

مدل مطلوب راه‌اندازی سیمای دری و پشتوی برون‌مرزی

صداوسیما؛ اهداف، راهبردها، رویکردها و چالش‌ها

دکتر عبدالله بیچرانلو، محمود ترابی اقدم^۲

چکیده

افغانستان پس از سقوط طالبان با گسترش شتابان رسانه‌ها مواجه شد و رقابای منطقه‌ای و فرمانطقه‌ای ایران برای پیشبرد دیپلماسی عمومی خود و نفوذ در سپهر رسانه‌ای این کشور بحران‌زده، تلاش‌های پیدا و پنهان زیادی به عمل آوردند. در چنین شرایطی ایران نیز برای تبیین گفتمان انقلاب اسلامی، تنویر افکار عمومی و افزایش ضریب نفوذ خود در مهم‌ترین همسایه شرقی، نیازمند حضور حرفه‌ای در عرصه رسانه‌های تصویری افغانستان است که با تأسیس سیمای دری و پشتوی برون‌مرزی محقق می‌شود. از این رو مقاله پژوهشی حاضر به بررسی ضرورت‌ها، اهداف، سیاست‌ها، راهبردها و مدل مطلوب، مختصات زبانی و زمانی، رویکردها و محورهای برنامه‌سازی، چالش‌های راه‌اندازی این تلویزیون و راهکارهای اجرایی پرداخته است. برای دستیابی به مدلی کارآمد و اثربخش، از روش مصاحبه گروهی با دوازده نفر از صاحب‌نظران سیاسی، فرهنگی و رسانه‌ای حوزه افغانستان استفاده شده است. مدل ترکیبی خبری و تولیدی با اولویت برنامه‌های فرهنگی - اجتماعی، دینی، سیاسی، اقتصادی، آموزشی - بهداشتی، تاریخی، هنری، گردشگری، سرگرمی و ورزشی که حداقل به دو زبان دری و پشتو، بین ساعات شانزده تا بیست و چهار پخش شود، مناسب‌ترین الگوی احصا شده از مجموع دیدگاه‌های کارشناسان بوده است. تعامل سازنده بین نهادهای مرتبط با افغانستان و صداوسیما، رهیافتی برای غلبه بر موانع و چالش‌های مالی، نیروی انسانی و فنی تأسیس سیمای دری و پشتو خواهد بود.

کلید واژه‌ها: افغانستان، ایران، برون‌مرزی، سیمای دری و پشتو، مدل رسانه‌ای

^۱ . نویسنده مسئول: دکترای مدیریت رسانه، استادیار گروه ارتباطات اجتماعی دانشگاه تهران، تهران، ایران.

Email: bikaranlou@ut.ac.ir

^۲ . کارشناسی ارشد نویسندگی رادیو و پژوهشگر واحد پژوهش‌های کاربردی معاونت برون‌مرزی صداوسیما،

Email: Iranmtorabia@gmail.com

تهران، ایران.

مقدمه

جمهوری اسلامی افغانستان مهمترین همسایه شرقی ایران است. این کشور، حدود نه صد و شش کیلومتر مرز مشترک با سه استان ایران و مرزهای مشترکی نیز با ترکمنستان، ازبکستان، تاجیکستان، چین و پاکستان دارد (علی‌آبادی، ۱۳۸۲). منابع طبیعی فراوان افغانستان (مانند منابع آبی و مواد معدنی) و موقعیت سوق‌الجیشی آن، همواره قدرت‌های بیگانه را به طمع انداخته است تا از طریق اعمال فشارهای بیرونی و بهره‌گیری از منازعات داخلی مبتنی بر رادیکالیسم مذهبی و عصبیت قومی، در چرخه ناآرام قدرت در این کشور، نفوذ کنند. سهم‌خواهی قدرت‌های فرامنطقه‌ای مانند آمریکا، روسیه و چین و قدرت‌های منطقه‌ای و رقیب ایران مانند پاکستان، ترکیه و عربستان سعودی در افغانستان، عرصه را برای حضور سازنده و مفید ایران در این کشور تنگ کرده است.

بعد از فروپاشی طالبان در سال ۱۳۸۰ شمسی (۲۰۰۱ میلادی) در افغانستان، رسانه‌های وابسته به قدرت‌های درونی و بیرونی رشد قارچ‌گونه داشتند. رهبران اقوام مختلف رسانه‌های خصوصی متعددی تأسیس کرده‌اند تا سهم بیشتری در مناسبات حاکم بر قدرت در افغانستان داشته باشند. رقبای منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای ایران نیز، مستقیم و غیرمستقیم، برای حضور قدرتمند و گسترده در سپهر رسانه‌ای این کشور تلاش کرده‌اند که یکی از اهداف اصلی آن‌ها گسستن ارتباطات فرهنگی، سیاسی، امنیتی و اقتصادی افغانستان با ایران است.

حضور رقبای ایران در عرصه رسانه‌های دیداری افغانستان، نمود بیشتری دارد. از مهم‌ترین آن‌ها می‌توان به شبکه تلویزیونی طلوع (وابسته به آمریکا)، بی‌بی‌سی فارسی و یورونیوز فارسی اشاره کرد. این رسانه‌ها از یک سو تلاش می‌کنند که ارزش‌های فرهنگی مورد نظر خود را در افغانستان اشاعه دهند و مردم این کشور را از فرهنگ تاریخی و بومی خود جدا کنند و از سوی دیگر کوشش می‌کنند تا با جریان‌سازی رسانه‌ای، خدمات جمهوری اسلامی ایران به دولت و ملت افغانستان را کم‌رنگ و کم‌اهمیت جلوه می‌دهند؛ خدماتی

که حداقل در زمینه‌های عمرانی، بهداشتی، آموزشی، فرهنگی و همچنین از لحاظ کمک‌رسانی به پناهندگان، کم‌نظیر بوده است. این رسانه‌ها با تبلیغات وارونه در پی آن هستند که برای واگرایی جامعه افغانستان از ایران، زمینه‌سازی کنند. کشوری که در حوزه تمدنی و فرهنگی ایران قرار دارد و دارای اشتراکات تاریخی، قومی، زبانی و مذهبی کم‌نظیری با ایران است. نتایج یک نظرسنجی (روحی و همکاران، ۱۳۹۵) نشان می‌دهد که مردم افغانستان معتقدند ایران به اشتراکات بین دو کشور توجه بایسته و کافی نداشته و همین موضوع برای نفوذ فرهنگ‌های بیگانه به جامعه افغانستان فرصت‌آفرینی کرده است. بر اساس نتایج این نظرسنجی میدانی، با جامعه آماری پنجاه نفر از اقصی نقاط افغانستان، افغان‌ها تمایل دارند حضور رسانه‌ای ایران در کشورشان افزایش یابد. نتایج پژوهش ببران و پوررشیدی (۱۳۹۱) درباره دیپلماسی رسانه‌ای ایران در افغانستان نیز مؤید لزوم حضور رسانه‌های ایران در میان رسانه‌های تصویری فعال در این کشور است.

جمهوری اسلامی ایران برای حضور مؤثر در افغانستان و گسترش نفوذ ژئوپلیتیکی خود در آسیای مرکزی، شبه قاره و شرق آسیا، نیازمند پیشبرد دیپلماسی عمومی، دیپلماسی فرهنگی و همچنین دیپلماسی رسانه‌ای کارآمد است که در آن از ابزارهای رسانه‌ای و تبلیغاتی اثربخش بهره‌برداری شود. در حال حاضر، آرایش رسانه‌ای ایران در جامعه هدف افغانستان، محدود به رادیو دری، رادیو پشتو و تعامل با تعدادی از رسانه‌های این کشور است. با توجه به محیط رقابتی شدید در جامعه مخاطب، به نظر نمی‌رسد این رسانه‌ها بتوانند پاسخگوی کامل نیازهای مخاطبان باشند و دیپلماسی عمومی ایران را در این کشور همه‌جانبه پیش ببرند.

با توجه به قدرت بی‌بدیل تلویزیون در فضای پیچیده رسانه‌ای امروز، تأسیس سیمای دری و پشتو می‌تواند مکمل آرایش رسانه‌ای ایران در افغانستان باشد. ضرورت حضور پررنگ و قدرتمند جمهوری اسلامی ایران در سپهر رسانه‌ای جهان، از سیاست‌های کلان کشور است که مصداق آن در سند راهبردی «چشم‌انداز جمهوری اسلامی ایران در افق ۱۴۰۴» و در بند شصت و یک سند «سیاست‌های کلی برنامه ششم توسعه» تحت عنوان

«توسعه کمی و کیفی رسانه‌های فرامرزی با زبان‌های رایج بین‌المللی» (سیاست‌های کلی برنامه ششم توسعه، ۱۳۹۴) مشاهده می‌شود. افغانستان یکی از کشورهایی است که حضور تلویزیونی ایران در آن ضرورت دارد. سیمای دری و پشتوی برون‌مرزی می‌بایست از مدل رسانه‌ای کارآمدی برخوردار باشد که تبیین ویژگی‌های آن، موضوع این مقاله را تشکیل داده است. بر این اساس می‌توان اهداف مقاله پیش‌رو را این گونه صورت‌بندی کرد:

- تبیین اهداف و سیاست‌های راه‌اندازی سیمای دری و پشتو

- ارائه راهبرد و مدل مطلوب رسانه‌ای برای سیمای دری و پشتو

- تدوین رویکردها و محورهای برنامه‌سازی سیمای دری و پشتو

برای دستیابی به اهداف فوق، از روش پژوهشی گروه‌متمرکز (مصاحبه گروهی) و روش تحلیل کیفی هدفمند استفاده شده است. گروه متمرکز، راهبردی پژوهشی برای فهم نگرش‌ها و رفتار مخاطبان یا مصرف‌کنندگان است. ویژگی شاخص روش گروه‌متمرکز، گفت‌وگوی گروهی کنترل شده است که برای آزمودن ایده‌ها یا طرح‌های مقدماتی استفاده می‌شود (ویمر^۱ و دومینیک^۲، ۱۳۸۴: ۱۸۸). بر این اساس، دوازده نفر از صاحب‌نظران حوزه افغانستان (در امور سیاسی چهار نفر، امور فرهنگی چهار نفر و امور رسانه‌ها چهار نفر) در مصاحبه گروهی نیمه‌ساختارمند شرکت کردند. در مصاحبه نیمه‌ساختارمند، مضمون سؤال‌ها از پیش معلوم است و مصاحبه‌گر این آزادی را دارد که به ابتکار خود، مسیر مصاحبه را از مقوله‌ای به مقوله دیگر تغییر دهد و یا برای تبیین هر چه بیشتر پرسش‌ها، متناسب با مصاحبه‌شونده، از واژه‌های گوناگون بهره گیرد (رفیعی، ۱۳۸۷: ۱۴۸). برای عینیت‌بخشی بیشتر به پژوهش، نقل قول‌های مستقیم کارشناسان در داخل گیومه آورده شده است. مهم‌ترین سؤالات مصاحبه عبارت بودند از:

ضرورت‌ها، اهداف و سیاست‌های راه‌اندازی تلویزیون برون‌مرزی برای افغانستان چیست؟

^۱Wimmer

^۲Dominick

چه مدل‌های عملیاتی برای سیمای دری و پشتو برون‌مرزی می‌توان ترسیم کرد؟ با توجه به مزایا و چالش‌های مدل‌های مختلف، راهبرد و مدل مطلوب کدام است؟ مختصات مطلوب برای این تلویزیون چیست؟ (زمان و زبان پخش برنامه‌ها) رویکردها و محورهای برنامه‌سازی سیمای دری و پشتو چگونه باید باشد؟ چالش‌ها و راهکارهای مقابله با آن‌ها چیست؟

جغرافیای انسانی افغانستان

افغانستان که در مسیر جاده ابریشم قرار دارد، پیوندگاه تمدن‌های بزرگ جهان محسوب می‌شود. موقعیت مهم و حساس ژئوپلیتیکی و ژئواستراتژیک افغانستان سبب شده است، ترکیبی موزائیکی و غنی از فرهنگ‌ها و تمدن‌های بزرگی چون تمدن ایرانی، آسیای مرکزی، آسیای غربی و آسیای جنوبی در این کشور، شکل گیرد. از این رو افغانستان به لحاظ قومی، مذهبی و زبانی، جامعه‌ای بسیار متنوع محسوب می‌شود. در این کشور عامل قومیت پررنگ‌تر از مذهب است و ملیت در جایگاه سوم قرار دارد (یحیایی و کیا، ۱۳۸۸). از آن جایی که در افغانستان سازمانی رسمی برای آمارگیری وجود ندارد، آمار دقیقی نیز درباره قومیت‌ها، مذاهب و زبان‌ها در این کشور در دست نیست ولی بر اساس آمار که سازمان اطلاعات مرکزی آمریکا، سیا، در سایت اطلاعات‌نامه جهان منتشر کرده است، ۹۹٪ مردم افغانستان مسلمان هستند که حدود ۸۰ تا ۸۹٪ آن‌ها سنی، ۱۰ تا ۱۹٪ شیعه و کمتر از ۱٪ از آن‌ها نیز پیرو دیگر ادیان هستند. همچنین در افغانستان تعداد پشتون‌ها بین ۴۰ تا ۴۲ درصد، تاجیک‌ها ۳۱ تا ۳۷ درصد، هزاره‌ها ۹٫۲ تا ۱۱ درصد، ازبک‌ها ۸ تا ۹٫۲ درصد، ترکمن‌ها ۱٫۷ تا ۳ درصد، ایماق‌ها، ۰٫۱ تا ۲ درصد، بلوچ‌ها ۰٫۵ تا ۱ درصد و بقیه (پشه‌ای‌ها، نورستانی، عرب‌تبار و ...) ۱٫۴ تا ۵ درصد از جمعیت این کشور، برآورد شده است (The World Factbook of CIA, ۲۰۱۰).

^۱The World Factbook of CIA

بر اساس قانون اساسی افغانستان، زبان‌های فارسی دری و پشتو، زبان‌های رسمی دولت افغانستان هستند. این دو زبان هر دو از شاخه ایرانی خانواده زبان‌های هندواروپایی هستند. در ولایت‌هایی که اکثریت مردم آن گویشور زبان دیگری باشند، آن زبان به عنوان زبان رسمی سوم تلقی می‌شود. زبان مادری حدود نیمی از افغان‌ها لهجه‌های مختلف فارسی است و حدود چهل درصد از آن‌ها نیز به زبان پشتو سخن می‌گویند و دوزبانگی هم در این کشور بسیار رایج است. زبان مردم کشور بیش از سی و سه میلیون نفری افغانستان لزوماً با قومیت آن‌ها یکسان نیست (The World Factbook of CIA, ۲۰۱۷).

تاجیک‌ها را از نخستین بومیان ساکن در مرکز افغانستان دانسته‌اند. تاجیک‌ها بیشتر در نواحی شمالی کشور زندگی می‌کنند. برخی از تاجیک‌ها با سایر افغان‌ها درهم آمیخته‌اند و پیرامون کابل، قندهار، هرات و بلخ زندگی می‌کنند. هزاره‌ها به چند گروه تقسیم می‌شوند و اکثراً در مناطق مرکزی افغانستان زندگی می‌کنند و به دری سخن می‌گویند. پشتون‌ها (پختون‌ها یا پاتان‌ها) پرشمارترین قوم افغانستانی هستند و عمدتاً در نیمه جنوبی و شرقی این کشور زندگی می‌کنند. بیشتر زمامداران افغانستان در طول تاریخ، از پشتون‌ها بوده‌اند. گرایش‌های قومیتی در میان پشتون‌ها قوی‌تر است. ازبک‌ها نیز از اقوام اصلی و مؤثر افغانستان هستند ولی اقوام دیگر، مانند اقوام بلوچ و ترکمن، در مناسبات سیاسی و اجتماعی این کشور سهم بسیار ناچیزی دارند (بشیری، ۱۳۷۴: ۲۸۸-۲۸۷).

گویشوران زبان فارسی دری در افغانستان عمدتاً مردمان تاجیک، هزاره و چهاراویماق (چاراویماق) هستند که اغلب در مناطق غربی، شمالی و مرکزی کشور زندگی می‌کنند. لهجه‌های مختلفی از دری در افغانستان متداول است که از جمله آن‌ها می‌توان به هزارگی، هراتی، کابلی اشاره کرد (محمودزاده و مفیدی، ۱۳۹۳: ۲۰-۱۹). در دهه اخیر در افغانستان تغییر ادبیات دری به فارسی امروزی ایرانی محسوس بوده است (مصاحبه با زهره‌وند، ۱۳۹۵).

کاربرد زبان پشتو که گویشوران آن قوم پشتون هستند، در نواحی جنوبی و شرقی کشور افغانستان و قسمت غربی پاکستان متداول است. زبان پشتو بسیاری از خصوصیات اصیل

زبان‌های ایرانی را حفظ کرده است و لهجه‌های مختلفی دارد (محمودزاده و مفیدی، ۱۳۹۳: ۲۰).

نگاهی به فضای رسانه‌ای در افغانستان

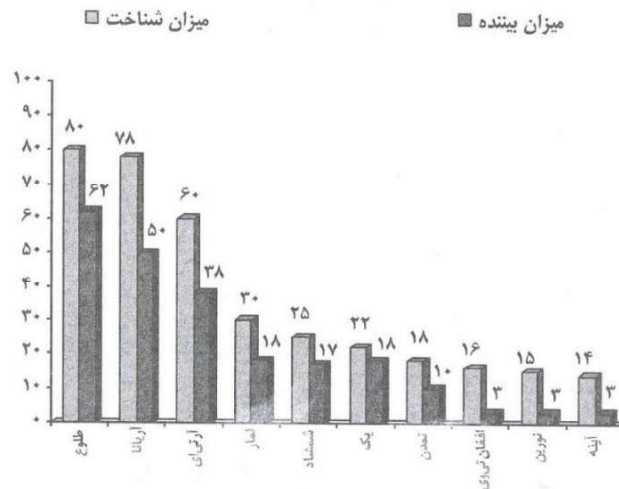
پس از فروپاشی رژیم طالبان و شکل‌گیری حکومت جدید در افغانستان، فضای تازه‌ای برای آزادی بیان و آزادی رسانه‌ها در این کشور به وجود آمد و شرایط برای تأسیس شتابان و فزاینده رسانه‌های نوشتاری، دیداری و شنیداری خصوصی فراهم شد. قانون رسانه‌های همگانی افغانستان (مصوب سال ۱۳۸۶) و قانون اساسی افغانستان نیز آزادی بیان و فعالیت آزادانه رسانه‌ها را تضمین کرده است (بابایی، ۱۳۹۵).

در چنین شرایطی برخی کشورهای فرامنطقه‌ای (مانند آمریکا، انگلیس، روسیه، چین، آلمان و فرانسه) و کشورهای منطقه‌ای (مانند هند، پاکستان، ترکیه و عربستان سعودی) مستقیم و غیرمستقیم، در شبکه‌های اطلاع‌رسانی این کشور حضور پیدا کرده‌اند. امروزه ده‌ها رسانه تصویری، در مقیاس محلی یا سراسری، در افغانستان فعالیت می‌کنند که اکثراً به بخش خصوصی تعلق دارند و قدرت‌های رقیب ایران، از طریق کمک‌های مالی و تغذیه فکری، پیوسته در صدد نفوذ در آن‌ها هستند.

از منظر مالکیتی، شبکه‌های تلویزیونی که در افغانستان فعالیت می‌کنند در دو دسته‌بندی کلی دولتی و خصوصی قرار می‌گیرند. تلویزیون دولتی افغانستان آر تی آی نام دارد. بر اساس آخرین اطلاعات موجود، حدود ۱۵۰ شبکه رادیویی و تلویزیونی خصوصی در افغانستان مجوز فعالیت دارند. برخی از این شبکه‌ها پوشش سراسری و برخی پوشش محلی دارند. از این تعداد، حدود ۱۰۰ شبکه رادیویی و ۵۰ شبکه تلویزیونی است. گرایش‌های قومی و مذهبی در این رسانه‌ها به وضوح دیده می‌شود. صاحبان این رسانه‌ها اکثراً تجار، سیاست‌مداران و نظامیان هستند که گرایش‌های حزبی در آنها مشهود است. بعضی از این رسانه‌ها و صاحبان آن‌ها تحت حمایت‌های آشکار و پنهان افراد، مؤسسات و سفارتخانه‌های کشورهای خارجی هستند و از سوی آنها تأمین مالی و هدایت فکری

می‌شوند اما در ظاهر خود را متعلق به مردم افغانستان عنوان می‌کنند. علاوه بر رسانه‌هایی که متمایل به کشورهای خارجی هستند، حدود ۲۰ الی ۳۰ درصد رسانه‌های خصوصی نیز از سوی مردم عادی راه اندازی و اداره می‌شود (گزارش دفتر برون‌مرزی صداوسیما در کابل، ۱۳۹۴).

نمودار شماره ۱، ده شبکه مشهور و مورد علاقه مردم افغانستان را بر اساس میزان مخاطبان شبکه‌ها در یک روز عادی، به ترتیب نشان می‌دهد و نمودار شماره ۲، علاقه‌مندی مردم افغانستان به برنامه‌های مختلف را نشان می‌دهد (محمودزاده و مفیدی، ۱۳۹۳).



(نمودار شماره ۱: شبکه‌های مشهور و مورد علاقه مردم افغانستان)

(نمودار شماره ۲: انواع برنامه‌های مورد علاقه مردم افغانستان)

با بررسی اجمالی برنامه‌های شبکه‌های مطرح در افغانستان، می‌توان به نکات مشترکی در کنداکتور آن‌ها پی برد که عبارتند از:

ترکیبی بودن کنداکتور: اکثر شبکه‌های تلویزیونی مطرح در فضای رسانه‌ای افغانستان، کنداکتور متنوعی دارند و برنامه‌هایی با محتواهای مختلف و در قالب‌های متنوع تهیه و پخش می‌کنند.

دو یا چندزبانه بودن: اکثر شبکه‌های تلویزیونی مطرح افغانستان در کنار زبان دری، برنامه‌هایی به زبان پشتو و بعضاً ازبکی دارند. حتی شبکه‌ای مانند آینه که مخاطبش ازبک‌ها هستند، در کنار ازبکی به زبان دری نیز برنامه دارد.

تکرار پخش برخی از برنامه‌ها: تلویزیون‌های فعال در افغانستان از تمهید تکرار پخش برنامه‌های محبوب در ساعات مختلف شبانه روز، بهره می‌گیرند. تکرار پخش برنامه‌ها موجب صرفه‌جویی مالی رسانه و ارتقای کیفیت برنامه‌های آن می‌شود.

مروری بر مناسبات ایران و افغانستان

پس از جدایی کامل و رسمی افغانستان از ایران، در چارچوب عهدنامه پاریس (در سال ۱۸۵۷م) (Dean and others, 2004: 364) و بعدها استقلال آن از انگلیس (در سال ۱۹۱۹م) (Adamec, 2012: 6)، ایران از اولین کشورهایی بود که افغانستان مستقل را به رسمیت شناخت. نخستین معاهده دوستی بین این دو کشور نیز در سال ۱۳۰۰ ش منعقد گردید (بهرامی، ۱۳۸۹: ۵۲) و روابط دو دولت حالت رسمی به خود گرفت؛ البته پیش از برقراری مناسبات بین دولت‌ها، روابط و مناسبات مردم افغانستان با ایرانی‌ها برقرار بود. این مناسبات تا پیش از اشغال نظامی افغانستان از سوی نیروهای اتحاد جماهیر شوروی، بیشتر جنبه اقتصادی داشت. مهاجرت‌های پراکنده و فصلی افغانستانی‌ها به ایران غالباً برای کار و معیشت اقتصادی بود اما در پی پیروزی انقلاب اسلامی در ایران و بویژه پس از اشغال افغانستان از سوی نیروهای شوروی، مهاجرت از افغانستان به ایران جنبه سیاسی نیز به خود گرفت (صادقی، ۱۳۸۶: ۷).

سیاست خارجی ایران در افغانستان، گاه اهداف حداکثری و گاه اهداف حداقلی را دنبال کرده و از این لحاظ همواره در نوسان بوده است. برای دستیابی به این اهداف، چرخش‌هایی نیز در سیاست خارجی ایران وجود داشته است. دستگاه تصمیم‌گیری خارجی ایران به طور کلی چهار نگرش مختلف به افغانستان و مسائل آن داشته است: نگرش «ژئوپلیتیکی»، «سیاست سرزمینی- فرهنگی» و همچنین نگرش «ژئواستراتژیک» و «ژئواکونومیک». این نگرش‌ها خطی و دیالکتیکی نبوده‌اند بلکه شکلی ترکیبی داشته‌اند، یعنی زمانی یک نگرش و گاهی نگرشی دیگر و در بعضی مواقع هر چهار نگرش، سیاست خارجی ایران در قبال افغانستان را شکل داده است (شفیعی، ۱۳۸۳: ۸۳۶-۸۳۵).

در شرایط کنونی، مناسبات حاکم بر دو کشور، ابعاد مختلف فرهنگی، دینی، سیاسی، امنیتی و اقتصادی دارد اما فعالیت‌های گسترده رسانه‌ای و غیررسانه‌ای رقبای ایران، با تمرکز بر گسستن پیوندهای دو کشور همسایه، عرصه را برای فعالیت‌های همه‌جانبه ایران محدود

کرده است. در چنین شرایطی بسترسازی برای این که جامعه افغانستان از دیدگاه‌ها و ظرفیت‌های طرف ایرانی شناختی بی‌واسطه داشته باشد، ضروری می‌نماید.

ضرورت‌ها، اهداف و سیاست‌های راه‌اندازی سیمای دری و پشتو

- تقویت و تعمیق اشتراکات

اشتراکات فراوان ایران و افغانستان در زمینه‌های تاریخی، فرهنگی، دینی، هنری، ادبی و زبانی، مزیت نسبی این کشور در برابر رقبا است. «مرکز ثقل برنامه‌های سیمای دری و پشتو باید برجسته کردن اشتراکات دو کشور» باشد که از آن می‌توان به عنوان «مأموریت اصلی» و «هدف اصلی» این شبکه یاد کرد. قوام‌بخشی به اشتراکات و تحکیم علقه‌های عاطفی موجب تحکیم بنیان‌های فکری، زبانی و رفتاری مشترک دو ملت می‌شود و عرصه را برای حضور و نفوذ فرهنگ‌های غیربومی و بیگانه تنگ می‌کند. بنابراین از بعد ایجابی، موجب همگرایی ایران و افغانستان و از بعد سلبی، موجب واگرایی افغانستان از رقبای ایران خواهد شد.

- زمینه‌سازی برای افزایش تعاملات و همکاری‌ها

تلویزیون برون‌مرزی برای افغانستان می‌تواند با کسب جایگاهی درخور در سپهر رنگارنگ رسانه‌های افغانستان، «بسترساز ارتقای تعاملات دوسویه باشد تا از مزیت همسایگی جغرافیایی و همسویی گفتمانی- فرهنگی دو ملت» حداکثر بهره‌مندی در امور فرهنگی، سیاسی، امنیتی، اقتصادی، تجاری و انرژی حاصل آید.

- شناساندن اسلام اصیل از پنجره فرهنگ و تمدن ایران اسلامی

اسلام دین رسمی افغانستان است ولی «کمبود دانش و بصیرت دینی موجب تقویت عصبیت مذهبی و فرقه‌ای در این کشور» شده است. سیمای دری و پشتو با برنامه‌های مختلف دینی و فرهنگی می‌تواند مستقیم و غیرمستقیم اسلام رحمانی را به مخاطبان غرق در قرائت‌های متحجرانه، ناقص و بعضاً نادرست از دین، بشناساند و بدین ترتیب با

تصحیح و تکمیل خوانش آن‌ها از اسلام، خودآگاهی دینی مخاطب افغانستانی را افزایش دهد و مفاهیم آن‌ها با ایران را تقویت کند.

- تقویت همگرایی و انسجام میان اقوام و مذاهب مختلف افغانستان

هر یک از قومیت‌ها و مذاهب افغانستان، مختصات و ویژگی‌های خاص خود را دارند. تجربه جمهوری اسلامی ایران در روابط با جمهوری اسلامی افغانستان نشان می‌دهد که بهتر است برای پیشبرد مصالح اسلامی و منافع ملی، با تمام اقوام و مذاهب افغانستان، بویژه تاجیک‌ها، هزاره‌ها، پشتون‌ها و ازبک‌ها، «تعامل سازنده متناسب با وزنشان» برقرار کند. کاهش تنش‌ها و برقراری ثبات در افغانستان به «یکدستی و انسجام درونی» در این کشور نیاز دارد که این امر با تعدیل و در نهایت حذف فرقه‌گرایی امکان‌پذیر است. «از بین رفتن نگاه فرقه‌ای و قومیتی» در این جامعه، زمینه‌های بومی و اجتماعی برای نفوذ قدرت‌های بیگانه را محدودتر و «لایه امنیتی شرق ایران» را مستحکم‌تر می‌کند.

سیمای دری و پشتوی برون‌مرزی در برنامه‌های مختلف باید ناکارآمدی علائق ایلی و عشیره‌ای در مقایسه با «مصالح دینی و منافع ملی» را تبیین کند و ابعاد آشکار و پنهان بهره‌برداری و سوءاستفاده قدرت‌های بیگانه از این گونه شکاف‌های درونی را تشریح نماید. سیمای دری می‌تواند با انگاره‌سازی درباره اهمیت و ضرورت وحدت اسلامی و اولویت دادن به منافع ملی، علاوه بر کمرنگ کردن تعصب قومیتی، «روحیه سلطه‌ستیزی و استقلال‌طلبی» را نیز در جامعه مخاطب تقویت کند.

- تبیین و انعکاس بی‌واسطه مواضع جمهوری اسلامی ایران

سیمای دری می‌تواند نقش روشنگرانه‌ای ایفا کند و مردم و دولتمردان افغانستان به جای آن که از رسانه‌های تصویری رقبا، به صورت تحریف‌شده، از مواضع ایران آگاه شوند، از این رسانه آن را رصد و پیگیری کنند. به عبارتی دیگر، سیمای دری با واکاوی و تشریح «مواضع و دیدگاه‌های راستین جمهوری اسلامی ایران درباره تحولات داخلی، منطقه‌ای و

غیرمنطقه‌ای» می‌تواند با سطوح مختلف مخاطبان افغانستانی به طور مستقیم ارتباط برقرار کند.

- تبیین خدمات مختلف ایران به افغانستان

ایران در حدود چهار دهه اخیر، حمایت‌های مالی و غیرمالی زیادی از افغانستان به عمل آورده است که متأسفانه رسانه‌ها کمتر به آن پرداخته‌اند و سطوح و لایه‌های مختلف جامعه افغانستان، از این خدمات آگاهی کمی دارند. از این رو سیمای دری و پشتوی می‌تواند با «تبیین حمایت‌ها و خدمات مختلف ایران به برقراری صلح، امنیت و آرامش در افغانستان و توسعه و پیشرفت آن»، خلاء مذکور را پر کند. این خدمات در زمینه‌های مختلف عمرانی، کشاورزی، امنیتی، گمرکی، علمی، فرهنگی، پزشکی، بهداشتی و ارائه خدمات به پناهندگان و آوارگان افغانستانی، قابل تأمل است.

- پرداختن به مسئله مهاجرت و مهاجران افغانستانی در ایران

تعداد مهاجران افغانستانی در ایران حدود سه میلیون نفر تخمین زده می‌شود (IOM, ۲۰۱۴). البته «با احتساب موارد ثبت نشده، آمار مهاجران و پناهندگان قانونی و غیرقانونی افغانستانی در ایران بیشتر از رقم مذکور است». یکی از انتقادهای جامعه افغانستان از ایران، اوضاع زندگی مهاجران و پناهندگان این کشور در ایران و نحوه تعامل حکومت و جامعه ایرانی با آن‌ها است. ریشه این انتقادهای، نبود روشنگری کافی درباره خدمات گسترده ایران به مهاجران و پناهندگان افغانستانی، سوءاستفاده رسانه‌های معاند از کاستی‌ها و کم‌توجهی‌های موردی به شرایط آوارگان و مهاجران و همچنین در نظر نگرفتن ظرفیت‌های ایران است. سیمای دری و پشتوی برون‌مرزی می‌تواند با تشریح خدمات مختلف ایران در زمینه‌های مختلف آموزشی، بهداشتی، فرهنگی، امنیتی، اسکان، اشتغال و ... به مخاطبان افغانستانی، در این زمینه آگاهی‌بخش باشد. همچنین این تلویزیون می‌تواند «پل ارتباطی مهاجران و پناهندگان افغانستانی» ساکن در ایران با خویشاوندان آن‌ها و جامعه مبدأ باشد.

- تبیین خدمات افغانستانی‌ها به ایران

در کنار خدمات شایانی که ایران به افغانستان کرده است، افغانستانی‌ها نیز خدماتی برای ایران انجام داده‌اند که از جمله آن‌ها می‌توان به «نقش مؤثر افغان‌های حاضر در جنگ تحمیلی عراق علیه ایران (گردان ابوذر)، نقش نیروهای افغانستانی به عنوان نیروهای کارآمد و مفید در پروژه‌های بازسازی و سازندگی ایران، حضور افغان‌ها در جمع رزمندگان مدافعان حرم و ... اشاره کرد». رسانه‌های ایرانی نیز کمتر به این موارد پرداخته‌اند. ناآگاهی از خدمات در ایران و یا تبلیغات سوء درباره آن، گاه موجب سردی روابط دو کشور شده است. اگر سیمای دری و پشتو به این موارد بپردازد، موجب «تقویت روابط و رفع تصورات نامطلوب» می‌شود. تبیین این خدمات در شکل‌گیری عواطف و کنش‌های همسو در جامعه مخاطب، مفید خواهد بود.

- پرداخت هوشمندانه به معضلات اجتماعی گریبان‌گیر جامعه افغانستان

سیمای دری و پشتو می‌تواند به عنوان رسانه حامی جریان عدالت‌خواه در افغانستان، هوشمندانه به بررسی معضلات گوناگون در این کشور، از جمله بی‌قانونی، پایمال شدن حقوق شهروندان، بویژه زنان و کودکان، قاچاق مواد مخدر و نقش بیگانگان در آن، تهاجم فرهنگی رسانه‌های بیگانه، ناکارآمدی و فساد در برخی از بخش‌های اداری و ... بپردازد و در این موارد، مواضع ایران مانند «حمایت از حاکمیت ملی و تصویب قانون اساسی افغانستان» را بی‌واسطه بیان کند.

- افشاگری درباره ابعاد مختلف تحرکات نظام سلطه در افغانستان

قدرت‌های بزرگ به شکل سنتی همواره در تحولات ساختار قدرت در افغانستان دخالت داشته‌اند. در فضای مغشوش رسانه‌های افغانستان، جای خالی سیمای دری و پشتو برون‌مرزی که بتواند «منافع و مطامع و اهداف انحصارگرایانه قدرت‌های بزرگ» را به شکل هوشمندانه واکاوی و روشن‌گری کند، محسوس است. این تلویزیون می‌تواند به موازات دستگاه دیپلماسی، در راستای ترویج موازین راستین سیاست خارجی جمهوری

اسلامی ایران، از جمله استکبارستیزی، استثمارستیزی، عدالت‌خواهی، صلح‌خواهی و... نقش تعیین‌کننده‌ای ایفا کند و با دیپلماسی رسانه‌ای فعال و هوشمند کنشگران مختلف جامعه افغانستان را از مطامح بیگانگان در این کشور آگاه سازد.

– نقد سازنده تفکر تکفیری و جلوگیری از نفوذ آن به ایران

با جریان‌های تکفیری می‌بایست در دو بعد «فرهنگی-گفتمانی» و «نظامی-امنیتی» مقابله کرد و بهترین حالت این است که «با سرمایه‌گذاری در بعد «فرهنگی-گفتمانی»، هزینه‌های بعد نظامی-امنیتی را کاهش داد». در بعد «فرهنگی-گفتمانی»، رسانه مهمترین ابزار است. حضور تاریخی تفکرهای تکفیری-تروریستی در افغانستان، بنا به شرایط داخلی این کشور و همچنین بر حسب معادلات منطقه‌ای و جهانی، در قالب‌های مختلفی مانند القاعده، طالبان و داعش، نمود پیدا کرده است. برنامه‌های سیمای دری و پشتو با نقد سازنده بنیان‌های فکری و اهداف غیربشردوستانه گروه‌های تکفیری، بویژه داعش و همچنین با افشاگری درباره عملیات تروریستی آن‌ها و تبیین منافع حامیان منطقه‌ای و جهانی این گروه، موجب تضعیف تفکر تکفیری در افغانستان می‌شود و بدین وسیله به «استقرار صلح و امنیت در کشور هم‌مرز و استمرار امنیت پایدار ایران» کمک می‌کند. این موضوع از آن جا اهمیت مضاعف می‌یابد که «استان‌های شرقی ایران، بویژه استان سیستان و بلوچستان در جنوب شرقی، به لحاظ فرهنگی، موقعیت جغرافیایی و پیشینه تاریخی، اشتراکات فراوانی با افغانستان دارند». از این رو هرگونه خلاء در این منطقه، می‌تواند بستر ساز بروز تمایلات جدایی‌طلبانه در استان‌های هم‌جوار با افغانستان شود.

– موازنه رسانه‌ای تبلیغاتی با رقبای منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای

یک رسانه قدرتمند می‌تواند کسری موازنه ایران با رقبای منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای خود در سپهر رسانه‌ای افغانستان را جبران کند. سیمای دری و پشتو می‌تواند با تبیین ابعاد مختلف حضور رقبای ایران در افغانستان، مخاطبان را از اهداف و منافع این دولت‌ها آگاه کند. این رسانه همچنین می‌تواند از طریق تأکید بر علائق و تجانس‌های مردم افغانستان با ایرانی‌ها

و از طریق استحکام و قوام‌بخشی به پیوندهای دو ملت، ضریب همگرایی بین آنها را ارتقاء بخشد.

«مزیت نسبی رقبای ایران در این است که زودتر وارد این عرصه شده‌اند اما مزیت نسبی ایران آن است که برخلاف آمریکا و دیگر کشورها، حضور رسانه‌ای ایران در افغانستان ایجابی است». رقبای مذکور با نفی ارزش‌های دینی و اشتراکات فرهنگی و تاریخی افغانستان و ایران، در پی نفوذ در این کشور هستند. اگر ایران سیاست‌های رسانه‌ای خود در افغانستان را بر پایه اشتراکات دیرینه دو کشور استوار کند، از بعد ایجابی می‌تواند در آوردگاه رسانه‌ای افغانستان، گوی سبقت را از رقا برآید.

همسویی مخاطبان با ارزش‌ها و تفکر یک رسانه، در واقع فرصتی برای آن رسانه به شمار می‌رود زیرا کارایی و اثربخشی آن را افزایش می‌دهد. مردم جنگ‌زده افغانستان که سال‌هاست از دخالت‌های مستقیم و غیرمستقیم نیروهای غاصب در رنج بوده‌اند، با سیمای دری و پشتو که تقویت و تعمیق اشتراکات، استکبارستیزی و صلح‌جویی را در سرلوحه کار خود قرار می‌دهد، همذات‌پنداری می‌کنند و آن را در سبد رسانه‌ای رنگارنگ خود قرار خواهند داد.

بر این اساس چشم‌اندازی که می‌توان برای این تلویزیون ترسیم کرد، آن است که به «معتبرترین رسانه جریان‌ساز در افغانستان» تبدیل می‌شود و بر اساس منافع دو کشور فعالیت می‌کند.

راهبرد و مدل مطلوب رسانه‌ای سیمای دری و پشتو

راهبرد راهی است که ما را به هدف می‌رساند، مأموریت را محقق می‌سازد و به چشم‌انداز معنی می‌بخشد. برنامه‌ای است که مسیر رسیدن به اهداف اساسی را مشخص می‌کند (حسن‌بیگی، ۱۳۹۰: ۴۸). لغت‌نامه مریام-وبستر^۱ راهبرد را نقشه، برنامه یا روشی دقیق،

^۱Merriam-Webster

بویژه برای دستیابی به یک هدف، توصیف می‌کند. در واقع راهبرد، ساختار و شیوه عملیاتی شدن اهداف را تعیین می‌کند. بر اساس اهداف مذکور، از تحلیل مصاحبه گروهی (گروه‌کانونی) چهار راهبرد به عنوان مدل عملیاتی برای تلویزیون دری، حاصل شد. این چهار مدل بر اساس ظرفیت‌ها و تجارب برون‌مرزی صداوسیما طراحی شده‌اند.

۱) سیمای دری و پشتو بر اساس مدل ترکیبی همچون مدل هیسپان‌تی‌وی

این مدل، ترکیبی از برنامه‌های مختلف سیاسی، فرهنگی، دینی، سرگرمی و... است. این برنامه‌ها در قالب‌های متنوع مانند خبر، مستند، فیلم، گزارش، برنامه‌های میزگردی و... به روی آنتن می‌روند.

۲) سیمای دری و پشتو با رویکرد خبری همچون پرس‌تی‌وی

تحولات جامعه بحرانی افغانستان در بخش کوچکی از اخبار خبرگزاری‌های ایران بازتاب دارد. از این رو به کانال تلویزیونی مستقلی نیاز است که با پی‌گیری مستمر حوادث داخلی افغانستان، برای انعکاس آن و بر اساس استراتژی‌های سیاست خارجی ایران در افغانستان، برنامه‌سازی کند.

۳) سیمای دری و پشتو به عنوان شبکه‌ای متشکل از سه کانال متنوع

از آن جایی که مخاطبان فیلم و سریال، با مخاطبان خبر و برنامه‌های فرهنگی، دینی و اعتقادی متفاوت هستند، نحوه تعامل با هر دسته از این مخاطبان نیز متفاوت است. از این منظر، سه کانال مذکور مأموریت‌ها و رویکردهای متفاوتی خواهند داشت.

۴) تبدیل رادیو دری و پشتوی برون‌مرزی به رادیو و تلویزیون دری و پشتو

در این مدل، از ظرفیت‌های رادیو دری برون‌مرزی صداوسیما در مشهد و رادیو پشتو در تهران که سابقه طولانی فعالیت دارد، بهره گرفته خواهد شد.

در جدول شماره ۱ مزایا، معایب و چالش‌های پیش‌روی مدل‌های مفروض برای سیمای دری، به طور خلاصه ارائه شده است.

جدول ۱- مزایا و چالش‌های مدل‌های مفروض برای سیمای دری و پشتو

چالش (های) مهم	مزایای مهم	نوع الگو
با توجه به ساختار جامع، کارآمد و اثربخش آن، نیاز به مشارکت نهادهای مختلف کشور دارد.	ترکیبی بودن این مدل و پوشش نیازهای متنوع سطوح و لایه‌های مختلف جامعه مخاطب، پوشش مباحث مختلف، بهره‌گیری از قالب‌های متنوع، منعطف و اقتضاگرا، علاقه‌مندی جامعه مخاطب به این مدل، توانایی رقابت با رقبای رسانه‌ای	هیسپان تی وی
تک بعدی بودن و عدم پاسخگویی به نیازهای متنوع جامعه مخاطب، نپرداختن به مسائل فرهنگی، دینی، اقتصادی و آموزشی - بهداشتی	پرداخت سریع و به موقع به تحولات و حوادث کشور بحران زده افغانستان	پرس تی وی
پرهزینه بودن، ضرورت وجود امکانات بسیار، نبود ضرورت جدی برای تفکیک موضوعی کانال‌ها، با توجه به کنداکتور شبکه‌های مطرح در افغانستان و ذائقه رسانه‌ای مردم آن	گونه‌بندی دقیق مخاطبان و ساخت برنامه‌های منسجم‌تر و هدفمندتر	متشکل از سه کانال

<p>تفاوت ماهوی و کارکردی رسانه رادیو با رسانه تلویزیون، لزوم تأسیس سیمای دری و پشتو در تهران، احتمال انتقال چالش‌های رادیوهای دری و پشتو به سیمای دری و پشتو، ضرورت استقلال هویت و ساختار سیمای دری و پشتو، نبود زیرساخت کافی در مرکز خراسان رضوی برای تحقق این هدف، وجود رادیو پشتو در تهران و دشواری ارتباط ساختاری آن با رادیو دری مشهد</p>	<p>هم‌افزایی و کاهش هزینه‌های ساختاری و مالی</p>	<p>تبدیل رادیو دری به رادیو و تلویزیون دری و پشتو</p>
--	--	---

با توجه به موارد مندرج در جدول شماره ۱، به دلیل تجمیع مزایای الگوها در مدل ترکیبی، به نظر می‌رسد مدل شبکه هیسپان‌تی‌وی برای سیمای دری و پشتو مطلوب باشد زیرا اغلب اهداف تعیین‌شده برای شبکه تلویزیونی ویژه حوزه افغانستان را پوشش می‌دهد. این مدل رسانه‌ای، تقویت اشتراکات در برنامه‌های فرهنگی، تاریخی و اجتماعی، پوشش حوادث در برنامه‌های خبری، تبیین تحولات جاری در برنامه‌های سیاسی، بسترسازی برای افزایش تعاملات تجاری در برنامه‌های اقتصادی و ایجاد فضای مفرح برای مخاطبان در برنامه‌های سرگرمی را همزمان در بر می‌گیرد و سطوح و لایه‌های مختلف اجتماعی و سیاسی جامعه افغانستان را جذب می‌کند.

ویژگی‌های سیمای دری و پشتو

الف) محدوده زمانی پخش

بر اساس دیدگاه‌های کارشناسان درباره ساعات و زمان به اصطلاح طلایی^۱ پخش سیمای دری، باید به سه نکته توجه کرد: «تمام برنامه‌های ضروری را پوشش دهد. متناسب با ساعات حضور اکثر افغانستانی‌ها در خانه پخش شود و امکان استفاده از برق برای مخاطبان وجود داشته باشد».

بر این اساس، برای فاز اول سیمای دری بیست و چهار ساعت پخش پیشنهاد می‌شود که به جز بخش‌های خبری، برنامه‌های تولیدی آن، هر هشت ساعت تکرار شوند. بر اساس دیدگاه‌های کارشناسان، مخاطب‌شناسی حوزه هدف، «مناسب‌ترین ساعات پخش برنامه‌ها از شانزده عصر تا بیست و چهار شب» می‌باشد و بهتر است برنامه‌ها در سایر ساعات شبانه‌روز تکرار شوند.

ب) زبان سیمای دری و پشتو

با توجه به تنوع زبانی و قومی در افغانستان و لزوم توجه به تمام اقوام این کشور، زبان سیمای دری و پشتو باید «ترکیبی» باشد. بنابراین می‌بایست «دست‌کم از دو زبان اصلی در افغانستان، یعنی دری و پشتو» استفاده شود. پیشنهاد می‌شود زبان اصلی برنامه‌های سیمای افغانستان دری باشد و برنامه‌ها به زبان پشتو نیز دوبله و یا زیرنویس شوند؛ البته مناسب است تمام برنامه‌ها به زبان پشتو نیز دوبله و پخش شوند زیرا با توجه به «سطح پایین سواد عمومی در افغانستان، امکان ارتباط‌گیری مخاطبان با برنامه‌ها از طریق زیرنویس کمتر است». در مورد برنامه‌های خاص، بویژه برنامه‌های اقتصادی، می‌توان زبان ازبکی را نیز افزود. در برنامه‌هایی مانند فیلم و سریال و گزارش‌های ورزشی که زبانی محاوره‌ای دارند، زبان فارسی نیز می‌تواند به کار رود.

^۱prime time

ج) عنوان مناسب برای سیمای دری و پشتو

عنوانی که برای سیمای دری و پشتو انتخاب می‌شود، حداقل باید چهار ویژگی داشته باشد: «فراگیر باشد» و به قومیت خاصی اشاره نکند، «استعاره تاریخی خراسان» و «مفهوم ام‌القرایی» را به صورت تلویحی در بر داشته باشد، بازتاب‌دهنده اهداف و رویکردهای سیمای دری و پشتو باشد، واژه‌ای فارسی، فراگیر و مقبول برای تمام اقوام افغانستان باشد. برای انتخاب نام شبکه با در نظر گرفتن معیارهای فوق می‌توان به طرق مختلف، نظر مخاطبان افغانستانی را نیز اخذ و بررسی کرد.

رویکردها و محورهای برنامه‌سازی در سیمای دری و پشتو

بر اساس اهداف سیمای دری و پشتو، رویکردها و محورهای برنامه‌سازی در آن، بر حسب اولویت، این‌گونه پیشنهاد می‌شود: فرهنگی - اجتماعی، دینی، سیاسی، اقتصادی، آموزشی - بهداشتی، تاریخی، هنری، گردشگری، سرگرمی و ورزشی. این برنامه‌ها، همچون برنامه‌های شبکه همسپانی‌وی برون‌مرزی، در قالب‌های متنوع خبر، میزگرد، گفت‌وگو، گزارش، مستند، فیلم و سریال خواهد بود.

برنامه‌های فرهنگی - اجتماعی: مأموریت اصلی سیمای دری و پشتو، عمق بخشی به اشتراکات فرهنگی دو کشور است. از این رو برنامه‌های فرهنگی جایگاه ویژه‌ای در کنداکتور این سیما دارند. مرکز ثقل برنامه‌های سیمای دری و پشتو باید حفظ، تقویت و فراگیر کردن شاخص‌های فرهنگ اسلامی - ایرانی در حوزه مخاطبان باشد. در این مسیر باید به ایستارها و باورهای ملی، شکل‌بندی‌های اجتماعی، استعاره‌های فرهنگی، سیر تاریخی و هویت بومی آن‌ها نیز توجه و تلاش شود قرائتی مشترک و فراگیر از فرهنگ بومی دو کشور در این تلویزیون طرح گردد تا علائق دو سویه تقویت شود.

سیمای دری و پشتو در برنامه‌های اجتماعی به معضلات و بزه‌های اجتماعی افغانستان مانند خشونت علیه زنان و دختران، بیماری‌های روانی، اعتیاد، دزدی، درگیری خیابانی و مواردی از این قبیل خواهد پرداخت.

برنامه‌های دینی: هدف اصلی برنامه‌های دینی، نقد سازنده قرائت‌های غلط و متحجرانه از اسلام و افزایش خودآگاهی دینی مخاطبان است. پیشنهاد می‌شود در برنامه‌های دینی سیمای دری و پشتو به تلاوت و تفسیر قرآن، بررسی تاریخ تحولات جهان اسلام و ارزیابی تطبیقی اندیشه و رفتار گروه‌های تکفیری با قرآن و سیره نبوی، اولویت داده شود. **برنامه‌های سیاسی:** برنامه‌های سیاسی سیمای دری و پشتو می‌بایست تحولات ایران، افغانستان و سایر کشورهای منطقه و جهان را به صورت حرفه‌ای تبیین کنند، دیدگاه‌ها و اهداف دول، جریان‌ها و گروه‌های مختلف را تشریح نمایند و موجب «هم‌نوایی سیاسی دو کشور در عرصه منطقه‌ای و بین‌المللی» شوند. از جمله موضوعات پیشنهادی برای برنامه‌های سیاسی می‌توان به «تبیین پیامدهای سیاسی و امنیتی اشغال افغانستان، تشریح عملکرد پانزده ساله آیساف^۱، نقش بیگانگان در افزایش کشت و برداشت مواد مخدر، دفن زباله‌های هسته‌ای و کاربرد گلوله‌های اورانیومی از سوی کشورهای غربی در افغانستان که نتیجه آن تولد کودکان موسوم به هیولایی است»، اشاره کرد.

برنامه‌های اقتصادی: رویکرد این برنامه‌ها افزایش مبادلات تجاری بین دو کشور خواهد بود. با توجه به ظرفیت‌های بازرگانی ایران و افغانستان، برنامه‌های اقتصادی این شبکه می‌تواند پل ارتباطی بازرگانان، بنگاه‌های اقتصادی و مسئولان اقتصادی دو کشور و همچنین مشتریان کالاها با یکدیگر خواهد بود. از جمله موضوعات پیشنهادی برای برنامه‌های اقتصادی سیمای دری و پشتو می‌توان به تبیین ظرفیت‌های شرکت‌های مهندسی ایران در بازسازی افغانستان، ظرفیت‌های بنادری مانند چابهار برای بازرگانان افغانستانی،

^۱International Security Assistance Force (ISAF)

تبیین اهمیت پروژه‌های منطقه‌ای مانند خط لوله صلح و دالان شمال- جنوب، تبلیغ کالاهای ایرانی در افغانستان، تشریح اقتصاد مقاومتی و ... اشاره کرد.

برنامه‌های آموزشی بهداشتی: با توجه به سطح نازل سواد عمومی مردم افغانستان، برنامه‌های آموزشی مبتنی بر مباحث علمی و فلسفی پیچیده نمی‌تواند مخاطبان افغانستانی را به سیمای دری و پشتو جذب کند. لازم است تمرکز برنامه‌سازی این رسانه بر برنامه‌های فرهنگی باشد. در همین چارچوب نیز می‌توان برنامه‌های آموزشی در زمینه‌هایی مانند مسائل بهداشتی و پزشکی، حقوق شهروندی، کمک‌های اولیه، استفاده از لوازم الکترونیکی و آشپزی (با محوریت سفره ایرانی) تهیه و پخش کرد.

با توجه به «سطح نازل خدمات بهداشتی- درمانی و پزشکی در افغانستان»، ارتقاء آگاهی عمومی درباره این قبیل مسائل، در برنامه‌های آموزشی، جایگاه ویژه‌ای دارد. از آن جایی که ایران در امور پزشکی و درمانی قطب منطقه محسوب می‌شود، بررسی انواع بیماری‌های شایع در جامعه افغانستان و آموزش درمان آن‌ها در قالب برنامه‌هایی با حضور پزشکان و متخصصان مجرب ایرانی، یکی از وجوه ممیزه سیمای دری و پشتو با رقبای خود خواهد بود.

علاوه بر برنامه‌های فرهنگی، دینی، اقتصادی، سیاسی و آموزشی- بهداشتی که بدنه اصلی برنامه‌های سیمای دری را تشکیل می‌دهند، می‌باید برنامه‌هایی نیز با مضامین تاریخی، هنری، گردشگری، سرگرمی و ورزشی در کنداکتور پخش، لحاظ شوند.

چالش‌ها و محدودیت‌های تأسیس سیمای دری و پشتو و راهکارهای برون‌رفت از آنها

چالش‌های راه‌اندازی سیمای دری و پشتو در دو گروه برون‌سازمانی و درون‌سازمانی دسته‌بندی می‌شوند.

عمده چالش‌های برون‌سازمانی عبارتند از: کارشکنی‌های احتمالی برخی از دولتمردان افغانستان و کافی نبودن همکاری نهادهای فراسازمانی.

«رویکرد احتمالاً منفی برخی از دولتمردان افغانستان به راه‌اندازی سیمای دری و پشتو عمدتاً به دلیل نفوذ عوامل آمریکایی در سطوح مختلف مدیریت در این کشور است» ولی با اتخاذ رویکرد فرهنگی و تولید و پخش برنامه‌های مختلف ترکیبی در قالب‌های متنوع، مودت و حسن‌ظن جمهوری اسلامی ایران به ملت و دولت افغانستان و همچنین «احترام ایران به استقلال این کشور و حمایت تهران از توسعه و شکوفایی افغانستان» منتقل خواهد شد. با چنین رویکردی حساسیت‌ها و سوءظن‌های آن‌ها به مرور زمان برطرف می‌شود. مشکلات، موانع و چالش‌های درون‌سازمانی راه‌اندازی سیمای دری و پشتو در سه زمینه منابع مالی، نیروی انسانی و کادر حرفه‌ای و تجهیزات فنی - حرفه‌ای، بویژه محدودیت‌های پخش زمینی و ماهواره‌ای قابل بررسی است.

برای تأمین پایدار منابع مالی سیمای دری و پشتو علاوه بر تخصیص بودجه کافی برای راه‌اندازی و تثبیت فعالیت آن، باید راهکاری اندیشیده شود که این تلویزیون بتواند با استفاده از درآمدهای خود، هزینه‌های شبکه را مدیریت کند. در این میان برنامه‌های اقتصادی سیمای دری و پشتو می‌توانند از طریق بسترسازی برای افزایش تعاملات تجاری و بازرگانی دو کشور از طریق تبلیغات و آگهی، برنامه‌های مشارکتی و مانند آنها، بخش قابل‌توجهی از هزینه‌های جاری این تلویزیون را تأمین کنند. با توجه به این که بازار افغانستان می‌تواند یکی از بازارهای پردرآمد برای کالاهای ایرانی باشد، سود حاصل از

برنامه‌های اقتصادی، بویژه برنامه‌های تبلیغاتی و آگهی‌های بازرگانی، می‌تواند در اقتصاد رسانه‌ای سیمای دری، بسیار کارساز باشد.

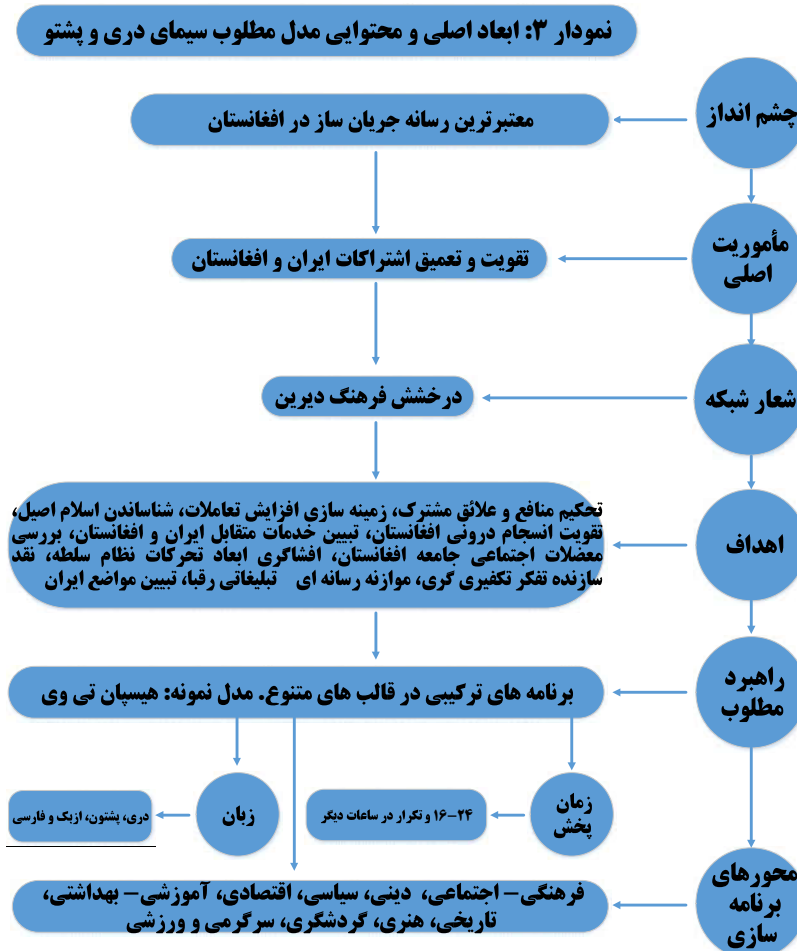
کادرسازی حرفه‌ای سیمای دری و پشتو، با بهره‌گیری از افراد با تجربه و صاحب‌نظر در حوزه افغانستان و همچنین جذب و به‌کارگیری نخبگان افغانستانی میسر می‌شود. با نگرش فرابخشی می‌توان دریافت که رویکرد تبیین‌شده برای سیمای دری و پشتو، در پیشبرد دیپلماسی عمومی و فرهنگی ایران در افغانستان، نقشی تعیین‌کننده دارد؛ لذا اهداف آن در راستای اهداف تمام نهادهای فرهنگی، سیاسی و اقتصادی کشور قرار دارد و این رسانه می‌تواند به مثابه مکمل سیاست خارجی نظام جمهوری اسلامی برای افغانستان ایران عمل کند.

سیمای دری و پشتو کنشی برای تأمین منافع ایران در افغانستان و واکنشی در مقابل نفوذ روزافزون رقبای مخالفان و دشمنان ایران از جمله آمریکا، رژیم صهیونیستی و عربستان سعودی در همسایه شرقی کشور است. راه‌اندازی این تلویزیون اقدامی آفندی در راستای بسترسازی برای دستیابی به اهداف ایران در افغانستان و اقدامی پدافندی برای ممانعت از گسترش نفوذ ژئوپلیتیکی رقبای ایران در کشور موسوم به «گلوگاه آسیا» است. کاربست چنین ایده‌ای، مستلزم تعامل سازنده تمام نهادهای مرتبط با معاونت برون‌مرزی سازمان صداوسیما به عنوان قرارگاه مقدم جنگ نرم است که رهیافت مناسبی برای غلبه بر محدودیت‌ها و موانع مالی، فنی و ... محسوب می‌شود.

نتیجه‌گیری

شرایطی که بر اساس قانون رسانه‌های همگانی افغانستان (باختری، ۲۰۰۸)، برای فعالیت آزاد رسانه‌ها فراهم گردیده، منجر به رشد قارچ‌گونه و تصاعدی رسانه‌ها و تشدید فضای رقابت رسانه‌ای در این جامعه جنگ‌زده و غوطه‌ور در بحران شده است. در چنین شرایطی ایران که اشتراکات تاریخی، تمدنی، فرهنگی و دینی با افغانستان دارد، برای حفظ و ارتقای منافع ملی خود در مهم‌ترین همسایه شرقی، نیازمند حضوری مؤثر، هرچند دیرنگام، در

سپهر رسانه‌ای متکثر و رنگارنگ افغانستان است. سیمای دری و پشتوی برون‌مرزی برای آن که بتواند نقش تعیین‌کننده‌ای در تکمیل فرآیند دیپلماسی عمومی و تحقق قدرت نرم ایران در جامعه هدف ایفا کند، نیازمند یک مدل رسانه‌ای پویا، کارآمد و اثربخش است. در این مقاله سعی شد که بر اساس توافق عام متخصصان و اجماع صاحب‌نظران سیاسی، فرهنگی و رسانه‌ای خاص حوزه افغانستان، مدلی عملیاتی طراحی گردد. ابعاد و ویژگی‌های اصلی این مدل در نمودار شماره ۳ آمده است که اجرایی شدن آن مستلزم تلاش و همکاری تمامی نهادهای مرتبط است.



منابع

- بابایی، محسن (۱۳۹۵)، فضای رسانه‌ای افغانستان چگونه است؟، قابل دسترسی در: <http://www.tebyan.net/newindex.aspx?pid=320339>
- باختری، منیژه (۲۰۰۸)، قانون رسانه‌های افغانستان؛ نیازها و چالش‌ها، افغانستان، کابل: بنیاد فریدریش ایبرت
- بران، صدیقه و پوررشیدی، هاتف (۱۳۹۱)، بررسی دیپلماسی رسانه‌ای ایران در افغانستان پس از سقوط طالبان، نشریه علمی-پژوهشی مطالعات رسانه‌ای، دوره ۷، شماره ۱ (پیاپی ۱۶)، بهار ۱۳۹۱، صفحه ۱۳۱-۱۴۲
- بشیریه، حسین (۱۳۷۴)، جامعه‌شناسی سیاسی، تهران: نشر نی
- بهرامی، محمدرضا (۱۳۸۹)، توهم پیروزی: تحولات افغانستان پس از ۱۱ سپتامبر و تأثیر آن بر ایران (قسمت دوم)، همشهری دیپلماتیک، شماره ۴۴
- حسن‌یگی، ابراهیم (۱۳۹۰)، مدیریت راهبردی، تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی (سمت)
- محمودزاده، مهدی و مفیدی، حسین (۱۳۹۳)، آشنایی با رسانه‌های دیداری و شنیداری افغانستان، تهران: مرکز امور بین‌الملل صداوسیما
- رفیعی، حسن (۱۳۸۷)، روش‌های تحقیق بین‌رشته‌ای در اعتیاد و سایر مشکلات و انحرافات (آسیب‌های اجتماعی) (کیفی و کمی)، تهران: دانژه
- روحی، محمد و همکاران (۱۳۹۵)، نظرسنجی از مردم افغانستان درباره فعالیت رسانه‌ای ایران در این کشور، تهران: واحد پژوهش‌های کاربردی معاونت برون‌مرزی صداوسیما
- زهره‌وند، ابوالفضل (سفر اسبق ایران در افغانستان) (۱۳۹۵/۷/۲۶)، بررسی راه‌اندازی سیمای دری و پشتوی برون‌مرزی (مصاحبه توسط نگارنده)، تهران: سازمان صداوسیما.
- سیاست‌های کلی برنامه ششم توسعه (۱۳۹۴)، قابل دسترس در: <http://maslahat.ir>

- شفیعی، نوذر (۱۳۸۳)، ارزیابی راهبردی سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران در افغانستان، فصلنامه مطالعات راهبردی، شماره ۲۲
- صادقی، فاطمه (۱۳۸۶)، دولت ایران و مهاجرین افغان: تغییر سیاست و تحول هویت، فصلنامه فرهنگی و اجتماعی گفتگو، شماره ۵۰
- علی‌آبادی، علیرضا (۱۳۸۲)، افغانستان، تهران: مرکز چاپ و انتشارات وزارت امور خارجه
- گزارش دفتر برون‌مرزی صداوسیما در کابل (۱۳۹۴)، افزایش شبکه‌های رقیب در افغانستان
- ویمر، راجر دی و دومینیک، جوزف آر (۱۳۸۴)، تحقیق در رسانه‌های جمعی (مترجم کیاووس سید امامی)، تهران: انتشارات سروش.
- یحیایی، سبحان و کیا، مرضیه (۱۳۸۸)، مطالعه انگاره‌های هویت فرهنگی و هویت ملی ملت‌های ایران و افغانستان با تأکید بر نگره‌های مهاجران افغانی به ایرانیان، فصلنامه مطالعات ملی، سال دهم، شماره ۱
- Adamec, Ludwig W. (2012), **Historical Dictionary of Afghanistan**, UK: Scarecrow Press
- **The World Fact book of CIA** (2017), Afghanistan, available at: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/af.html>
- **The World Fact book of CIA** (September 2010), Country Profile: Afghanistan, Library of Congress Country Studies on Afghanistan
- Dean, Lucy and others (2004), **The Middle East and North Africa**, London: Europa Publications.
- International Organization for Migration (IOM) (2014), **Afghanistan Migration Profile**, Kabul: International Organization for Migration Afghanistan