریکا عرضه کرد. ولی دادگاه به نفع او حکم نداد. در ۱۹۴۳ دادگاه عالی آمریکا ادعای مارکونی را مورد تجدیدنظر قرار داد و او را به عنوان

1. See the history of Radio on this <http://didyouknow.org/history/radiohistory/>

نخستین مخترع رادیو شناخت.

گرچه او به جز تیوری رادیویی اش فرصت این را نیافت که به طور عملی از طرح خود بهره‌برداری کند. البته ادعای دیگری نیز وجود دارد که یک دانشمند هندی به نام جی. سی. باس در ۱۸۹۶ یک فرستنده‌ی رادیویی را در شهر کلکته به کار انداخته بود و این ترانس‌میشن ساحه‌ی سه مایلی را پوشش می‌داد. البته باس بعدها اختراعش را گسترش داد و در بهبود واحد فرکانس سهمی ارزنده داشت و مشکل هرتس را حل کرد. پیش از وی، امواج رادیویی نمی‌توانستند از موانعی چون دیوارها و کوه‌ها عبور کنند.

رادیو از زمان تولد تا کنون فرگشت و تحول چشم‌گیری داشته است. به بیانی از زمان اختراع تلگراف تا تیوری رادیویی تاسلا و گسترش موج‌های رادیویی مارکونی و تأسیس موج کوتاه (FM) و طول موج‌های بلند (AM)، ابزار و امکانات فنی رادیویی رو به گسترش و تکامل بوده‌اند. تولید ابزار فنی و تکنیکی فرصت بیشتری به فیزیکدانان داد تا از امواج رادیویی استفاده‌های بهتری کنند. این امکانات باعث شد که فرستنده‌های رادیویی در هدایت کشتی‌ها، کنترل و راهنمایی هواپیماها و ماهواره‌های فضایی نقشی کلیدی داشته باشند.

نقش رادیو در تأمین ارتباطات

عصر ما عصر تولد و کثرت رسانه‌های مدرن است. عصر ویدیو، انواع رسانه‌های برقی و مهمتر از همه عصر شبکه‌ی ارتباطی جهانی (world wide web)؛ با وصف این که امروز به رسانه‌های دیداری «ویدیو» اهمیت زیادی داده می‌شود، اما این گرایش فزاینده به رسانه‌های دیداری، اهمیت رادیو را کاهش نداده است.

امروز رادیو در همه‌جا هست. آمارها نشان می‌دهد که بیش از ۳۳ هزار پایگاه رادیویی در سراسر جهان فعال است و بیش از ۱۲ هزار

ایستگاه رادیویی تنها در ایالات متحده آمریکا فعال می‌باشد. تخمین زده می‌شود که بیش از دو میلیارد گیرنده‌ی رادیویی در سراسر جهان در دسترس مردم قرار دارد و با این وصف بیش از هفت میلیارد جمعیت جهان یعنی تقریباً از هر سه نفر یک نفر دستگاه گیرنده‌ی رادیویی دارد.

با گسترش شبکه‌های مخابراتی و عرضه‌ی گوشی‌های تلفن همراه، امروز دسترسی به رادیو سهولت بیشتری یافته و شماری از شرکت‌های معتبر تلفن همراه، نرم‌افزار گیرنده‌های رادیویی را نیز در سایت‌های تلفن جاسازی کرده‌اند. موج‌های رادیو در جریان تحولات یک سده‌ی پسین در بدترین شرایط و دشوارترین روزها به کمک انسان شتافته و در حالت‌های اضطرار پل ارتباطات را استوار نگه داشته است. این طول موج‌های رادیویی بوده که تا دورترین نقطه‌های جهان رفته و مناطق دورافتاده را پوشش خبری داده است.

در این میان، نقش حیاتی رادیو را در حمایت از گروه‌های آسیب‌پذیر - متأثر از رویدادهای طبیعی و تنش‌های انسانی - نمی‌توان نادیده گرفت. این وسیله‌ی آسان و دست‌یافتنی در همه‌جا هست و بدون هزینه‌ی زیاد برای همگان در دسترس است. رادیو فرصت بزرگی است برای آنانی که از فضیلت سواد بی‌بهره‌اند، پاسخی است به نیازمندی‌های اطلاعاتی طبقه‌های محروم جامعه و گروه‌هایی که در انزوا قرار گرفته‌اند.

رادیو نخستین رسانه‌ی همگانی بود که در سده‌ی نوزده تحول شگفتی در دنیای ارتباطات به وجود آورد. رادیو تنها رسانه‌ی سنتی همگانی و قابل دسترس برای همه است که بدون هزینه‌های کلان اقتصادی روستاها و مناطق توسعه نیافته را زیر پوشش قرار می‌دهد. وسیله‌ی که بدون کمترین هزینه رویدادهای جاری و دانش بشری را انتقال می‌دهد. افزایش ایستگاه‌های رادیویی با موج کوتاه و موج‌های بلند در انقلاب دیجیتال و استوار شدن پل ارتباطات جهان کمک

شایانی کرده است.

چه کسانی در تأمین برنامه‌های رادیویی نقش دارند و دست‌اندرکاران گم‌نام این رسانه‌ها کی‌ها هستند؟ بایسته است که هر سال در روز جهانی رادیو از تلاش‌های خستگی‌ناپذیر آنانی که برای دفاع از ارزش‌های دموکراتیک و آزادی بیان سخن پراکنی می‌کنند و برای مبارزه با نظام‌های توتالیتر و گروه‌های تندرو تا پای جان پیش می‌روند، یاد کنیم و شجاعت‌شان را ستایش کنیم.

سازمان خبرنگاران بدون مرز «Reporters Without Borders» در گرامیداشت از روز جهانی رادیو در سال ۲۰۱۳، با نگاهی اجمالی به وضعیت رادیو در جهان امروز به تحلیل تهدیدها و مشکلاتی پرداخته که گزارشگران و گردانندگان شبکه‌های رادیویی در سراسر جهان با آن‌ها روبه‌رواند. بر اساس گزارش خبرنگاران بدون مرز، کشورهایی که در سال ۲۰۱۳ میلادی بیشترین شمار خبرنگاران رادیو را زندانی کرده‌اند، عبارتند از: ارتیره، سومالیا، ازبکستان، ترکیه، برون‌دی، کمبودیا و ویتنام. از میان این کشورها تنها در ارتیره ۲۱ خبرنگار رادیو زندانی‌اند. در باقی این کشورها دست‌کم در هر کشور یک خبرنگار رادیویی هم‌اکنون در زندان به سر می‌برد.

در گزارش آمده است که در اول ماه جنوری ۲۰۱۲، خبرنگاران رادیویی که در جریان کار خبرنگاری کشته شدند، به تعداد ۹ نفر در سومالیا، ۴ تن در فیلیپین؛ همچنین در کشورهای پاکستان، پاراگوئه، برزیل، آفریقای مرکزی، تانزانیا، هندوراس و افغانستان به ترتیب یک یک نفر به قتل رسیده‌اند.

رادیو در آفریقا

در بسیاری از کشورهای آفریقایی، رادیو تنها منبع تغذیه‌ی اطلاعاتی مردم است. به ویژه مناطق جنگی و دورافتاده‌یی که از انرژی برق

محروم‌اند و از خدمات شهری بهره‌ی ندارند. رادیو به عنوان رسانه‌ی شنیداری، نقش مؤثری در انتقال اطلاعات دارد. اما کار رادیویی در بسیاری از کشورهای آفریقایی به شدت دشوار و پرمخاطره است. مالی و سومالیا سرزمین‌های بسیار خطرناکی برای کارمندان و گزارشگران رادیو می‌باشند. شبکه‌های محلی رادیویی در این کشورها همواره از سوی اسلام‌گراهای تندرویی چون انصارالدین، گروه‌های وابسته به داعش و شبکه‌های مافیایی در معرض تهدید قرار دارند.

بستن رادیوهای محلی و فرستنده‌های رادیوهای خارجی نیز پدیده‌ی تازه‌ی نیست؛ مسدود شدن شبکه‌ی رادیویی R.F.I در جمهوری کانگو، بی‌بی‌سی در رواندا و صدای آمریکا در اتیوپی نمونه‌هایی از چالش‌های کار رسانه‌ی در کشورهای آفریقایی است. باید خاطر نشان کرد که در مسدود شدن شبکه‌های رادیویی، تنها گروه‌های تندرو و شبکه‌های مافیایی دست ندارند، بل خود حکومت‌ها نیز در روند کار نشرات رادیو اختلال ایجاد می‌کنند.

آمریکای لاتین

رادیو اما در برخی از کشورهای آمریکای لاتین وضع بهتری دارد. «انجمن‌های دستگاه‌های رادیویی همگانی» نقش رهبری کننده را در این کشورها برعهده دارند. شبکه‌های رادیویی را به طور مستقیم جامعه و نهادهای مدنی، اقلیت‌هایی مانند بومیان، روستاییان، دهقانان و زنان رهبری می‌کنند. بر اساس گزارش تحقیقی خبرنگاران بدون مرز، قانون رسانه‌ها نیز بدون دخالت حکومت و مالکان شرکت‌های تجاری، تهیه و تنظیم شده است.

رسانه‌های غیر انتفاعی از سوی مخاطبان حمایت و کارگردانی می‌شوند. پایگاه‌های رادیویی نقش کلیدی در آموزش و آگاهی‌دهی دارند. در واقع رادیوها نقش ماشین تنظیم‌کننده را در برگزاری تظاهرات و خواست‌های

مدنی دارند؛ به ویژه در حل مناقشات محلی زمین، محیط زیست و کمپین‌های حمایت از حقوق بشر. کلمبیا اما کشوری است که پایگاه‌های رادیویی‌اش در جنگ بین پارتیزان‌های فارک و ارتش این کشور دست‌به‌دست می‌شود و خبرنگاران و کارمندان رادیوها قربانی این کشمکش‌ها می‌شوند.

تونس

پس از بهار عربی، نظام‌های سکولار در شمال آفریقا و خاورمیانه فرو پاشیدند و بسیاری از کشورهای عربی درگیر هرج‌ومرج و جنگ‌های دامنه‌دار شدند؛ به طور مثال، رسانه‌های تونس‌ای اکنون از فقدان نظام‌نامه‌ی رسانه‌یی رنج می‌برند و در این کشور هیچ نهاد معتبر دولتی‌یی نیست که موج‌های رادیویی را به متقاضیان توزیع کند. رادیو در این کشور قربانی خلاء قانون شده است. به رغم درخواست‌های «انجمن مستقل رادیوی تونس» تا کنون هیچ قانونی تدوین نشده که فعالیت‌های جامعه‌ی رادیویی را تنظیم کند. از آغاز انقلاب تونس تنها دوازده رادیو جواز فعالیت‌های نشراتی را دریافت کرده‌اند و اکنون این رادیوها نیز فعالیت‌هایشان محدود شده و به زودی از فعالیت باز خواهند ماند.

ایران

بنیاد خبرنگاران بدون مرز با نگاهی مقایسه‌یی به ایران و افغانستان، جایگاه آزادی بیان را در افغانستان بهتر از ایران ارزیابی کرده است. در گزارش خبرنگاران بدون مرز آمده است که در ایران هیچ رادیوی خصوصی‌یی وجود ندارد؛ ولی در همسایه‌ی شرقی این کشور - افغانستان - بیش از ۱۵۰ رادیوی خصوصی فعال می‌باشد.

افغانستان

پس از حمله‌ی آمریکا به افغانستان و فروپاشی نظام طالبان، افق‌های تازه‌یی در عرصه‌ی فعالیت رسانه‌یی پدیدار شد. در کنار فعالیت مجدد رادیو و تلویزیون دولتی افغانستان، نمایندگی‌های این رادیو در شهرهای مهم کشور راه‌اندازی شد و رادیوهای غیردولتی محلی نیز به کمک انترنیوز و دیگر شبکه‌های حمایت‌کننده‌ی رادیوهای آزاد به فعالیت آغاز کردند.

پیش از ۲۰۰۱ مردم تنها از طریق گیرنده‌های رادیویی به برنامه‌های رادیو دسترسی داشتند؛ اما در جریان پانزده سال اخیر تحول عمده‌یی در بخش مخابرات رونما شد. با آمدن تلفن‌های همراه چندمنظوره، امروز مردم به راحتی می‌توانند برنامه‌های رادیویی را روی موج کوتاه افام در بسیاری از مناطق بشنوند. راه‌اندازی رادیوهای آزاد در مناطق دورافتاده، تا اندازه‌یی به نیازهای اطلاعاتی مردم پاسخ گفته است. اما رادیوهای محلی هنوز نتوانسته‌اند در نشر گزارش و پوشش رویدادهای خبری، اعتماد مردم را جلب کنند. هنوز هم مردم به رادیوهای خارجی وابسته‌اند و کمتر به شنیدن گزارش‌های رادیوهای محلی بسنده می‌کنند.

نبود سواد رسانه‌یی، فقدان دسترسی به اطلاعات، سانسور و فشار حکومت‌های محلی، نبود تجربه‌ی لازم در تولید برنامه‌های مؤثر و... در ضعف کار رادیوهای محلی تأثیرگذار بوده است. رادیوها در افغانستان با دو تهدید جدی روبه‌رو هستند؛ سانسور حکومت - مقام‌های محلی، والی‌ها و بخش‌داران - و خشونت گروه طالبان. هم‌اکنون بیش از ۱۷۵ پایگاه رادیویی در افغانستان فعال هستند و در نشر گزارش‌های خبری، برنامه‌های آموزشی، سرگرمی و تفریحی و پخش برنامه‌های زنده سهمی فعال دارند.^۱

۱. رادیوهای محلی تلاش می‌کنند تا با ارائه برنامه‌های زنده تلفنی مخاطبان بیشتری را جلب کنند. این رادیوها علاوه بر اطلاع‌رسانی، موضوع‌های آموزشی، مشکلات مردم، بهداشت و سرگرمی را نیز در برنامه‌های نشراتی خود دارند.

اروپای شرقی و آسیای میانه

به رغم تلاش‌های رسانه‌گران آزاد در حمایت از آزادی بیان در کشورهای اروپای شرقی، وضعیت فعالان رسانه‌یی در این کشورها نیز نگران‌کننده است. نشرات رادیو و تلویزیون در شماری از کشورهای اروپای شرقی و کشورهای آسیای میانه از سوی حکومت به شدت کنترل می‌شود. حتا در برخی از این کشورها رادیوها حق ندارند که درباره‌ی مسایل سیاسی بحث و یا برنامه‌های سیاسی را میزبانی کنند. در ترکمنستان پایگاه‌های رادیویی در دست حکومت است. در آذربایجان رادیو به طور مطلق در بند است و نمی‌تواند از حکومت انتقاد کند. در ازبکستان نیز وضع به همین شیوه است. در ترکیه، روسیه و گرجستان نیز نشرات رادیو با موانع و مشکلاتی همراه است.

نقش رادیوهای خارجی

شهروندانی که در کشورهای بسته زندگی می‌کنند، اشتیاق زیادی به رسانه‌های خارج کشور دارند. رادیوهایی همانند مسکو اکو (پژواک مسکو)، رادیوی اروپای آزاد، رادیو آزادی، بی‌بی‌سی از جمله رادیوهای برون‌مرزی هستند که نقش مهمی در شکستن سانسور خبری در این کشورها داشته‌اند. بسیاری از این رسانه‌ها به زبان‌های محلی نشرات دارند و می‌توانند با مردم بومی رابطه برقرار کنند.

جنوب آسیا

به رغم گسترش نفوذ اینترنت در جهان، جمعیت روستایی در بسیاری از کشورهای آسیای جنوبی هنوز به رادیو وابسته‌اند.

فیلیپین

اما گزارشگران پایگاه‌های رادیوهای محلی در سراسر فیلیپین به طور چشم‌گیر هدف حمله قرار می‌گیرند. فیلیپین پس از کشته شدن چهار فعال رسانه‌یی در سال ۲۰۱۲ به عنوان خطرناکترین کشور برای خبرنگاران شناخته شد.

کمبودیا

کمبودیا کشوری است که بیشتر رسانه‌هایش توسط حکومت کنترل می‌شوند. در این کشور تا سال ۲۰۱۲ تنها یک رادیوی مستقل به نام بیهو به مالیکت «مام سانندو» فعالیت می‌کرد. سانندو از انگشت‌شمار فعالان رسانه‌یی مستقل کمبودیا بود. اما سرانجام دولت او را دستگیر و به بیست سال زندان محکوم کرد. گرچه سازمان گزارشگران بدون مرز و مرکز رسانه‌های مستقل کمبودیا خواستار آزادی بی‌قیدوشرط سانندو شدند، اما تا هنوز از سرنوشت وی خبری نیست.

جهان روی موج صلح

در سال‌های پسین کمیته‌ی حمایت از خبرنگاران «صلیب سرخ ژورنالیستان» در گزارش‌های سالانه‌ی خود از تهدیدها علیه خبرنگاران سخن گفته و در این گزارش‌ها به تهدید، سانسور، ضرب‌وشتم، زندانی کردن و کشتار خبرنگاران اشاره کرده است. ضدیت حکومت‌ها با فعالیت‌های آزاد رسانه‌یی، وجود گروه‌های مافیایی، جنگ‌های پارتیزانی و وقوع شورش‌ها در کشورهای بحران‌زده، فعالیت خبرنگاران را با چالش‌ها و دشواری‌های زیادی روبه‌رو ساخته است.

اما با تمامی این‌ها، شخصیت بزرگ جهانی همچون بان کی مون سرمنشی سازمان ملل متحد، کارکرد اطلاع‌رسانی، آموزشی و تفریحی

رادیو را در روشن‌سازی افکار عمومی حیاتی خوانده و از رادیو به مثابه‌ی تقویت‌کننده‌ی پایه‌های دموکراسی یاد کرده است. آقای بان کی مون طی چندین سخنرانی، از کارنامه‌ی طلایی رادیو ستایش کرده و از ملت‌های جهان خواسته تا با مشارکت و همدلی، جهان را روی موج صلح، توسعه‌ی متوازن و حقوق بشر عیار کنند.

سه‌م افغانستان از رادیو

در میان سال‌های ۱۳۰۴ تا ۱۳۰۷ خورشیدی رادیو وارد افغانستان شد. درباره‌ی نقش رادیو در اطلاع‌رسانی همین بس که مردم حتا تغییر و فروپاشی حکومت‌ها را از رادیو می‌شنیدند. رادیو کابل در سال ۱۳۰۴ خورشیدی در زمان پادشاهی امان‌الله خان کارش را آغاز کرد و مردم برای نخستین‌بار صدای شاه را از رادیو شنیدند. سرنگوتی پادشاهی امان‌الله خان و همچنین ظهور جمهوری داوودخان از رادیو اعلام شد. مردم کودتای هفت ثور ۱۳۵۷ را نیز از رادیو شنیدند.

رادیو در جبهه‌های جنگ و پیشرفت‌ها و شکست‌ها نبض انتقال اطلاعات را بر عهده داشت. در جنگ‌های داخلی تنش‌ها بر سر تصاحب قدرت، این رادیو بود که در مناطق دورافتاده تحولات و رویدادهای افغانستان را لحظه‌به‌لحظه گزارش می‌داد. نقش رادیوهای برون مرزی مانند بی‌بی‌سی، رادیو آزادی، رادیو دری و... در جریان جنگ‌های داخلی را نمی‌توان نادیده گرفت. با آمدن طالبان رادیوهای محلی و رادیوی دولتی افغانستان به صورت نیمه‌تعطیل درآمد و تنها متبع مورد اتکا رادیوهای خارجی بود که برای مردم افغانستان تازه‌ترین رویدادهای خبری را گزارش می‌دادند.

مردم برنامه‌های دراماتیک «soap opera» بی‌بی‌سی را هنوز هم در بسیاری از مناطق افغانستان، همچون سریال‌های زنده‌ی تلویزیونی به خاطر دارند. رادیو در افغانستان بخشی از زندگی مردم شده بود؛

به ویژه در جریان جنگ‌های داخلی، مردم ساعت‌ها خبرهای رادیوی بی‌بی‌سی، رادیو آزادی و... را تعقیب می‌کردند. به نظر می‌رسد که رادیو همچنان رسانه‌یی پرمخاطب در افغانستان خواهد ماند و افزایش رسانه‌های دیداری و شبکه‌های آنلاین، جای این رسانه‌ی شنیداری را پر نخواهد کرد. تنها نگرانی عمده از آینده‌ی رادیو و حتا در کل آینده‌ی رسانه‌ها، افزایش فعالیت‌های تروریستی و گسترش شبکه‌های دهشت‌افکن است. حضور و فعالیت گروه‌های جنایتکار سبب نابودی پایگاه‌های رادیوهای محلی و تهدید خبرنگاران می‌گردد.

تلویزیون

پیدایش تلویزیون به عنوان مؤثرترین و پربیننده‌ترین رسانه‌ی دیداری و شنیداری، تحول مهمی در دنیای رسانه‌ها بود. تلویزیون تأثیرات عمیقی بر دنیای ارتباطات گذاشت و روش‌های اطلاع‌رسانی را دگرگون کرد. از زمان طرح ایده‌ی تلویزیون تا زمان ساخت و بهره‌برداری از آن زمان زیادی سپری شد. اختراع تلویزیون کار یک نفر نبوده و نتیجه‌ی کار تدریجی و تلاش‌های جمعی بسیاری از فیزیکدانان اروپایی و روسی است؛ که از اواخر سده‌ی نوزده تا آغاز سده‌ی بیست بر روی این وسیله‌ی دیداری و شنیداری کار می‌کردند.

نگاه اجمالی به سیر تحول تلویزیون نشان می‌دهد که این وسیله از زمان پیدایشش تا کنون، روند تکاملی داشته و امروزه هم این تحول ادامه دارد. برای نخستین‌بار تلویزیون مکانیکی متولد شد و پس از آن دانشمندان برای تکمیل این طرح کوشیدند تا نسخه‌های بهتر و کاربردی‌تری از آن به بازار عرضه کنند. در سال ۱۸۹۷ ولادیمیر زورکین موفق به تکمیل طرح تلویزیون الکترونیکی شد. وی در ۱۹۲۳ طرح تلویزیون الکترونیکی را توسعه داد و در ۱۹۲۹ آن را به کار انداخت. به طور هم‌زمان شمار دیگری از دانشمندان عرصه‌ی فناوری

ارتباطات، به ساخت و طراحی ابزار و ویژگی‌های دیگری که می‌توانست در تکامل تلویزیون نقش داشته باشد، فکر کردند. موریس لی بلانس در ۱۸۸۰ طرح راه‌اندازی تلویزیون رنگی را داد؛ گرچه این طرح تا اجرایی شدن زمان زیادی داشت. در سال ۱۹۵۳ تلویزیون رنگی به صحنه آمد و بر شهرت و محبوبیت تلویزیون افزود. این محبوبیت در ۱۹۶۰ بیشتر و بیشتر شد. تا این که در دهه‌ی ۱۹۷۰ همه‌ی دنیا را فرا گرفت. تلویزیون تقریباً در همه‌جا حضور داشت و مردم از فیلم‌ها و برنامه‌های ثبت شده در فرمت VHS و DVD نیز در خانه‌های‌شان استفاده می‌کردند.

تلویزیون دیجیتال

این تلویزیون در مقابل تلویزیون‌های آنالوگ قرار گرفته و قادر است که در یک زمان در یک پهنای باند، کانال‌های چندبرنامه‌یی را نمایش دهد. در سال ۱۹۹۰ شبکه‌ی تلویزیون دیجیتال عمومی شد. پیدایش تلویزیون دیجیتال زمینه‌ی اختراع تلویزیون‌های هوشمند را فراهم ساخت. این تلویزیون‌ها طوری طراحی شده‌اند که با اتصال به شبکه‌ی اینترنت، نوعی همگرایی تکنالژیکی را پدید آورند. جعبه‌ی «ست باکس» این امکان را برای تلویزیون‌های هوشمند داد که برنامه‌های اینترنتی را نیز در صفحه‌ی نمایش خود ظاهر سازند.

این نسل از تلویزیون‌ها با نمایش سه بعدی به بازار عرضه شدند؛ البته نمایش سه بعدی خود تاریخ بلندبالایی دارد. برای نخستین بار در ۱۹۲۸ جان لوپرد از نمایش سه بعدی یک تلویزیون در لندن پرده برداشت. نخستین تلویزیون سه بعدی در ۱۹۳۵ وارد بازار شد.^۱ فعالیت

۱. تلویزیون سه بعدی یا ۳D TV به سبندی این امکان را می‌دهد که برنامه‌های تلویزیونی، فیلم، بازی و ویدیوهای دیگر را بصورت برجسته و سه بعدی مشاهده کند این تلویزیون‌ها با فریب دادن چشم و مغز انسان، بعد سوم و عمق را به تصاویر اضافه می‌کند.

شبکه‌های تلویزیونی سه بعدی تا سال ۲۰۱۰ ادامه داشت؛ اما به یک‌باره با رکود مواجه شد. از عمده‌ترین دلایل بسته شدن این تلویزیون‌ها تبلیغات ناکافی و نبود آگاهی درباره‌ی کارکرد تلویزیون‌های سه بعدی بیان شده است. همچنین برای دیدن تصاویر سه بعدی باید از عینک‌های مخصوص استفاده کرد؛ ممکن است برای برخی از افراد درک و فهم تصاویر سه بعدی مشکل باشد و یا هم دچار سردرد و سرگیجه شوند. شاید دلیل دیگر، تولد تلویزیون یولترا اچ دی ۴k باشد. شرکت‌های بزرگی چون سامسونگ و سونی با تولید نسل جدیدی از تلویزیون‌ها به طور رسمی مرگ تلویزیون‌های سه بعدی را اعلام کردند. فارمت و ساختار تلویزیون‌های جدید با وضوح (رزولوشن) بالا است. این تلویزیون‌ها ظریف، نازک و چشم‌نوازند. در کل، امروز شاهد پیدایش نسخه‌های پیشرفته‌ی تلویزیون‌های هوشمند هستیم. در هزاره‌ی دوم میلادی تلویزیون‌های ال.سی.دی و ال.ای.دی صفحه پهن در فارمت‌ها و قابلیت‌های بسیار زیبا با وضوح بالا وارد بازار شدند. تلویزیون‌هایی که قادر به پخش برنامه‌های ثبت شده از طریق فلاش، یو.اس.بی و حافظه‌های جانبی نیز هستند. این سهولت‌ها، امکان ماندگاری و بهره‌برداری از برنامه‌های تلویزیونی را بیشتر می‌کنند.

تلویزیون زمینی

تلویزیون زمینی (Terrestrial Television)، اصطلاحی است که به دستگاه‌های تلویزیونی با پهنای باند محدود اطلاق می‌شود. تلویزیون‌های دولتی با پهنای باند محدود، تنها شمار اندکی از شبکه‌های تلویزیونی را پوشش می‌دهند و این شبکه‌ها نیز در کنترل حکومت‌ها هستند. تلویزیون ملی افغانستان و شبکه‌های مرتبط با این رسانه را می‌توان تلویزیون زمینی خواند.

تلویزیون کیبلی

تلویزیون‌های کیبلی (Cable Television) به سیستمی از برنامه‌های نشراتی تلویزیونی گفته می‌شود که بیننده‌ها با پرداخت پول، آن را بر روی گیرنده‌های شان عیار می‌کنند. برنامه‌ها به دو شیوه قابل مشاهده است: به وسیله‌ی سیگنال‌های رادیویی RF و به وسیله‌ی سیم‌های دولایه‌ی کیبل. در تلویزیون زمینی اما سیگنال‌ها یا برنامه‌ها توسط امواج رادیویی به فضا فرستاده شده و توسط آنتن‌هایی که به تلویزیون وصل است، دریافت می‌گردد.

در ابتدا تلویزیون‌های کیبلی برای روستاییان و مردم مناطق محروم در نظر گرفته شده بود. ایده‌ی استفاده از تلویزیون‌های کیبلی در سال ۱۹۴۸ به ذهن مهندسان فناوری رسید. البته توزیع خود کیبل در برخی از مناطق جهان حتا پیش از ساخت پایگاه‌هایی رادیویی بوده است. به طور مثال در سال ۱۹۴۲ بعضی از برنامه‌های رادیویی در اروپا از طریق کیبل به خانه‌های مشترکان توزیع شد.

مناطق مسکونی‌یی که در شمال کابل قرار دارند، مانند سر کوتل خیرخانه و برخی از ساحاتی که به دلیل موانع طبیعی مثل کوه‌ها و تپه‌ها قادر به دریافت کانال‌های تلویزیون دولتی نیستند، از کیبل استفاده می‌کنند. البته در صورت استفاده از دیش‌های ماهواره‌یی نیازی به کیبل نیست.

تلویزیون ماهواره‌یی

تلویزیون ماهواره‌یی (Satellite Television) سیستمی است که با استفاده از سیگنال‌های پخش کننده، برنامه‌های تلویزیونی را توسط ماهواره‌های ارتباطاتی دریافت کرده و به بیننده پخش می‌کند. سیگنال‌ها از طریق دیش‌ها و آنتن‌های بازتاب‌دهنده توسط لینک‌های

دریافت‌کننده به مخاطب می‌رسد.

دریافت‌کننده ماهواره‌یی برنامه‌های تلویزیونی را بر روی صفحه‌های تلویزیون می‌فرستد. تلویزیون‌های ماهواره‌یی کانال‌های زیادی را با طول موج بلند برای بینندگان تهیه می‌کند. با وجود تلویزیون‌های ماهواره‌یی، دیگر نیازی به تلویزیون‌های کیبلی و زمینی نیست. مگر این‌که شبکه‌های تلویزیونی در ماهواره ثبت نشده باشند.

در ۲۳ جولای ۱۹۶۲ نخستین تلویزیون ماهواره‌یی برنامه‌هایش را از اروپا برای مردم جنوب آمریکا توسط ماهواره‌ی تل‌استار پخش کرد. در آن زمان، در آمریکای جنوبی و کشورهای اروپایی این سیگنال‌های ماهواره‌یی بیش از صد میلیون بیننده داشتند.

یکی از شیوه‌های معمول برای دریافت برنامه‌ی تلویزیون‌های ماهواره‌یی دریافت مستقیم نشرات تلویزیونی است. این روش به پخش مستقیم خانگی (DTH) معروف است (Sophia, ۱۹۹۷). در این سیستم سیگنال‌ها از نشرات مستقیم ماهواره‌ها روی طول موج کیو ku به صورت دیجیتالی پخش می‌شود.

تلویزیون‌های ماهواره‌یی به عنوان سیستم‌های دریافت‌کننده شناخته می‌شوند (Installing Consumer, ۲۰۰۸). سیگنال‌های تلویزیون‌های ماهواره‌یی پخش مستقیم، در ابتدا آنالوگ بود و بعدها به سیستم دیجیتالی تبدیل شد. سیگنال‌های دیجیتالی با وضوح بالا (HD) بعضی از کانال‌ها را رایگان گذاشته است؛ اما بسیاری از کانال‌ها پولی است و باید از طریق کارت پرداخت پول آزادشان کرد. (Arthur, C. Clarke, ۲۰۱۵)

سال‌های ۱۹۷۶ تا ۱۹۸۰ آغاز صنعت تلویزیون‌های ماهواره‌یی بود. صنعت تلویزیون‌های ماهواره‌یی برای نخستین بار در آمریکا توسعه یافت. ایده‌ی تلویزیون‌های ماهواره‌یی از صنعت تلویزیون‌های کیبلی اقتباس شد. پس از گسترش صنعت تلویزیون‌های ماهواره‌یی در آمریکا، مجموعه‌ی شبکه‌های تلویزیونی TBS, CNB, HBO ماهواره‌یی شدند

و مخاطبان، برنامه‌های این شبکه‌ها را از طریق کانال‌های ماهواره‌یی دریافت می‌کردند. اکنون هم این شبکه‌ها مخاطبان زیادی در سراسر جهان دارند.^۱

در سال‌های ۱۹۸۰-۸۶ تلویزیون‌های ماهواره‌یی سی بانده (C-band) آغاز به کار کرد و میزان دسترسی به برنامه‌های تلویزیونی را به صورت چشم‌گیری افزایش داد. در ۲۷ آوریل ۱۹۸۲ نخستین کانال ماهواره‌یی در انگلستان گشایش یافت (TinyPic. Retrieved May ۲۰۱۳). در ساحاتی که ایستگاه‌های نشرات محلی وجود ندارد و مردم به خدمات تلویزیون‌های کیبلی دسترسی ندارند، تلویزیون‌های ماهواره‌یی بدون فیس ماهوار، برنامه‌های تلویزیونی را با کیفیت خوب دریافت می‌کنند (Steve ۱۹۸۴-۰۷-۰۷).

تلویزیون آنلاین

تلویزیون اینترنتی یا تلویزیون آنلاین (Internet TV) توزیع دیجیتالی برنامه‌های تلویزیونی از طریق اینترنت است. این سیستم با شبکه‌های سنتی مانند تلویزیون زمینی، کیبلی و ماهواره‌یی تفاوت دارد؛ با این‌که اینترنت به خودی خود توسط سیگنال‌های زمینی، کیبل و قاب‌های ماهواره‌یی دریافت می‌شود. تلویزیون اینترنتی یک اصطلاح عمومی است که قدرت پخش آنلاین برنامه‌های تلویزیونی و سایر برنامه‌های ویدیویی را داراست.

در این میان نکته‌ی باریکی که وجود دارد این است که نباید تلویزیون اینترنتی را با تلویزیون هوشمند و IPTV^۲ یا Web TV اشتباه گرفت. آی. پی. تی. وی از تکنولوژی تلویزیون اینترنتی پدید آمده است و به صورت

1. Public Service Broadcasting in the Age of Globalization, Editors; Indrajit Banerjee, Kalinga Seneviratne. ISBN 9789814136013

۲. C-Band به تلویزیون‌های ماهواره‌یی گفته می‌شود که ظرفیت انتقال بخش برنامه‌های کانال‌های تلویزیونی را دارد و از ۷۵ تا ۱۰۰۰ کانال تلویزیونی را می‌تواند همزمان پخش کند.

3. Video Based on demand

معیاری، از ابزارهای پخش‌کننده‌ی تلویزیونی استفاده می‌کند. تلویزیون وب، اصطلاحی است برای شرکت‌ها یا برنامه‌هایی که به صورت گسترده و متنوع به صورت اختصاصی در صفحات اینترنتی پخش می‌گردند.

IPTV تلویزیون اینترنتی

در رسانه‌های سنتی، مخاطبان کمتر حق انتخاب داشتند. به ویژه زمانی که شبکه‌های تلویزیونی محدود و انگشت شمار بودند و یا دسترسی به شبکه‌های دلخواه کم بود. ولی امروز این حق انتخاب بیشتر و بیشتر شده و اگر شما نخواهید که برنامه‌ی خاصی را تماشا کنید، یا از چهره‌ی کسی که در تلویزیون برنامه دارد خوش‌تان نمی‌آید، می‌توانید به سادگی کانال را تغییر دهید و یا برنامه را تماشا نکنید. ولی امکان انتخاب مخاطبان زمانی بیشتر می‌شود که شما برنامه‌ی تلویزیونی یا رادیویی را پیشاپیش ثبت کنید؛ در غیر این صورت تنها در زمان پخش برنامه مخاطب شانس دیدن آن را دارد. ولی IPTV این امکان را برای مخاطب فراهم می‌کند که بدون محدودیت زمانی، از طریق اینترنت برنامه‌ی مورد علاقه‌ی خود را در هر جا که بخواهد تماشا کند؛ فناوری‌یی که برنامه‌های تلویزیونی را از طریق اینترنت در اختیار مخاطب قرار می‌دهد.

این برنامه نظر به تقاضای مخاطب طراحی شده است؛ هرگاه مخاطب بخواهد، درباره‌ی چگونگی کار این تکنولوژی و سودمندی و چالش‌های احتمالی‌یی که شبکه‌های مخابراتی و پخش‌کنندگان در عرضه‌ی خدمات پخش آنلاین دارند، پرسش‌ها و نظراتش را مطرح کند، به راحتی می‌تواند پاسخش را دریافت کند و حتا در نحوه‌ی پخش برنامه‌ها تأثیر بگذارد.

در حال حاضر، شبکه‌ی جهانی بی‌بی‌سی از این فناوری که به نام VOD یاد می‌شود، استفاده می‌کند. انتخاب برنامه بر اساس خواست مخاطب این

امکان را به شما می‌دهد که برنامه‌های دهه‌ها شبکه‌ی تلویزیونی و رادیویی را در هفت روز هفته بشنوید و تماشا کنید. با این فناوری، مخاطب دیگر دغدغه‌ی از دست رفتن زمان برنامه‌ی مورد علاقه‌اش را ندارد. البته این فناوری تاکنون پخش زنده را نتوانسته در خود بگنجاند.

فارمت سه‌گانه‌ی IPTV

دو نظر متفاوت درباره‌ی کارکرد و سهولت تلویزیون اینترنتی وجود دارد. از نظر تماشاکنندگان، استفاده از تلویزیون اینترنتی IPTV بسیار ساده است. به جای دریافت برنامه‌های تلویزیون از طریق آنتن، دیش‌های ماهواره یا کیبل‌های فایبر نوری، می‌توانند برنامه را از طریق اینترنت دانلود کنند. با وصل شدن به اینترنت پر سرعت - برای استفاده از ای.پی.تی.وی به ۱۰ تا ۱۰۰ Mbps نیاز است - می‌توانید برنامه‌ها را در کامپیوتر یا توسط بسته‌ی تاپ بکس - وسیله‌ی که بین کامپیوتر و خط تلفن تعبیه می‌شود - مشاهده کنید.

اما از نقطه‌نظر پخش‌کننده و شرکت‌های مخابراتی، استفاده از سیستم IPTV به گونه‌ی پیچیده است. شما به سیستم ذخیره‌ی پیشرفته نیاز دارید، تا تمام ویدیوهای را که می‌خواهید به دسترس قرار گیرد. ممکن است ویدیویی را که شما تماشا می‌کنید، همزمان میلیون‌ها نفر دیگر نیز آن را ببینند.

IPTV در سه فارمت در دسترس کاربران قرار می‌گیرد: ویدیو بر اساس نیاز و تقاضای مخاطبان (VOD) عرضه می‌شود. بسیاری از کاربران هم‌اکنون از این فارمت استفاده می‌کنند. سرویس نت‌فلیکس Netflix خدمات دسترسی به فیلم را به صورت آنلاین در اختیار کاربران قرار می‌دهد. این وبسایت در افغانستان نیز خدمات نمایش فیلم را دارد. برای استفاده از این فارمت، باید حق عضویت در سایت و یا هزینه‌ی فیلم را از طریق کارت‌های اعتباری پرداخت کنید تا بتوانید

فیلم مورد نظرتان را تماشا می‌کنید. نوع دوم استفاده از IPTV به تأخیر انداختن زمان پخش برنامه‌های تلویزیونی است. این کار را هم‌اکنون یکی از غول‌های رسانه‌یی جهان انجام می‌دهد؛ شبکه‌ی جهانی بی‌بی‌سی تمامی اخبار و رویدادهای هفتگی جهان را در اختیار مخاطبان خود قرار می‌دهد. شما می‌توانید برنامه‌ی یک هفته‌ی اخیر بی‌بی‌سی را از طریق وبسایت بشنوید و ببینید. این برنامه BBC iPlayer نامیده می‌شود.

نوع سوم، پخش زنده‌ی برنامه‌های تلویزیونی در اینترنت است. هم‌زمان با پخش برنامه، کاربران می‌توانند از طریق اینترنت برنامه‌های مورد علاقه‌ی خود را تماشا کنند. این نوع به پخش زنده یا پخش هم‌زمان معروف است. در عین حال، کاربران این انتخاب را دارند که برنامه‌های اینترنتی را در تلویزیون‌های صفحه پهن و با کیفیت تماشا کنند. با استفاده از یک جعبه‌ی ارتباط‌دهنده Set-top box کیبل اینترنت به تلویزیون وصل می‌شود. کاربران می‌توانند از تلویزیون‌های دیجیتالی معمولی نیز برای دیدن برنامه‌ها استفاده کنند.

تلویزیون رسانه‌یی محبوب

تلویزیون از تأثیرگذارترین رسانه‌های دیداری در عصر انقلاب دیجیتال است و در هشتاد سال پسین، قدرتمندترین رسانه‌ی عمومی بوده است. تلویزیون هم‌زمان با پیشرفت صنعت سینما و گذارش از سینمای صامت سیاه و سفید به سینمای رنگی، پیشرفت کرد و میلیاردها مخاطب را به سوی خود کشاند.

در کنار دستاوردهای رسانه‌یی، تلویزیون دست سیاستمداران را نیز برای نفوذ در اذهان عمومی باز گذاشته است. در همان سپیده‌دم تولد تلویزیون و همگانی شدن برنامه‌های آن، سیاستمداران به نقش جادویی آن پی برده بودند. از جمله سیاستمدارانی که از تلویزیون برای پیروزی

در رقابت‌های سیاسی‌اش استفاده کرد، جان اف کندی بود. مباحث داغ تلویزیونی او در مبارزات انتخاباتی سال ۱۹۶۰ میلادی، سبب شد تا از رقیب خود ریچارد نیکسون پیشی گیرد و پیروز انتخابات شود. مردم به وسیله‌ی تلویزیون با برنامه‌های او آشنا شدند و به حمایتش برخاستند.

ممکن است رسانه‌ها نسبت به وضعیت و رویدادهای روز کاملاً سیاسی برخورد کنند و ممکن است به طور غیر مستقیم برنامه‌های خود را برای رسیدن به اهدافی خاص عیار ساخته و به دنبال تغییر ذهنیت مخاطبان و تأثیرگذاری بر آنان باشند.

«برخی شبکه‌های تلویزیونی که گرایش غیر سیاسی دارند و به صورت علنی به مسایل سیاسی کمتر می‌پردازند، در واقع مکمل رسانه‌های سیاسی‌تر هستند و غیر مستقیم و بدون پرداختن به مصادیق اصلی، تفکر مخاطبان را درباره‌ی موضوع به گونه‌ی شکل می‌دهند که هنگام مطرح شدن مصادیق، اغلب مخاطبان نتیجه‌گیری مورد نظر رسانه را انجام می‌دهند. در مقابل، برخی دیگر از شبکه‌های تلویزیونی مانند سی‌ان‌ان و فاکس نیوز کارکرد سیاسی مشهودی دارند و با تمرکز بر برخی موضوعات، می‌توانند افکار عمومی را به یک مسأله معطوف سازند و فضای نامساعدی را علیه هدف مورد نظر ایجاد کنند. برخی از این شبکه‌ها اهداف ویژه‌ی دارند و عملیات روانی علیه یک کشور را تعقیب و اجراء می‌کنند؛ به طور مثال تلویزیون ماهواره‌های الحره که برای مردم عراق پخش می‌شد و شبکه‌ی صدای آمریکا که برای ایران برنامه پخش می‌کند» (کریمی‌نیا، ۱۳۸۳: ۵۱).

در نظام‌های توتالیتر و تک‌صدایی، تلویزیون به مثابه‌ی بلندگوی حکومت نقش عمده‌ی در تثبیت جایگاه حکومت‌ها و دولت‌ها ایفا می‌کند. مثال بارز چنین نظام‌هایی در حال حاضر کشورهای کوریای شمالی، ویتنام و ایران است. تلویزیون در این کشورها در اختیار نظام سیاسی است و برنامه‌های سیاسی - ایدئولوژیکی نظام سیاسی را پخش

و نشر می‌کند.

از نقش آموزشی تلویزیون نمی‌شود به سادگی گذشت. تلویزیون سهم عمده‌ی در گسترش برنامه‌های آموزشی - تربیتی، معرفی الگوها و تغییر سبک زندگی مردم دارد؛ به ویژه تلویزیون‌هایی که به هدف گسترش دانش بشری، برنامه‌های متنوعی را برای کودکان، نوجوانان و جوانان در قالب برنامه‌های فرهنگی - آموزشی دارند. در ضمن این رسانه‌ی بصری در آگاهی‌دهی و بسیج عمومی برای تصمیم‌گیری‌های کلان و افشای چهره‌های دخیل در کارتل‌های مافیای اقتصادی - سیاسی نقش زیادی دارد.

«با ظهور و گسترش روزافزون انقلاب اطلاعاتی - ارتباطی، طبیعت سیاست‌ها و الگوهای اعمال قدرت متحول شده و توسعه‌ی شیوه‌های الکترونیکی و رایانه‌ی ضرورت بیشتری یافته است. تحولاتی نظیر انفجار و انقلاب اطلاعاتی و تأثیرات عمیق رسانه‌ها در شکل‌گیری افکار عمومی موجب شده است تا توسعه‌ی فناوری‌های عظیم ارتباطی، شبکه‌های رایانه‌ی، ماهواره‌ها، شبکه‌های تلویزیونی جهانی، بسیاری از مفروضات و اصول پیشین قدرت را به چالش بطلبد» (هیلزگری، ۱۳۸۱: ۴۸).

رسانه‌ها در دنیای ارتباطات به دنبال آشکارسازی زاویه‌های پنهان قدرت و سیاست هستند و تلاش می‌کنند تا آگاهی لازم را نسبت به وضعیت حاکم در سطوح مختلف گسترش دهند. «انقلاب اطلاعات، چنان جغرافیای جدیدی از مناسبات قدرت را در سطح جهان پدید آورد که تا بیست سال پیش، حتا تصور آن هم غیرممکن بود. جغرافیای جدید، جغرافیایی مجازی است و مقاومت‌های سیاسی و فرهنگی، ناگزیر باید در همین فضای الکترونیکی عرض اندام کنند» (سوری، ۱۳۸۵: ۷۵). از رسانه‌ها به مثابه‌ی ابزار قدرت نرم یاد می‌شود؛ قدرتی که تأثیرات تدریجی خود را در اقع افکار عمومی بر جامی گذارد. «اهمیت فناوری‌های ارتباطی - اطلاعاتی به ویژه رسانه‌های نوین به دلیل کارویژه‌های آن‌ها است و سیاستمداران و دولتمردان می‌کوشند تا از طریق آن‌ها مخاطبان

آن سوی مرزها را تحت تأثیر قرار دهند؛ چرا که رسانه‌ها ابزار قدرت نرم به شمار می‌روند و از توانایی لازم و مؤثری برای نفوذ در افکار عمومی آن سوی مرزها برخوردارند» (کاروثر، ۱۹۳: ۱۳۸۱).

کشورهای قدرتمند برای توجیه حضور یا دخالت نظامی‌شان در کشورهای فقیر، پیشاپیش از تبلیغات گسترده‌ی رسانه‌یی استفاده می‌کنند. حمله آمریکا به عراق و خلع صدام حسین از قدرت، با تبلیغات وسیع رسانه‌های آمریکایی همراه بود. در جنگ یمن و سوریه نیز هم‌اکنون از این ابزار کار گرفته می‌شود. دنی شختر، تحلیل‌گر سیاسی و سردبیر پایگاه خبری «مدیا چینل نیویورک» درباره‌ی عملیات روانی آمریکا در حمله به عراق می‌گوید: «این مسأله تأکیدی بر این نکته بود که ما دیگر در دمکراسی سنتی زندگی نمی‌کنیم، بلکه در مدیاکراسی یا رسانه‌سالاری هستیم. سرزمینی که در آن رسانه‌ها، ارتش و سیاست درهم تنیده شده است» (کمال پور، ۴۹: ۱۳۸۶).

با پیشرفت برق‌آسای فناوری و تولد نسل‌های جدیدی از رسانه‌ها، رسانه‌های سنتی مجبورند خودشان را با پدیده‌های نوین همگام سازند. رسانه‌های سنتی باید تبدیل به نهادهای چندرسانه‌یی شوند و نیاز مخاطبان را در نظر گیرند؛ در غیر این صورت امکان حضور در میدان رقابت با غول‌های رسانه‌یی را ندارند. نزدیک به یک سده از پیدایش اصطلاح تلویزیون و رشد تدریجی فناوری این شبکه‌ی بصری می‌گذرد. امروز این رسانه جز رسانه‌های سنتی به شمار می‌رود. اما با تحول فناوری اطلاع‌رسانی، دیجیتالی شدن برنامه‌های تلویزیونی، قدرت گسترش حوزه‌ی پخش و پوشش برنامه‌ها از طریق ماهواره، کیبل IPTV، همه نشان‌دهنده‌ی چاره‌جویی این رسانه برای ادامه حیات است. سرعت و کیفیت رشد شبکه‌های چندرسانه‌یی به اندازه‌یی زیاد است که مشکل است آینده‌ی رسانه‌های سنتی را پیش‌بینی کرد. ولی قدر مسلم این است که این رسانه‌ی محبوب هنوز هم قدرت مانور دارد.

تلویزیون و بن‌بست‌های مالی

مشکل عمده و چالش برانگیز تلویزیون بحث مالی و منابع اقتصادی است. رسانه‌های جمعی و به طور خاص تلویزیون، به آگهی‌های بازرگانی و کسب درآمد وابسته‌اند. با ظهور رسانه‌های قدرتمند اجتماعی، شخصی شدن دسترسی به اطلاعات و فراورده‌های تولیدی از طریق فیسبوک، تلگرام، انستاگرام، یاهو، گوگل، یوتوب و... منابع مالی رسانه‌های سنتی در خطر از دست رفتن قرار گرفته‌اند. اگر زمانی تلویزیون به مثابه تنها رسانه‌ی دیداری مسلط قدرت‌نمایی می‌کرد و آگهی‌های تجاری را به نشر می‌سپرد، امروز با تولد نسل جدید رسانه‌های اجتماعی مجازی، بخش زیادی از منابع مالی این رسانه‌ها به جای دیگری سرازیر می‌شود و این خطری جدی برای بقاست. این مسأله درباره‌ی رسانه‌های چاپی و شنیداری نظیر روزنامه و رادیو نیز صدق می‌کند.

جهان به سمت شخصی شدن پیش می‌رود. ابزار اطلاع‌رسانی و ارتباطات نیز به شدت شخصی شده است. تلفن‌های شخصی، کمپیوتر، تبلت و... نشانه‌هایی است برای شخصی شدن هر چه بیشتر ابزار ارتباطات و مسأله مهم این است که این شخصی‌سازی تغییراتی را در فرایند تولید پیام‌های رسانه‌یی نیز ایجاد کرده و بازار مصرف رسانه‌های سنتی را با بحران مواجه ساخته است. به طور مثال، در گذشته پیام‌های بازرگانی‌یی که از کانال‌های تلویزیونی نشر می‌شد، مخاطبان زیاد داشت و تردیدی وجود نداشت که جمعیت زیادی آگهی بازرگانی را می‌دیدند. اما با گسترش رسانه‌های ارتباط جمعی و ساده شدن ابزارهای تبلیغی، بیننده‌های شبکه‌های تلویزیونی به شدت کاهش یافته‌اند.

کاهش بیننده‌های تلویزیون مجرای اقتصادی این رسانه را نیز با آسیب‌های جدی مواجه ساخته است. بسیاری از سرمایه‌گذاران ترجیح می‌دهند به جای سرمایه‌گذاری در تلویزیون به رسانه‌های اینترنتی رو آورند. البته با شگردهایی که امروز تکنولوژی رسانه‌یی به بشر

هدیه کرده، امکان ظهور برنامه‌های رسانه‌های سنتی در فارمت‌ها و شکل‌های جدید فراهم شده است. رسانه‌های سنتی این امکان را دارند که برنامه‌ها و تولیدات‌شان را در فارمت دیجیتال به مخاطبان خود عرضه کنند.

ACKU

فصل چهارم

عصر دیجیتال

پس از اختراع نسل اول کامپیوترها، برنامه‌های کامپیوتری و ظرفیت ذخیره‌سازی کامپیوترها بسیار گسترش یافتند. کامپیوترهای شخصی و تلفن‌های هوشمند دسترسی به داده‌ها را برای میلیون‌ها کاربر فراهم ساختند. بسیاری از ابزارهای الکترونیکی از جمله دوربین‌های دیجیتال توانایی خلق، انتقال و نمایش همزمان را دارند. رسانه‌های دیجیتال دیگرگونی‌های بزرگی را در عرصه‌ی فرهنگ و اقتصاد به وجود آورده و تأثیرات اجتماعی رسانه‌های چاپی را تغییر داده‌اند. اقتصاد صنعتی را به اقتصاد مبتنی بر اطلاعات استوار کرده و مقطع تازه‌یی را در تاریخ زیست انسان به نام عصر ارتباطات خلق کرده‌اند.

«رسانه‌ی دیجیتال مهمترین مشخصه‌اش رمزگذاری است؛ به این بیان که رمزهای داده شده توسط ماشین و دستگاه قابل خواندن باشد و ماشین این رمزها را بشناسد. همه‌ی این فرایندها توسط کامپیوتر انجام می‌شود. نرم‌افزارهای خاصی برای این رمزگذاری ساخته شده که عکس‌های دیجیتالی، ویدیو، ویدیوگیم، صداها‌ی دیجیتال مانند mp3

و کتاب‌های اینترنتی مانند e-book نمونه‌هایی از رسانه‌های دیجیتال هستند. وبسایت‌ها به شمول رسانه‌های اجتماعی توسط این ماشین رمزگذاری می‌شوند. با این وصف، رسانه‌های دیجیتال یا رسانه‌های چاپی، کتاب‌های چاپ شده، روزنامه‌ها، مجله‌ها و رسانه‌های آنالوگ مانند عکس و فلم و نوارهای صوتی، تفاوت زیادی دارند (University of Guelph، ۲۰۱۴).

رسانه‌های دیجیتال در اوایل ۱۹۵۰ به تدریج همگانی شد و با سرعت شگفت‌انگیز توسعه یافت و به تولید انبوه رسید. فناوری دیجیتال با اینترنت و نرم‌افزارهای کمپیوتری، فصل تازه‌یی را در دنیای رسانه گشود؛ فصلی که انتشارات دیجیتال، ژورنال‌یسم آنلاین، سرگرمی‌های کمپیوتری، آموزش راه دور، تجارت در دنیای مجازی و تبلیغات سیاسی تنها گوشه‌هایی از کارکردهایش بود. البته تولد رسانه‌های دیجیتال با آسیب‌هایی چون نقض قانون کاپی‌رایت، فن و سیستم همک کردن و فسادهای مالی گسترده نیز همراه بود.

فرگشت رسانه‌های سنتی

در مقایسه با رسانه‌های چاپی، رسانه‌های جمعی و دیگر تکنولوژی‌های آنالوگ، رسانه‌های دیجیتال به بسیار آسانی کاپی‌برداری، ذخیره‌سازی و تعدیل می‌شوند. کیفیت رسانه‌های دیجیتال تغییرات بزرگی را در دنیای تجارت به وجود آورده است. با این همه، دشوار است که تأثیرات انقلاب دیجیتالی را اندازه‌گیری کنیم. به طور مثال در صنعت فیلم‌سازی، دوربین‌های آنالوگ به دیجیتال تغییر یافت. این تحول تغییرات بزرگ اقتصادی را در صنعت فیلم هالیوود به وجود آورد. هم توزیع فیلم را و هم کیفیت فیلم را آسان ساخت. در عین زمان تأثیرات مهمی در افکت‌ها و جلوه‌های ویژه‌ی سیستم آنالوگ داشت. اکشن‌های فیلم، رشد صنعت انیمیشن و در کل دیجیتالی شدن صنعت فیلم

هالیوود، تی‌اثر و اجراهای تمثیلی و صحنه‌یی را به شدت صدمه زد و بسیاری از هنرمندان نتوانستند در گذر از سیستم آنالوگ به عصر دیجیتال کاری از پیش ببرند، زیرا تأثیرات صنعت دیجیتال بر هنرهای پیر همه‌گیر و پیچیده بود. (۲۶ April ۲۰۱۲ Carter, Beth)

رسانه‌های دیجیتال با این که باعث شدند هزاران نفر در رسانه‌های چاپی شغل‌شان را از دست بدهند، اما همزمان هزاران شغل تازه را ایجاد کردند. دیجیتال‌سازی کتاب و تولد کتابخانه‌داری آنلاین و شخصی شدن نشرات، صنعت چاپ و نشر کتاب را تغییر داد. همچنین رسانه‌های دیجیتال منجر به باز شدن فاز تازه‌یی در عرصه‌ی مطالعات آکادمیک و علمی شد.

پیدایش ژورنالیزم شهری

رسانه‌های دیجیتال این امکان را برای کاربران فراهم کرد که خود نقش فعالی در تولید اطلاعات داشته باشند. هر فرد با دسترسی به کامپیوتر و اینترنت می‌تواند در رسانه‌های اجتماعی سهم بگیرد؛ ویدیوها، عکس‌ها و دیدگاه‌هایش را در فضای مجازی با دیگران شریک سازد. شعار «هر شهروند یک خبرنگار» باعث ظهور رشته‌یی به نام ژورنالیزم شهری شده است.

همچنین همه‌گیر شدن رسانه‌های دیجیتال، بازریابی و پخش آگهی‌های تجارتي را آسان و تجارت آنلاین را سرعت بخشید. تولید و فراگیر شدن تلفن‌های هوشمند و تبلت‌ها برای کاربران سهولت‌های زیادی را برای دسترسی سریع به اطلاعات داده است. خصوصی شدن ابزارهای اطلاع‌رسانی، زمینه را برای هماهنگی کاربران در خارج از حوزه‌ی نفوذ دولت‌ها فراهم ساخته است. در بیستم عقرب ۱۳۹۴، پس از آن که طالبان هفت مسافر ربوده شده را - به شمول شکرپه تبسم کودکی نه ساله - در زابل سر بریدند، اعتراض‌ها و واکنش‌ها نسبت

به این رویداد به شدت اوج گرفت و مردم با استفاده از شبکه‌های اجتماعی، راهپیمایی اعتراضی گسترده‌یی را در کابل و سایر ولایت‌ها راه‌اندازی کردند.

این فراخوان و بسیج عمومی در نوع خود در افغانستان بی‌پیشینه بود. رسانه‌های دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی در مدیریت و شکل‌گیری جنبش تبسم نقش بسزایی داشتند. دادخواهی و بسیج همگانی از طریق شبکه‌های اجتماعی برای جلوگیری از تغییرات اقلیمی و کاهش گازهای گلخانه‌یی، صلح در خاورمیانه و مسأله‌ی فقر در آسیا، آفریقا و آمریکای جنوبی تقریباً دیگر تبدیل به یک امر معمول شده است. البته رسانه‌های دیجیتال و ژورنالیسم شهری باعث ایجاد شکاف میان کسانی که به رسانه‌ها دسترسی دارند و کسانی که از آن محروم‌اند، شده است.

اینترنت

پیدایش اینترنت به گونه‌یی بی‌پیشینه دنیای کامپیوتر و همچنین ارتباطات را متحول ساخت. اینترنت اطلاعات جهانی را به جریان انداخت و انسان‌ها را به یکدیگر نزدیک کرد. اینترنت در سال ۱۹۶۰ میلادی ایجاد شد. «موسسات وابسته به پنتاگون، آغازگر انقلاب فناوری اطلاعات بودند. در واقع اینترنت را ارتش آمریکا و با اهداف نظامی ایجاد کرد و پس از آن بخش‌های دانشگاهی، این شبکه را گسترش دادند. در حال حاضر نزدیک به ۸۰ درصد تجهیزات مربوط به سرورهای اینترنتی در شرکت‌های آمریکایی جای گرفته است و در مجموع، ایالات متحده نقش مدیریتی و کنترل را در عرصه‌ی اینترنت ایفا می‌کند. طبیعی است که این مسأله برای کشورهایی که با ایالات متحده به لحاظ سیاسی، اقتصادی و یا فرهنگی مشکلاتی دارند، بسیار حاد است؛ چون در این جامعه‌ی مجازی که کشورها ناچارند اطلاعات زیادی را بر روی آن قرار دهند، امنیت اطلاعات در خطر جدی قرار

دارد» (بیابان نورد، ۱۳۸۳: ۱۱۷).

از اینترنت بعدها برای تحقیقات علمی در دانشگاه‌ها و دیگر سازمان‌های آموزشی آمریکا استفاده شد و به تدریج به بستری مناسب برای عرضه‌ی خدمات ارتباطات جمعی تبدیل شد. شبکه‌ی وسیع جهانی (وب)، مکانی است برای جریان منابع آزاد معلوماتی؛ جایی که اسناد و منابع شبکه‌یی توسط URL شناخته شده و به هم وصل می‌شوند. وب توسط دانشمند انگلیسی تایم برنرزلی در سال ۱۹۸۹ اختراع شد، او طرح نخستین نمایشگر وب (Web browser) را در ۱۹۹۰ آماده ساخت.

بسیاری از کاربران فکر می‌کنند که اینترنت با شبکه‌ی وسیع جهانی WWW یکی است و تفاوتی ندارد. درست است که اینترنت با شبکه‌ی وسیع جهانی رابطه‌یی نزدیک دارد؛ اما این‌ها دو پدیده‌ی کاملاً متفاوتند. اینترنت شبکه‌ی بزرگی از کمپیوترهاست که با یکدیگر وصل هستند. اما وب مجموعه‌یی از صفحات اینترنتی است که در آن شبکه‌ی بزرگ کمپیوترها در دسترس قرار دارند.

در ماده‌ی سوم، بند چهارم مقرره‌ی رسانه‌های همگانی خصوصی درباره‌ی چستی اینترنت آمده است: «صفحه‌ی اینترنتی: رسانه‌ی برقی است که مجموعه‌یی از فایل‌های متنی، عکسی، گرافیکی، ویدیویی و صوتی بر روی وسیله‌ی خدمات‌دهنده‌ی اینترنتی (سرور) به شکل مجموعه‌یی از اطلاعات، توسط اشخاص حقیقی یا حکمی تهیه و نگه‌داری گردیده و عموم مردم می‌توانند از طریق اینترنت به آن دسترسی داشته باشند».

جنگ صفحه‌کلیدها

گسترش اینترنت و همگانی شدن صفحات وب، زمینه را برای جنگ گسترده‌ی روانی و تبلیغاتی فراهم کرده است. قدرت‌های بزرگ

و کشورهای رقیب، با استفاده از تبلیغات روانی در فضای سایبری - اینترنت - می‌کوشند با جلب توجه مردم، افکار عمومی را نسبت به حضور نظامی در کشور دوم یا براندازی حکومت‌های رقیب متقاعد سازند. «پدیده‌ی موسوم به جنگ صفحه‌کلیدها در فضای مجازی بیانگر دگرگونی اساسی در تفکر استراتژیک است و رویکرد ما را نسبت به جنگ تغییر می‌دهد. اینترنت به عنوان محیط واسط اطلاعاتی و رسانه‌ی فراگیر از ابزارهای نیرومند جوامعی است که در آن‌ها نگاه کلی به جهان خارج، بیشتر از طریق صفحات وب، پست الکترونیکی (ایمیل) و اتاق‌های گفت‌وگو حاصل می‌شود. این ابداع الکترونیکی، چه هنگامی که به عنوان رسانه‌ی برای تأثیرگذاری بر افکار عمومی انتخاب می‌شود و چه هنگامی که برای القای مخالفت با دشمن استفاده شود، در هر دو صورت برای عامل عملیات روانی، موفقیت‌آمیز است» (لانگلو، ۱۳۸۲: ۸۴).

راه‌اندازی جنگ روانی و پروپاگاندای رسانه‌ی برای برجسته‌سازی حقانیت کشورهای قدرتمند و ملامتی کشورهای ضعیف به امری معمول تبدیل شده است. نظام‌های توتالیتر از جنگ روانی برای سرکوب مخالفان خود استفاده می‌کنند و پیام‌های رسانه‌ی را در جهت منافع خودشان سازماندهی می‌کنند. «گری وایتلی که تحقیقی را زیر عنوان «عملیات روانی در قرن بیست‌ویکم» در دانشکده‌ی جنگ نیروی زمینی آمریکا اجرا کرده، معتقد است: «در آینده‌ی نزدیک، انقلابی را در عرصه‌ی عملیات روانی شاهد خواهیم بود و اینترنت وسیله‌ی مناسبی برای محقق شدن این انقلاب و همچنین توسعه‌ی توان عملیات روانی به منظور دست‌یابی به اهداف مشخص شده در استراتژی امنیت ملی است. اینترنت می‌تواند رسیدن به اثربخشی دقیق و امکان تلفیق عملیات روانی هدایت شده را در فضای سایبری محقق سازد. بهینه‌سازی امور فرماندهی، کنترل و پشتیبانی نیروهای عملیات روانی نقش دیگری بود که پیشرفت رایانه‌ها در هموار کردن

مسیر انقلاب عملیات روانی ایفا کردند» (تولک، ۱۳۸۵: ۸۲). جریان اطلاعات و سازماندهی اطلاع‌رسانی تأثیر زیادی در بسیج افکار عمومی دارد و زمینه‌ساز تغییرات مهمی در جامعه می‌شود. «پیشرفت فناوری و توسعه‌ی وسایل ارتباطی - اطلاعاتی که با مردم رابطه‌ی مستقیمی دارد و بر افکار عمومی مؤثر است، بیانگر اهمیت آن‌ها در تمامی ابعاد جامعه‌ی جهانی است. به نظر کارشناسان ارتباطات، قرن حاضر، عصر تبادل اطلاعات است. بنابراین امروزه کشورها برای دستیابی به اهداف و منافع خود در سایر نقاط جهان از این فناوری‌ها بهره‌های فراوان می‌برند و عملیات روانی از جمله کارکردهای این فناوری‌ها است» (شاه‌محمدی، ۱۳۸۲: ۴۴).

اینترنت چیزها

تصور جهان بدون اینترنت دشوار و تکان‌دهنده است. تنها سخن از عادت به ابزار اطلاع‌رسانی و شبکه‌های ارتباط‌دهنده نیست؛ سخن از وابستگی چرخ زندگی به این پدیده است. شاید طرح اصطلاح اینترنت اشیا مبتنی بر این گذاره نیز باشد که ما هستند هستیم و زندگی ما بر پایه‌ی اقتصاد، نظام اجتماعی و نظام سیاسی استوار است. اطلاعات هم به تنهایی نمی‌توانند مفهوم خاصی را اقاده کنند، مگر این که مبتنی بر چیزها باشند. اینترنت اشیا درباره‌ی چیزها و خصوصیات فیزیکی گپ می‌زند؛ درباره‌ی اتصال دستگاه‌ها و ایجاد ارتباط میان چیزها و انسان. سخن مشهوری است از جورج اورول^۱ که گفته بود: کسی که گذشته را می‌داند، آینده در دست اوست. ولی امروز مفهوم دیگری برجسته شده و آن این است: کسی که اطلاعات را کنترل می‌کند، آینده در دست اوست. تصور کنید که در نبود اینترنت چه اتفاقی می‌افتد. نظم

۱. اریک آرثور یلر که به جرج اورول (۱۹۰۳ - ۱۹۵۰) معروف است، داستان نویسی، روزنامه‌نگار، منتقد ادبی و شاعر انگلیسی است که با داستان «مزرعه‌ی حیوانات» شهرتی جهانی کسب کرد.

جهان مدرن، دستگاه‌های بزرگ تولیدی، قطارها، کشتی‌ها، هواپیماها، سیستم بانکداری و هزارها پدیده‌ی دیگر به اینترنت گره خورده‌اند. دسترسی به اینترنت پرسرعت با پهنای باند وسیع، کاهش قیمت و نرخ استفاده از اینترنت و ابزارهای ارتباط جمعی، هوشمند شدن اشیا و چیزها، تنگ‌تر شدن حلقه‌ی ارتباط، شکسته شدن مفهوم زمان و مکان، جهان را به سرعت به سوی دیجیتالی‌زده شدن پرتاب می‌کند و این پرتاب‌شدگی امری حتمی و برگشت‌ناپذیر است. حتی برای کشورهای عقب‌مانده و فقیر، اینترنت اشیا و ضرورت بسط این مفهوم بیشتر خودش را آشکار می‌کند.

از نخستین سال‌های دهه‌ی نود میلادی، فعالیت‌ها به منظور تولید و توسعه‌ی ابزار اینترنت چیزها آغاز شد. اما کوین اشتوت در سال ۱۹۹۹ اصطلاح اینترنت اشیا را مطرح کرد. این کارفرمای بریتانیایی زمانی که در آزمایشگاه بر روی شناسایی فرکانس‌های رادیویی کار می‌کرد، ایده‌ی اتصال جهانی اشیا به یکدیگر به ذهنش خطور کرد. اشتون این مفهوم را در مقاله‌ی در نشریه‌ی RFID تشریح کرده است: «اگر کمپیوترهایی می‌داشتیم که همه‌چیز را می‌دانست و درباره‌ی چیزها معلومات می‌داشت؛ اطلاعات را بدون کمک گرفتن از انسان گردآوری می‌کرد؛ آن وقت ما توانایی این را می‌داشتیم که چیزها را ردگیری و کنترل کنیم و به این وسیله می‌توانستیم مصارف و هزینه‌ها را به طور قابل ملاحظه‌ی کاهش دهیم... همچنین می‌دانستیم که چه وقت یک وسیله را تبدیل، ماشینی را تعمیر یا راه‌اندازی کنیم. ما نیاز داریم که کمپیوترها را به معنای واقعی‌اش توانمند سازیم که اطلاعات را جمع‌آوری و تحلیل کنند. چنین کمپیوترهایی می‌توانند ببینند، بشنوند و بوی چیزها را حس کنند و خصوصیات چیزها را از روی بوی‌شان بشناسند»^۱.

امروز بحث داغ اینترنت چیزها IoT به صورت خیره‌کننده‌یی در حال افزایش است. این مفهوم تأثیرات بالقوه‌یی بر روی زندگی ما داشته و رفتار و تصمیم‌گیری‌های ما را مشخص می‌کند. بنابراین بسیار مهم است که بدانیم به راستی اینترنت چیزها چیست و چه تأثیراتی دارد. اینترنت چیزها از نظر تکنیکی با چند پدیده‌ی مهم در ارتباط است. دستگاه‌ها و ابزاری که تولید می‌شوند، مجهز به سیستم Wi-Fi و حس‌گرهایی‌اند که در داخل این دستگاه تعبیه شده است. در واقع سخن از «محیط هوشمند» است. وضعیت کنونی، جهان را به سمت محیطی هوشمند جهت می‌دهد و این هوشمندی محیط، تأثیراتش را بر زندگی و رفتار انسان بر جا گذاشته است.

به زبان ساده می‌توان گفت که وصل کردن هر ابزار یا دستگاهی به اینترنت، با یک کلید روشن و خاموش می‌تواند به مفهوم اینترنت چیزها باشد. این شامل همه‌ی آن‌چه در دوروبرمان است، می‌شود؛ وسایلی چون تلفن، ماشین قهوه‌ساز، ماشین کالاشویی، گوشی، چراغ، وسایل پوشیدنی و خانه‌های هوشمند، چیزهایی‌اند که با فضای اینترنت هم‌سازند. این مفهوم برای بخشی از ماشین‌ها نیز به کار می‌رود: مانند موتور متحرک هواپیما، مته‌های حفاری چاه‌های نفت. به بیان دیگر، هر وسیله‌یی که امکان روشن و خاموش کردنش وجود داشته باشد، می‌تواند بخشی از اینترنت اشیا باشد.

مرکز پژوهش‌های فناوری گارتنر^۱ در تحلیلی نوشته است که تا سال ۲۰۲۰ میلادی، بیش از ۲۶ میلیارد دستگاه مجهز به حس‌گرهای هوشمند اینترنتی خواهیم داشت. احتمالاً تمامی ابزارهایی که به نحوی به زندگی انسان مرتبط‌اند، قابلیت و توانایی وصل شدن به اینترنت را خواهند داشت. IoT شبکه‌ی غول‌آسایی است که همه‌چیز

۱. گارتنر، شرکت پژوهشی و مشاوره‌ی آمریکایی است که اطلاعات تکنولوژی و مسایل مربوط به ابزار اطلاع‌رسانی را فراهم می‌سازد. این نهاد در سال ۱۹۷۹ میلادی تأسیس شد، اما اکنون به نام گارتنر شهرت جهانی دارد و تحلیل‌ها و اطلاعات لازم را دربارہی پیشرفت تکنولوژی و فناوری اطلاعات ارائه می‌دهد. این شرکت صدها کارشناس و تحلیل‌گر مسایل تکنولوژی ارتباطات در بیش از ۹۰ کشور جهان دارد.

را به هم وصل می‌کند و این شامل ارتباط مجازی انسان‌ها نیز می‌گردد؛ پدیده‌یی که هم‌اکنون نیز روی داده است.

تأثیر اینترنت چیزها بر کارکرد انسان

قانون و قاعده‌ی جدید در زمانی نه‌چندان دور این خواهد بود که هر دستگاهی که صفحه نمایش داشته باشد، قابلیت اتصال به اینترنت را خواهد داشت. اما پرسش اساسی این است که چرا همه چیز باید به هم وصل شود. چرا اشیا باید با هم ارتباط برقرار کنند. ما در عصر اینترنت اشیا زندگی می‌کنیم؛ عصری که به سرعت در حال درنوردیدن سراسر جهان است. به طور مثال شما برای شرکت در یک نشست از خانه حرکت کرده‌اید و در مسیر راه قرار دارید. موتور شما پیشاپیش به تقویم و تاریخ ملاقات‌تان دسترسی پیدا کرده و می‌داند که شما در ساعت مشخص باید در محل ملاقات حضور داشته باشید. برای سر وقت رسیدن، موتور به صورت خودکار شما را از نزدیکترین مسیر به محل ملاقات می‌رساند.

تصور کنید زنگ ساعت، شش صبح شما را بیدار می‌کند و به ماشین قهوه‌ساز نیز اطلاع می‌دهد که قهوه‌ی شما را آماده کند. چه می‌شد اگر وسایل دفترتان کارگردشان کم یا دچار فرسودگی می‌شدند و آنگاه به شما اطلاع می‌دادند؛ یا ابزار و وسایل دفتری‌تان رفتار و کارکرد روزانه‌تان را به شما گوشزد می‌کردند که چه وقت و در کجا خوب کار کردید و کجا فعالیت‌تان خوب نبوده است.

در مقیاسی بزرگتر IoT در شبکه‌های دستگاه‌های ترانسپورت و وسایط نقلیه تعبیه می‌شود. این پدیده می‌تواند ما را در بهینه‌سازی مصرف انرژی و میزان تأثیرگذاری ابزارها و تجهیزات شهری کمک کند. این پدیده می‌تواند به ما را کمک کند تا زندگی و کار خود را به درستی

تنظیم کنیم. جاکوب مرگان^۱ تحلیل‌گر فناوری‌های اطلاعاتی، در مقاله‌ی در نشریه‌ی فوربس آنلاین می‌نویسد: «واقعیت این است که اینترنت چیزها امکان و زمینه‌ی دسترسی به فرصت‌های بی‌پایان و ارتباطات نامحدود را فراهم می‌سازد؛ بسیاری از فرصت‌هایی که حتا فکر کردنش برای ما محال باشد. شاید این خیلی تعجب‌برانگیز نباشد که چرا اینترنت چیزها امروز به موضوعی داغ تبدیل شده؛ قطعاً این پدیده زمینه‌ی ورود انسان را برای دسترسی به فرصت‌های زیاد باز می‌کند. اما در کنار این فرصت‌ها، چالش‌های زیادی نیز در این مسیر قرار دارد».

امنیت، یکی از کلان‌ترین و مهم‌ترین مسائلی است که بشر امروز را به شدت نگران کرده است. تصور کنید وقتی که میلیاردها ابزار و وسیله باهم وصل می‌شوند و به تبادل اطلاعات می‌پردازند، چه تضمینی وجود دارد که اطلاعات‌شان محفوظ بماند. حتا ممکن است برخی افراد، ماشین دستگاه برشته‌ی نان‌تان را هم هک کند و به وسیله‌ی آن، به شبکه‌ی اطلاعات شما دسترسی پیدا کند. به دلیل نگرانی از شکنندگی امنیت اینترنت اشیاء، در بسیاری از نقاط جهان شرکت‌هایی برای مقابله با این تهدیدها تأسیس شده‌اند.

از چالش‌های عمده‌ی همگانی شدن اینترنت اشیاء، پخش و نشر اطلاعات محرمانه است. این چالش برانگیزترین مسأله‌ی داغ جهان ماست. پرسش مهم این است که چگونه مکالمات و ارتباطات شخصی و محرمانه‌ی ما در دنیایی که میلیاردها چیز به هم وصل شده، می‌تواند مصون بماند. بحث دیگری که بسیاری از شرکت‌ها با آن مواجه شدند، موضوع تولید اطلاعات است. تولید اطلاعات انبوه توسط میلیاردها وسیله، نیاز به مدیریت و سازماندهی هوشمندانه دارد؛ در غیر آن با بی‌نظمی بزرگ و هرج‌ومرجی غیرقابل کنترل مواجه خواهیم شد. «شرکت‌ها و سازمان‌ها نیاز به ارایه‌ی راهکاری دارند که بتواند این داده‌ها را طبقه‌بندی،

۱. جاکوب مرگان؛ نویسنده و تحلیل‌گر ارشد علوم فناوری، کسی که آینده‌ی تکنولوژی ارتباطات و همه‌گیر شدن اینترنت اشیاء را در مجله‌ی فوربس آنلاین پیش‌بینی کرده است.

نگهداری، ردیابی و تحلیل کند و پدیده‌ی تولید انبوه اطلاعات را منطقی و مؤثر سازد؛ در غیر آن هرج و مرج عظیمی در راه خواهد بود.»^۱

رسانه در عصر اینترنت اشیا

با فراگیرشدن اینترنت اشیا، پیوند رسانه‌ها و داده‌های بزرگ^۲ وارد مرحله‌ی جدیدی می‌شوند. در ابتدا نیاز است که راهبردی برای فرایند اطلاعات رسانه‌یی با استفاده از داده‌های بزرگ در نظر گرفته شود. اصطلاح داده‌های بزرگ توسط نیک کولدري و جوزف تارو که متخصص امور رسانه‌ها هستند، مطرح شده است. داده‌های بزرگ اطلاعات مهمی درباره‌ی میلیون‌ها انسان را در خود پنهان دارند.

احتمال دارد که با جافتادن اینترنت اشیا، کاربران از رسانه‌های سنتی فاصله بگیرند؛ به‌ویژه از رسانه‌هایی چون روزنامه و مجله. مالکان رسانه‌ها و عرضه‌کنندگان اطلاعات به طور هدفمند مخاطبان‌شان را هدف می‌گیرند و اطلاعات را در زمان مناسب به دست آن‌ها می‌رسانند. مهم‌ترین هدف این است که اطلاعات در فرمت مناسب و محتوای مطلوب به دست مصرف‌کننده برسد و فکر و ذهن مخاطب را درگیر خودش کند. به طور مثال زمینه‌های نشر پیام، مانند مقالات که برای مصرف‌کننده جالب توجه است، در همه‌جا هست.^۳

صنعت ژورنالیسم، داده‌های بزرگ را به دو شیوه پردازش می‌کند: جلب توجه از طریق پخش آگاهی و بازاریابی هدفمند و همچنین تیب و جمع‌آوری معلومات.

اینترنت اشیا فرصت‌هایی را برای اندازه‌گیری، جمع‌آوری و تحلیل انواع روزافزون آمار رفتاری فراهم می‌سازد. این معلومات می‌تواند در

1. <http://www.forbes.com/sites/jacobmorgan/2014/05/13/simple-explanation-internet-things-that-anyone-can-understand/#75067aab6828>

2. Big Data

3. Couldry, Nick; Turow, Joseph (2014). «Advertising, Big Data, and the Clearance of the Public Realm: Marketers > New Approaches to the Content Subsidy». *International Journal of Communication* 8: 1710-1726.

بازاریابی هدفمند، دنیای تولیدات و خدمات را متحول سازد.^۱ داده‌های بزرگ و اینترنت چیزها می‌توانند در همبستگی با هم کار کنند. از دیدگاه رسانه، داده یکی از مشتقات کلیدی اتصال دستگاه است. بنابراین اتصال دستگاه‌ها بدون داده‌ها عقلانی نیست و هدف از اتصال دستگاه‌ها ثبت و گزارش و پردازش داده‌هاست.

اینترنت اشیا، صنعت ژورنالیزم، کارکرد شرکت‌های تجاری و خدمات رسانی و حتی کارکرد حکومت‌ها را متحول کرده و عصر تازه‌ی را برای رشد اقتصادی و رقابت‌های آزاد کلید زده است. ثروت تولیدشده به وسیله‌ی داده‌های بزرگ برای متخصصان بازاریابی و رسانه این اجازه را می‌دهد تا با راهبردی خاص در مسیر توسعه و پیشرفت گام بردارند.

سال‌هاست که بحث‌ها پیرامون IoT در جهان ادامه دارد. انسان به دنبال این است که بداند این پدیده چطور زندگی‌اش را متأثر می‌سازد. از سویی علاقمند است تا بداند که چگونه دستگاه‌ها به اینترنت وصل می‌شوند و به همان مقیاس فرصت‌ها و چالش‌ها افزایش می‌یابند. اکنون بهترین کاری که می‌توانیم بکنیم این است که دانش و معلومات خود را درباره‌ی این پدیده افزایش دهیم و تأثیرات بالقوه‌ی اینترنت اشیا را در زندگی خود ارزیابی کنیم.

پایان منوپولیسم رسانه‌یی

ما در عصری زنده‌گی می‌کنیم که رشد خیره‌کننده‌ی فناوری ارتباطات جمعی به منوپولیسم رسانه‌یی پایان داده است. امروز با کثرت رسانه‌های چندمنظوره مواجه‌ایم؛ رسانه‌هایی که قدرت انتخاب بیشتر را به مخاطب می‌دهند و در حقیقت این مخاطب است که برنامه‌های مورد علاقه‌اش را گزینش می‌کند. البته رسانه‌های چندمنظوره تا اندازه‌یی

۱. Meadows-Klue, Danny. «A new era of personal data unlocked in an «Internet of Things»». Digital Strategy Consulting, Retrieved 26 January 2015. نشریه اینترنتی

فعالیت‌های رسانه‌یی را دشوار می‌سازند؛ رسانه‌گران ناگزیرند برای تولید محتوای تازه و به‌روز، در جست‌وجوی منابع دست اول و زاویه‌های پنهان رویدادها باشند. انتخاب بهترین سوژه‌ی خبری در میدان رقابت با رسانه‌ها، دقت، سرعت و نوآوری رسانه‌گران حرفه‌یی را می‌طلبد. همچنین برداشتی که در گذشته از کارکرد اینترنت وجود داشت نیز امروز کاملاً تغییر کرده است. دیگر از اینترنت تنها برای انجام کارهایی چون ارسال پیام‌های الکترونیکی، دانلود و آپلود مطالب و پرونده‌ها استفاده نمی‌شود؛ امروزه کاربران اینترنت قادرند ویدیوچت، ویدیوکنفرانس، آموزش و مشاوره از راه دور، درمان از راه دور و کارهایی از این دست را به راحتی انجام دهند.

واپسین سخن

رسانه و رسانه‌گر، به دلیل جایگاه ارزشی و نقش روشنگرانه‌یی که در جامعه دارد، همواره در مرکز توجه طیف گسترده‌یی از مردم، نهادهای سیاسی و مدنی قرار داشته است. ماهیت و فلسفه‌ی وجودی رسانه‌گر، اطلاع‌رسانی و روشنگری است. در این میان، رسانه‌های وابسته به حکومت در شماری از کشورها نقش بلندگوی تبلیغاتی را برای نظام سیاسی بازی می‌کنند. نظام‌های اقتدارطلب، آزادی رسانه‌ها را به زیان حاکمیت‌شان می‌پندارند و نقد بی‌طرفانه را بر نمی‌تابند. نمونه‌ی چنین برخوردهایی را بیشتر در کشورهای منطقه می‌توان دید. این کشورها نظر به ملاحظات که دارند، به رسانه‌های آزاد اجازه‌ی فعالیت نمی‌دهند؛ در صورت صدور جواز فعالیت، شرایط سختی را برای محدود کردن فعالیت‌های رسانه‌یی‌شان وضع می‌کنند. در چنین وضعیتی، روند اطلاع‌رسانی شفاف مختل می‌گردد.

اما به رغم تهدیدهای امنیتی و حمله‌های دهشت‌افگانه علیه خبرنگاران، رسانه‌ها در افغانستان از جایگاه خوبی برخوردارند و این

خود یک آینده‌ی روشن را نوید می‌دهد. فضای رسانه‌یی در افغانستان به لحاظ رشد کمی، قابل مقایسه با کشورهای منطقه نیست. قانون رسانه‌های کنونی نیز یکی از بهترین قانون‌های رسانه‌یی در طول تاریخ افغانستان به شمار می‌رود. در پرتو این قوانین و مقرره‌ها، آزادی رسانه‌ها تضمین شده و ساحت آزادی بیان مورد احترام قرار گرفته است.

به رغم این دستاوردهای مهم، چالش‌ها و آسیب‌های جدی نیز رسانه‌ها و رسانه‌گران را تهدید می‌کند. شماری از این چالش‌ها به خود رسانه‌گران بر می‌گردد. سوءاستفاده از فضای موجود، عدم احترام به حریم آزادی بیان، شکستن مرزهای شخصی، تحریف رویدادها، اطلاع‌رسانی وارونه، غلو، اغراق، عدم رعایت قانون مالکیت فکری، ضعف اندیشه و خلاقیت فکری، از جمله مواردی‌اند که به جریان آزاد اطلاع‌رسانی آسیب زده‌اند.

فضای آزاد رسانه‌یی بدون حرفه‌یی شدن رسانه‌گران، نمی‌تواند عامل تغییر و جهت‌دهی مثبت در جامعه باشد. امروز با کثرت رسانه‌های جمعی در کشور مواجه هستیم. این بسامد رسانه‌یی، از یک جهت به نفع جامعه‌ی رسانه‌یی است؛ اما این تکثر نیاز به پشتوانه‌ی فکری دارد. متأسفانه در پشت رسانه‌های جمعی - دولتی و غیردولتی - خرد رسانه‌یی جایگاه چندانی ندارد. بخش عمده‌ی از رسانه‌ها اهداف تجاری، تباری و سیاسی دارند. دست‌کم انتظار این است که در کنار فعالیت‌های این چنینی، به حریم آزادی بیان و ارزش‌های ژورنالیستی نیز احترام گذاشته شود. با این اوصاف، آسیب‌شناسی فعالیت‌های رسانه‌یی بدون طرح راهبردهای علمی و عملی، کار بیهوده‌یی به نظر می‌رسد.

منابع فارسی:

- رهین، رسول. تاریخ مطبوعات افغانستان (از شمس‌النهار تا جمهوریت)، جلد اول، چاپ دوم، انتشارات سعید، زمستان ۱۳۹۱
- آهنگ، محمد کاظم. سیر ژورنالیسم در افغانستان، کابل (۱۳۸۳)
- معمدنژاد، داکتر کاظم. تقریظ بر نظام مطبوعات افغانستان، کابل (۱۳۸۲)
- باختری، منیژه. قانون رسانه‌های افغانستان تیازها و چالش‌ها، بنیاد فریدریتس ایبرت، کابل (۲۰۰۸)
- عصمت‌اللهی، محمد هاشم. نظام مطبوعات افغانستان، چاپ اول، تهران (۱۳۸۲)
- واعظی، حمزه. ظاهر شاه و حامد کرزی؛ دو تجربه‌ی افغانستان از دمکراسی، وبسایت فارسی بی‌بی‌سی
- فرهنگ، میر محمد صدیق. افغانستان در پنج قرن اخیر، درخشش، چاپ اول، مشهد (۱۳۷۱)
- قوانین اساسی افغانستان. وزارت عدلیه، چاپ اول (۱۳۸۶)
- محرابی، معین‌الدین و جعفری، خانقاه. سه دهه با مطبوعات فارسی‌زبان مهاجران افغانستانی در جهان، (۱۳۸۹)
- رسنی پرمختک. همایش رسانه‌ها و جامعه‌ی مدنی افغانستان، کابل (مارچ ۲۰۰۷)
- مصطفوی، مزگان. مبانی حقوق رسانه‌ها، چاپ نخست، مرکز همبستگی رسانه‌ها، کابل (۱۳۸۹)
- هفته‌نامه‌ی نخست. سال سوم دور دوم، ش ۲۴، (۶ اسد ۱۳۸۹)
- قانون رسانه‌های همگانی. مصوب (۱۳۸۴)
- مقرره‌ی طرز تأسیس و فعالیت رسانه‌های همگانی. خصوصی مصوب (۱۳۹۴)
- قانون رسانه‌های همگانی افغانستان، مصوب (۱۳۸۸)

معمدمنزاد، دکتر کاظم. ارتباطات بین‌المللی، ج ۱ (۱۳۸۹)
 حکیم‌آراء، محمدعلی. ارتباطات متقاعدگرایانه و تبلیغ، سازمان مطالعه و
 تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت)، تهران (۱۳۸۴)
 متولی، کاظم. افکار عمومی و شیوه‌های اقناع، انتشارات بهجت، تهران
 (۱۳۹۴)

لانگو، انجلا. اینترنت و عملیات روانی، مترجم: پ. کریمی، فصلنامه‌ی عملیات
 روانی، شماره‌ی ۱، تهران (۱۳۸۲)
 تولک، آرتور. پخش تصویری عملیات روانی تاکتیکی در محیط‌های کم‌رسانه،
 مترجم: عبدالمجید حیدری، فصلنامه‌ی عملیات روانی، شماره‌ی ۱۲ (۱۳۸۵)

منابع انگلیسی:

- The media of Afghanistan the challeng of transition (March 2012)
 Mark Lee Hunter -Based Inquiry: A manual for investigative journal-
 ists, Jnuary 2016
 Antipolis, Sophia (September 1997), Digital Video Broadcasting
 (DVB); Implementation of Binary Phase Shift Keying (BPSK) modula-
 tion in DVB satellite transmission systems (PDF) (Report). European
 Telecommunications Standards Institute. p. 1-7. TR 101 198. Retrieved
 20 July 2014
 «Installing Consumer-Owned Antennas and Satellite Dishes» FCC.
 Retrieved 2008-11-21
 «The 1945 Proposal by Arthur C. Clarke for Geostationary Satellite
 Communications» Retrieved December 11, 2015
 Public Service Broadcasting in the Age of Globalization, Editors:
 Indrajit Banerjee, Kalinga Seneviratne. ISBN 9789814136013
 «Broadband Cable 10th Anniversary» TinyPic. Retrieved 5 May
 2013
 Stecklow, Steve (1984-07-07). «America's Favorite Dish». The Mi-
 ami Herald. Knight-Ridder News Service. p. ic
 Bazillion, Richard (2001). «Academic libraries in the digital
 revolution»Educause Quarterly. Retrieved 31 March 2014.
 Digital Technology Brief. University of Guelph. September 2006.
 Retrieved 28 March 2014
 Carter, Beth (26 April 2012). «Side by side takes digital vs. analog
 debate to the movies». Wired. Retrieved 31 March 2014.
 Kelley, Peter (13 June 2013). «Philip Howard's new book explores

digital media role in Arab Spring». University of Washington. Retrieved 30 March 2014

The media of Afghanistan the challeng of transition (March 2012)

Denis McQuail 1983, 1987, 1994, 2000, 2005, 2010

McQuail's Mass. Communication, Theory, 6th edition, Denis McQuail, 2010

<http://www.journalismfund.eu/what-investigative-journalism>

Sheila Coronel, Digging Depper from 2009

See the history of Radio on this <http://didyouknow.org/history/radio-history/>

<http://www.journalismfund.eu/what-investigative-journalism>



از این قلم منتشر شده است:

- داستان‌هایی از سرگذشت مهاجران افغان (ترجمه)
- هندباور نکردنی!

فضای آزاد رسانه‌یی بدون حرفه‌یی شدن رسانه‌گران، نمی‌تواند عامل تغییر و جهت‌دهی مثبت در جامعه باشد. امروز با کثرت رسانه‌های جمعی در کشور مواجه هستیم. این بسامد رسانه‌یی، از یک جهت به نفع جامعه‌ی رسانه‌یی است؛ اما این تکثر نیاز به پشتوانه‌ی فکری دارد. متأسفانه در پشت رسانه‌های جمعی - دولتی و غیردولتی - خرد رسانه‌یی جایگاه چندانی ندارد. بخش عمده‌ی از رسانه‌ها اهداف تجاری، تباری و سیاسی دارند. دست‌کم انتظار این است که در کنار فعالیت‌های این چنینی، به حریم آزادی بیان و ارزش‌های ژورنالیستی نیز احترام گذاشته شود.

از متن کتاب

