

صدیقه بیران*

هاتف پور رشیدی**

چکیده

دیپلماسی رسانه‌ای از جمله مقولاتی است که در عصر ارتباطات توانسته است به‌عنوان یکی از ابزارهای تحقق قدرت نرم و تامین منافع ملی کشور مد نظر قرار گیرد. در این راستا، بهره‌گیری جمهوری اسلامی ایران از ابزار دیپلماسی رسانه‌ای به‌عنوان یک قدرت منطقه‌ای از اهمیت بسزایی برخوردار است. در همین زمینه بررسی بهره‌گیری دیپلماسی رسانه‌ای ایران در افغانستان پس از سقوط طالبان از ظرفیت‌های موجود، از جمله موضوعاتی است که می‌تواند مورد توجه قرار گیرد. از بررسی داده‌های آماری، در مجموع این نتیجه حاصل شد که جمهوری اسلامی ایران راهبرد مناسب و درستی در خصوص دیپلماسی رسانه‌ای خود در افغانستان به کار نگرفته و این مساله سبب شده است نتوان از ظرفیت‌های موجود در این بخش برای تامین منافع ملی کشور بهره گرفت. این مساله در بحث تحقق امنیت ملی نیز موثر واقع می‌شود؛ چرا که ایران همواره از جانب این همسایه شرقی خود در معرض آسیب بوده و گاه امنیت‌اش از این طریق در معرض چالش قرار گرفته است.

کلیدواژه‌ها: دیپلماسی رسانه‌ای، افغانستان، طالبان، قدرت رسانه‌ها، برجسته‌سازی، اقناع

* عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز

** کارشناس ارشد علوم ارتباطات اجتماعی، گرایش روزنامه‌نگاری

فصلنامه مطالعات خاورمیانه، سال هجدهم، شماره ۱، بهار ۱۳۹۰، صص ۹۷ - ۱۲۲.

سرعت نفوذ ارتباطات در بخش‌های مختلف در عصر حاضر به اندازه‌ای است که نمی‌توان آن را نادیده انگاشت و بدون توجه به آن، رهیافت‌های خود در حوزه‌های متفاوت را تدوین و به کار گرفت. به نظر می‌رسد گفته مشهور مارشال مک لوهان در مورد رسانه و قدرت، تحقق یافته‌است. در این میان اقتدار ملت - دولت‌ها نیز در گرو توجه به این مساله است تا بتوانند از این طریق قدرت نرم خود را محقق کنند. دیپلماسی نیز به مثابه سایر بخش‌هایی که نقش عمده‌ای در تحقق قدرت نرم دارد، باید رسانه‌ها و ارتباطات را مورد توجه قرار دهد تا از گذر غور در بحث دیپلماسی رسانه‌ای اهداف و منافع ملی را تامین کند. در همین زمینه، پرداختن به مقوله دیپلماسی رسانه‌ای در مورد افغانستان به‌عنوان یکی از همسایگان ایران و کشوری که در حوزه تمدنی ایران قرار دارد و به‌ویژه با توجه به حضور یکی از دشمنان سیاسی ایران (ایالات متحده آمریکا) در آن، باید بسیار مورد توجه باشد تا در سایه تحقق منافع ملی، امنیت ملی نیز برای کشور به ارمغان بیاید. دیپلماسی و سیاست خارجی کشورها به‌عنوان یک عامل تعیین‌کننده در نظام بین‌الملل تحت تأثیر و تعامل تحولات شگرف در عرصه ارتباطات قرار گرفته است؛ چنانچه «دیپلماسی رسانه‌ای» به‌عنوان یکی از شاخه‌های اصلی فعالیت‌های دستگاه دیپلماسی و سیاست خارجی پدیدار شده است. بر این اساس کشورها با پی بردن به ضرورت این مساله، آن را به‌طور جد مورد توجه قرار داده‌اند که در این میان فعالیت‌های دیپلماتیک جمهوری اسلامی ایران در جهان و به‌ویژه در میان کشورهای منطقه و به‌طور مشخص در افغانستان نیز از این مقوله بهره‌گرفته است. به‌همین دلیل بررسی آن در ساحت تامین منافع ملی کشور، مقوله‌ای مهم به‌نظر می‌رسد که باید مورد توجه و بررسی قرار گیرد.

با توجه به تعریف دیپلماسی رسانه‌ای که به معنای به کارگیری رسانه‌ها برای تکمیل و ارتقای سیاست‌های خارجی یک کشور مطرح شده و با عنایت به تغییراتی که در عرصه بین‌الملل پدید آمده و با توجه به این نکته که تحقق قدرت نرم در گرو بهره‌گیری بیشتر و بهتر از رسانه‌هاست، ضرورت بحث به کارگیری دیپلماسی رسانه‌ای بیش از پیش آشکار می‌شود.

در موضوع افغانستان که دارای ۹۳۶ کیلومتر مرز مشترک در ۳ استان کشورمان می‌باشد و نیز با عنایت به حضور نیروهای آمریکا و ناتو به‌عنوان نیروهای دشمن در این کشور و نیاز کشور

برای گسترش مناسبات با افغانستان و بهره‌گیری از مزیت‌هایی چون همسایگی، حوزه تمدنی مشترک، مرزهای طولانی و آسان بودن صدور کالا و خدمات به این کشور و همچنین حمایت جمهوری اسلامی ایران از گروه‌های مجاهد در این کشور، چه در زمان تجاوز شوروی به افغانستان و چه در زمان طالبان، دیپلماسی رسانه‌ای می‌تواند بازیگر خوبی در این عرصه بوده و در خدمت دیپلماسی عمومی و تامین منافع کشور و تحقق قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران باشد. در نوشتار حاضر، این هدف مورد توجه واقع شده که موفقیت دیپلماسی رسانه‌ای ایران در افغانستان در چه حدی بوده و آیا اهداف ایران در افغانستان از طریق دیپلماسی رسانه‌ای محقق شده است یا خیر؟ فرضیه‌های این تحقیق نیز در ۷ مورد به شرح زیر تعریف شده است:

۱. به نظر می‌رسد ایران از تکنیک‌های دیپلماسی رسانه‌ای مناسبی در افغانستان برخوردار نبوده است؛

۲. به نظر می‌رسد ایران در جذب مخاطب افغان نسبت به سیاست‌های خود در افغانستان موفق بوده است؛

۳. به نظر می‌رسد دستگاه دیپلماسی ایران از طریق دیپلماسی رسانه‌ای در جذب سرمایه‌گذاری ایرانیان در افغانستان موفق بوده است؛

۴. به نظر می‌رسد دیپلماسی رسانه‌ای ایران نتوانسته است به خوبی از پتانسیل زبان مشترک در دفع تهدیدات از ناحیه این کشور به‌خوبی استفاده کند؛

۵. به نظر می‌رسد دیپلماسی رسانه‌ای ایران در روی کار آمدن و انتخاب افراد همسو با سیاست‌های خارجی ایران در افغانستان موفق نبوده است؛

۶. به نظر می‌رسد دیپلماسی رسانه‌ای ایران در جلب نظر رسانه‌های افغان برای انعکاس دیدگاه‌های جمهوری اسلامی ایران موفق نبوده است؛ و

۷. به نظر می‌رسد دیپلماسی رسانه‌ای ایران در انعکاس اقدامات ایران در بازسازی افغانستان موفق نبوده است.

برای بررسی موضوع مدنظر از روش میدانی استفاده از پرسش‌نامه‌ای با ۲۰ پرسش بهره گرفته شده که در اختیار ۵۰ تن از کارشناسان این حوزه و برخی مقامات، دیپلمات‌های قابل

دسترس، خبرنگاران فعال در عرصه دیپلماسی و صاحب نظر در حوزه افغانستان و تنی چند از مقامات افغان قرار گرفت که پس از آن داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS داده‌های حاصل مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است.

چارچوب نظری

نظریات متعددی در حوزه رسانه و دیپلماسی وجود دارد که مهم‌ترین و مرتبط‌ترین آنها در زمینه پژوهش به شرح زیر می‌باشد. در این نظریات تلاش می‌شود ارتباط میان فرضیات و موضوع به نحو ملموسی مطرح گردد. نخست مباحث دیپلماسی رسانه‌ای مطرح شده که دیدی کلی در این خصوص ارائه می‌دهد و در ادامه مباحث مربوط به قدرت رسانه‌ها، اقناع و برجسته‌سازی مطرح شده است. در این بخش‌ها نیز تلاش شده در مورد نحوه تاثیرگذاری رسانه‌ها و قدرت آنها در اقناع و جلب توجه مخاطب بحث شود. از طرف دیگر، نظریه برجسته‌سازی رسانه‌ها مورد توجه واقع شده تا این نکته را مطرح کند که توجه رسانه‌ها به یک موضوع موجبات جلب توجه افکار عمومی را فراهم می‌کند. این مقولات در بحث فرضیات نیز مد نظر قرار گرفته‌اند تا میزان موفقیت دیپلماسی رسانه‌ای در افغانستان مورد ارزیابی قرار گیرد. در نهایت نیز، بحث روابط ایران و افغانستان و نحوه عملکرد دولت و رسانه‌های ایرانی در این کشور مورد بررسی قرار گرفته است.

۱. دیپلماسی رسانه‌ای

امروزه رهبران از ارتباطات جهانی به عنوان ابزاری مهم برای پیشبرد مذاکرات و نیز بسیج حمایت عمومی از توافقات استفاده می‌کنند. «دیپلماسی رسانه‌ای» مناسب‌ترین مفهوم برای تحلیل این کاربردهاست، اما نحوه ارجاع به این مفهوم در ادبیات حرفه‌ای به شدت مغشوش است. برای مثال، ابو این مفهوم را به گونه‌ای بسیار وسیع، چنین تعریف می‌کند: «هرگونه استفاده از رسانه‌ها در جهت بیان و ترویج سیاست خارجی.» دیپلماسی رسانه‌ای، از طریق فعالیت‌های متعدد رسانه‌ای عادی و ویژه، پی‌گیری می‌شود که این فعالیت‌ها شامل: کنفرانس‌های مطبوعاتی، مصاحبه‌ها، دیدار سران حکومت‌ها و میانجیگران در کشورهای رقیب، و رویدادهای رسانه‌ای

برانگیزاننده است که برای گشودن عصری جدید در روابط متقابل سازماندهی می‌شوند.

نمونه استفاده از دیپلماسی رسانه‌ای را می‌توان پس از جنگ اعراب و اسرائیل در سال ۱۹۷۳ توسط کسینجر مشاهده کرد که در این فرایند به‌خوبی از رسانه‌ها برای نشان دادن و تحمیل مقاصد خود، در طی «دیپلماسی رفت و برگشت» معروف و بسیار موفقش، استفاده نمود. او بیشتر خبرنگاران ارشد آمریکایی حوزه دیپلماسی را طی سفرهای خارجی، در هواپیمای خود جای می‌داد تا گزارشات زمینه‌ای و اطلاعاتی فراهم کنند و اخباری را فاش نمایند که قصد داشت بیش از هر چیز دیگری، از این اخبار و اطلاعات برای گرفتن امتیاز از طرف‌های درگیر مذاکره، برای شکستن بن‌بست‌ها، استفاده کند. در ژانویه ۱۹۹۸، محمد خاتمی، رئیس‌جمهور تازه انتخاب شده ایران، «سی.ان.ان» را برای فرستادن پیام صلح‌طلبانه به ایالات متحده انتخاب نمود. نمونه دیگر در این زمینه را می‌توان در امضای توافق‌نامه اخیر تهران در مورد تامین سوخت راکتور تهران مشاهده کرد. نقش دیپلماسی رسانه‌ای نیز باید در سه محور: الف) بی‌اهمیت نمودن نقش سفرا؛ ب) شکستن بن‌بست‌های دیپلماتیک و ایجاد حال و هوایی مناسب برای مذاکرات؛ و ج) فراهم نمودن شرایطی مطلوب برای بستن قرارداد، توصیف کرد.^۱

نظریه‌های مربوط به تأثیر رسانه‌ها بر سیاست خارجی در دو جهت عمده تکامل یافته‌اند؛ نخست آنکه، این نظریه‌ها از اعتقاد به اثر زیاد رسانه‌ها بر مخاطبان به اثرات محدود تغییر موضع داده‌اند؛ و دوم آنکه، به جای تلقی مخاطب به‌عنوان موجودی منفعل، به فعال بودن مخاطب در دریافت و تفسیر پیام رسانه‌ها اشاره کرده‌اند. در ارتباطات سیاسی، علاوه بر پذیرش این دو اصلاح نظری به توسعه دیدگاه‌های نظری برای توضیح رابطه رسانه‌های خبری و سیاست پرداخته‌اند. با این وجود، این نظریه، گاه رسانه‌ها را تأثیرگذار دانسته (نظریه سی.ان.ان)^(۱) و گاه از تأثیر سیاست بر رسانه‌ها (نظریه تولید موافقت، نظریه نخبگان و نظریه تعاملی نخبگان و رسانه‌ها)^(۲)

۱. این نظریه معتقد است که رسانه‌های خبری می‌توانند در مواقع رخداد فجایع و بحران‌های انسانی حکومت را تکان دهند و در جهت مداخله در این بحران‌ها به حرکت وادارند.

۲. در این نظریه، رسانه‌های خبری به جای آنکه بر سیاست تأثیر بگذارند و یا به انتقاد از حوزه قدرت بپردازند، پوشش خبری خود را به‌گونه‌ای سامان می‌دهند که برای تصمیمات سیاسی، موافقت مخاطبان (توده مردم) و نخبگان را جلب کنند.

سخن به‌میان آورده است و این در حالی است که امروزه فناوری‌های نوین ارتباطات و اطلاعات، گستره دیپلماسی و سیاست خارجی را به تحریریه روزنامه‌ها، شبکه‌های اینترنتی، تلویزیون‌ها و رادیوهای جهانی کشانده است. این همان عاملی است که در عصر جامعه اطلاعاتی، فضای متعامل دیپلمات‌ها و رسانه‌ها را الزامی ساخته است.^۲

۲. قدرت رسانه‌ها

قدرت رسانه‌ها عموماً نمادین و اقناعی است. یعنی رسانه‌ها اساساً این قابلیت را دارند که ذهن خوانندگان یا بینندگان خود را تا حدی تحت تأثیر قرار دهند یا هدایت کنند، اما بر اعمال مخاطبان خود تأثیر مستقیمی ندارند. به استثنای مواردی همچون استفاده از قوه قهریه و جسمانی، مهار یا هدایت عمل انسانی که عموماً ضمنی صورت می‌پذیرد، هدایت مقاصد، برنامه‌ها، دانش، عقاید یا نظریات انسانی، یعنی بازنمایی‌های ذهنی‌ای که بر رفتار بیرونی انسان حاکمند، به‌صورت هدفمند امکان‌پذیر است. اگرچه با توجه به حضور سایر منابع اطلاع‌رسان و با توجه به اینکه معمولاً رسانه‌ها بر خلاف سایر نهادهای حقوقی یا اداری فاقد قدرت محکوم‌سازی یا تنبیه شهروندان، در صورت نقض قانون هستند، هدایت ذهنی مخاطبان هرگز به‌طور کامل امکان‌پذیر نیست. در مقابل، شواهد روان‌شناختی و جامعه‌شناختی نشان می‌دهد که با وجود قدرت فراگیر نمادین رسانه‌ها، مخاطبان عموماً حداقل آزادی عمل و استقلال خود را حفظ می‌کنند، و کم‌وبیش از وسایل ارتباط جمعی فعالانه بهره می‌برند. به‌عبارت دیگر، صرف‌نظر از قدرت نمادین رسانه‌های خبری، حداقل برخی از مخاطبان رسانه‌ها می‌توانند در برابر اقناع شدن مقاومت کنند. این بدان معناست که تأثیرگذاری ذهنی رسانه‌ها در شرایطی بسیار کارآمد است و آن مواقعی است که مخاطبان ماهیت یا پیامدهای این تأثیرگذاری را در نمی‌یابند، یا در مواردی که با اختیار خود تغییرعقیده می‌دهند، یا همانند مواردی که گزارش‌های خبری را واقعی تلقی می‌کنند، یا اظهارنظر خبرنگاران را مشروع یا صحیح می‌پندارند.^۳

۳. نظریه اقناع^(۱)

نظریه اقناع از جمله نظریات پشتیبان بحث دیپلماسی رسانه‌ای به حساب می‌آید. اقناع همواره بخشی از زندگی بشر بوده و افراد سعی دارند بر دیگران تاثیر بگذارند. ارسطو یکی از نخستین کسانی بود که در آثار خود راجع به فن خطابه اقناع را تجزیه و تحلیل نمود و پس از آن مطالعات بسیاری در این خصوص صورت گرفت. موسسه تجزیه و تحلیل تبلیغات^(۲) با شناسایی ۷ روش تبلیغاتی بخشی از کارهای اولیه مربوط به تیوریزه کردن اقناع را با معرفی سه بخش: (الف) جزء اصلی احساسی (ارزیابی چیزی یا داشتن احساسی نسبت به آن؛ ب) جزء شناختی (واکنش‌های ادراکی یا اظهارات شفاهی یا عقیده؛ ج) جزء رفتاری (اقدامات اعمال آشکار) انجام داد. تحقق این سه بخش می‌تواند به طریق تغییر نگرش و اقناع منجر شود. در این راستا، اعتبار منبع یکی از فاکتورهایی است که ارتباط‌گر تا اندازه‌ای بر آن کنترل دارد و می‌تواند از طریق کنترل آن مخاطب را تحت تاثیر قرار داده و اقناع را پدید آورد.^۴

۴. برجسته‌سازی^(۳)

برجسته‌سازی یکی از شیوه‌هایی است که از طریق آن رسانه‌های جمعی می‌توانند بر عامه تاثیر بگذارند. بنابراین، این نظریه نیز می‌تواند در تحقق کارآمدی دیپلماسی رسانه‌ای موثر واقع شود. برجسته‌سازی بدین معناست که رسانه‌های خبری با ارایه خبرها، موضوعاتی را که عامه راجع به آنها فکر می‌کنند، تعیین می‌نماید. بر این اساس در بحث برجسته‌سازی توجه رسانه‌های جمعی به موضوعی، موجب می‌شود اهمیت آن از نظر عموم افزایش یابد. در این مقوله زمینه‌چینی^(۴) یکی از راهکارهای تحقق برجسته‌سازی است. بر این اساس زمینه‌چینی فرایندی است که طی آن رسانه‌ها به بعضی موضوعات توجه می‌کنند و موضوعات

-
1. Persuasion
 2. Institute for Propaganda Analysis (IPA)
 3. Agenda Setting
 4. Priming

دیگر را در نظر نمی‌گیرند. همچنین جانبداری اولویت‌ها از جمله مقوله‌هایی است که رسانه‌ها به آن توجه می‌کنند و با مهم یا غیرمهم جلوه دادن موضوعی یک ایدیولوژی خاص را مساعد یا نامساعد نشان می‌دهند. گلا دیس انگل لونگ^(۱) و کورت لونگ^(۲) بر اساس تحقیقاتی که انجام داده‌اند، معتقدند که فرایند قرار دادن موضوعی در اولویت عموم زمان می‌برد و از چند مرحله می‌گذرد. بر این اساس شیوه رسانه‌ها برای قالبی کردن یک موضوع و کلمات مهمی که برای توصیف آن استفاده می‌کنند، می‌تواند موثر باشد. در همین زمینه باید گفت، برجسته‌سازی برای تمام افراد به یک اندازه و شیوه رخ نمی‌دهد و بر پایه دو عامل تعریف می‌شود: ارتباط اطلاعات به فرد و درجه بی‌خبری از موضوع پیام. هرچه ارتباط این دو بیشتر باشد، نیاز به راهنمایی بیشتر است و هرچه نیاز به راهنمایی بیشتر باشد، فرد اثرهای برجسته‌سازی رسانه‌های جمعی را بیشتر می‌پذیرد.^۵

روابط افغانستان با جمهوری اسلامی ایران

به‌دلائل فرهنگی، نژادی، زبانی، تاریخی، فرهنگی و مذهبی، جمهوری اسلامی ایران دارای بیشترین و بهترین زمینه‌های روابط و همکاری با افغانستان بوده است. روابط دو کشور همواره سازنده و مثبت بوده، هرچند به دلیل بروز بحران‌های داخلی در افغانستان از گستردگی کافی برخوردار نبوده است. البته عوامل دیگری نظیر رقابت‌های شرق و غرب برای منزوی کردن نقش ایران در امور منطقه به‌خصوص پس از پیروزی انقلاب اسلامی نیز موثر بوده است.

«روابط اقتصادی ایران و افغانستان در گذشته محدود بود، ولی در پی تحولات اخیر افغانستان در حال گسترش است. در سال ۱۳۵۰ روابط اقتصادی ایران و افغانستان در حدود یکصد هزار دلار بود و در سال ۱۳۵۵ به دلیل روابط جدید داودخان، به ۶ میلیون دلار رسید. این روابط در ۹ ماهه اول سال ۱۳۵۶ به یک میلیون دلار رسید. در سال ۱۳۵۷ با سقوط رژیم‌های ایران و افغانستان (داودخان) مبادلات متوقف شد و بعد از آن هم تا زمان سقوط رژیم نجیب‌الله

1. G.E. Lang

2. K. Lang

(ابتدای ۱۳۷۱) مبادلات رسمی صورت نگرفت. از سال ۱۳۷۱ تا ۱۳۷۵ مبادلات تجاری توسعه یافت، ولی به دلیل جنگ‌های داخلی از گسترش کافی برخوردار نشد. از سال ۱۳۷۵ با حاکمیت طالبان بر کابل و بخش‌های دیگری از خاک افغانستان و بخش‌های دیگری از خاک افغانستان، به‌ویژه مناطق غربی آن که هم مرز با ایران بود، روابط تجاری دو کشور برای مدتی محدود گردید، بعد از برکناری طالبان (۲۰۰۱) مذاکرات تجاری دو کشور برای گسترش مبادلات اقتصادی آغاز شد. وزرای مربوطه دو کشور دیدارها و مذاکرات متعددی انجام داده و توافق‌نامه‌های زیادی را در زمینه‌های مختلف امضاء کرده‌اند.^۶

در سال ۱۳۵۱ اختلاف ایران و افغانستان بر سر استفاده از آب هیرمند حل شد و قراردادی بین دو کشور امضا گردید. بر اساس این قرارداد، حقابه ایران از رود هیرمند ۲۶ متر مکعب در ثانیه در طول سال تعیین شد. در سال ۱۳۵۳ در زمان حکومت داودخان، نخستین کمیسیون همکاری‌های اقتصادی ایران و افغانستان در کابل تشکیل شد و پروتکلی در زمینه‌های کشاورزی، دامداری، صنعت، راه و غیره به امضا رسید. در سال ۱۳۵۴ کمیسیون دیگری در تهران تشکیل شد و در زمینه‌های ذوب‌آهن، سیمان، نیشکر، راه‌آهن، راه و غیره توافق‌هایی صورت گرفت که هزینه تکمیلی این پروژه‌ها را ایران تامین می‌کرد. در سال ۱۳۵۵ سومین اجلاس کمیسیون مشترک اقتصادی ایران و افغانستان در کابل تشکیل شد که ضمن ابراز رضایت از توافق‌های گذشته، در زمینه‌های نساجی، اعطای وام برای کارخانه سیمان، نیشکر، کاغذ و غیره توافق‌های جدیدی صورت گرفت که هزینه احداث این پروژه‌ها در افغانستان از محل اعتبارات ایران تامین می‌شد.

کمیسیون دیگری هم برای سال ۱۳۵۷ در نظر گرفته شده بود که به دلیل سقوط داودخان برگزار نشد. طی سال‌های ۱۳۵۳ تا ۱۳۵۷ بیش از ۸۵ میلیون دلار کمک در فواصل مختلف از سوی ایران در اختیار افغانستان قرار گرفت. این روابط از لحاظ اقتصادی سودی برای ایران دربر نداشت و منافع سیاسی درازمدت هم به دلیل ناپایداری اوضاع سیاسی افغانستان، به دنبال نیاورد. پس از پیروزی انقلاب اسلامی، بین ایران و دولت‌های کمونیستی افغانستان روابط اقتصادی و سیاسی و فرهنگی رسمی مهمی برقرار نشد. ایران هیچ‌گاه رژیم‌های کمونیستی حاکم بر

افغانستان را به رسمیت نشناخت و با آنان مذاکره نکرد. جمهوری اسلامی ایران نخستین کشوری بود که تجاوز شوروی به افغانستان را محکوم کرد و به شدت علیه آن موضع گیری نمود. ایران به حمایت از نهضت مقاومت مردم افغانستان و مجاهدین برخاست و به رغم آنکه خود درگیر جنگ تحمیلی بود، در حد توان از هرگونه کمک به جهاد مردم افغانستان دریغ نورزید.

پس از پیروزی مجاهدین و تشکیل حکومت اسلامی در کابل (۱۳۷۱)، جمهوری اسلامی ایران جزو نخستین کشورهایی بود که دولت اسلامی افغانستان را به رسمیت شناخت و درصدد کمک و حمایت از آن برآمد. جمهوری اسلامی ایران طی سال های بعد، به حمایت از دولت اسلامی افغانستان و جبهه متحد پرداخت. جمهوری اسلامی ایران رژیم طالبان را هیچ گاه به رسمیت نشناخت و طی مدت حاکمیت طالبان از دولت اسلامی افغانستان که دولت قانونی افغانستان بود، حمایت می کرد. روابط جمهوری اسلامی ایران و طالبان همواره تیره بود. مهم ترین علل آن نیز تجاوز به سرکنسولگری جمهوری اسلامی ایران در مزار شریف در ۱۷ مردادماه سال ۱۳۷۷ و به شهادت رساندن ۹ دیپلمات و یک خبرنگار ایرانی و سپس حمله به سرکنسولگری جمهوری اسلامی ایران در هرات در اردیبهشت ۱۳۸۱ بود. بعد از سقوط طالبان، جمهوری اسلامی ایران از مذاکرات و توافقات نمایندگان مردم و گروه های افغانی در اجلاس بن حمایت کرد.^۷ جمهوری اسلامی ایران برای بازسازی افغانستان ۵۶۰ میلیون دلار به صورت اعتبار و کمک بلاعوض طی پنج سال (۸۱ تا ۸۵) در نظر گرفت و ۶۰ میلیون دلار آن را برای سال ۱۳۸۱ اختصاص داد. ایران نخستین کشوری بود که کار بازسازی در افغانستان را با احداث جاده دوغارون - هرات، احداث خط انتقال برق به هرات، راه اندازی گمرک میلک و غیره آغاز نمود.^۸

برخی از پروژه های مهم بازسازی جمهوری اسلامی ایران در افغانستان بدین شرح است: جاده دوغارون - هرات با طول ۱۲۷ کیلومتر، جاده هرات - ارملک به طول ۶۱ کیلومتر، شبکه فیبرنوری مشهد - هرات، نصب و راه اندازی تلفن های همگانی در شهرهای هرات، مزار شریف، قندهار، کابل، ساخت مدارس فنی و حرفه ای در شهرهای هرات، زرنج و فراه، ساخت ۲۵ پاسگاه مرزی، احداث گمرک مرزی میلک و میل ۷۸، احداث پل ابریشم بر روی رودخانه پریشان مشترک، احداث جاده میلک - زرنج، احداث خط انتقال برق ۲۰ کیلوولت دو مداره تایپاد - هرات، انتقال آب و برق

به زرنج، تجهیز پنج کتابخانه در پنج شهر مهم افغانستان، اجرای پروژه‌های مختلف کشاورزی و طرح کشت جایگزین در استان‌های مختلف، پروژه احداث خط آهن سنگان-هرات، و ده‌ها پروژه کوچک و بزرگ در استان‌های مختلف.^۹

از سال ۱۳۸۱ به بعد، رفت و آمدهای زیادی از سوی مقامات دو کشور صورت گرفته است، از آن جمله: سفر وزیر امور خارجه جمهوری اسلامی ایران به کابل در دیماه ۱۳۸۰ جهت شرکت در مراسم انتقال قدرت، سفر سه روزه رئیس‌جمهور افغانستان به جمهوری اسلامی ایران، سفر روسای جمهوری اسلامی ایران به افغانستان در سال‌های ۲۰۰۲ و ۲۰۰۷، سفر وزرای راه و ترابری و امور اقتصادی و دارایی جمهوری اسلامی ایران به افغانستان، سفر تعدادی از مقامات افغانی به جمهوری اسلامی ایران از جمله رئیس‌جمهور، وزیر خارجه، وزیر آموزش و پرورش، وزیر تجارت، وزیر دفاع، وزیر بهداشت، وزیر تحصیلات عالی، وزیر شهدا و معلولین، و وزیر امور زنان، سفر استاندارهای هرات و قندهار و غیره می‌باشد که در سطوح پایین‌تر نیز هیات‌های زیادی مبادله شده است.

جمهوری اسلامی ایران در شهر کابل دارای سفارت است و در شهرهای هرات، مزار شریف و قندهار سرکنسولگری دارد. پیش از این در بعضی شهرهای افغانستان (جلال‌آباد و بامیان) نیز سرکنسولگری داشت. جمهوری اسلامی ایران در کابل دارای خانه فرهنگ نیز می‌باشد.^{۱۰} در همین زمینه روابط رو به گسترش ایران و افغانستان پس از سقوط طالبان، پیمان نایب، رئیس مجلس افغانستان، نیز با تاکید بر تلاش کشورش برای گسترش زمینه‌های همکاری با جمهوری اسلامی ایران تاکید می‌کند که هر دو کشور باید تلاش کنند تا زمینه‌هایی فراهم شود تا بتوانند از توانایی‌های یکدیگر استفاده کنند. به‌خصوص اینکه ما می‌خواهیم از ظرفیت‌های ایران در زمینه‌های فرهنگی، اقتصادی و علمی بهتر و بیشتر استفاده کنیم.

برای تحقق گسترش زمینه‌های نفوذ ایران در افغانستان و به تبع آن گسترش روابط و دفع تهدیداتی که به برخی از آنها نظیر قاچاق مواد مخدر به ایران، اشاره شد، دیپلماسی رسانه‌ای گامی موثر به‌شمار می‌رود که اقداماتی از سوی ایران در این زمینه انجام شده است. حسن بهشتی‌پور، کارشناس مسایل بین‌الملل و رسانه، مهم‌ترین اقدامات ایران در جهت

توسعه دیپلماسی رسانه‌ای و به تبع آن گسترش روابط با افغانستان را راه‌اندازی رادیو دری به مرکزیت مشهد عنوان کرده و اظهار می‌کند: «بخش برون‌مرزی صدا و سیما به محض حمله آمریکا به افغانستان عملکرد این رادیو را از روزانه دو ساعت به ۱۱ ساعت افزایش داد که پس از رادیو بی. بی. سی. مهم‌ترین رادیوی منطقه می‌باشد.» وی همچنین از کمک ایران به تاسیس چند تلویزیون و از جمله تلویزیون نور به مسئولیت آیت‌الله آصف محسنی، از رهبران شیعیان افغانستان، و نیز کمک‌های فنی به راه‌اندازی چند شبکه خبر داده و ادامه می‌دهد: «تمامی این اقدامات با تایید وزارت امور خارجه همراه بوده که برای گسترش همکاری‌ها برای تربیت نیروهای افغان در دانشکده صدا و سیما در رشته‌های کارگردانی و تصویربرداری اقداماتی صورت گرفته است و برای خبرنگاران افغان دوره‌های روزنامه‌نگاری برگزار شده است.» بهشتی‌پور ارایه فیلم‌ها و سریال‌های ایرانی برای پخش در شبکه‌های افغانی را نیز در جهت ترویج سینمای ایران توصیف کرده و با اشاره به مهاجرت افغان‌های مقیم ایران به کشورشان و انتقال آداب و رسوم ایران به این کشور، می‌گوید: «در هرات، مزار شریف، قندوز، قندهار و بخش‌های شمال و غربی این کشور مهاجران افغانی تمامی فرهنگ ایرانی را به آنجا منتقل کرده‌اند که این مساله حتی در پوشش و سخن گفتن آنها نیز مشاهده می‌شود.»^{۱۱}

در همین زمینه طاهریان، سفیر سابق جمهوری اسلامی ایران در افغانستان، این کشور را به‌معنای واقعی کلمه حوزه تمدنی ایران می‌داند که تاثیر روشنفکران ایرانی در دوره‌های مختلف در این کشور بسیار زیاد بوده است. وی در این زمینه می‌گوید: «در بعد خبررسانی یکی از قدیمی‌ترین رادیوهایی که در افغانستان فعال است، رادیو دری می‌باشد و با استفاده از حوزه تمدنی مشترک نقش فعالی ایفا کرده است و در مقطعی که پرچمیان بر این کشور حاکم بودند، حجم هفته‌نامه‌هایی که از ایران به افغانستان می‌رفت گاهی اوقات چند ده کیلو بود.» به‌گفته وی تاثیر اطلاع‌رسانی و خبررسانی ایران در افغانستان به‌خصوص در ایالات جنوب غرب و شمال غیرقابل انکار است و ایران در سه استان فراه، هرات و نیمروز که سه قوم پشتون، تاجیک و بلوچ در آن سکونت دارند، ارتباطات فرهنگی بسیار زیادی داشته و شرایط خوبی برای ارتباطات در سه دهه پس از پیروزی انقلاب فراهم کرده است.

طاهریان همچنین ایجاد جاده دوغارون - اسلام‌قلعه را از جمله راهکارها برای گسترش ارتباطات ایران و افغانستان می‌داند و بر آن است که در این زمینه گسترش سایت‌های فارسی‌زبان که چند ده‌برابر سایت‌های دری است، و توسعه شبکه‌های خبری و روزنامه‌نگاری در ایران، زمینه‌های ارتباطات فرهنگی را گسترش داده است.

بالا رفتن حجم کمک‌ها و سرمایه‌گذاری‌ها در افغانستان از دیگر اقداماتی است که جمهوری اسلامی ایران در افغانستان به انجام رسانده تا از این طریق بتواند دایره نفوذ خود در این کشور را گسترش دهد. به گفته طاهریان در جریان سیاستی که در دولت‌های هفتم و هشتم آغاز شد، ایران کمک‌های مالی خود به افغانستان را به‌صورت شفاف بیان کرد و در یک برنامه پنج‌ساله ارایه ۲۵۰ میلیون دلار کمک بلاعوض و وام در قالب پکیج ۵۰۰ میلیون دلاری را مورد تصویب قرار داد تا با نظر دولت افغانستان در توسعه زیرساخت‌ها هزینه شود. سفیر سابق ایران در افغانستان در این زمینه اضافه می‌کند: بر اساس هماهنگی‌ها مقرر شد هر سال ۵۰ میلیون دلار زیر نظر مجلس به افغانستان ارایه شود. این مساله منجر به ایجاد تاسیسات زیربنایی در افغانستان شد که از قبیل آن ۳۱۲ پروژه بزرگ و کوچک عملی گردید و مهم‌ترین آن جاده اسلام‌قلعه - هرات بود. وی برق‌رسانی به هرات، ایجاد تاسیسات مخابراتی در هرات و نیمروز و ایجاد زمینه برای توسعه فرهنگی و همچنین ارایه نوآوری‌های ایران به افغانستان را از جمله اقداماتی بر می‌شمرد که در راستای کمک‌های ایران به افغانستان عملی شده است.

طاهریان تأثیرات انقلاب اسلامی در افغانستان را بسیار زیاد توصیف کرده که در این راستا مردم افغانستان توانستند با خیال راحت‌تری در برابر ارتش سرخ مقاومت کنند. ضمن اینکه با روی کار آمدن جریان افراطی‌طلبان این مساله به‌صورت جدی‌تری خود را نشان داد.

سفیر سابق ایران در افغانستان حضور مهاجران ایران در افغانستان را از جمله دیگر مسایلی توصیف می‌کند که باعث گسترش ارتباطات فرهنگی دو کشور شده است. وی اضافه می‌کند: ایران در زمینه‌های رسانه‌ای که امکان داشته چه از لحاظ نرم‌افزاری و چه از لحاظ سخت‌افزاری سرمایه‌گذاری‌هایی را صورت داده که البته با رقابت‌هایی از جانب کشورهای غربی مواجه بوده است. نمونه این مساله را در پخش رادیو بی. بی. سی در افغانستان می‌توان مشاهده کرد که

در اکثر شهرهای این کشور بر روی موج اف. ام به مدت ۱۰ تا ۱۲ ساعت برنامه پخش می‌کند و معذوراتی برای ایران فراهم می‌باشد. طاهریان در ادامه نظر مردم افغانستان نسبت به کارکرد ایران در سه دهه گذشته را مثبت ارزیابی کرده و می‌گویند: ایران به‌رغم تمام محدودیت‌های خود برای افغانستان محدودیتی ایجاد نکرده است و سیاست‌هایش را در حمایت از دولت منتخب افغانستان تغییر نداده، به گونه‌ای که حضور چند میلیون افغان به‌صورت قانونی و غیرقانونی به معنای مدارا و نظر مثبت جمهوری اسلامی ایران به این کشور می‌باشد. گسترش روابط ایران با افغانستان از جمله مواردی است که همواره مورد تأکید قرار گرفته که این مقوله برای تأمین امنیت کشور ضروری است و همواره در رهنامه امنیتی کشور جا داشته و باید بیشتر مورد توجه قرار گیرد.

یک کارشناس مسایل بین‌الملل با اشاره به همین مقوله و با تأکید بر اینکه در طی حدود ۱۵۰۰ سال گذشته ما تنها یکبار از طرف شرق کشور تهدید شده‌ایم، می‌گوید: «این تهدید نیز که از طرف محمود و اشرف افغان بود تنها به‌خاطر اشتباه صفویه رخ داد، اما این مساله به این معنا نیست که همواره وضعیت چنین می‌ماند.» وی با تأکید بر بررسی وضعیت افغانستان و تهدیدات متوجه کشورمان از این ناحیه، می‌گوید: «در کنار این مساله ما دارای ظرفیت و بازاری ۲۰ تا ۲۵ میلیون دلاری در افغانستان هستیم، اما بحث توسعه‌نیافتگی آن ما را آزار می‌دهد که در دهه ۶۰ نظام متوجه این مساله شد اما به دلایل مختلفی نظیر موضوع جنگ به آن پرداخته نشد.» این کارشناس مسایل بین‌الملل با یادآوری حضور قدرت‌های خارجی در افغانستان، بحث توسعه‌نیافتگی را عاملی برای نابسامانی اوضاع شرق می‌داند و می‌گوید: «این مساله آثار اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و امنیتی دارد که برای مثال در زمینه فرهنگی به‌رغم اینکه ما در طی سالیان گذشته منبع تغذیه فرهنگی این مناطق بودیم فرهنگ پایین‌دست افغان وارد کشور شد و فرهنگ ما را مورد تهدید قرار داد.» این کارشناس مسایل بین‌الملل مجاورت با افغانستان را دارای جنبه‌های تهدیدی بیشتری نسبت به فرصت‌های موجود دانسته و با یادآوری عدم انجام کار رسانه‌ای درست در این خصوص، می‌گوید: «متأسفانه ما با مهاجران افغان نیز به‌خوبی برخورد نکرده‌ایم و همواره به آنها به‌عنوان شهروندان درجه دو نگاه کرده‌ایم و در طول ۳۰ سال گذشته کارهای ما نسبت به افغانستان همواره سیاسی‌محور بوده است که یکی از

ضعف‌های برخورد ما با افغانستان است.» وی دیدن وجوه مختلف در موضوع افغانستان را مورد اشاره قرار داده و تاکید می‌کند که قبل از انقلاب یکسری کارهای فرهنگی در افغانستان صورت می‌گرفت که در دولت‌های گذشته نیز کتابخانه و تجهیزات فرهنگی به این منطقه ارسال شد. وی اضافه کرد: «باید این مساله را مدنظر قرار داد که ما هیچ‌گاه راهبرد ثابت و درستی نسبت به موضوع شرق نداشته‌ایم که این مقوله را می‌توان در بحث تهدید طالبان مشاهده کرد.»

وی با اشاره به اینکه تهدید طالبان مساله مهمی است، می‌گوید: «با این حال تهدیدات ناتو و آمریکا در شرق را مساله کوچکی تصور نمی‌کنم و لذا باید ما از پتانسیل خود برای اداره بهتر اوضاع افغانستان کمک بگیریم.»

بهره‌گیری از ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های مشترک فرهنگی دو کشور از جمله مقولاتی است که می‌تواند در گسترش توان ایران در بحث دیپلماسی رسانه‌ای و به تبع آن در گسترش حوزه نفوذ جمهوری اسلامی ایران در افغانستان و تامین بیشتر منافع ملی کشور مورد توجه قرار گیرد.

یک دیپلمات فعال در امور افغانستان نیز شباهت‌های جمهوری اسلامی ایران و افغانستان را از لحاظ فرهنگی بسیار بالا توصیف می‌کند که متأسفانه به‌رغم این قرابت فرهنگی رسانه‌های ایران توجهی به رسانه‌های شرق و افغانستان نمی‌کنند. وی در این زمینه می‌گوید: «دیپلمات‌های ما نیز چنین مشکلی را دارند، به گونه‌ای که اگر مخیر باشند همواره غرب را به‌عنوان محل ماموریت انتخاب می‌کنند. ما این مساله را در بحث رسانه‌ای نیز شاهدیم که یکی از آسیب‌های رسانه‌ای ماست.» به گفته وی، در افغانستان امروزه حدود ۵۰۰ رسانه در قالب‌های مختلف به‌وجود آمده که با توجه به جمعیت ۸۰ درصدی بی‌سوادان این کشور مطبوعاتشان توانایی جریان‌سازی بالایی دارند و در رسانه‌های بین‌المللی و غربی نیز صاحب نفوذ هستند. این دیپلمات در عین حال مطبوعات و رسانه‌های افغانستان را جوان و اکثراً وابسته به کشورهای منطقه توصیف می‌کند که نمونه این مساله را در دریافت ۱۴۰ هزار دلار از آمریکا توسط رسانه «افغان تی. وی.» می‌توان مشاهده کرد تا علیه جمهوری اسلامی ایران جریان‌سازی کند.

این دیپلمات فعال امور افغانستان با انتقاد از رسانه‌های کشور که در خدمت سیاست خارجی نیستند، می‌گوید: «غیر از تلویزیون رسانه‌های دیگر ما توجهی به موضوع افغانستان نمی‌کنند،

در حالی که سطح تاثیر رسانه‌های ما در این کشور بالاست و آزادی عمل بیشتری در این خصوص دارند.» وی ادامه می‌دهد: «ما در افغانستان رادیوهای مختلف دری و پشتو را داریم و در هرات رادیو دری مخاطب بالایی دارد و می‌توان آن را یکی از رسانه‌های شنیداری پرمخاطب پس از بی. بی. سی. فارسی عنوان کرد.» این دیپلمات با اشاره به دیدگاه منفی افغان‌ها نسبت به حضور آمریکایی‌ها برخلاف سال‌های ۲۰۰۲ تا ۲۰۰۵، اظهار می‌دارد: «هر کس در این خصوص با افغان‌ها همراهی کند، آنها نیز حاضرند همراه شوند و با عنایت به اینکه افغانستان حیات خلوت جمهوری اسلامی ایران است، باید با استفاده از این مقوله تهدیدهای متوجه کشورمان از جانب افغانستان در زمینه ورود روزانه ۲۵۰۰ تا ۵۰۰۰ افغان غیرمجاز و فعالیت گروه‌های برانداز در خاک افغانستان را درک کنیم.» به گفته این دیپلمات، رسانه‌های ایرانی در افغانستان مواضع ضدغربی و شفاف‌ی دارند که از دولت افغانستان نیز حمایت می‌کنند و در این راستا نیز کشورمان سرمایه‌گذاری‌های زیادی برای توسعه افغانستان انجام داده است.

وی زمینه‌های فرهنگی را از جمله مواردی توصیف کرد که دو کشور می‌توانند فعالیت گسترده‌ای داشته باشند که نمونه این مقوله را در توجه افغان‌ها به فیلم‌ها و سریال‌های ایرانی می‌توان مشاهده کرد. وی ادامه می‌دهد: «جامعه سنتی افغانستان پذیرش بیشتری نسبت به برنامه‌های ما دارد و بسیاری از شبکه‌های خصوصی و دولتی افغانستان، فیلم‌ها و سریال‌های ایرانی را پخش می‌کنند.»

تمام این مباحث در شرایطی مطرح می‌شود که جمهوری اسلامی ایران خدمات گسترده‌ای را در اختیار افغانه قرار داده تا بتواند دایره نفوذ خود در این کشور را گسترش دهد.

در طول سه دهه گذشته ۲۵۰ هزار نفر دانش‌آموز افغان در ایران تحصیل کرده‌اند و ۱۶ هزار نفر نیز از دانشگاه‌های ایران فارغ‌التحصیل شده‌اند. تا پایان سال ۱۳۸۸ نیز در مجموع ۳۶۰ میلیون دلار پروژه پس از سقوط طالبان در این کشور اجرا شده و حدود ۳۰ میلیارد تومان نیز برای اجرای طرح‌های فرهنگی و آموزشی در افغانستان صرف شده است. تهیه کتاب برای ۲۰ مدرسه مقطع ابتدایی، اهدای مجموعه‌های آزمایشگاهی و ۱۴۰ هزار کتاب، احداث سه باب مدرسه در هرات، ایجاد مرکز تربیت معلم کابل، ایجاد دانشکده دندان‌پزشکی و اتاق ایران در دانشگاه کابل،

بازسازی مقبره امامزاده یحیی بن زید در مزار شریف و ایجاد دانشگاه در هرات، ازجمله فعالیت‌هایی است که جمهوری اسلامی ایران در افغانستان انجام داده است.^{۱۲}

ارزیابی داده‌ها و نتایج

پس از جمع‌آوری پرسش‌نامه داده‌های حاصل توسط نرم افزار SPSS مورد تحلیل قرار گرفت. در این فرایند ابتدا ۵ پرسش شامل پرسش‌های ۱، ۲، ۳، ۴، ۱۶، ۱۹ به‌عنوان متغیر مستقل و ۱۵ پرسش باقی مانده پرسش‌نامه به‌عنوان متغیر وابسته تعریف شد. پس از محاسبه ضریب تائو بی‌کندال رابطه بین متغیر مستقل و وابسته سنجیده شد. پس از آن هر یک از فرضیات با هر یک از پرسش‌های مشخصی تطبیق داده شد و مورد آزمون F قرار گرفته و اثبات و عدم اثبات فرضیه بررسی شد. از تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش و جداول توصیفی و آمار استنباطی فرضیه یک مبنی بر اینکه، به نظر می‌رسد جمهوری اسلامی ایران از تکنیک‌های دیپلماسی رسانه‌ای مناسبی در افغانستان برخوردار نبوده است، در سطح معناداری ۰/۱۵۴ و عدد $F = ۱/۹۴۸$ به اثبات رسید. جدول مربوط به آزمون F این فرضیه در آخر مقاله آمده است. همچنین فرضیه دو مبنی بر اینکه، به نظر می‌رسد جمهوری اسلامی ایران در جذب مخاطب افغان نسبت به سیاست‌های خود موفق بوده است، (در سطح معناداری ۰/۲۵۰ و عدد $F = ۱/۴۲۶$) رد شد.

بر اساس داده‌های حاصل از آمار توصیفی و استنباطی فرضیه سوم مبنی بر اینکه، به نظر می‌رسد دستگاه دیپلماسی ایران از طریق دیپلماسی رسانه‌ای در جذب سرمایه‌گذاری ایرانیان در افغانستان موفق بوده است، (در سطح معناداری ۰/۲۱۸ و عدد $F = ۱/۵۷۳$) رد شد.

در این پژوهش و بر اساس داده‌های حاصل فرضیه چهار مبنی بر اینکه، به نظر می‌رسد دیپلماسی رسانه‌ای ایران نتوانسته است به‌خوبی از پتانسیل زبان مشترک در دفع تهدیدات از ناحیه این کشور به‌خوبی استفاده کند، نیز (در سطح معناداری ۰/۰۰۰ و عدد $F = ۱۰/۰۰۲$) به اثبات رسید.

بررسی فرضیه پنج نیز مبنی بر اینکه، به نظر می‌رسد دیپلماسی رسانه‌ای ایران در

روی کار آمدن و انتخاب افراد همسو با سیاست‌های خارجی ایران و افغانستان موفق نبوده است، (در سطح معناداری ۰/۰۳۵ و عدد $F = ۳/۶۰۰$) اثبات آن را به دنبال داشت.

فرضیه شش نیز این مساله را مد نظر داشت که، به نظر می‌رسد دیپلماسی رسانه‌ای ایران در جلب نظر رسانه‌های افغان برای انعکاس دیدگاه‌های جمهوری اسلامی ایران موفق نبوده است. در بررسی نتایج حاصل و تحلیل‌های آماری (در سطح معناداری ۰/۰۰۷ و عدد $F = ۵/۵۶۶$) به اثبات رسید.

در بررسی فرضیه هفت نیز مبنی بر اینکه، به نظر می‌رسد دیپلماسی رسانه‌ای ایران در انعکاس اقدامات ایران در بازسازی افغانستان موفق نبوده است، (در سطح معناداری ۰/۰۳۵ و عدد $F = ۳/۶۱۶$) نتیجه حاصل از اثبات آن داشت.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

بر اساس مطالب بیان شده و تعاریف هفت‌گانه فرضیات در این طرح پژوهشی و نتایج حاصل از بررسی داده‌های آماری، در مجموع این نتیجه حاصل شد که جمهوری اسلامی ایران راهبرد مناسب و درستی در خصوص دیپلماسی رسانه‌ای خود در افغانستان به کار نگرفته است. این مساله سبب شده نتوان از ظرفیت‌های موجود در این بخش برای تامین منافع ملی کشور بهره گرفت. این مساله در بحث تحقق امنیت ملی نیز موثر واقع می‌شود؛ چراکه ایران همواره از جانب این همسایه شرقی خود در معرض آسیب بوده و گاه امنیتش از این طریق در معرض چالش قرار گرفته است. در بررسی‌های حاصل از انجام گفت‌وگوها و بهره‌گیری از روش پیمایشی با ابزار پرسش‌نامه و نیز استفاده از نرم افزار SPSS و تحلیل داده‌های حاصل نتایج زیر به دست آمد:

فرضیه اول این طرح پژوهشی اثبات شد. داده‌ها و نتایج حاصل حکایت از این دارد که جمهوری اسلامی ایران در افغانستان نتوانسته از تکنیک‌های دیپلماسی رسانه‌ای مناسبی بهره بگیرد و آن کشور را نیز بهره‌مند نماید.

در مورد فرضیه دوم این پژوهش نیز باید گفت که نتایج حاصل، از رد شدن این فرضیه حکایت دارد. با عنایت به اینکه جمهوری اسلامی ایران در این کشور نتوانسته از تکنیک‌های

رسانه‌ای مطلوبی بهره گیرد، در این حوزه نیز به گواهی نتایج حاصل از داده‌های آماری این مساله مورد تاکید قرار گرفته که جمهوری اسلامی ایران در جذب مخاطب افغان نسبت به سیاست‌های خود نیز موفق نبوده است.

فرضیه سوم این طرح پژوهشی، با توجه به نتیجه حاصل از تحلیل‌های آماری رد شد و بحث عدم جذب سرمایه‌گذاری‌های ایرانیان در افغانستان را به‌رغم سرمایه‌گذاری‌های گسترده دولت به اثبات رساند.

فرضیه چهارم با توجه به نتایج حاصل از بررسی‌های آماری به اثبات می‌رسد، که البته این مساله ناشی از عدم اتخاذ رویکرد رسانه‌ای درست از جانب ایران است. در حالی که جمهوری اسلامی ایران می‌توانست در این مقوله از توانمندی زبان فارسی و توانایی ارتباط برقرار کردن اتباع افغان با این زبان بهره‌های فراوانی را در بسط و توسعه نظراتش در افغانستان ببرد.

فرضیه پنجم این طرح نیز با نتایج تحلیل‌های آماری اثبات شد. جمهوری اسلامی ایران به‌رغم برخورداری از نفوذ سیاسی زیاد در افغانستان و به لحاظ حمایت‌های گذشته از مجاهدان افغان، نتوانسته است از برد رسانه‌ای خود بهره گیرد تا افرادی در افغانستان بر سر کار آیند که مورد تایید و خواست جمهوری اسلامی ایران باشد. اگرچه این مقوله به لحاظ حضور نیروهای اشغالگر در این کشور امری مشکل به نظر می‌رسد، اما در هر شرایطی می‌توان از این ظرفیت از حداقل حضور افراد همسو با جمهوری اسلامی ایران در لوئی جرگه و یا مجالس این کشور و یا حداقل در پست‌های میانی افغانستان بهره جست.

فرضیه ششم، با بررسی تحلیل‌های آماری این فرضیه به اثبات رسید. این مساله را می‌توان در برخی اظهارنظرها از جانب رسانه‌های افغان و هیاهوهایی که این رسانه‌ها در بحث مهاجران افغان و ارایه گزارش‌هایی مبنی بر بدرفتاری با آنان به‌رغم میزبانی ۳۰ ساله جمهوری اسلامی ایران از این مهاجران، مشاهده کرد. این در شرایطی است که رسانه‌هایی نظیر بی. بی. سی. فارسی توانسته است دیدگاه‌های دولت انگلستان را به خوبی در این کشور منتشر کند و این رفتار و عملکرد به‌گونه‌ای دقیق تنظیم شده است که حتی مردم افغانستان امروزه اخبار و اظهارنظرهای پخش شده از بی. بی. سی. فارسی را بیشتر از اظهارنظرهای دولتمردان خود می‌پذیرند.

فرضیه هفتم این پژوهش نیز پس از تحلیل‌های آماری مورد اثبات قرار گرفت. جمهوری اسلامی ایران توانسته پس از سقوط طالبان، اقدامات گسترده و سرمایه‌گذاری‌های زیادی در بازسازی این کشور انجام دهد که تصویب کمک ۲۵۰ میلیون دلاری در این کشور در دولت هفتم و هشتم و اجرای پروژه‌های متعدد عمرانی در این کشور، از جمله جاده هرات-دوغارون و موارد دیگر که به تفصیل در فصل دوم در خصوص آنها سخن گفته شده است، از جمله این اقدامات است که متأسفانه کمتر به معرفی آنها در میان مردم افغانستان پرداخته شده است و این مقوله ناشی از ضعف دیپلماسی رسانه‌ای کشور در معرفی خدمات ارائه شده از جانب جمهوری اسلامی ایران در این کشور می‌باشد. اگرچه دولتمردان افغانستان به این مساله اشراف کامل دارند، اما دیپلماسی رسانه‌ای این هدف را دنبال می‌کند تا افکار عمومی این کشور را از عملکرد و خدمات کشور دیگر مطلع کند که با توجه به نتایج حاصل، کم‌کاری‌ها و عدم بهره‌گیری از تکنیک‌های مناسب دیپلماسی رسانه‌ای مشهود می‌شود.

لذا بر اساس نتایج این پژوهش پیشنهادها و راهبردهایی به شرح زیر مطرح می‌شود:

۱. تدوین راهبرد دقیق رسانه‌ای در دستگاه دیپلماسی جمهوری اسلامی ایران و شناسایی جایگاه رسانه‌ها در روند امور مربوط به سیاست خارجی کشور؛
۲. تعریف مقوله بهره‌گیری از دیپلماسی رسانه‌ای به‌عنوان یکی از فاکتورهای اساسی تحقق منافع ملی از جانب دستگاه سیاست خارجی و ارائه آن به رسانه‌ها و دریافت نظرات آنها؛
۳. توجه به بحث دیپلماسی رسانه‌ای در افغانستان به‌صورت گسترده با بهره‌گیری از راهبرد زبان و فرهنگ مشترک؛
۴. کمک به راه‌اندازی مطبوعات و نشریات مستقل در این کشور با بهره‌گیری از سیاسیون افغان نزدیک به جمهوری اسلامی ایران؛
۵. تلاش در جهت معرفی خدمات جمهوری اسلامی ایران در بخش‌های مختلف به مردم افغانستان از طریق رسانه‌ها و انجام اقدامات تبلیغی از جانب سفارت جمهوری اسلامی ایران در کابل؛
۶. استفاده فعال دستگاه سیاست خارجی از رسانه‌ها و دیپلماسی رسانه‌ای به‌عنوان گامی در جهت مقابله با تهدیدات مطرح از جانب افغانستان؛

۷. بهره‌گیری از فضای سایبر و اینترنت و نیز راه‌اندازی سایت‌های ایرانی با مضامین افغان برای جلب نظر مخاطبان افغان؛
۸. حضور گسترده خبرنگاران ایرانی در افغانستان و بهره‌گیری از امکان استفاده از رادیوی موج FM و کمک به راه‌اندازی رسانه‌های دیداری و شنیداری به‌ویژه رادیو به علت ضریب نفوذ بالا؛
۹. تلاش در جهت پوشش خبری گسترده اتفاقات و وقایع افغانستان توسط رسانه‌های ایرانی و ارایه تعریف‌های ایرانی از این مقولات به مخاطبان افغان و ایرانی؛
۱۰. تلاش در جهت برقراری ارتباط گسترده با افغان‌های مقیم ایران و بهره‌گیری از آنها در برنامه‌های تلویزیونی، رادیویی و نیز سایر رسانه‌ها برای ارایه چهره‌ای مثبت از جمهوری اسلامی ایران و خدمات ارایه شده به افغان‌های مهاجر؛
۱۱. حضور گسترده در مناطق جنوب افغانستان و برقراری ارتباط بیشتر با مردم این مناطق و عدم محدود شدن به مناطق شمال افغانستان؛
۱۲. برگزاری جلسات مستمر از طرف وزارت امور خارجه با رسانه‌های ایرانی و افغان برای انعکاس درست دیدگاه‌های جمهوری اسلامی ایران در افغانستان؛
۱۳. فراهم کردن زمینه فعالیت رسانه‌های افغان در ایران در جهت انعکاس نظرات جمهوری اسلامی ایران و ایجاد زمینه برای گفت‌وگو و شرکت در برنامه‌های این رسانه‌ها برای مقامات جمهوری اسلامی ایران؛
۱۴. فراهم آوردن امکان پخش شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای در افغانستان توسط جمهوری اسلامی ایران؛ و
۱۵. ارتباط مستمر دیپلمات‌ها و مقامات ایرانی با رسانه‌های افغان در جهت ارایه دیدگاه‌های جمهوری اسلامی ایران در افغانستان.

آزمون F تحقق اهداف ایران در افغانستان

منبع تغییرات	درجه آزادی	مجموع مربعات	میانگین مربعات	کمیت F	سطح معنی داری
میان گروهی	۲	۳۵۹/۲	۱۷۹/۱		
درون گروهی	۴۷	۴۶۱/۲۸	۶۰۶/۰	۹۴۸/۱	۱۵۴/۰
کل	۴۹	۸۲۰/۳۰			

آزمون F همراه کردن رسانه‌های افغان

منبع تغییرات	درجه آزادی	مجموع مربعات	میانگین مربعات	کمیت F	سطح معنی داری
میان گروهی	۲	۷۴۶/۱	۸۷۳/۰		
درون گروهی	۴۷	۳۷۴/۷	۱۵۷/۰	۵۶۶/۵	۰۰۷/۰
کل	۴۹	۱۲۰/۹			

این پرسشنامه با هدف تحلیل و بررسی دیپلماسی رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران در افغانستان پس از سقوط طالبان تدوین شده است. لطفاً به سوالات مطروحه پاسخ فرمایید. پیشاپیش از توجه و همکاری شما کمال تشکر و قدردانی را داریم.

جنس: زن مرد

سن: ۲۰-۳۰ ۳۰-۴۰ ۴۰-۵۰ ۵۰-۶۰

مدرک تحصیلی: دیپلم فوق دیپلم کارشناسی کارشناسی ارشد دکتری

رشته تحصیلی:

با کدام ارگان یا نهاد همکاری داشته یا دارید؟

- وزارت امور خارجه

- وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

- رسانه‌های ایرانی

- رسانه‌های افغانی

۱. به نظر شما سیاست خارجی تا چه حد از ظرفیت رسانه‌ها برای پیشبرد مقاصد خود بهره می‌گیرد؟

بسیار کم کم تا حدی زیاد بسیار زیاد

۲. به نظر شما دیپلماسی رسانه‌ای ایران تا چه حد به‌طور منسجم در جهت تحقق اهداف سیاست خارجی ایران گام

برمی‌دارد؟

بسیار کم کم تا حدی زیاد بسیار زیاد

۳. به نظر شما رسانه‌های داخل کشور تا چه حد با اهداف سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران در خصوص

افغانستان همراهند؟

بسیار کم کم تا حدی زیاد بسیار زیاد

۴. به نظر شما جمهوری اسلامی ایران تا چه حد استراتژی رسانه‌ای ثابت و تعریف شده‌ای در موضوع افغانستان ارایه

داده است؟

بسیار کم کم تا حدی زیاد بسیار زیاد

۵. به نظر شما جمهوری اسلامی ایران تا چه حد در تحقق اهداف خود در افغانستان موفق بوده است؟

بسیار کم کم تا حدی زیاد بسیار زیاد

۶. به نظر شما جمهوری اسلامی ایران تا چه حد توانسته است در استفاده از مزیت زبان مشترک توسط رسانه‌ها در

همگرایی سیاسی افغان‌ها باشد؟

بسیار کم کم تا حدی زیاد بسیار زیاد

۷. به نظر شما جمهوری اسلامی ایران تا چه حد توانسته است مخاطبان افغان رسانه‌های خود را در پیشبرد سیاست خود مبنی بر رفع اشغال افغانستان همراه کند؟

بسیار کم کم تا حدی زیاد بسیار زیاد

۸. به نظر شما دیپلماسی رسانه‌ای ایران تا چه حد توانسته مردم افغانستان را در روی کار آمدن افرادی همسو با سیاست‌های جمهوری اسلامی ایران، همراه کند؟

بسیار کم کم تا حدی زیاد بسیار زیاد

۹. به نظر شما دیپلماسی رسانه‌ای ایران تا چه حد توانسته رسانه‌های افغان را در جهت انعکاس نظرات ایران با خود همراه کند؟

بسیار کم کم تا حدی زیاد بسیار زیاد

۱۰. به نظر شما دیپلماسی رسانه‌ای ایران تا چه حد در انعکاس مشارکت‌های ایران در بازسازی این کشور موفق عمل کرده است؟

بسیار کم کم تا حدی زیاد بسیار زیاد

۱۱. به نظر شما دیپلماسی رسانه‌ای ایران تا چه حد توانسته است ذهنیت منفی افغانیان را نسبت به ادعای مداخله ایران در امور داخلی این کشور برطرف کند؟

بسیار کم کم تا حدی زیاد بسیار زیاد

۱۲. به نظر شما دیپلماسی رسانه‌ای ایران تا چه حد در ترغیب سرمایه‌گذاران ایرانی در افغانستان موفق عمل کرده است؟

بسیار کم کم تا حدی زیاد بسیار زیاد

۱۳. به نظر شما جمهوری اسلامی ایران تا چه حد در معرفی خدمات خود (در بخش‌های مختلف) به مردم افغانستان از طریق رسانه‌های فعال در این کشور موفق بوده است؟

بسیار کم کم تا حدی زیاد بسیار زیاد

۱۴. به نظر شما دیپلماسی رسانه‌ای ایران تا چه حد توانسته از حضور آوارگان افغان در ایران در بحث همراهی مردم این کشور با سیاست‌هایش موفق عمل کند؟

بسیار کم کم تا حدی زیاد بسیار زیاد

۱۵. به نظر شما دیپلماسی رسانه‌ای ایران تا چه حد توانسته است از تهدیدهای ایران از ناحیه‌ی افغانستان در مسایلی نظیر بحث آوارگان، قاچاق مواد مخدر و حضور نیروهای اشغالگر (آمریکا و ناتو) جلوگیری کند؟

بسیار کم کم تا حدی زیاد بسیار زیاد

۱۶. به نظر شما رسانه‌های ایرانی فعال در افغانستان تا چه حد توانسته است در جذب مخاطب افغان موفق عمل کند؟

بسیار کم کم تا حدی زیاد بسیار زیاد

۱۷. تا چه حد با این عبارت موافقت می‌کنید:

«جمهوری اسلامی ایران توانسته است با تأسیس و راه‌اندازی چند رسانه در افغانستان و آرایه‌ی خدمات فرهنگی به

شبکه‌های افغان، دیدگاه‌ها و سیاست‌های خود در میان مخاطبان افغان را گسترش دهد.»

بسیار کم کم تا حدی زیاد بسیار زیاد

۱۸. به نظر شما رسانه‌های فعال ایران در افغانستان تا چه حد توان مقابله با رسانه‌های غربی در این کشور را دارند؟

بسیار کم کم تا حدی زیاد بسیار زیاد

۱۹. تا چه حد با این عبارت موافقت می‌کنید:

«میزان نفوذ رسانه‌های ایران در افغانستان با تحقق اهداف سیاست خارجی ایران رابطه مستقیم دارد.»

بسیار کم کم تا حدی زیاد بسیار زیاد

۲۰. در مجموع میزان و چگونگی فعالیت رسانه‌های ایرانی در افغانستان را تا چه حد مطلوب ارزیابی می‌کنید؟

بسیار کم کم تا حدی زیاد بسیار زیاد

پاورقی‌ها:

۱. ایتان گیلیوا، *ارتباطات جهانی و سیاست خارجی*، ترجمه حسام الدین آشنا، محمد صادق اسماعیلی، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع)، ۱۳۸۸، صص ۳۳-۳۵.
۲. محمد سلطانی‌فر، *مجموعه مقالات دیپلماسی رسانه‌ای*، تهران: مرکز تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص ملحت نظام، ۱۳۸۵، صص ۴۱-۴۵.
۳. مک کوابل، *نظریات ارتباط جمعی*، ترجمه پرویز اجلالی، تهران: انتشارات دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌های وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۸۵، ص ۱۲۳.
۴. ورنر سورین و جیمز تانکارد، ۱۳۸۴، *نظریه‌های ارتباطات*، ترجمه علیرضا دهقان، تهران: موسسه چاپ و انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۸۴، صص ۲۳۵-۲۶۳.
۵. همان، صص ۳۴۸-۳۴۹.
۶. دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی، *افغانستان*، تهران: مرکز چاپ و انتشارات وزارت امور خارجه، ۱۳۸۶، صص ۲۷۰-۲۶۹.
۷. همان، ص ۲۷۱.
۸. وزارت امور خارجه، «گزارش روابط دوجانبه ایران و افغانستان»، ۱۳۸۸، ص ۳.
۹. همان، ص ۴.
۱۰. دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی، پیشین، صص ۲۷۳-۲۷۲.
11. www.beheshtipour.blogfa.com
۱۲. وزارت امور خارجه، پیشین، صص ۴۳-۱۷.

* نقل قول‌هایی که در این مقاله آمده است، حاصل مصاحبه حضوری نویسنده مقاله، آقای هاتف پوررشیدی، با تعدادی از کارشناسان و دیپلمات‌های افغانستان در سال ۱۳۸۹ می‌باشد.