

## بررسی شبکه‌های تلویزیون در افغانستان

عبدالقیوم آیتی<sup>۱</sup>

### چکیده

رسانه‌ها امروزه بخشی جدایی‌ناپذیر در زندگی انسان‌ها و از عوامل اصلی تحولات اجتماعی شمرده می‌شود. افغانستان کنونی، شاهد دگرگونی غیرقابل پیش‌بینی در عرصه رسانه بوده و وضعیت شبکه‌های تلویزیون، پس از سال ۲۰۰۱ و در دور جدید رسانه‌های صوتی، تصویری پا به عرصه فعالیت‌های اجتماعی و فرهنگی افغانستان گذاشتند. پیدایش قارچ‌گونه تلویزیون‌ها در افغانستان، توجه مردم را به خود جلب کرده و موجب کارکردهای مثبتی و منفی شده که برخی از تأثیرات مثبت و منفی تلویزیون بر مخاطبان از جمله پرکردن اوقات فراغت، جامعه‌پذیری، یادگیری، اختلال در فعالیت‌های کودکان، و نیز تأثیر فیلم‌ها بر کودکان و تأثیر آگهی‌های تلویزیونی را مورد بررسی قرار داده و راهکارهایی برای به حداقل رساندن کارکردهای منفی آن ارائه نموده است. این در حالی است که به باور آگاهان عرصه رسانه، علی‌رغم رشد کمی رسانه‌ها در افغانستان، به لحاظ کیفی وضعیت مطلوبی ندارد.

**کلید واژگان:** شبکه، آسیب، تلویزیون، رسانه،

---

<sup>۱</sup> دانشجوی دکتری اندیشه معاصر مسلمین

روزها می‌گذرد و تولیدات صنعتی همچنان بر تعداد و تنوع خود می‌افزاید و بدون وقفه، یکی پس از دیگری آن‌ها را به دست انسان‌ها می‌سپارند و صاحبان آن‌ها از دور، به واکنش انسان‌ها با این تازه‌واردها می‌نشینند. تلویزیون پدیده‌ای است عجیب که چندی است وارد زندگی انسان‌ها شده و به گونه‌ای معجزه‌آسا تقریباً همه خانه‌ها را اشغال کرده است چنانکه توجه بیشتر اندیشمندان را به خود معطوف داشته است. به همین دلیل، گروهی از پژوهشگران آن را وسیله‌ای برای نابودی جامعه انسانی می‌دانند. در مقابل، گروهی دیگر آن را وسیله‌ای برای سرعت بخشیدن و بالا بردن توانمندی بشر محسوب می‌دارند. در افغانستان آزادی بیان وجود دارد، از تلویزیون‌ها و رادیوها گرفته تا مطبوعات آزادند تا از شخص اول مملکت انتقاد کنند. مسائل بسیار سری کشور را به نشر بسپارند. تلویزیون‌های زیادی در سطح افغانستان ایجاد شده است هرچند برنامه‌های آن‌ها از کیفیت خوبی برخوردار نیست و بیشتر برای سرگرمی بینندگان ایجاد شده است. دولت هم چنین مسئله را می‌خواهد تا مردم به شکلی سرگرم باشد تا مورد انتقادات شهروندان واقع نگردد. آسیب‌های دینی در شبکه‌های تلویزیونی افغانستان اتفاق افتاده، کم نیست که در عرصه‌های مختلف به وجود آمده است. همانند: تهاجم فرهنگی غرب در قالب الگوهای ترکی، فرهنگ مصرف و تجمل‌گرایی، تبلیغات کالا با تصویر زن، مدل و مدگرایی لباس، فروپاشی نظام خانواده و... هرچند رسانه‌هایی که در افغانستان فعالیت می‌کنند، براساس قانون رسانه‌های همگانی کشور است؛ یعنی براساس قانون فعالیت می‌کنند و هرگونه خطای که از این قانون صورت می‌گیرد، کمیسیون عالی رسانه‌ها در افغانستان که در رأس آن مقام وزارت اطلاعات و فرهنگ قرار دارد، این تخطی‌ها را بررسی می‌کند. اگر تهاجم فرهنگی یا تخطی‌هایی صورت گرفته باشد، باید رسماً به کمیسیون عالی رسانه‌ها شکایت کرد تا جلوی برنامه‌ها و تولیدات ضد دینی در شبکه‌های تلویزیون کشور گرفته شود. در آغاز لازم است واژگان کاربردی را تعریف و توضیح دهیم، سپس به مباحث اصلی اشاره نماییم.

### الف - تعریف رسانه

رسانه عبارت است از: وسیله‌ای که اخبار و اطلاعات را به مردم می‌رساند، مانند رادیو، تلویزیون، روزنامه، مجله و شبکه‌های کامپیوتری، سی‌دی‌ها، ویدئو و... را دربرمی‌گیرند. (حسن انوری: ۱۳۸۱، ج ۴، ص ۳۶۱۵)

تعریف رسانه (رسانه جمعی)، در دانشنامه علوم اجتماعی، این‌گونه آمده است: رسانه‌های گروهی یک نهاد اجتماعی را تشکیل می‌دهند که به تولید و توزیع دانش در حیطه‌ای فراتر از کلمات می‌پردازد و دارای مشخصه‌های برجسته و بارزی چون استفاده نسبی از فن‌آوری پیشرفته در تولید و پخش پیام‌ها هستند. (دنيس مك كوئيل: ۱۳۸۲، ذیل واژه تعریف رسانه) جامع‌ترین تعریف که از رسانه ارائه شده همان تعریف مک لوهان است که می‌گوید: «رسانه، همان پیام است». برخی دیگر از صاحب‌نظران هم در تعریف

رسانه بر ماهیت پیام‌رسانی آن تأکید دارند بر این باورند که رسانه، بدون پیام نیست و اگر پیامی با محتوا در یک وسیله ارتباطی همگانی نباشد آن وسیله ماهیت پیام کامل رسانه به خود نمی‌گیرد. (احمد ارشاد خطیبی: ۱۳۸۸، ص ۶۲۳) برخی دیگر با توجه به نقش ارتباطی رسانه، برای آن تعاریف دیگری ارائه کرده‌اند. به نظر آنان رسانه‌ها مهم‌ترین وسایل ارتباطی در جوامع بشری به شمار می‌آیند و سبب جهانی‌شدن و اهمیت فوق‌العاده آن همین بعد ارتباطی است. در فرهنگ الفبای قیاسی، رسانه‌ها به‌عنوان مجموع ابزارها و روش‌ها برای برقراری ارتباط اجتماعی تعریف شده است. (فریدون شیری: ۱۳۷۱، ص ۲۰۵) در هر صورت به نظر می‌رسد مراد از رسانه همان وسیله و ابزار اطلاع‌رسانی است که، مردم به‌وسیله آن اطلاعات را به دست می‌آورند.

## ب - تعریف تلویزیون

تلویزیون یک ابزار مخابراتی برای ارسال و دریافت عکس‌های متحرک و صدا از فاصله دور است. (دیوید مک کوئن: ۱۳۸۴، ص ۲۵) منشأ تلویزیون امروزی را می‌توان به زمان گذشته و کشف خاصیت هدایت نوری ماده سلنیم به‌وسیله «ویلوگی اسمیت» در سال ۱۸۷۳ و اختراع دیسک اسکن توسط «پل نیپکوف» در سال ۱۸۸۴ نسبت داد؛ چرا که همه‌ی سیستم‌های عملی و کاربردی تلویزیون، از این اصل بنیادی اسکن یک تصویر برای تولید سیگنال پیروی می‌کنند. این تکنولوژی ارتباطی که می‌توان آن را ترکیبی از پیشرفت‌های فن‌آورانه مانند پیشرفت رادیو، فیلم متحرک، فیلم‌برداری، اشعه‌ی کاتودی و دوربین الکترونیکی دانست، توسط مهندسی اسکاتلندی بنام «جان لوگی» ساخته شد. وی که سال‌ها درصدد رفع مشکلات موجود در ارسال تصاویر بود، تلویزیون را در سال ۱۹۲۶ با اسکن مکانیکی صحنه‌ای، متشکل از ۲۵ خط عرضه کرد.

تلویزیون یکی از ابزار ارتباط توده‌ای است؛ که از طریق امواج رادیویی بسیار کوتاه، امکان انتقال صوت و تصویر را به‌طور همزمان فراهم آورده و در کنار دستگاه‌های تکرارکننده و تقویت‌کننده، ارسال صدا و تصویر را به نقاط دور، ممکن می‌سازد. این پدیده رسانه‌ای قرن بیستم، که مانند روزنامه، سینما و رادیو از جنبه‌های گوناگون خبری، تفریحی، فرهنگی، آموزشی و تبلیغاتی برخوردار است، بر اساس بیان «مک لوهان» وسیله‌ای برای استفاده شنیداری و دیداری در نظر گرفته شده و مصداقی برای چشم و گوش بشر است؛ که موجب تقویت اطلاع‌رسانی به سیستم عصبی انسان شده و انبوهی از اطلاعات مختلف جهان را به تماشاگر عرضه می‌کند؛ که تا پیش از این در دسترس وی نبوده است. (کاظم معتمدنژاد: ۱۳۸۵، ص ۱۹۱ و ۲۹۰)

## شبکه‌هایی تلویزیونی افغانستان

### ۱. پیشینه شبکه‌های تلویزیون

تلویزیون به‌وسیله محمد داود خان رئیس جمهور وقت، در سال ۱۳۵۶ تأسیس شد. البته مقدمات آن با سفر محمد موسی شفیق نخست‌وزیر سابق افغانستان به ژاپن فراهم شد. ساختمان تلویزیون در کنار

ساختمان رادیو افغانستان بنا شد و دستگاه‌ها و آنتن‌های آن بر فرازی کوه آسمایی (کوه تلویزیون) کابل نصب شد. وسایل فنی آن را در آنجا نصب کرد و برای اداره این رسانه تعدادی از دانشجویان به کشورهای ایران، بلغارستان، و ژاپن اعزام شدند که تعدادی از آن‌ها کارمندان وزارت اطلاعات و فرهنگ بودند.

دوران زمامداری کمونیست‌ها (۱۹۹۲-۱۹۷۹)؛ تلویزیون دولتی در افغانستان فعالیت چشمگیری داشته است و نیز یک وزارت را به همین نام «وزارت رادیو و تلویزیون افغانستان» اختصاص به رادیو و تلویزیون داد، همچنین در این دوره، تلویزیون‌های محلی دولتی در چندین ولایت (استان)، تأسیس شدند. این رژیم بنا بر مشی ایدئولوژیک خود، از تلویزیون استفاده زیادی کرد و به وسیله آن، به شکل همه‌جانبه تبلیغات سیاسی (Propaganda)، علیه مخالفان خود نشر می‌کرد. در دوران زمامداری مجاهدین (۱۹۹۵-۱۹۹۱)؛ بسیاری از وسایل تلویزیون ملی افغانستان به غارت رفت و شماری از رهبران تندرو مجاهدین، با فعالیت تلویزیون مخالفت داشتند، با این هم، برنامه‌ها تلویزیون ملی متوقف نشد و به گونه‌ی نامنظم جریان داشت. در دوره زمامداری طالبان (۲۰۰۱-۱۹۹۵)؛ که به نظر می‌رسد سیاه‌ترین دوره در تاریخ معاصر افغانستان، به‌ویژه در تاریخ ژورنالیسم این کشور است، برنامه‌های تلویزیون خلاف «شریعت» خوانده شد و متوقف گردید. از سال ۲۰۰۱ تا کنون، دوره درخشانی در تاریخ ژورنالیسم افغانستان است؛ زیرا رشد رسانه‌ها بی‌سابقه است. در همین دوران، برای نخستین‌بار تلویزیون‌های خصوصی با گرایش‌های متفاوت در کابل و شهرهای مهم افغانستان ایجاد شدند. رشد تلویزیون از سال ۲۰۰۱ تا کنون؛ از نظر کمی، روند صعودی داشته است. بگفته برخی مقام‌ها در «وزارت اطلاعات و فرهنگ افغانستان»، جامعه افغانستان از تک‌صدایی خارج شده است و در حال حاضر حدود ۵۰ تلویزیون در کابل و شهرهای مهم افغانستان فعالیت دارند. (Www.BAKHTERNEWS.COM.AF). در افغانستان رادیو و تلویزیون‌های خصوصی دیگری وجود دارد که نزدیک به ۱۰۰ شبکه رادیویی و حدود ۸۰ شبکه تلویزیونی در سراسر افغانستان فعالیت دارند. در افغانستان تلویزیون‌ها مردم را سرگرم می‌کنند تا فرصت انتقاد از حکومت را نداشته باشند؛ در صورتی که در دیگر کشورها دولت به مردم پول می‌دهد تا از دولت انتقاد کند و درباره برنامه‌های دولت حرف داشته باشد تا تولید فکر و اندیشه شود، ولی در افغانستان برعکس دولت با ایجاد برنامه‌های سرگرم‌کننده مردم را از تولید فکر و اندیشه باز می‌دارد. اگر یک آماری از تعداد شبکه‌های تلویزیونی فقط در شهر کابل ارائه کنیم بیش از ۳۰ شبکه تلویزیونی در این شهر فعالیت دارد. ۳۴ ولایت افغانستان همگی شبکه رادیو و تلویزیون دارد، این شبکه‌ها را بیشتر بخش خصوصی اداره می‌کند. در مجموع شبکه‌های تلویزیونی خصوصی و دولتی که در افغانستان فعالیت دارند بیش از ۸۰ شبکه است.

## ۲. شبکه‌های تلویزیون دولتی افغانستان

### الف) تلویزیون ملی افغانستان

تنها شبکه سراسری دولت افغانستان است. افغانستان هم‌اینک دارای یک سازمان رسانه‌ای ملی به نام «رادیوتلوویزیون ملی» (Rta) است. این شبکه نه دولتی و نه خصوصی، بلکه رسانه مردمی است که صرفاً هزینه‌اش را دولت تأمین می‌کند. تلوویزیون ملی افغانستان به‌عنوان رسانه دولت افغانستان به پخش اخبار و رخدادهای ملی می‌پردازد. معمولاً در بین برنامه‌ها آهنگ‌های ملی و مذهبی پخش می‌شود. در بخش خبر تلوویزیون افغانستان علاوه بر سرویس خبری ویژه خود از برنامه‌های تلوویزیون دویچه وله آلمان و صدای آمریکا استفاده می‌کند. برخی از برنامه‌های پخش‌شده از این تلوویزیون از این قرارند. هرچند نام این شبکه ملی است و در عمل تا ملی شدن فاصله زیاد دارد. برنامه رنگارنگ (برنامه موسیقی) پخش می‌کند.

### ب) رادیو و تلوویزیون تعلیمی افغانستان (شبکه آموزشی وزارت معارف افغانستان)

این شبکه‌ای آموزشی، سازمانی رسانه‌ای متعلق به وزارت معارف افغانستان است. این سازمان در سال ۱۳۴۸ آغاز به کار کرد. در طول جنگ‌های افغانستان این سازمان عملاً فعالیتی نداشت تا اینکه در سال ۱۳۸۰ با کمک یونسکو فعالیت خود را از سر گرفت. در سال ۱۳۸۷ تلوویزیون تعلیمی افغانستان به‌صورت آزمایشی شروع به فعالیت کرد و یک سال بعد در بهار سال ۱۳۸۸ این تلوویزیون برنامه‌های خود را رسماً شروع کرد.

### ۳ - شبکه‌های تلوویزیون خصوصی افغانستان

#### الف) تلوویزیون‌های خصوصی خارج از کشور

برخی از شبکه‌های تلوویزیونی بیرون از مرزهای افغانستان که برای مردم این کشور برنامه پخش می‌کنند:

۱. تلوویزیون آریانا افغانستان. ۲. تلوویزیون پیام افغان. ۳. تلوویزیون صدای افغانستان. ۴. فارسی.
۵. زمزمه (شبکه تلوویزیونی). ۶. تلوویزیون نشنال جیوگرافیک فارسی. ([HTTP://WWW.RTA.ORG.AF](http://www.rta.org.af)).

#### ب) تلوویزیون‌های خصوصی ولایت کابل

در شهرهای افغانستان تلوویزیون‌های خصوصی زیادی فعالیت دارند از جمله در شهر کابل نزدیک به چندین شبکه تلوویزیونی وجود دارند.

۱. تلوویزیون آریانا: یکی از شبکه‌های تلوویزیونی خصوصی افغانستان است که از شهر کابل برنامه پخش می‌کند. شبکه خصوصی رادیو و تلوویزیون آریانا که نشان اختصاری آن ATN است در روز سه‌شنبه ۱۶ اوت سال ۲۰۰۵ آغاز به کار کرد. این شبکه از سوی شرکت تلفن موبایل افغان بی‌سیم تأمین می‌شود. شبکه تلوویزیونی آریانا ابتدا با ۵ دفتر مرکزی پخش در چند شهر بزرگ افغانستان آغاز به کار کرد. ([www.arianatelevision.com](http://www.arianatelevision.com)).

۲. تلوویزیون آریا: این شبکه برنامه‌های کارتنی خود را برای کودکان اجرا می‌کند.

۳. تلویزیون آئینه: یکی از شبکه‌های تلویزیونی خصوصی افغانستان است. تجهیزات و فرستنده‌های تلویزیون آئینه از کشور ژاپن و دستگاه‌های کامپیوتری برنامه‌های آن از کشور ایتالیا خریداری شده است. کارمندان، گویندگان و تهیه‌کنندگان برنامه‌های تلویزیون آئینه، هر یک دوره‌های کوتاه‌مدت و برخی هم دانشکده ژورنالیسم را در کشور ترکیه گذرانده‌اند.

این تلویزیون بیشتر به زبان ازبکی برنامه پخش می‌کند. برنامه‌های تلویزیون آئینه بیشتر تفریحی و شامل رقص و آواز است. اخبار ملی و جهانی، آهنگ‌های هنرمندان زن افغان، فیلم‌های سینمایی و دیگر برنامه‌های سرگرم‌کننده و همچنین برنامه ورزشی، تلویزیون آئینه را برجسته ساخته است. برنامه‌های این تلویزیون خصوصی، بیشتر مشابه به برنامه‌های شبکه‌های تلویزیونی غربی است و از همین رو، ساکنان ولایات شمال افغانستان، نسبت به تلویزیون‌های محلی دولتی، پای تلویزیون آئینه می‌نشینند و وقت‌شان را صرف تماشای برنامه‌های آن می‌کنند.

۴. تلویزیون استار: شبکه خصوصی است.

۵. تلویزیون افغان: یکی از شبکه‌های تلویزیونی خصوصی افغانستان است.

۶. تلویزیون امروز: یکی از شبکه‌های تلویزیونی خصوصی افغانستان است که مرکز آن در شهر کابل است. این تلویزیون بنا بر امر مستقیم رئیس جمهور افغانستان حامد کرزی در ۲۸ ژوئن ۲۰۱۰ مسدود گشت. (سایت بی‌بی‌سی فارسی) در اکتبر ۲۰۱۰ دوباره به فعالیت آغاز نمود. این شبکه هم‌اکنون توسط فرستنده‌ای زمینی در کانال ۸ باند VHF در شهر کابل پخش می‌شود. برنامه‌های این تلویزیون شامل موسیقی، فیلم‌های خارجی و کلیپ‌های هندی می‌شود. برنامه‌های تلویزیون امروز اکثراً خارج از محدوده اسلامی و عنعنات افغانی است و برنامه‌های این شبکه در ابتدا ۵ ساعت بود که اکنون ۲۴ ساعته است. تلویزیون امروز تنها شبکه تلویزیونی افغانستان بود که ویدئو کلیپ‌های خود را بدون سانسور پخش می‌کرد. این در حالی است که سایر شبکه‌ها سانسور شدیدی بر تصاویر نیمه برهنه این ویدئو کلیپ‌ها اعمال می‌کنند.

۷. تلویزیون تمدن: یکی از شبکه‌های تلویزیونی خصوصی افغانستان است. برنامه‌های این شبکه هم‌اینک از طریق ماهواره در آسیای میانه پخش می‌شود. همچنین این شبکه به وسیله فرستنده‌های زمینی در شهرهای مختلف افغانستان قابل دریافت است. برخلاف سایر شبکه‌های تلویزیونی خصوصی افغانستان این شبکه از پخش موسیقی پرهیز می‌کند. محتوای برنامه‌های این شبکه حول و هوش مسائل دینی سیر می‌کند. این شبکه اقدام به پخش برنامه‌های دینی، اجتماعی، سیاسی، ورزشی و که در چارچوب احکام اسلامی است، اجرای برنامه می‌کند. (وب سایت تلویزیون تمدن).

۸. تلویزیون دعوت: این شبکه خصوصی برنامه خود را در کابل پخش می‌کند.

۹. تلویزیون راه فردا: یکی از شبکه‌های تلویزیونی خصوصی افغانستان است که مرکز آن در شهر کابل است. این تلویزیون یکی ایستگاه رادیویی بنام رادیو راه فردا را نیز دارد. نام این تلویزیون در ابتدا فردا بود که بعداً به راه فردا منتقل شد.

۱۰. تلویزیون ژوندون. ۱۱. تلویزیون سبا. ۱۲. تلویزیون سه. ۱۳. تلویزیون سپهر.

۱۴. تلویزیون شمشاد: یکی از شبکه‌های تلویزیونی خصوصی افغانستان. این شبکه بیشتر به زبان پشتو برنامه پخش می‌کند. برنامه‌های این شبکه از طریق ماهواره آسیا ست ۲ در آسیا و استرالیا قابل دریافت است. (سایت تلویزیون شمشاد).

۱۵. تلویزیون طلوع.

۱۶. تلویزیون طلوع نیوز: سومین تلویزیون خصوصی افغانستان است که از شهر کابل برنامه‌های خود را پخش می‌کند. این تلویزیون در سال ۲۰۰۳ تأسیس شد. تا یک سال این تلویزیون فقط در شهر کابل قابل دریافت بود اما پس از آن با آغاز پخش ماهواره‌ای این تلویزیون از طریق ماهواره این شبکه گستره پخش خود را به آسیای شرقی و خاورمیانه گسترش داد.

اخيراً تلویزیون طلوع اقدام به پخش برنامه‌ای مذهبی کرده است تا حدودی از مخالفت‌ها بکاهد اگرچه شدت مخالفت‌ها نیز کم شده و مخالفین طلوع تا حدودی با شرایط جدید رسانه‌ای افغانستان کنار آمده‌اند.

این شبکه هم‌اکنون دو کانال به نام‌های تلویزیون طلوع و طلوع نیوز دارد. در سال ۲۰۰۸ این شبکه برای مدت چند ماه کانالی به نام تلویزیون جهانی طلوع برای بینندگان در اروپا و آمریکا به راه انداخت که این پروژه پس از چندی متوقف شد. (سایت تلویزیون طلوع)

۱۷. تلویزیون کابل نیوز

۱۸. تلویزیون کوثر: یکی از تلویزیون‌های افغانستان است که از شهر کابل پخش می‌شود. این تلویزیون شبکه‌ی مذهبی است که آقای غلام‌حسین خرد مدیرمسئول آن است. این تلویزیون پس از نزدیک به سه سال زمانی که برخی روحانیون اهل تشیع افغانستان خبر از تأسیس آن می‌دادند سرانجام در بهار سال ۱۳۸۸ به نشر برنامه‌های آزمایشی خود پرداخت. این شبکه هم‌اکنون فقط در شهر کابل پخش می‌شود. برنامه‌های این شبکه بیشتر برنامه‌های اسلامی است.

۱۹. تلویزیون کهکشان: یک شبکه تلویزیونی فارسی زبان است که به پخش برنامه‌های فرهنگی درباره ایران و جهان می‌پردازد. دفتر مرکزی این شبکه تلویزیونی در کشور سوئیس است. گزارش‌های تلویزیونی، تلویزیون کهکشان در تهیه گزارش‌های سرگرم‌کننده و آموزشی فعالیت می‌کند. موسیقی، تلویزیون کهکشان

نمایش‌دهنده موسیقی اصیل، سنتی و کلاسیک است. فیلم‌های مبتدی و کلاسیک، تلویزیون کهکشان نمایش‌دهنده فیلم‌های مبتدی و کلاسیک است.

۲۰. تلویزیون لمر: یکی از شبکه‌های تلویزیونی خصوصی افغانستان است. این شبکه بیشتر به زبان پشتو برنامه پخش می‌کند

۲۱. تلویزیون نگاه: یکی از شبکه‌ها تلویزیونی خصوصی در افغانستان است. این شبکه تلویزیونی بیشتر یک شبکه خبری است که به زبان‌های فارسی دری و پشتو برنامه پخش می‌کند.

۲۲. تلویزیون نور: یکی از شبکه‌های تلویزیونی افغانستان است که از شهر کابل پخش می‌شود. این تلویزیون در روز ۱۵ ساعت برنامه تولید می‌کند. برنامه‌های این تلویزیون عمدتاً خبری و سیاسی است. تلویزیون نور هرروز شش ساعت و سی دقیقه برنامه زنده نشر می‌کند. این شبکه در عرصه‌های خبر، سیاست، ورزش و برنامه‌های اسلامی و تاریخی فعال است. این تلویزیون هم‌اکنون در ولایات کابل، قندوز، قندهار، هرات، ننگرهار، بامیان و بلخ از آنتن عادی ۲۴ ساعت برنامه می‌دهد. برنامه‌های این شبکه بیشتر به زبان فارسی است، پخش اخبار نیز به زبان فارسی و پشتو وجود دارد. یکی از ویژگی‌های این شبکه پخش اخبار به زبان ازبکی است که در سایر شبکه‌هایی که از کابل پخش می‌شوند دیده نمی‌شود.

۲۳. تلویزیون نورین: یکی از شبکه‌های تلویزیونی خصوصی افغانستان است. این شبکه از شهر کابل برنامه‌های خود را پخش می‌کند. برنامه‌های این شبکه بیشتر به زبان فارسی است و برخی برنامه‌ها نیز به زبان پشتو پخش می‌شوند. (WWW.NOORIN.TV)

۲۴. تلویزیون هفت. ۲۵. تلویزیون یک.

### ج) تلویزیون‌های خصوصی ولایت هرات

در شهر باستانی هرات نزدیک به ۱۰ شبکه تلویزیونی فعالیت دارند: ۱- تلویزیون تابان. ۲- تلویزیون ساقی. ۳- سیمای غوریان. ۴- تلویزیون ملت. ۵- تلویزیون هری. ۶- تلویزیون میهن. ۷- تلویزیون آسیا. ۸- تلویزیون نورین (نماینده هرات).

### د) تلویزیون‌های خصوصی ولایت بلخ

۱- رادیو و تلویزیون آرزو در سال ۲۰۰۷ به جهت آگاهی دهی مردم، رشد دموکراسی، آزادی بیان و ملت‌سازی به فعالیت‌های برنامه‌ای خویش در قالب برنامه‌های خبری و تولیدی شروع کرد. کارمندان رادیو - تلویزیون آرزو در تلاش‌اند تا با ارائه برنامه‌های متنوع و پخش به‌موقع خبرهای افغانستان، منطقه و جهان خدمات بهتر رسانه‌ای را برای هم‌وطنان خویش در افغانستان و خارج از کشور انجام دهند. برنامه‌های این تلویزیون سیاسی، فرهنگی، آموزشی و سرگرم کننده است. اخبار در این شبکه به چهار زبان دری، پشتو،

ازبکی و انگلیسی نشر می‌گردد. تلویزیون آرزو در ولایات کابل، بلخ، هرات، قندوز، بغلان، فاریاب، میدان وردک، کاپیسا و پروان روی آنتن‌های عادی قابل دریافت است، هم‌وطنان ما می‌توانند برنامه‌های این رسانه را با کیفیت عالی دریافت و تماشا نمایند.

۲- تلویزیون مهر: به همت یکی از نمایندگان پارلمان افغانستان، فردی بنام عباس‌زاده راه‌اندازی شده است، که فعلاً برنامه‌های آزمایشی خود را پخش می‌کند.

۳- تلویزیون مهربان: در شهر بلخ برنامه‌های آزمایشی خود را آغاز کرده است.

### کارکردهای مثبت شبکه‌های تلویزیونی در افغانستان

کارکرد شبکه‌های تلویزیونی در افغانستان هرچند به لحاظ کمی با رشد سریع همراه بوده و همان‌گونه که در بخش‌های پیشین دیده شد، رسانه‌های زیادی در بخش‌های گوناگون به وجود آمده‌اند، اما به لحاظ کیفیت و کارایی متأسفانه چندان که باید مطلوب نبوده است. در یک بررسی کوتاه از وضعیت محتوایی رسانه‌های افغانستان به‌خوبی به این نتیجه خواهیم رسید که آن‌ها نه تنها به لحاظ کیفی رشدی نداشته‌اند که حتی در برخی مواقع مثل رسانه‌های صوتی - تصویری می‌توان از آن به «انفجار» نیز تعبیر نمود.

### ۱ - برنامه‌های تولیدی رسانه‌ها در افغانستان

اکثر رسانه‌های افغانستان اعم از چاپی، صوتی، تصویری و... در امر تولید برنامه با مشکل مواجه می‌باشند و امروزه بیشترین برنامه‌ها و محتوای رسانه‌ها را اطلاعات و محصولات مصرف شده رسانه‌های جهانی و منطقه‌ای تشکیل می‌دهد. رسانه‌های افغانستان روایت‌گران دست‌اول از رویدادهای ملی و بین‌المللی در افغانستان نیستند. بلکه همواره اطلاعات دست‌دوم را به مخاطبان‌شان مخابره می‌کنند و به بلندگوی نهادهای رسانه‌های جهان و منطقه تبدیل شده‌اند. اکثر تلویزیون‌ها بخش قابل‌توجه ساعت پخش برنامه‌های خود را به بازپخش فیلم‌های تولیدی و تاریخ‌مصرف گذشته کشورهای دیگر اختصاص می‌دهند.

برخی از این شبکه‌های تلویزیونی به برنامه‌های دارای محتوای دینی می‌پردازند، برخی از تلویزیون‌ها نیز به ارائه برنامه‌های می‌پردازند که اگر در تضاد با آموزه‌های دینی نباشد، حداقل نسبت به این آموزه‌ها ایجاد شبهه ننماید. ولی برخی دیگر هدف خاص و انگیزه ایدئولوژیکی نداشته و صرفاً اهداف تجاری را دنبال می‌کنند و برنامه‌های را نشر می‌کنند که جوان‌ها بیشتر به آن‌ها تمایل دارند؛ مانند موسیقی، فیلم‌هایی از تولیدهای هالیوود و بالیوود، سریال‌های هندی و برنامه‌های طنزی تا از این طریق به اهداف اقتصادی‌شان دست یابند. برنامه‌های این تلویزیون‌ها اکثراً باهم شباهت دارد و تنها تفاوت در نام برنامه‌ها دیده می‌شود. بیشتر این برنامه‌ها به تقلید از شبکه‌های تلویزیونی هند و کشورهای غربی تهیه می‌شود. در سال ۱۳۸۸ تولید سریال‌های تلویزیونی مورد توجه بعضی از تلویزیون‌ها مانند طلوع و آریانا قرار گرفته است. هرچند در یکی دو سال اخیر دوبله‌ی فیلم‌ها و سریال‌ها شروع گردیده، اما بیشتر تلویزیون‌ها هنوز هم به پخش فیلم، سریال و... به زبان اصلی یا دوبله کشورهای دیگر ادامه می‌دهند.

## ۲- برنامه‌های خبری

گرچه قسمت عمده برنامه‌های رسانه‌ای در افغانستان خبری است و بخصوص رسانه‌های صوتی و تصویری که تقریباً در هر نیم ساعت یا یک ساعت یک‌بار اقدام به پخش سرویس خبری می‌کنند، اما این سرویس‌ها اکثراً تکراری بوده و دیده شده که یک خبر چهارتا پنج بار در روز از یک شبکه پخش می‌گردد و از آنجایی که اکثر تلویزیون‌ها خبرهایشان را از منابع خارجی می‌گیرند و حتی آن را یک ویرایش ساده هم نمی‌کنند، دیده شده که یک خبر در چند شبکه با همان یک سبک ارائه می‌گردد و البته که همین خبرهای تکراری بعضاً با تأخیر زیاد نسبت به رسانه‌های منطقه و جهان ارائه می‌گردد. تحلیل و تفسیر رویدادهای کشور و جهان به ندرت آن‌هم به صورت بسیار ابتدایی در رسانه‌های افغانستانی صورت می‌گیرد. این در حالی است که رویدادهای افغانستان امروزه بخش بسیار زیادی از برنامه‌های رسانه‌های منطقه و جهان را به خود اختصاص می‌دهد و کارشناسان منطقه و جهان ساعت‌های زیادی را به تحلیل رویدادهای مربوط به افغانستان می‌پردازند.

از آنجایی که رسانه‌های افغانستان، رسانه‌های تجاری و تبلیغاتی‌اند، پیام‌های بازرگانی اصلی‌ترین برنامه‌های آن‌ها را تشکیل می‌دهد و حتی در بین جدی‌ترین برنامه‌های خود مثل سرویس خبری هم اقدام به این کار می‌کنند. البته تبلیغات تنها مختص به رسانه‌های صوتی و تصویری نیست؛ رسانه‌های چاپی نیز در این زمینه بسیار فعال می‌باشند. برخی از روزنامه‌ها صفحات اول و آخرشان حتی یک تیر هم از مطالب داخلی خودشان دیده نمی‌شود و به جای آن تبلیغات رنگی شرکت‌های مخابراتی و غیره دیده می‌شود که گاهی خواننده فکر می‌کند بروشور تبلیغاتی همین شرکت‌ها است.

## ۳- برنامه‌های آموزشی

این نوع از برنامه‌ها در رسانه‌های افغانستان نیز جایگاه آن‌چنانی نداشته و آن‌ها در این بخش هم فعال نیستند. البته این امر چندان هم دور از انتظار نیست؛ زیرا از رسانه‌های که هدف اصلی آن‌ها جذب و جلب درآمد است و برای خط دهی و جهت‌دهی برنامه نداشته باشند، انتظار آموزندگی کمی بعید می‌نماید. هرچند برخی از رسانه‌ها در سال‌های اخیر به این مسئله توجه نشان داده‌اند، ولی اکثر این برنامه‌های آموزشی متناسب با وضعیت فرهنگی جامعه افغانستان نیست و یا اینکه آموزش‌ها محوری نبوده و حتی برخی از آموزش‌های بیهوده و مبتذل در رسانه‌های افغانستانی رواج یافته است؛ مثل آموزش موسیقی مبتذل، آموزش آوازخوانی، آموزش رقص

## ۴- برنامه‌های تفریحی و سرگرمی

شاید این نوع برنامه‌ها اصلی‌ترین بخش برنامه‌های رسانه‌های افغانستان را تشکیل می‌دهند. برنامه‌های ورزشی که برای تعداد زیادی کارتون به زبان اصلی یا حداکثر زبان‌های دیگر از کودکان افغانستان مفهوم

نیستند، فیلم‌های به زبان اصلی و موسیقی با رقص زنان نیمه برهنه هندی، عربی و... محتوای برنامه‌های تفریحی اکثر تلویزیون‌های افغانستان را تشکیل می‌دهد. (محمدآصف طیبی: ۱۳۹۰، ص ۱۱۶-۱۱۸)

### کارکردهای منفی شبکه‌هایی تلویزیون در افغانستان

کارکردهای منفی رسانه‌ها در افغانستان علاوه بر کارکردهای مثبت یادشده، شبکه‌های به‌عنوان رسانه دارایی کارکردهای منفی نیز هستند. کارکردهای منفی رسانه‌ها که به‌صورت لایه‌های پنهان خود را نشان می‌دهند. با توجه به آن‌که اکثر آسیب‌های دینی و اجتماعی در یک جامعه تحت تأثیر عوامل گوناگون است، مهم‌ترین کارکردی منفی شبکه‌های تلویزیون در افغانستان که موجب نابهنجاری‌ها و ضد ارزش‌های جامعه شده است، عبارتند از

#### ۱ - تغییر هویت و ذهنیت

اولین کژ کارکردی تکرر رسانه‌ها در افغانستان آن است که، باعث تغییر هویت و ذهنیت جوانان نسبت به فرهنگ اصیل جامعه و خانواده می‌گردد؛ زیرا ارزش‌های که از طریق رسانه‌ها به‌ویژه تلویزیون پخش می‌شود در فرایند اجتماعی شدن کودکان، نوجوانان و جوانان کاملاً درونی می‌شوند. جوانان و نوجوانان داشتن آن را برای خود امتیاز به‌حساب می‌آورند. همین ارزش‌های تزریق شده از طریق رسانه‌ها هستند که از نظر هویتی وضعیت تازه‌ای ایجاد می‌نمایند. کودکان، جوانان و نوجوانان به‌جای توجه به ارزش‌های ذاتی و واقعی به ارزش‌های کاذب پخش شده از رسانه‌ها علاقه نشان می‌دهند و آن را بخشی از شخصیت خود می‌شناسند. نداشتن ارزش‌های پخش شده از رسانه‌ها را برای خود عیب می‌دانند، به همین جهت تلاش دارند با تمام توان ارزش‌های دروغین پخش شده از رسانه‌ها را برای خویش فراهم نمایند، به همین جهت جوانان و نوجوانان دوست دارند فرم لباس‌ها و موهای خود را به شکل و فرمی درآورند که از رسانه‌ها پخش شده است، مانند: پوشیدن کروات در کلاس درس و پوشیدن لباس‌های بدن‌نما در مراسم عروسی و جشن‌های مختلف و نوع مدل مو جوانان اعم از زن و مرد گویایی تأثیرپذیری آن‌ها از فرهنگ دیگران است. این وسایل در آینده نه‌چندان دور، کاربران آن را در افغانستان منفعل و از نظر ذهنی کاملاً وابسته به غرب خواهد ساخت. بلکه موجب می‌گردد که جوانان و نوجوانان حتی کودکان دچار خود فراموشی نسبت به فرهنگ اصیل و هویت دینی‌شان گردد. هویتی را که رسانه‌ها در حال حاضر در افغانستان ترویج می‌کنند و در صدد ساختن آن هستند، هویت کاملاً غربی و عربی است؛ زیرا منبع تغذیه رسانه‌ها در این کشور غربی و عربی است. رسانه‌های که منبع تغذیه‌ی آن‌ها کشورهای غیر اسلامی باشند تلاش می‌نمایند کالاها و ابزارهای آن کشور را تبلیغ نمایند نه فرهنگ و آداب و رسوم کشور

خود را. هویتی را که رسانه‌های وابسته تعریف می‌نمایند غیر از هویت حاکم در جامعه افغانستان است که می‌تواند این هویت، با هویت ملی افغانستان در تضاد قرار گیرد. (روح‌الله احمدزاده کرمانی: ۳۹۰، ص ۳۶۶).

## ۲- فردگرایی و انزوای طلبی

کژکارکردی شبکه‌هایی تلویزیون در افغانستان آن است که زمینه‌ساز شکل‌گیری فرهنگ فردگرایی و انزوای طلبی در جامعه می‌شود. یعنی رسانه‌های الکترونیکی باعث می‌گردد اقشار استفاده‌کننده، تنها و در گوشه‌ای مشغول تماشای آن می‌شود و از جامعه و خانواده بریده و به‌تنهایی زندگی می‌کند. این نوع وسایل نوع جدید از مناسبات اجتماعی را در افغانستان و در نزد اقشار استفاده‌کننده، به دنبال خواهد داشت که در مجموع منجر به افزایش کنش‌های فردی و ظهور انسان‌های منزوی، گوشه‌گیر و کم‌تحرک می‌شود. این انسان‌ها بعدها از نظر ارتباطی با دیگر شهروندان مشکل پیدا خواهند کرد و جامعه را درگیر یک تضاد میان رواج و گسترش وسایل الکترونیکی جدید در افغانستان منجر به کنشی خواهد ساخت، به افزایش انسان‌های گوشه‌گیر، کم‌تحرک و منفعل خواهد شد. (همان، ص ۳۷۱)

## ۳- هنجارشکنی

یکی دیگر از زوایای منفی رسانه‌ها، هنجارشکنی در جامعه است. برای مثال انعکاس قانون شکنی‌های اجتماعی در رسانه‌ها و تکرار آن موجب تکرار جرم می‌شود مانند این‌که در تلویزیون‌ها از خودسوزی زنان و دختران به کثرت یاد می‌شود و دختران و زنان با دیدن یا شنیدن این خبر به این نتیجه می‌رسند که شاید یکی از راه‌های رهایی از مشکلات و تضادهای خانوادگی همین مورد باشد، در این صورت به جای این‌که این عمل کاهش پیدا کند منجر به افزایش آن می‌شود. ([www.paygham.blogfa.com](http://www.paygham.blogfa.com)).

## ۴- وابستگی منابع مالی

یک از عناصر مهم کارهای رسانه‌ای در جهان امروز، استقلال و خوداتکایی است؛ زیرا در صورت وابستگی، منابع مالی می‌توانند بر اطلاعات و داده‌های ارائه‌شده توسط رسانه‌ها تأثیر گذاشته و آن را از حالت بی‌طرفی خارج سازد. امری که یکی از فاکتورهای مثبت کارهای رسانه‌ای امروز به حساب می‌آید و در این زمینه تاکنون نهادها و سازمان‌های زیادی تشکیل گردیده تا از وابستگی حرفه ژورنالیسم جلوگیری نماید. اما در افغانستان، بیشتر رسانه‌های که فعالیت دارند یا مربوط به یک ارگان خاص داخلی می‌باشند و اکثر برنامه‌های خود را در جهت اهداف و انگیزه‌های این ارگان‌ها ارائه می‌کنند و یا این‌که از منابع خارجی تأمین می‌شوند. این وضع سبب شده است که رسانه‌ها از آزادی لازم برخوردار نباشند و ناچار سلیقه و خواسته‌های منبع تأمین‌کننده را لحاظ کنند. اگرچه بر طبق ماده‌ی دهم بند۴ قانون رسانه‌های همگانی افغانستان منبع تأمین باید روشن باشد و این منبع نباید خارجی باشد، اما هنوز هم منبع تأمین‌کننده برخی رسانه‌ها مشخص نبوده و تعدادی از رسانه‌ها همچنان از منابع خارجی تغذیه می‌شوند. به‌عنوان نمونه کلیه

گروه که خود را یک سازمان آزاد رسانه‌ای می‌پندارد و خود از طرف تأمین‌کنندگان آمریکا تقویت می‌گردد، یک همایشی «رسانه‌ها و جامعه مدنی» را در سال ۲۰۰۷ میلادی برگزار نموده است، در کتاب گزارش این همایش آورده است که در این کنفرانس دو منبع مالی عمده رسانه‌ها در افغانستان، شرکت داشتند. کمیسیون اروپایی اعلام داشته که در صورتی با رسانه ملی افغانستان همکاری می‌کند که اصلاحات لازم در این رسانه به وجود آید! (کلید گروپ: ۲۰۰۷، ص ۱۹) نکته مهم‌تر این که منابع مالی به تعداد رسانه‌های افغانستان مختلف بوده و هرکدام نیز اهداف و اغراض خاصی را دنبال می‌کنند که این خود، کار رسانه‌ای در افغانستان را تبدیل به یک جنگ تبلیغاتی بین تغذیه‌کنندگان می‌سازد. به همین جهت دیده می‌شود که بیشتر رسانه‌های مختلف افغانستان هرکدام به ساز خاصی می‌رقصد. پوشیده نیست که وابستگی اقتصادی رسانه‌ها به قدرت‌های حاکم داخلی و سازمان‌ها و نهادهای خارجی، موجب پایین آمدن سطح کارکردی آن‌ها خواهد شد و این امر امروزه در افغانستان به‌خوبی قابل درک است. از طرف دیگر، کاریابی که امروزه تبدیل به یک مشکل جهانی شده است، در افغانستان بخصوص عرصه رسانه‌ها را با مشکل مواجه ساخته؛ زیرا در چنین شرایطی، خبرنگاران افغان حاضر می‌شوند به هر کاری تن در دهند و تحت هر شرایطی کار نمایند. اصحاب رسانه در افغانستان علی‌رغم داشتن علاقه‌ی زیاد به کار در این عرصه، از حاکمیت عده‌ای غیرمتخصص بر این عرصه ناراضی بوده و می‌گویند که صاحبان (سهامداران) رسانه‌ها از آن‌ها می‌خواهند تا برنامه‌هایشان را با جهت‌گیری خاصی تهیه نمایند. خبرنگاران افغانستانی همواره در معرض تهدید قرار دارند تا خبر را آن‌گونه که منبع تغذیه‌کننده می‌خواهد پخش نمایند. حتی در مواردی دیده شده که خبرنگاران افغانی برای پخش جهت‌دار خبر، با مبالغ اندکی تطمیع شده‌اند. (کلید گروپ، همان) وابستگی حالتی است که در آن رفتار خلاف میل منابع تأمین‌کنندگان، مساوی به نابودی آن‌ها است.

## ۵ - سو استفاده از آزادی رسانه‌ای

بدون شک بر همگان روشن است که آزادی بدون حدود مرز اساساً مفهوم پوچ و توخالی بیش نیست که به هیچ عنوان نمی‌توان آن را مصداق عملی بخشید، بلکه در هر جامعه‌ای آزادی‌ها دارای حد و حدود است. تنها تفاوت آن این است که حدود آزادی از یک جامعه تا جامعه دیگر متفاوت است و همواره توسط ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی یک جامعه تعیین می‌گردد. پس جلوگیری از پخش برنامه‌های غیر ارزشی در جامعه افغانستانی سلب آزادی از رسانه‌ها نبوده بلکه تعریف و تعیین حدود برای آزادی رسانه‌ها است. تجاری بودن رسانه‌های تصویری؛ از مشکلات دیگری است که باعث می‌گردد تا آئومی رسانه‌ای در افغانستان به وجود بیاید.

## ۶ - تهاجم فرهنگی

بسیاری از رسانه‌های تلویزیونی در افغانستان باهدف تهاجم فرهنگی غرب راه اندازی شده است. در ارزیابی برنامه‌های شبکه‌های تلویزیونی این کشور، نسبت به گسترش تهاجم فرهنگی غرب در افغانستان و پیامدهای منفی نگران کننده است. تهدیدهای آن بسیار زیان‌بارتر از پیامدهای مواد مخدر و ناامنی در کشور خواهد بود. افغانستان ازجمله کشورهایی است که به دلیل بحران‌های مختلف، زمینه‌های تهاجم فرهنگی در آن تا حدود زیادی مهیا شده و کشورهای غربی تلاش می‌کنند تا از این فرصت بهترین استفاده را ببرند و این مسئله کاملاً آشکار است که فرهنگ غربی با فرهنگ سنتی و دینی مردم افغانستان تناقض دارد.

یکی از ابزارهای کشورهای سلطه‌گر برای دستیابی به اهداف سلطه‌طلبانشان، تهاجم فرهنگی است و کشورهای غربی سعی دارند تا با این حربه و با نشانه رفتن باورها و سنت‌های دینی و اسلامی زمینه‌های سلطه و استعمار خود را فراهم کردند. پس از استقرار حکومت جدید در افغانستان و فروپاشی طالبان و به وجود آمدن خلأ فرهنگی در این کشور، قدرت‌های غربی سعی کردند از این موضوع به نفع خود استفاده نمایند و افغانستان را مورد تهاجم فرهنگی قرار دهند.

گرچه که علما و اندیشمندان با درک این موضوع بارها و بارها آن را به مسئولین و برنامه‌ریزان حکومتی گوشزد کردند. اما این تهاجم به حدی بود که صدای آن‌ها شنیده نشد و اگر هم شنیده شد، نسبت به آن بی‌توجهی صورت گرفت. در افغانستان بیش از ۸۰ شبکه تلویزیونی و صد رادیو مشغول فعالیت هستند که برخی از آن‌ها با پخش انواع برنامه‌های مبتذل غربی، فرهنگ و سنت ملی و اسلامی مردم افغانستان را نشانه رفته‌اند.

یکی از استادان دانشگاه کابل درباره اهداف کشورهای غربی از تهاجم فرهنگی در افغانستان چنین بیان می‌کند: «تهاجم فرهنگی یکی از وسایل تاریخی برای ممالک و دولت‌هایی است که در رأس هستند، از آن استفاده می‌کنند و فرهنگ خود را جابجا با فرهنگ دیگران می‌کنند. ممالک غرب به‌طور یک‌جانبه در افغانستان، تهاجمات خود را چه از طریق وسایل ارتباط جمعی که در دسترس خودشان است و چه از طریق وسایلی که توسط آن‌ها تأمین می‌شود، گسترش می‌دهند و در حال حاضر این تهاجم در مکاتب ما به نحوی، در دانشگاه‌های ما به نحوی دیگر، در ادارات ما و حتی در قوانین ما هم به چشم می‌خورد». (استاد دانش؛ در برنامه سیاسی - افغانستان امروز - نگاه نو)

## ۷ - ترویج فرهنگ تجملات و مصرف‌گرایی

در سال‌های اخیر، سریال‌های دوبله شده غربی و ترکی به میزان چشم‌گیری از رسانه‌های افغانستان، پخش می‌شود. این سریال‌ها اندک‌اندک جای سریال‌های هندی را که سال‌هاست سایه سلطه خود را بر فرهنگ و زبان و هنر این سرزمین گسترده است، می‌گیرند؛ اما به نظر کارشناسان مسائل فرهنگی، این دسته

از سریال‌ها و فیلم‌ها نیز برخلاف انتظاری که از ترکیه تحت حاکمیت یک حزب اسلام‌گرا می‌رفت، هیچ سنخیت و همخوانی با فرهنگ، ارزش‌ها، اعتقادات و باورهای مردم مسلمان افغانستان و مخاطبان رسانه‌هایی که به‌صورت گسترده به نشر این‌گونه سریال‌ها می‌پردازند، ندارند.

محتوای اغلب سریال‌های ترکی در حال نشر در تلویزیون‌های داخلی افغانستان، ترویج ابتذال و مد و تجمل و فحشا و بی‌اخلاقی و... است. آموزه اصلی این سریال‌ها درست همان چیزی است که تاکنون مردم افغانستان در سریال‌ها و فیلم‌های هندی و غربی و... شاهد آن بوده‌اند. ترویج چندهمسری برای زنان، روابط نامشروع قبل از ازدواج برای دختران و پسران جوان و نوجوان، بدآموزی‌های ویرانگر به کودکان مانند هتاکی به بزرگان، عدم احترام به والدین، خودمحوری و... از محتویات و پیام‌های اصلی این سریال‌هاست. ترویج گسترده مدل‌های مصرفی تجمل‌گرایی غربی از دیگر پیامدهای این سریال‌هاست. اکنون در بازارهای افغانستان، مشهورترین، تازه‌ترین و درعین‌حال گران‌ترین مدل لباس زنان و دختران، لباس «فاطمه گل» است. فاطمه گل؛ نام شخصیت اول یکی از سریال‌های ترکی به همین نام است که مدت‌هاست که از یک شبکه تلویزیونی محلی در افغانستان در حال پخش است.

البته این نخستین‌بار نیست که پیامدهای عینی و عملی این‌گونه سریال‌های منحرف‌کننده، در بازار مصرف تولیدات زنانه در افغانستان قابل مشاهده است. در گذشته نیز لباس‌های زنانه‌ای به نام بازیگران و شخصیت‌های سریال‌های هندی در بازارهای افغانستان رایج شده بود. به باور مردم، بخش بزرگی این سریال‌ها هیچ پیامی جز آنچه در بالا ذکر شد ندارند؛ این نظر را کارشناسان مسائل فرهنگی و رسانه‌ای نیز تأیید می‌کنند. به نظر می‌رسد پیامدهای مخرب و ویرانگر این تهاجم فرهنگی غرب به نمایندگی ترکیه، سال‌ها بعد، تأثیرات بیشتری بر نسل امروز کشور بر جای خواهد گذاشت. به باور کارشناسان، آنچه موجب گسست جامعه مسلمان ترکیه از عقبه ارزشمند و غنی فرهنگ و تمدن اسلامی آن کشور گردیده نیز همین تهاجمی است که از قرن‌ها پیش به این سو، توسط غربی‌ها بر جامعه ترکیه به اجرا گذاشته شده و امروز از سوی خود ترک‌ها بر افغانستان اعمال می‌شود.

اگر به درستی مورد ارزیابی و تحلیل قرار گیرد پیامدهای این تهاجم فرهنگی ویرانگر ترکیه که به نمایندگی از غرب در افغانستان جریان دارد، روی نسل‌های بعدی جامعه افغانی همان تأثیری را خواهد گذاشت که سال‌ها پیش از این، خود جامعه ترکیه شاهد آن بود. در واقع، غرب این بار از مجرای ترکیه در حال اجرای سناریوی قرن‌ها پیش از آن است که خود بر کشور ترکیه به اجرا گذاشت. البته سریال‌ها و فیلم‌های تلویزیونی تنها بخشی از تهاجم فرهنگی ترکیه است که شاید به‌صورت خودجوش برخی رسانه‌های داخلی ناخواسته در استخدام آن‌ها درآمده‌اند و اهدافشان را به‌صورت مجانی به خورد خرد جمعی و نسل امروز افغانستان می‌دهند که مسئولان امور فرهنگی کشور، به‌صورت جدی به ابعاد این مسئله

توجه کنند و جنگ فرهنگی ترکیه که علیه زیربناها و سرمایه‌های فکری، فرهنگی و اعتقادی نسل امروز افغانستان به راه انداخته شده است را با اقدامات پیشگیرانه و عملی، خنثی سازند. در غیر آن، دو نسل بعد این سرزمین، از اسلام، باورها، فرهنگ، تاریخ و تمدن اسلامی، آینده نه چنان دور نسل‌های بعدی چیزی به یاد نخواهند داشت. (سایت خبرگزاری صدای افغان)

## ۸- اشاعه فرهنگ ابتذال

یکی دیگر از زوایای منفی رسانه‌ها به‌ویژه تلویزیون اشاعه‌ی فحشا و بی‌بندباری است. این امر در خصوص رسانه‌های تصویری بیش‌تر مصداق یافته و بسیاری از آنان را خودآگاه یا ناخودآگاه به سمتی هدایت کرده است که صادرکننده‌ی ابتذال ناشی از فرهنگ غربی در درون خانواده‌های مسلمان سنتی افغانستان است. تلاش بر این هدف نامشروع به شکل و شیوه‌های صورت می‌گیرد که می‌تواند گفت دیگر کراهت امر از نشر و پخش برنامه‌هایی که مفاد و مواد مبتذل دارند، برداشته شده است. روشن خواهد شد که هدف عوامل پشت پرده این رسانه‌ها از ترویج ابتذال در میان خانواده‌های افغانستانی، فروپاشی فرهنگ، دین و تمدن کشور بوده و مستقیماً ارزش‌های اسلامی و سنتی کشور را نشانه گرفته‌اند.

در یک جمع‌بندی می‌توان گفت که محتوای برنامه‌های شبکه‌های تلویزیونی در افغانستان، به عبارتی، محور بسیاری از سریال‌ها و برنامه‌های شبکه تلویزیونی در پنج محور می‌چرخند: ۱- ترویج روابط نامشروع جنسی بین دختران و پسران و زنان و مردان. ۲- ترویج روابط و دوستی‌های خیابانی بین جوانان و نوجوانان دختر و پسر. ۳- ترویج بی‌حجابی. ۴- ترویج استفاده از مشروبات الکلی. ۵- تروریست و عقب‌مانده نشان دادن کشورهای اسلامی و خاورمیانه.

## ۹- ترویج لباس به مدل غربی

حجاب یا پوشش لباس یکی از دغدغه‌های مهم امروزی جامعه و به‌ویژه شهرنشینان افغانستان است. در مغازه‌های کشورمان انواع لباس‌های مدل روز غربی یافت می‌شود و تاجران سرمایه‌گذاری‌های کلانی را برای عرضه لباس‌های مدل روز انجام می‌دهند. پوشش لباس در ادارات دولتی، نهادهای خصوصی داخلی، اداره‌های خارجی، دانشگاه‌ها، مراسم‌ها و بازار در افغانستان متفاوت است و هر فردی بر اساس سلیقه، لباس موردنظر را می‌پوشد و هیچ اداره‌ای، لباس مخصوص کار و فعالیت ندارد. در این اواخر در گوشه و کنار شهر و بازار جوانان بخصوص دختران با تیپ‌های مختلف دیده می‌شود، آنچه اسلام از پوشش لباس به مسلمانان گفته در حال حاضر کمتر دیده می‌شود که این امر از نظر گسترش بی‌عفتی در میان جوانان پیامدهای منفی را به دنبال دارد. (وبسایت خبرگزاری آوا- کابل) غربی‌ها با استفاده از آزادی و دموکراسی از طریق رادیوها، تلویزیون‌ها و کانال‌های ضد دینی که مشغول فعالیت هستند، پوشش زنان مسلمان را تهدید می‌کنند. زنانی که از کشورهای غربی به کشور آمدند، نه تنها پوشش‌شان را رعایت نمی‌کنند، بلکه به‌عنوان

الگوی زنان دیگر هم قرار می‌گیرند، به هر حال بسیاری از زنان در افغانستان در دوران جنگ در کشور روزهای دشواری را سپری کردند بر عزت، عفت و پوشش مناسب خودشان تأکید دارند. باید در رسانه‌های مثل تلویزیون زنان با پوشش مناسب دینی و بومی ظاهر شوند و نیز دستگاه‌های قانون‌گذاری بر فروشگاه‌های لباس و عرضه آن نظارت داشته باشند و از ترویج لباس و پوشش‌های زننده و وارداتی جلوگیری شود.

#### ۱۰- رقابت برای جذب مخاطب

در گذشته تلویزیون از یک شبکه ملی و دولتی بیشتر نبوده، ولی امروزه بیش از ۸۰ شبکه تلویزیونی خصوصی و دولتی در سراسر افغانستان مشغول فعالیت است. بنابراین هر شبکه برای دستیابی به مخاطبان بیش‌تر می‌کوشد تا برنامه‌های متنوع داشته باشد، همین مسئله موجب رقابت شده است. تلویزیون برای اینکه بتواند توجه عده‌ای از مردم را به خود جلب و جذب کند، اقدام به پخش آهنگ‌های با خوانندگی زنان می‌کنند و برنامه‌های که رقص و آوازخوانی در آن باشد و یا برای سرگرمی مردم سریال‌های ترکی، هندی و پخش می‌کند.

#### ۱۱- تولیدات سطح پایین تلویزیون

یکی دیگر از مسائل که موجب شده است که تولیدات تلویزیونی در افغانستان وضعیت نامطلوب داشته باشد این است که تولید فیلم در کشور بسیار در سطح پایین است. شاید این مسئله باعث شده که سال‌ها جنگ و ناآرامی را مردم پشت سر گذاشته است. در امر فیلم‌سازی نیروهای مجرب وجود ندارد. محصولات سینمایی کشورهای خارجی را خریداری کرده و دوبله نه چنان حرفه‌ای از شبکه‌های تلویزیونی افغانستان پخش می‌شود. بنابراین فضا برای عرضه محصولات تجاری تلویزیونی و سینمای دیگر کشورهای خارجی فراهم شده است. سکانس‌های آوازخوانی، رقص در فیلم‌های بی‌کیفیت هندی، ترکی و غیره از مهم‌ترین عامل جذابیت در شبکه‌های تلویزیونی افغانستان شده است.

#### ۱۲- فروپاشی نظام خانواده

در سال‌های اخیر، زندگی خانوادگی، به‌ویژه در جوامع غربی، به شکل بنیادین دگرگون شده است. با تغییراتی که به وجود آمده است، می‌توان انتظار داشت که مفهوم خانواده نیز دگرگون شود. (بری گونز و بیل مک آلر: ۱۳۸۰، ص ۱۱۹) بدون تردید، شبکه‌های تلویزیون در شکل‌دهی به باورهای کودکان درباره زندگی خانوادگی، نقش مهمی دارد. تلویزیون، خانواده‌های نمونه را برای بینندگان از جمله کودکان معرفی می‌کند و بر ارزش‌های خاصی تأکید می‌ورزد یا برخی از مسائلی که برای اعضای خانواده مهم هستند، به بینندگان ارائه

می‌کند. در این میان، کودک نقش‌های خانوادگی خود را در خلال برنامه‌های تلویزیون می‌یابد. بنابراین، تلویزیون به یک معنا، نمایش‌دهنده خانواده و نقش‌های خانوادگی است که کودک آن‌ها را می‌آموزد. (شهلا عزیزی: ۱۳۷۳، ص ۹۳-۱۲۵) در سال‌های اخیر پدیده اطلاق در افغانستان زیاد شده است. در این میان تلویزیون در ازم‌پاشیدگی خانواده نقش مؤثری دارد. همان‌طور که در استحکام نظام خانواده مؤثر است.

### ۱۳- زن و استفاده ابزاری

تلویزیون در افغانستان از حضور نامناسب زنان در شبکه‌های مختلف خود بهره می‌گیرد. زنان را برای اجرای برنامه‌های خوانندگی، رقص و پوشش نامناسب و داشتن مدل‌های موی و لباس‌های وارداتی خارجی و نیز برای تبلیغات تجاری به کار می‌گیرند. زنان با پوشش و آرایش نامناسب در تلویزیون در مقام مجری، گوینده اخبار ظاهر می‌شوند. زنان از نظر پوشش و برخوردهای نامطلوب در تلویزیون‌ها با فرهنگ ملی و دینی مردم افغانستان بسیار متفاوت‌اند و هضم این مسئله برای مردم دشوار است؛ زیرا یک سری آداب و رسوم ملی و دینی در کشور وجود دارد که مردم به شدت به آن‌ها پایبندند. برخی از برنامه‌های تلویزیونی مانند: برنامه ستاره افغان در شبکه‌های پرپینده افغانستان نشر می‌شود. در این برنامه جوانان با اجرای خوانندگی همراه آهنگ برای کسب لقب ستاره افغان باهم رقابت می‌کنند. این برنامه نسخه‌ی کپی شده از برنامه‌های تلویزیونی غربی و هندی است. (وب‌سایت شبکه تلویزیون طلوع؛ [www.tolo.tv](http://www.tolo.tv)) در این برنامه زنان و دختران برای بهترین خوانندگی با مردم رقابت می‌کنند.

### راهکارهای مقابله با تهاجم فرهنگی در شبکه‌های تلویزیون

در دنیای امروز کشورها نمی‌توانند دیواری به دور خود بکشند و از برخورد فرهنگ جامعه خود با فرهنگ‌های بیگانه در امان باشند. اگر فرهنگ جامعه‌ای توان خود را از دست بدهد و مردم از فرهنگ خود گسسته شوند قدرت درست اندیشیدن از آن‌ها سلب می‌گردد و در این دریای ارتباطات غرق می‌شوند. اگر ملتی علاقه‌مند به حفظ و پاسداری از هویت فرهنگی خود باشد باید سعی کند فرهنگ غیر مادی جامعه خویش را حفظ نماید. البته این به آن معنا نیست که می‌توان یا باید فرهنگ غیر مادی را کاملاً دست نخورده و ثابت و اصیل نگه داشت؛ زیرا تغییر از خصوصیات فرهنگ است. ولی این تغییر در صورتی به هویت فرهنگی آسیب نمی‌رساند که جریان عادی و خود به خودی را بپیماید. برای مقابله و مبارزه با تهاجم فرهنگی راه حل‌های زیادی بیان شده است که به برخی از آن‌ها اشاره می‌گردد.

### ۱- اجرای قانون رسانه‌ها

پارلمان، قوه اجرائیه و قضائیه، رسانه‌ها را مجبور به اجرای قانون مربوط به رسانه‌ها نموده و استمرار فعالیت هر رسانه را مشروط به عدم تخلف از مقررات نمایند تا در صورت تخلف مجوز رسانه‌ای خاطی را لغو و آن رسانه را متوقف سازند. اصلاح برنامه‌های رسانه‌ها متناسب با فرهنگ افغانستان با حضور

نخبگان و اهل فن در رسانه. ارائه برنامه‌های تخصصی برای تبیین آسیب‌ها و پیامدهای منفی فیلم‌ها و سریال‌های که ابتذال و بی‌بندوباری ترویج می‌کند. تهیه و آماده‌سازی برنامه دینی و فرهنگی متناسب با شرایط افغانستان از طریق ایجاد یک نهاد و سازمان ویژه در وزارت فرهنگ افغانستان. زمینه‌سازی برای حضور افراد متخصص در زمینه‌های دینی، فرهنگی و تاریخی در رسانه با وضع قانون ویژه در پارلمان، می‌توان تلاش باشد برای استقلال رسانه‌ها. پارلمان و دولت می‌توانند با اختصاص دادن بودجه خاص، رسانه‌ها را از وابستگی خارج نمایند.

## ۲- تحول در مدیریت و نیروی انسانی

رشد و توسعه کارهای رسانه‌ای در افغانستان نیازمند مدیران متخصص و آشنا با فناوری‌های روز علم مدیریت از یک‌سو و آشنایی با شیوه‌های مدیریت رسانه‌ها از سوی دیگر است که بتواند ضمن مدیریت نیروها و برنامه‌ها آن‌ها را به‌سوی یک وضعیت مطلوب رسانه‌ای جهت دهد و از کارها و تصمیم‌های روز این عرصه بهره گیرد. مدیران در عرصه رسانه مثل دیگر سازمان‌ها بسیار مهم می‌باشند؛ زیرا علاوه بر تسلط بر شیوه‌های نوین علم مدیریت، باید قادر باشد تا از ابزارهای خاص عرصه رسانه؛ مثل منابع اطلاعات، تحلیل اطلاعات، تحلیل هزینه‌ها، استفاده از فناوری، قدرت و توان برنامه‌ریزی و آشنایی با حرفه بازاریابی رسانه‌ای و... استفاده مناسب نماید. علاوه بر این، نیروی انسانی گماشته شده در یک رسانه نیز باید از افراد متخصص و بامهارت در این فن، تشکیل گردد و در صورت فراهم نیامدن چنین نیرویی، تلاش شود که زمینه آموزش نیروهای موجود فراهم آید. کواچ بیل به نقل از دوم ژان پل در این باره می‌نویسد: «باتوجه به نفوذ مستقیم روزنامه‌نگاری بر افکاری عمومی، هدایت آن نباید صرفاً به نیروهای اقتصادی، سودجویان و کسانی که منافع خاصی را دنبال می‌کنند، سپرده شود بلکه باید نوعی مأموریت مقدس تلقی شود و روزنامه‌نگاران باید بدانند که ابزار قدرتمند ارتباط به آن‌ها واگذار شده است تا آن را در راه خیر و سعادت همگان به کار گیرند.» (بیل کواچ؛ نستیل تام روز: ۱۳۸۵، ص ۲۶).

## ۳- تولید برنامه‌های کاربردی

بدون شک مسئولیت اصلی و اولی رسانه‌ها شهروندسازی و شکل‌دهی به افکار عمومی است و این کار تنها در قالب ارائه صادقانه برنامه‌ها و ایجاد شاخصه جذابیت و خلاقیت در آن‌ها است تا مردم و مخاطبین از آن استقبال نمایند. دلیل اصلی رویگردانی مردم از رسانه‌های افغانستان در این نکته نهفته است که برنامه‌های ارائه شده فاقد خلاقیت و جذابیت لازم است و در صورتی که این شیوه ادامه یابد ممکن است در نهایت به مرگ این حرفه در کشور بیانجامد. این امر به رواج یافتن روحیه اقتصاد محوری در رسانه‌های افغانستان است و تنها در صورتی می‌توان از این مرگ تدریجی و ناخواسته نجات پیدا نمود که به قول بیل کواچ از حالت بازار محوری به آرمان مسئولیت‌پذیری مدنی برگردیم. یکی از اصلی‌ترین چالش‌های

رسانه‌ای در افغانستان بی‌ارتباطی اکثر برنامه‌های بازندگی عامه مردم است و این برنامه‌ها در راستای اهداف و انگیزه‌های گروه‌های خاص نشر می‌گردند که این امر موجب دوری و فاصله گرفتن مردم از رسانه‌ها می‌گردند. برای درمان این درد نیاز است که رسانه‌ها برنامه‌هایشان را به گونه‌ای ترتیب دهند که بیشترین هماهنگی و همسویی را بازندگی مردم و مخاطبین داشته باشد. اصحاب رسانه باید بدانند که اصلی‌ترین مسئولیت آن‌ها ارائه اطلاعات به مردم و هدف اصلی روزنامه‌نگاری بازگو کردن حقیقت است و براساس دانشمندان عرصه رسانه به مردم است تا آن‌ها اطلاعاتی را که برای حاکمیت به آن نیاز دارند، در اختیار داشته باشند. (همان، ص ۲۴)

### نتیجه‌گیری

از نظر تأثیر و اهمیت، رسانه‌ها در افغانستان، شبکه‌های تلویزیون در سطر قرار دارد. در چند سال گذشته تلویزیون‌های خصوصی افغانستان از نظر کمی رشد بی‌سابقه‌ای داشته‌اند، ولی از نظر کیفی و محتوایی از مشکلات زیادی رنج می‌برند. یکی از آسیب‌های مهم تلویزیون‌های کشور، توجه بیش‌ازحد به مسائل تفریحی و سرگرمی آن‌ها است، به گونه‌ای که بیشتر برنامه‌های تلویزیونی در این جنبه مشغول‌اند.

براساس اصول این رسانه، تفریح و سرگرمی، یکی از ویژگی‌های رسانه‌ها است؛ اما در کنار این جنبه، آموزش و اطلاع‌رسانی هم از کارهای خاص رسانه‌ها هستند. در برنامه‌های تلویزیون‌های افغانستان، جایگاه آموزش در سطح پایین قرار دارد، اما اطلاع‌رسانی وضعیت بهتری دارد. به علاوه این، به نظر می‌رسد که بسیاری از محتوای تفریحی تلویزیون‌ها، وارداتی هستند که با فرهنگ بومی و سنتی افغانستان در تضاد می‌باشند. پخش فیلم‌ها، سریال‌های هندی و ترکی در قالب فرهنگ غربی در زمان‌های پربیننده که با ویژگی‌های فرهنگ ملی - اسلامی افغانستان در تضاد است، بارها با واکنش‌های تند علما این کشور مواجه شده است. یکی دیگر از آسیب‌های تلویزیون در افغانستان در ده سال گذشته و حال، یکی هم نداشتن برنامه‌های ابتکاری و خلاقیت است. این گونه عوامل موجب شده است تا شبکه‌های تلویزیون در افغانستان به رشد و توسعه مناسب دست نیابند. در یک جمع‌بندی می‌توان گفت که کشورهای غربی، مستقیماً روی فرهنگ آن جامعه دست گذاشته و می‌خواهند باورها، ارزش‌های مردم را با پیشرفته‌ترین وسایل یعنی رسانه‌ها تغییر دهند و به جای فرهنگ بومی افغانستان ارزش‌ها و باورهای جدیدی مانند: تجمل، ابتذال، مصرف‌گرایی، فروپاشی نظام خانواده، در ذهن و افکار مردم ترویج و نهادینه نمایند و درصدد دگرگون‌سازی باورها و سبک زندگی و کنش افراد در خانواده و جامعه هستند. رسانه‌ها که منبع تغذیه مشخصی ندارند فرهنگ مردم افغانستان را نشانه گرفته و برای ایجاد تنش و تضاد فرهنگی و شکاف فرهنگی در این کشور تلاش می‌کنند.

## فهرست منابع:

۱. احمدزاده کرمانی، روح‌الله؛ بازانیشی در فرهنگ و رسانه؛ تهران: ۱۳۹۰ش.
۲. انوری، حسن؛ فرهنگ بزرگ سخن، ج ۴، انتشارات سخن، ۱۳۸۱ش.
۳. بری گونتر و بیل مک آلر؛ کودک و تلویزیون؛ ترجمه نصرت فتی؛ تهران: سروش، ۱۳۸۰ش.
۴. شیرری، فریدون؛ فرهنگ الفبای قیاسی زبان فارسی؛ تهران: ۱۳۷۱.
۵. طیبی، محمد آصف؛ وضعیت رسانه‌های جمعی امروز افغانستان؛ پژوهش‌های منطقه‌ای، شماره ۷، تابستان ۱۳۹۰ش.
۶. عزیزی، شهلا؛ خانواده و تلویزیون؛ تهران: مرن‌دیز، ۱۳۷۳ش.
۷. کواچ، بیل؛ تام روز، نستیل؛ عناصر روزنامه‌نگاری؛ ترجمه داود حیدری؛ تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها، ۱۳۸۵ش.
۸. کلید گروپ؛ گزارش همایش رسانه‌ها و جامعه مدنی افغانستان؛ کابل: ۲۰۰۷. معتمدنژاد، کاظم؛ وسایل ارتباط جمعی؛ تهران: دانشگاه علامه طباطبائی، ۱۳۸۵ش.
۹. مک کوئیل، دنیس؛ درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی؛ ترجمه پرویز جلالی؛ ۱۳۸۲ش.
۱۰. مک کوئین، دیوید؛ راهنمای شناخت تلویزیون، ترجمه فاطمه کرم‌علی و دیگران؛ تهران: اداره کل پژوهش‌های سیما، ۱۳۸۴ش.

1-[HTTP://www.ARIANATELEVISION.COM](http://www.ARIANATELEVISION.COM)

2-[HTTP://WWW.AVAPRESS.COM](http://WWW.AVAPRESS.COM)

3-[HTTP://www.DARI.IRIB.IR](http://www.DARI.IRIB.IR)

4-[HTTP://WWW.HERAI-TV.DE/](http://WWW.HERAI-TV.DE/)

5-[HTTP://www.TAMADON.TV/](http://www.TAMADON.TV/)

6-[HTTP://WWW.SHAMSHADTV.COM](http://WWW.SHAMSHADTV.COM)

7-[HTTP://WWW.TOLO.TV/](http://WWW.TOLO.TV/)

8-[HTTP://WWW.NOORIN.TV/](http://WWW.NOORIN.TV/)

9-[HTTP://WW.BAKHTERNEWS.COM.AF](http://WW.BAKHTERNEWS.COM.AF)

10[HTTP://WWW.RTA.ORG.AF/](http://WWW.RTA.ORG.AF/)