

## نقش رسانه‌ها در افزایش مهاجرت‌ها و فرار مغزها



داوودناظری<sup>۱</sup>

### چکیده

در طول چندین سال گذشته رسانه‌ها در پدید آمدن تفکر جمعی در زندگی اجتماعی مردم افغانستان نقش داشته و بیشتر بخش‌های زندگی شهروندان را تحت پوشش خود قرار داده است. رسانه یکی از مهم‌ترین و اصلی‌ترین عناصر سازنده ارتباطات و اطلاع‌رسانی است. یکی از مهم‌ترین تأثیرات رسانه‌های جمعی، افزایش مهاجرت‌ها و فرار مغزها از کشور است. رسانه‌ها با پخش و نشر گزارش‌های ناامیدکننده، تصاویر دلخراش، تحلیل‌های نادرست از آینده کشور، زیانمایی کشورهای بیرونی و سیاه‌نمایی مسایل داخلی، به شدت در افزایش مهاجرت‌ها و فرار مغزها نقش دارد. در این پژوهش با استفاده از روش تحقیق کتابخانه‌ای و مصاحبه‌ای، تلاش کرده ایم که پهلوهایی پیچیده و موضوعات ناگفته‌ی نقش رسانه‌ها را در افزایش پدیده مهاجرت با تأکید بر جامعه افغانستان، به بررسی بگیریم. تعریف رسانه و مهاجرت، نقش رسانه‌های جمعی در افزایش مهاجرت و فرار مغزها از کشور و راهکارها و راه‌حل‌ها، از موضوعات اصلی این مقاله است. در اخیر نتایج بدست آمده نشان می‌دهد که رسانه‌های جمعی به عنوان یک بخش مهم زندگی اجتماعی مردم، از تأثیرات عمیق روحی و روانی، اقتصادی، سیاسی و اجتماعی در افزایش مهاجرت‌ها دارا است. در افغانستان علل و عوامل متعددی باعث ناکامی رسانه‌ها در جلوگیری از فرار جوانان گردیده است. دولت، رسانه‌گران، ملت، خبرنگاران و خانواده‌ها، باید راهکارهای اساسی را برای کاهش فرار جوانان و مغزها روی دست گیرند.

**واژگان کلیدی:** رسانه‌ها، مهاجرت، تاثیرگذاری، موانع و چالش‌ها

## پیشگفتار

رسانه‌های برقی، چاپی و صفحات مجازی، با پخش و نشر خبرها، گزارش‌ها، تصویرهای انفجار و انتحار و تحلیل‌ها از واقعیت‌های عینی جامعه، مسیر زندگی مردم را تغییر داده و به آن سمت و سو می‌بخشد. رسانه‌ها از هر چیزی دیگر بیشتر بالای روح و روان مردم و تصمیم‌گیری‌ها و اراده شان تاثیرگذار است و باورهای تازه و سازنده را در وجود مخاطبان خویش به وجود می‌آورد. اکنون این سوال مطرح می‌شود که رسانه‌ها با این همه قدرت و گستردگی، چه نقشی را در افزایش مهاجرت‌های مردم و فرار مغزها دارا است؟ اگر رسانه‌ها در مهاجرت میلیونی مردم نقش داشته، چه راهکارها و راه‌حل‌های برای کنترل آن وجود دارد و علل و عوامل اصلی ناکامی رسانه‌ها در کاهش پدیده مهاجرت‌ها کدام اند؟ در این مقاله برای پیدا نمودن پاسخ به این سوال‌ها، با آگاهان، استادان دانشگاه، فعالان اجتماعی، مسوولان بخش رسانه‌ها در کشور و روان‌شناسان مصاحبه انجام داده ایم و از منابع قانونی، اسناد و مقاله‌های معتبر دانشمندان نیز استفاده شده است. تمامی مطالب گرد آوری شده در این پژوهش، بر اساس واقعیت‌های جامعه افغانستان و بدون دخل و تصرف شخصی گرد آوری و ترتیب گردیده است. راهکارهای مؤثر و قابل عملی کردن برای رسانه‌گران، خانواده و دولت جهت کنترل مهاجرت‌ها و تهیه برنامه‌های مناسب ارایه شده است. تا با استفاده از این شیوه‌ها و راهکارها، بجای فرصت سوزی فرصت سازی صورت گیرد و مهارت‌ها، قابلیت‌ها، تجربه‌ها و ایده‌های مردم با یکدیگر شریک شوند. تا از یکسو به مشکلات مهاجران در کشورهای بیرونی رسیدگی شود و از سوی دیگر از افزایش فرار مغزها از کشور جلوگیری شود و برای آنان زمینه زندگی عزت‌مندانه فراهم گردد. رشد آگاهی مردم در باره تاثیرگذاری رسانه‌ها در تولید انگیزه مهاجرت و عودت جوانان، روی دست گرفته شدن برنامه‌های هدفمند در ارتباط به مهاجرت از طریق رسانه‌ها، چه‌گونه استفاده از رسانه‌ها و وسایل ارتباطی برای کاهش مهاجرت‌های غیر قانونی، استفاده از مهارت‌های رسانه‌ی برای تولید انگیزه خدمت به کشور در وجود جوانان و مسیریخشی به رسانه‌ها در مسیر جوانان و مهاجرت، از مهمترین هدف‌هایی است که در این مقاله دنبال می‌شود.

## رسانه و اهمیت آن

واژه رسانه در لغت به معنای رساندن و انتقال دادن است (لغت‌نامه معین). در اصطلاح رسانه به آن دسته از وسایلی گفته می‌شود که انتقال دهنده فرهنگ‌ها، پیام‌ها و افکار افراد باشد. در ماده سوم قانون رسانه‌های افغانستان از رسانه چنین تعریف شده است: رسانه وسیله انتقال پیام، معلومات و اطلاعات با استفاده از وسایل ذیل است: رسانه برقی: رادیو، تلویزیون، شبکه کیبلی و اینترنت. رسانه چاپی: روزنامه و جریده و زیر مجموعه آن، که هر کدام در انتقال پیام به مخاطب نقش دارد. در افغانستان در چند سال اخیر، توسعه و رشد رسانه‌های برقی و چاپی از لحاظ کمی بسیار زیاد بوده است. رسانه‌های جمعی یکی از ارکان اصلی و مهم ارتباطات جمعی است و از جایگاه مهم و حیاتی برخوردار است. کاهش مسافرت‌های خطرناک و غیر ضروری، برقراری ارتباطات سریع، مهار و کنترل قدرت‌ها، معرفی فرصت‌های ترقی برای مخاطبان، اطلاع‌رسانی، اصلاحات، تغییر مثبت، جلوگیری از هدر رفتن فرصت‌ها، کاهش رفت و آمد مردم در راه‌های خطرناک، رشد آگاهی مردم و آموزش مهارت‌های زندگی، فراهم ساختن زمینه آشنایی جوانان، فرهنگیان و محققان با یکدیگر شان، از مهم‌ترین کارکردها و دستاوردهای رسانه‌ها در یک جامعه است. در بخش مهاجرت نیز که موضوع اصلی بحث در این مقاله است، رسانه‌ها اولویت‌های فکری و تصمیم‌گیری جوانان را تعیین نموده و آگاهی آنان را در باره تهدیدها، فرصت‌ها و تجربه‌های مهاجرت بالا می‌برد. فرا زمانی، فرامرزی و سرعت فوق‌العاده رسانه‌ها، نقش آن‌را در ارتباط به مهاجر برجسته تر ساخته است. در مجموع بیشتر بخش‌های زندگی مردم به خصوص مهاجران با رسانه‌های جمعی و وسایل ارتباطی ربط دارد.

## نقش رسانه در افزایش مهاجرت

رسانه‌ها در ذات خود عامل افزایش مهاجرت‌ها نیست بلکه یک فرصت استثنایی و بی نظیر برای رشد و ترقی افراد جامعه به شمار می‌رود. اما وابستگی‌ها، ضعف مدیریت، استفاده نشدن درست از رسانه، هنجارها و برخوردهای غیر مسلکی با آن، رسانه‌ها را به یک تهدید بزرگ اجتماعی تبدیل می‌سازد. اگر از رسانه استفاده درست صورت نگیرد، نه تنها در بخش مهاجرت بلکه مشکلات بزرگ اجتماعی، اخلاقی، خانوادگی و سیاسی را نیز به بار می‌آورد. در این قسمت تنها به نقش رسانه در افزایش مهاجرت و فرار مغزها با تاکید بر جامعه افغانستان اشاره می‌شود.

## 1. گستردگی

رسانه‌های جمعی، رادیو، تلویزیون، انترنت و صفحات مجازی در افغانستان به شکل بی‌سابقه گسترده شده اند. رسانه یک بخش جدا ناپذیر زندگی مردم افغانستان شده است. مردم از اندک‌ترین رویداد در یک گوشه کشور، توسط رسانه‌ها با خبر می‌شوند. اما با تاسف باید گفت از آنجایی که در کشور ما نود و نه درصد خبرها و تحلیل‌ها سیاه بوده و جنبه منفی و ناامید کننده دارد، پخش و نشر آن از طریق صفحات مجازی، رادیو و تلویزیون، باعث مشکلات روحی و روانی مردم می‌گردد. مردم با شنیدن خبرهای قتل و کشتار، به شدت از آینده ناامید شده و دست به مهاجرت می‌زنند. جوانان سرخورده برای نجات از وضعیت شکننده امنیتی، تبعیض قومی، زبانی، مذهبی و نژادی، فساد، بیکاری و نبود یک آینده روشن، مهاجرت‌های غیر قانونی را اختیار می‌کنند. در این میان تنها رسانه‌ها خبرها و رویدادها را به گوش مردم می‌رسانند.

## 2. تکرار پذیری

نقش دیگری رسانه‌ها در افزایش فرار جوانان و مهاجرت، به تکرار نشر کردن خبرهای ناامید کننده است. در تمامی سرویس‌های خبری، برنامه‌های اجتماعی و تحلیلی، فقط حرف از جنگ، قتل و کشتار، تروریزم و فساد است. تکرار شدن خبرها و گزارش‌های ناامید کننده، مقاومت هر جوان وطن‌دوست را شکسته و باعث ناامیدی آنان می‌گردد. تکرار خبرهای تکانه‌دهنده تنها در رسانه‌ها خلاصه نمی‌شود بلکه مردم آن را در بازار، دکان، سر چوک‌ها، موتورها، محافل و مجالس دوستانه برای دیگران بازگو کرده و در پهلوی آن چند دروغ و شایعه دیگر را نیز اضافه می‌کنند. تمامی منابع و ماخذ مردم عادی رادیو، تلویزیون و فیس‌بوک هستند. در این روزها که به صحبت‌های مردم در داخل موتورها و بازارها گوش داده شود، موجی از بی‌اعتمادی در صحبت‌های شان دیده می‌شود. همین تکرار پذیری باعث می‌شود که جوانان دست به مهاجرت‌ها بزنند. سید ناصر موسوی<sup>۲</sup> می‌گوید که تکرار شدن خبرهای خشن از طریق رسانه‌ها، باعث ناامیدی شهروندان از آینده کشور شده و آنان دست به مهاجرت می‌زنند و کشور را ترک می‌کنند.

## 3. سیاه‌نمایی و منفی‌گرایی

یکی دیگر از تاثیرات رسانه‌ها در افزایش مهاجرت، سیاه‌نمایی و منفی‌گرایی مسایل ملی و کشوری است. بیشتر رسانه‌ها در امیدبخشی به مردم و جوانان کوتاهی می‌کنند و همیشه تلاش دارند که خبرهای ناامید کننده را به گوش مردم برسانند. این منفی‌گرایی‌ها به شدت بالای روحیه و روان مردم تاثیر گذاشته و باعث افزایش مهاجرت‌ها گردیده است. محمد اسحاق ذاکری<sup>۳</sup> در این زمینه می‌گوید: رسانه‌ها بیش از حد اوضاع داخل کشور را سیاه‌نمایی می‌کنند و در مقابل از کشورهای بیرونی تعریف و تمجید می‌کنند و نکات مثبت اش را برجسته می‌سازند. این موضوع به شدت در افزایش مهاجرت جوانان نقش دارد. جوانان به هر اندازه که از قدرت تحلیلی بالاتری برخوردار باشند و نسبت به کشور خود دل‌بسته باشند، با شنیدن مکرر تبلیغات منفی تصمیم شان عوض می‌گردد. به گفته استاد ذاکری، علاوه بر سیاه‌نمایی و منفی‌گرایی رسانه‌ها، به نمایش گذاشته شدن توسعه یافتگی، رفاه و آسایش مردم دیگر کشورها از طریق رسانه‌ها، جوانان و خانواده‌ها را به مهاجرت تحریک می‌کند.

## 4. تاثیرات روحی و روانی

پخش و نشر حوادث و رویدادهای امنیتی، تصاویر انفجار، قتل و کشتار در کشور از طریق رسانه‌های جمعی، به شدت بالای روح و روان مردم تاثیر منفی گذاشته و آنان را وادار به مهاجرت می‌سازند. آگاهان و روان‌شناسان نیز این موضوع را تایید کرده و می‌گویند که بیشتر جوانانی که دست به مهاجرت‌های غیر قانونی و فرار از کشور می‌زنند، به مشکلات روحی و روانی گرفتار هستند. عباس پاینده نیک استاد دانشگاه و روان‌شناس می‌گوید: رسانه‌های جمعی به خصوص رسانه‌های دیداری، با پخش و نشر تصاویر دلخراش از انفجار و انتحار، به شدت روحیه مردم را تحت تاثیر قرار می‌دهد و بیشتر مراجعین آنان، دچار مشکلات روحی و روانی ناشی از انفجار و انتحار هستند. به طور نمونه: آقای مرتضوی

<sup>2</sup>استاد دانشگاه و فعال مدنی

<sup>3</sup>- استاد دانشگاه و فعال اجتماعی

مسول دفتر سخنگوی رئیس جمهور در یک برنامه تلویزیونی می‌گفت: در افغانستان 19 گروه تروریستی خارجی در زیر پرچم گروه طالبان و داعش علیه دولت افغانستان در حال جنگ هستند. واقعا برای جوانان و مردم ناامید کننده است و مردم دیگر راهی را نمی‌بینند جز فرار از کشور. از سوی دیگر هرروز انتقادات علیه دولت بیشتر گردیده و بیشتر باعث ناامیدی مردم از آینده کشور می‌شود. در وبسایت هشدار<sup>4</sup> گزارشی در زمینه تاثیرات روانی نشر خبرهای انفجار و انتحار از طریق رسانه‌ها به نشر رسیده و در این گزارش آمده است که روحیه مردم و شهروندان به شدت تحت تاثیر قرار گرفته است. در این گزارش حتی ذکر شده که مردم به اندازه‌ی از زندگی ناامید هستند که وصیت‌نامه‌های خویش را نوشته و گفته که تا شب شاید زنده نباشند. مردم بخاطر همین مشکلات روانی، دست از کار و زندگی می‌کشند و به مهاجرت‌های غیر قانونی اقدام می‌کنند. مطبوعات و گردانندگان صفحات مجازی نیز در پخش و نشر تصاویر دلخراش، پیکرهای بدون سر، دست‌ها و گلوهای بریده نسبت به یکدیگر پیشی می‌گیرند تا بتوانند توجهی مخاطبین را بیشتر جلب کنند و پیام بازرگانی بیشتری را بدست آورند. این پیش‌داوری‌ها و سبقت گیری در پخش و نشر تصویرهای دلخراش، به ضرر مردم، دولت و جامعه و به نفع دشمنان مردم افغانستان است.

## 5. تاثیرات منفی اجتماعی

رسانه‌های جمعی در طول چندین سال گذشته، در ارایه الگوهای سازنده اجتماعی ناکام بوده اند. بیشتر الگوهایی که از طریق رسانه‌ها در جامعه ترویج شده است، الگوهای مصرفی و کمرشکن بوده است. تبلیغ انواع کالاها، قیمت بها، فیشن‌ها، رسم و رواج کمرشکن و کوتاهی در امر مبارزه با آن در جامعه، جوانان را مجبور ساخته که برای تهیه مصارف عروسی خویش، دست به مهاجرت بزنند. خیلی از جوانان بعد از ختم مراسم ازدواج بدون معطلی از همسر خود دل می‌کنند و برای ادای دین و قرض‌داری روانه کشورهای خارج می‌شوند. یکی از عوامل افزایش مصارف، لوازم فیشنی و کمرشکن شدن مصارف عروسی، فعالیت‌های بی قید و بند رسانه‌های جمعی بوده است. بسیاری از تلویزیون‌ها به شکل مشخص تحت عنوان‌های فیشن شو و نام‌های دیگر، به شکل عملی لباس‌های قیمتی و بسیار فیشنی را معرفی می‌کنند. با اصرار خانواده‌ها تهیه قیمت این لباس‌های قیمتی ممکن نبوده و مردان خانواده مجبور به مهاجرت می‌شوند.

## 6. وابستگی‌ها

یکی از مهمترین عوامل ناکام ماندن رسانه‌ها در رسیدن به اهداف ملی، وابستگی‌های اقتصادی، سیاسی و قومی است. در حال حاضر بیشتر رسانه‌های خصوصی به یکی از جناح‌های داخلی و یا خارجی وابسته هستند. به گفته آقای شه‌ریار مسوول دادخواهی شبکه جمعه مدنی کشور، حتی تعدادی از رسانه‌ها در اختیار جاسوسان کشورهای دیگر قرار دارند. بیشتر رسانه‌ها مداح و مرثیه خان قدرت‌های حاکم و متمولیان خویش هستند. تعدادی از رسانه‌ها بجای دفاع از منافع ملی و تاریخی کشور، به تملق و خدمت به افراد و اشخاص پرداخته اند و از کرامت‌های انسانی و حقوق بشری چشم پوشی کرده اند. همین وابستگی‌ها باعث دور ماندن رسانه‌ها از اهداف ملی شان گردیده و تا هنوز به شکل اساسی و درست نتوانسته اند که مردم را به روحیه انسانی و کرامت و احترام به یکدیگر نزدیک بسازند (کریمی، علی احمد، تحلیلگر، مسکو).

## 7. ضعف مدیریتی

یکی از عوامل تاثیرگذاری منفی رسانه‌ها در افزایش مهاجرت جوانان، ضعف مدیریتی رسانه‌ها است. بیشتر رسانه‌ها توسط افراد غیر مسلکی اداره می‌شود و در انحصار شرکت‌های تجاری، احزاب، سیاست مداران و سمت‌ها قرار گرفته است. انحصاری شدن رسانه‌ها یکی از عوامل عمده ناکامی آن در افغانستان است. واقعیت‌ها، خبرها، گزارش‌ها و تحلیل‌ها بجایی که به منافع ملی و کشوری باشد، بیشتر جنبه انتقادی گرفته و به ضرر مردم و علیه منافع ملی است. رسانه‌ها بخاطر ضعف مدیریتی خویش، بجای فرصت‌سازی فرصت سوزی کرده اند. بجایی که از رسانه‌ها در ترمیم فرصت‌ها استفاده شود، در تخریب و هدر رفتن آن استفاده شده است. مردم جز شنیدن و دیدن خبرهای تلخ و ناامید کننده و معتاد شدن به سریال‌های ترکی، کدام نفعی دیگری از رسانه‌ها نبرده است. تعدادی محدودی از رسانه‌های که به پخش و نشر برنامه‌های ارزشی اقدام کرده اما

<sup>4</sup> <https://www.hushdar.com/2017/07/27/nervous-breakdown/>

بخاطر مشکلات مالی و محدود بودن خود، تحت تاثیر دیگر رسانه‌ها قرار گرفته اند. مهاجرت بخش مهمی از زندگی اجتماعی مردم افغانستان است اما تا هنوز کدام بحث دوامدار و مشخصی در این زمینه در رسانه‌ها دیده نمی‌شود. آگاهان مسایل اجتماعی نیز روی ضعف مدیریت رسانه‌ها انگشت انتقادی گذاشته و می‌گویند رسانه‌ها کمتر در اختیار مناف ملی بوده اند. ایوب شهريار مدير دادخواهی شبکه جامعه مدنی افغانستان و استاد دانشگاه در یک مصاحبه اختصاصی با ما می‌گوید: ضعف مدیریت بیشتر رسانه‌ها در ارایه خبرها و برنامه‌ها، باعث ناامیدی جوانان نسبت به آینده کشور شده است. از سوی دیگر به گفته ایشان بیشتر رسانه‌ها اخلاق و موازین رسانه‌ای و قانونی خویش را زیر پا گذاشته و در اختیار اهداف شخصی و استخباراتی بوده اند. به گفته ایشان، ضعف مدیریت رسانه‌ها و برخورد غیر مسلکی آنان با قضایای ملی در کشور، بر علاوه افزایش فرار جوانان، باعث پراکندگی و ناکامی اهداف ملی نیز گردیده است. حتا وزارت اطلاعات و فرهنگ نیز به عنوان یک مرجع مهم پاسخ‌گو در این زمینه به درستی عمل نکرده و در کنترل هنجارهای رسانه‌های ناکام بوده است. از نظر آقای شهريار چگونگی طرز تهیه برنامه و گزارش‌های خبری و اعلانات رسانه‌ها به شدت بالای کاهش و افزایش مهاجرت نقش دارد. میزگردها، مصاحبه‌ها و تهیه گزارش‌ها در باره مهاجرت بسیار بالای اذهان مردم تاثیرگذار است.

## 8. شبکه‌های مجازی

شبکه‌های مجازی شامل فیس‌بوک، تویت، تلگرام و ... نقش مهمی را در تعاملات اجتماعی دارا است. گزارش‌ها، تصاویر، ویدیو و دیدگاه‌ها بسیار سریع از طریق شبکه‌های اجتماعی در دسترس مردم قرار می‌گیرد و می‌تواند هر پدیده کوچک و بزرگ را به یک دغدغه کلان و فرا منطقه‌ای تبدیل کند. فیس بوک در سال 2004 تاسیس شد و از آن زمان تا کنون موفق به جمع‌آوری بیشتر از دو میلیارد کاربر فعال شده است. در افغانستان نیز تعدادی زیادی از جوانان از کاربران فعال فیس‌بوک هستند و روزانه چندین مطلب جدید، تصاویر و ویدیو می‌گذارند. تویتیر از دیگر شبکه‌های پر طرفدار اجتماعی است که در زمینه‌های خبررسانی، تجارت، سیاست و برنامه‌های دیگر استفاده می‌شود. تویتیر در 21 مارچ سال 2006 میلادی تاسیس شد و دفتر اصلی آن در کالیفرنیا است. همین قسم تلگிரام، سایت، وبلاک، گوگل پلاس، پنترست، ایمو، انستاگرام و چندین وسیله ارتباطی دیگر انترتی، شامل شبکه‌های اجتماعی می‌گردد که بیشتر آن در افغانستان مورد استفاده جوانان است. همه این وسایل ارتباطی در سمت و سو دادن فکرها، هدف‌ها و برنامه‌های زندگی مردم نقش دارند. در افغانستان متأسفانه همه تلاش می‌کنند که برای جلب توجه دوستان خویش و گرفتن لایک و کومنت بیشتر، عکس‌ها و مطلب‌های خشن تری را در فیس بوک پست کنند. در حالی که از نظر قانون رسانه‌های کشور پخش و نشر مطالب و تصاویر محل انفجار و خشونت‌بار، ممنوع است. عباس پاینده نیک روانشناس و استاد دانشگاه می‌گوید، از لحاظ روانشناسی نشر تصاویر دلخراش از جریان انفجار و انتحار باعث مشکلات روحی و روانی مردم گردیده و بخاطر نجات از مشکلات به مهاجرت رو می‌آورند. به گفته ایشان حتا دشمنان به شکل گسترده و با نام‌ها و آدرس‌های مستعار در شبکه‌های اجتماعی حضور پیدا کرده و مطالب هدفمند را برای فرار جوانان از کشور می‌نویسند. در مجموع رسانه‌های اجتماعی در بسیج جوانان و تغییر افکار و اهداف آنان از تاثیرگذاری عمیقی برخوردار است و نیاز جدی به مدیریت و کنترل شدید دارد. بیشتر جوانان از طریق شبکه‌های مجازی زندگی مرفه و تبلیغات کالاهای رنگارنگ، زندگی مرفه و آرمانی خارج از کشور را برای مخاطبان و دیگر جوانان ترسیم می‌کنند. فعلا نبود فرهنگ و دانش درست استفاده کردن از فیس بوک، عدم رعایت آداب و اخلاق گفتاری و نوشتاری، سوء استفاده از هویت و نام افراد و اشخاص صاحب نفوذ و مشهور، فحش و دشنام، اسم مستعار، درست کردن آدرس توسط پسران به اسم دختران و اذیت و آزار دیگران، از مهم‌ترین موانع و چالش‌های صفحات اجتماعی است و جوانان را منحرف می‌سازد.

## 9. تضعیف روحیه اعتماد ملی

تاثیر منفی دیگر رسانه‌ها تضعیف روحیه اعتماد ملی است. اعتماد اجتماعی یکی از بزرگترین سرمایه‌های ملی هر کشور به شمار می‌رود. رسانه‌ها به شدت در تقویت و تضعیف اعتماد ملی نقش دارند. تضعیف این اعتماد توسط رسانه‌ها از پیامدهای زیادی برخوردار است که یکی از مهمترین پیامدهای منفی آن، افزایش مهاجرت‌های غیر قانونی و فرار مغزها از کشور است (فاطمه جواهری، تابستان 1385، ص 29). امروزه نگرش مثبت و منفی مردم در باره دیگران، دولت و آینده کشور، مربوط اطلاع‌رسانی رسانه‌ها می‌شود. رسانه‌ها از طریق اطلاع‌رسانی خویش دیدگاه مردم را

نسبت به زندگی اجتماعی متغیر می‌سازند. اما در افغانستان رسانه‌ها بنا بر عوامل که در بالا ذکر شد، در تضعیف روحیه اعتماد ملی نقش داشته و باعث فرار روز افزون جوانان از کشور شده است.

## راهکارها

برای رشد کیفی رسانه‌های جمعی بالا رفتن ظرفیت و توانایی مردم از استفاده از شبکه‌های مجازی، راهکارهای ذیل پیشنهاد می‌گردد.

**1. مدیران و کارمندان:** در گام نخست رسانه‌ها باید به مدیران مسلکی، دلسوز و متعهد سپرده شود و انحصارها بیرون آید. مدیران و گردانندگان نیز همواره باید در تلاش رشد رسانه‌ها از لحاظ کیفی، شناسایی نیازهای اولیه و ضروری مردم، تلاش برای آرایه اطلاعات مفید، به منافع ملی، شفاف‌سازی، معرفی فرصت‌های مناسب برای جوانان، تقویت و افزایش مشارکت ملی، ایجاد انگیزه ملی در وجود جوانان، رعایت هنجارها و قواعد ملی، کمک به توسعه دانش در بین مردم، توجه به اعتماد سازی، آرایه تجربه‌های مفید برای مخاطبان، مسلکی سازی و حرفه‌ای شدن، رعایت اخلاق و قانون، رعایت بی طرفی، بیان مسوولیت‌های ملی و کشوری برای جوانان، باشند. کارمندان رسانه‌ها باید با بهره گیری از شگردهای تبلیغی، گرافیکی و آفرینش‌های هنری، باورهای متزلزل مردم را نسبت به میهن و کشورشان ثابت و استوار ساخته و ارزش کشور و میهن را در وجود مخاطبان خویش القا کنند. رسانه‌ها باید در هم‌سوسازی افکار و اندیشه جوانان جامعه برای خدمت به کشور تلاش کنند. خبرنگاران، رسانه‌گران و مجریان و گردانندگان باید امنیت روانی مردم را در نظر بگیرند و بر اصلاح باورها و دیدگاه‌های جمعی تلاش کنند. خبر نگاران و مدیران باید از پخش و نشر خبرها و برنامه‌های ناامید کننده خودداری کنند. مجریان و گردانندگان باید مردم را از ارزش و اهمیت کشوری، از فرصت‌های موجود در افغانستان، از آینده بهتر، از منابع طبیعی و آبی، از ظرفیت‌ها و معادن موجود در کشور با خبر سازند. مسوولیت‌های دینی، قانونی و ملی جوانان را در قبال وطن، برای شان گوشزد کنند. خبرنگاران باید بی طرفی خود را حفظ کنند، مصلحت کشور و مردم خود را همیشه در نظر بگیرند، خبرنگاران باید همیشه بیدارگر مردم باشد و حقیقت‌های پنهان را برای مردم خویش بازگو کنند. خبرنگار باید در هر صورت توانایی داوری بی‌طرفانه را داشته باشد، باید پلی از اندیشه و انصاف بر روی فاصله‌ها قرار دهد و مردم و دولت را با یکدیگر نزدیک سازد.

**1. دولت و مسوولان:** دولت باید مطابق قوانین ملی و بین‌المللی، رسانه‌ها و رسانه‌گران را مورد حمایت خویش قرار دهد و از هرگونه افراط‌گری ها و یکجانبه گرایی‌های رسانه‌ی جلوگیری نماید. وزارت اطلاعات و فرهنگ و دیگر مسوولان مربوطه باید اجرای برنامه‌های ثابت و مفید را در ارتباط به مهاجرت، در تقسیم اوقات نشراتی همه رسانه‌ها بگنجانند. از جانب دیگر دولت باید در تامین امنیت شبکه‌های تلویزیونی، خبرنگاران و کارمندان رسانه‌ها کارهای جدی کند و اطلاعات دقیق و دسته اول را در اختیار خبرنگاران قرار بدهد. مدیران، آگاهان، کارشناسان و مسوولان دولتی از آرایه معلومات نباید خودداری کنند و از مهمان شدن در برنامه های تلویزیون سر باز نزنند. دولت باید مالیات رسانه‌ها را تخفیف بدهد، برای ارتقای ظرفیت خبرنگاران کورس‌های آموزشی و تقویتی برگزار کنند. تا در این صورت، رسانه‌ها و خبرنگاران بتوانند به شکل درست در تولید برنامه های ملی تلاش کنند و زحمت بکشند.

**2. خانواده‌ها:** خانواده‌های محترم باید رسانه‌های جمعی را در خانه خویش کنترل کنند و رسانه‌های ضعیف و بدرد نخور را محدود کنند و نگذارند که فرزندان شان به آن دسترسی داشته باشند. بیشتر جوانان خویش را به شنیدن و تماشای برنامه های ملی، اخلاقی و سازنده ترغیب کنند. بجای تماشای بیست و چهار ساعت سریال و آهنگ، باید مطالعه کتاب، روزنامه و مطالب مفید را راجع به مسایل مهم اجتماعی، دینی و کشوری بالای فرزندان خود عملی سازند.

**4. کاربران شبکه‌های مجازی:** کاربران صفحات مجازی باید بجای پست کردن مطالب اضافی، فحش و دشنام، تصاویر یاگاری و غیر ضروری، باید تجارب واقعی خویش را در باره مهاجرت و فرصت‌های آن نشر کنند. با نشر تصاویر فریبنده دیگران را به مهاجرت ترغیب نکنند. خطرها، مشکلات و دشواری‌های مهاجرت را برای دیگر جوانان بازگو کنند. در مجموع کاربران باید از شبکه‌های مجازی استفاده مثبت کنند.

## نتیجه گیری

1- جهان کنونی دنیای ظهور رسانه‌های جمعی و عصر اطلاعات و ارتباطات است. رسانه‌ها بیشتر بخش‌های زندگی مردم را تحت سیطره خویش قرار داده است. بیشتر اندیشه‌ها، افکار و تصمیم‌گیری‌های تازه جوانان در سیطره رسانه‌ها در حال شکل گرفتن است. متأسفانه سیاست رسانه‌ها به گونه‌ی است که جوانان را به مهاجرت و فرار تشویق و ترغیب می‌کنند.

2- رسانه‌های جمعی باید در آموزش مهارت‌های نوین به جوانان نقش دارد. آموزش مهارت‌های استفاده از فرصت‌های مهاجرت، آموزش مهارت‌های زندگی، مهارت‌های برخورد با شهروندان کشورهای خارجی، مهارت کسب دانش و قابلیت‌های بیشتر را باید به جوانان آموزش داد. از طریق رسانه‌ها می‌توان کورس‌های گسترده آموزشی، به شکل فرا مرزی و فرامکانی برای همه برگزار کرد و واقعیت‌های مهاجرت را برای مردم بازگو نمود. از طریق رسانه‌ها مسوولان مهاجران کشور نسبت به مشکلات مهاجران و پناهندگان در کشورهای مختلف جهان معلومات بدست آورده و برای آن باید اقدام کند. جوانان نیز با استفاده از صفحات مجازی خویش، به عنوان یک خبرنگار، واقعیت‌های زندگی در مهاجرت را به گوش همه برسانند.

3. رسانه‌ها بستر و مجاری طبیعی تهیه و توزیع اطلاعات دسته اول، قابل اعتماد و مفید برای خانواده‌ها و جوانان مهاجر است و باید حیثیت و اعتماد آن در جامعه حفظ شود. رسانه‌گران، مدیران، مردم و خانواده‌ها باید از رسانه‌ها به شکل درست و اساسی استفاده کنند. دولت باید سهولت‌های قانونی را برای خبرنگاران و رسانه‌گران فراهم کند. در این صورت می‌توان از رسانه‌ها به شکل درست اساسی برای کاهش معضلات اجتماعی از جمله مهاجرت‌های غیر قانونی و تحریک جوانان برای خدمت به وطن، استفاده کرد.

1. جواهری، فاطمه، مجله علوم اجتماعی دانشکده ادبیات و علوم انسانی، تابستان 1385، ص 29
2. رولان، بارت، ارغنون، شماره 4.1383، ص 66
3. رضائیان، محمدتقی، نشر دادگستر اصفهان، 1381
4. خاکزاد، غلامحسن، 1391، سایت لبخند <http://www.labkhand.porsemani.ir>
5. فصل نامه مطالعاتی، ویژه هویت، سال پنجم، ص 258
6. ذاکری، اسحاق، استاد دانشگاه و فعال اجتماعی، مصاحبه اختصاصی به تاریخ: 1396 05018
7. پاینده نیک، عباس، روان شناس، مصاحبه اختصاصی به تاریخ 16.5.1396
8. موسوی، سید ناصر، استاد دانشگاه و فعال مدنی، مصاحبه اختصاصی به تاریخ.5.5.1396
9. قانون رسانه‌های افغانستان، ماده سوم