

*The Representation of National and Ethnical Identity of Afghan People on the National Television of Afghanistan during the Presidency of Mohammad Ashraf Ghani*

*Hossein Ali Alizadeh\**  
*Mehri Bahar\*\**


Email: [alizadah2008@gmail.com](mailto:alizadah2008@gmail.com)  
Email: [mbahar@ut.ac.ir](mailto:mbahar@ut.ac.ir)

Received: 2022/9/5

Revised: 2023/2/27

Accepted: 2023/3/13

Doi: 10.22034/RJNSQ.2023.360748.1439

 20.1001.1.1735059.1402.24.93.8.2

**Abstract:**

In the multi-ethnic society of Afghanistan, the mass media present various depictions of Afghan's plurality, among which, the National Television of Afghanistan's broadcasting has a special place. In this article, in order to understand the way of representation of national and ethnic identity, national television news has been analyzed with the method of discourse analysis. First, the news of this channel has been observed and then its most important news service (Hasht-e-Shab service), has been selected as a sample and analyzed. The results indicate that the National Television of Afghanistan represents the national and ethnic identity of the country based on the policy of "equalization" in accordance with the nation-building policy of the current government. In line with this policy, this network represents the identity of a particular ethnic group as the main component of the national identity which is acceptable to all; however, it represents a particular ethnic group a lot, but the other ethnic groups very little.

**Keywords:** National Identity, Ethnic Identity, Representation, Television Media.

---

\* Ph.D. Student of Social Communication Sciences. University of Tehran (Corresponding Author).

\*\* Associate Professor. Department of Social Communication Sciences. University of Tehran.

## بازنمایی هویت ملی و قومی در تلویزیون ملی افغانستان در دوره ریاست جمهوری محمد اشرف غنی

نوع مقاله: پژوهشی

حسین‌علی علیزاده \*

مه‌ری بهار \*\*

E-mail: alizadah2008@gmail.com

E-mail: mbahar@ut.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۶/۱۴ تاریخ بازنگری: ۱۴۰۱/۱۲/۸ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۲/۲۲

### چکیده

در جامعه متکثر قومی افغانستان، رسانه‌های جمعی این کشور بازنمایی‌های گوناگونی از این تکثر ارائه می‌دهند، که در میان آنها شبکه تلویزیونی ملی افغانستان به دلیل ملی بودن جایگاه خاصی دارد. در این مقاله برای فهم نحوه‌ی بازنمایی هویت ملی و قومی، اخبار تلویزیون ملی با روش تحلیل گفتمان تحلیل شده است. ابتدا اخبار این شبکه مورد مشاهده قرار گرفته و سپس مهم‌ترین سرویس خبری آن انتخاب (سرویس هشت شب) و تحلیل شده است. نتیجه این پژوهش نشان می‌دهد که تلویزیون ملی افغانستان، بازنمایی هویت ملی و قومی در این کشور را بر مبنای سیاست «یکسان‌سازی» مطابق با سیاست ملت‌سازی دولت فعلی انجام می‌دهد. این شبکه در راستای همین سیاست، مؤلفه‌های هویتی یک گروه قومی خاص را به‌عنوان مؤلفه‌های هویت ملی قابل قبول برای همه، بازنمایی می‌کند، یک گروه قومی خاص را بسیار زیاد و دیگر گروه‌های قومی را بسیار کم بازنمایی می‌کند.

**کلیدواژه‌ها:** هویت ملی، هویت قومی، بازنمایی، رسانه تلویزیون.

\* دانشجوی دکتری علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه تهران (نویسنده مسئول).

\*\* دانشیار گروه علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه تهران.



### مقدمه و طرح مسئله

افغانستان با بحران‌های متعددی مواجه است که یکی از آن‌ها شکل نگرفتن هویت ملی مورد پذیرش همه‌ی مردم این کشور است. می‌توان یکی از دلایل اصلی عدم شکل‌گیری هویت ملی را تکثر فراوان قومی در این کشور دانست. در کنار تعدد قومی، برتری طلبی قومی نیز در عدم شکل‌گیری هویت ملی نقش داشته است. برتری طلبی قومی موجبات تنازع قومی را به وجود آورده و باگذشت بیش از سیصد سال از عمر سیاسی [و تأسیس] این کشور، یک هویت ملی مورد قبول همه گروه‌های قومی در آن به وجود نیامده است (روا، ۱۳۷۰: ۷۳). تنوع قومی، جامعه افغانستان را شبیه یک رنگین‌کمان (ارزگانی، ۱۳۸۷: ۲) ساخته است که در آن شکاف‌های هویتی عمیقی وجود دارد، برقراری تناسب میان این اقوام گوناگون و پراکنده و ایجاد یک هویت واحد همواره از سوی حاکمیت دنبال شده است؛ اما به دلیل دنباله‌روی از سیاست‌های نادرست از جمله سیاست برتری طلبی قومی، هویت ملی واحد در این کشور به وجود نیامده است. وفایی‌زاده (۱۳۹۶) بر این باور است که از زمان تأسیس افغانستان تا امروز قومیت، نقش مهمی در تحولات این کشور داشته و مسئله ایجاد هویت ملی نیز تحت تأثیر همین مسئله قرار داشته است.

از نظر تاپر (۲۰۰۱) در طول تاریخ افغانستان - به جز دوره حاکمیت نظام کمونیستی - همواره سیاست همسان‌سازی اقوام تحت حاکمیت یک قوم مدنظر حاکمان بوده و برای تطبیق این سیاست، آن‌ها در بسیاری از مقاطع از سرنیزه استفاده کرده‌اند (تاپر، بی‌تا: ۱۶۲-۱۶۱). ساخت هویت ملی در افغانستان به‌طور کلی مبتنی بر سیاست «همسان‌سازی» بوده و رسانه‌های چاپی دولتی در راستای همین سیاست فعال بوده‌اند. تلویزیون ملی افغانستان از زمان تأسیس (۱۳۵۷) به‌عنوان تنها رسانه دیداری کشور در راستای سیاست هویت‌سازی، همیشه نقش مهمی داشته است، زیرا این رسانه نسبت به سایر رسانه‌ها به دلیل دولتی بودن، توانایی جذب کمک‌های بی‌دریغ دولتی را داشته و همواره در چارچوب سیاست‌های دولت عمل کرده است.

در حال حاضر با رشد رسانه‌ها در افغانستان، مسئله‌ی ساخت هویت ملی و یا نحوه توجه به هویت‌های قومی به یکی از مسائل مهم در این رسانه‌ها تبدیل شده است؛ زیرا رسانه‌ها به‌ویژه تلویزیون یکی از عوامل تسهیل‌کننده‌ی هویت‌یابی و تقویت آن، یا زمینه‌ساز بحران هویت و بیگانگی افراد از فرهنگ، ارزش‌ها و باورهای خود هستند. رسانه در شرایط کنونی عامل مهم شکل‌دهی، جهت‌دهی، انسجام و یا تضعیف هویت است.

به خصوص تلویزیون با توجه به ویژگی‌هایش، می‌تواند لایه‌های گوناگون اجتماعی را نمایندگی کرده و هویت و فرهنگ آن‌ها را چه به صورت مساوی و یا غیر مساوی انعکاس دهد (منتظر قائم، ۱۳۷۹: ۲۷۰).

از میان انواع هویت‌ها، هویت ملی به دلیل نقش تعیین‌کننده آن در همه حوزه‌های زندگی مهم‌ترین نوع هویت دانسته می‌شود. از سوی دیگر، به دلیل سیاسی شدن هویت در افغانستان، هویت‌های قومی نیز اهمیت زیادی یافته و در ساختار اجتماعی افغانستان هویت، اعم از ملی و یا قومی نقش برانده‌ای یافته است. این دو مسئله باعث شده است که نحوه‌ی بازنمایی هویت ملی و قومی در رسانه‌های افغانستان اهمیت پیدا کند. در این میان، نقش تلویزیون به خصوص تلویزیون ملی این کشور به دلیل ملی‌بودن و پوشش سراسری داشتن، مهم است. در ماده سیزدهم قانون رسانه‌های همگانی افغانستان مصوب سال (۱۳۸۸) آمده است که «رادیو و تلویزیون ملی افغانستان رسانه‌ی همگانی متعلق به ملت افغانستان است که به حیث ریاست مستقل در چوکات قوه اجرائیه فعالیت و بودجه آن از طریق حکومت، اعلانات و عرضه خدمات تأمین می‌شود». همچنین ماده شانزدهم این قانون، صراحت دارد که رادیو و تلویزیون ملی باید در جهت تأمین وحدت ملی و تقویت ارزش‌های دینی و ملی برنامه‌های خود را به صورت بی‌طرفانه تولید کند، به نحوی که انعکاس‌دهنده فرهنگ، زبان و عقاید دینی و مذهبی تمام اقوام ساکن افغانستان باشد.

با به وجود آمدن یک نظام جمهوری (۱۳۸۱) در افغانستان که در شکل‌گیری آن همه گروه‌های قومی نقش داشتند، جایگاه تلویزیون ملی به‌عنوان یک رسانه ملی در قانون رسانه‌های همگانی افغانستان (مصوب ۱۳۸۲) تحکیم یافته است؛ و انتظار می‌رود، رویکرد آن در قبال هویت‌های قومی یک رویکرد کاملاً بی‌طرفانه و مبتنی بر حفظ وحدت ملی باشد. علاوه بر این، در استراتژی پنج‌ساله انکشاف ملی افغانستان (۲۰۱۳-۲۰۰۸) در بخش اطلاعات و رسانه‌ها به مفهوم «جوامع بادانش» تأکید شده است که بر چهار اصل کلیدی یعنی آزادی بیان، دسترسی جهانی به اطلاعات و دانش، احترام به تنوع فرهنگی و زبانی، تعلیم و آموزش باکیفیت استوار است. در این بخش رسانه‌ها، به خصوص رسانه‌ی ملی به رعایت مفهوم «جوامع بادانش» و بر کاربردی کردن آن در همسویی با مذاهب، اعتقادات و رسوم فرهنگی و تقویت روحیه جمعی مردم کشور ملزم شده است. با توجه به این نکات، این سؤال مطرح می‌شود که تلویزیون ملی افغانستان چه اندازه به این مسائل پایبند بوده است؟ و اینکه مؤلفه‌های هویت ملی و



قومی در این رسانه چگونه بازنمایی شده است؟ برای پاسخ به این سؤال‌ها، عملکرد تلویزیون ملی افغانستان، در دوران ریاست جمهوری محمد اشرف غنی (۱۴۰۰-۱۳۹۳) مورد تحلیل قرار گرفته است. این تحقیق به دنبال این پرسش محوری است که شبکه تلویزیونی ملی افغانستان مؤلفه‌های هویت ملی و هویت‌های گوناگون قومی در این کشور را چگونه بازنمایی می‌کند؟

### مروری بر تحقیقات گذشته

موضوع بازنمایی هویت در رسانه‌ها از موضوعات مورد توجه اندیشمندان بوده است. این تحقیقات عمدتاً با دو رویکرد انجام شده است. اول به موضوع دسترسی گروه‌های قومی به رسانه‌ها به منظور ساخت تصویر از خود اشاره دارد و رویکرد دوم تحقیقات به شیوه بازنمایی گروه‌های قومی توسط رسانه‌ها اختصاص دارد. تولوچ (۱۹۹۳) در مقاله «تلویزیون و بریتانیایی‌های سیاه» به مسئله‌ی نحوه بازنمایی مهاجران و سیاه‌پوستان در بریتانیا توجه کرده است، او ضمن شرح نحوه برخورد رسانه‌ها با گروه‌های اقلیت، سهم آن‌ها را در تولید و پخش برنامه‌های تلویزیونی مطالعه کرده است. این تحقیق نشان داده است که نقش سیاهان در نقش‌های بازیگر، خبرنگار و نیروهای تولید بسیار محدود است و شمار بازیگران اقلیت‌های قومی در تلویزیون بسیار بوده و نقش‌هایی هم که به آن‌ها داده می‌شود نقش‌های حاشیه‌ای است، به طوری که حضور آنان در جامعه بسیار کم بازنمایی می‌شود (تولوچ، ۱۹۹۳: ۱۴۶).

تحقیق مینل ماهتانی (۲۰۰۱) نیز که در مورد بازنمایی اقلیت‌های قومی در کانادا انجام داده، نشان می‌دهد که رسانه‌ها غالباً اقلیت‌های قومی را به صورت منفی بازنمایی می‌کنند. اقلیت‌ها به حاشیه رانده شده و بسیار کمتر از حضور واقعی که دارند بازنمایی می‌شوند. این تحقیق نشان می‌دهد که متون رسانه‌ای مملو از کلیشه‌های متعدد در مورد گروه‌های اقلیت است و رسانه‌ها با بازنمایی خود از این گروه‌های اقلیت، از آن‌ها تصاویر منفی ساخته، از سیاست حاشیه‌سازی و حذف اقلیت‌های نژاد و قومی در خصوص آن‌ها استفاده می‌کنند.

علی اشرف نظری و دیگران (۱۳۹۴) در مقاله «صداوسیما و بازنمایی فرهنگ و هویت در جمهوری اسلامی ایران» گفتمان ارائه‌شده از سوی صداوسیما جمهوری اسلامی ایران را مطالعه کرده‌اند، نتیجه این تحقیق نشان می‌دهد که این رسانه به دنبال تحقق گفتمانی است که منجر به تولید هویت‌های متناسب با این نظام گردد. این رسانه

برای تحقق این هدف از دو سیاست سلبی و ایجابی استفاده می‌کند، از نقطه نظر ایجابی گفتمان انقلاب اسلامی را دنبال می‌کند که با تصویب قانون، نهادها... مفاهیم مورد نظر خود را بازتولید کند و با استفاده از سیاست‌های سلبی جلوی بازنمایی سیاست‌های رقیب و معارض را گرفته و سعی دارد گفتمان‌های دیگر را به حاشیه براند.

در خصوص کشور افغانستان و اینکه رسانه‌های این کشور چگونه به بازنمایی هویت ملی و هویت‌های قومی می‌پردازند، تحقیقات چندانی صورت نگرفته است و تحقیقات انجام شده به صورت غیرمستقیم مسئله نحوه بازنمایی هویت را مورد توجه قرار داده‌اند. به طور مثال، یوسف احمدی (۱۳۹۸) در رساله دوره دکتری خود در دانشگاه تهران، عملکرد رسانه‌های جمعی در افغانستان را با رویکرد انتقادی مورد تحلیل قرار داده است. نتیجه این تحقیق نشان می‌دهد، با وجود اینکه می‌توان از رسانه‌های جمعی برای شکل‌دهی همبستگی و ساخت هویت ملی استفاده کرد، اما در افغانستان با وجود رسانه‌های آزاد چنین کاری صورت نگرفته و رسانه‌های افغانستان در مسیر همبستگی اجتماعی و ساخت هویت ملی گام‌های جدی برنداشته‌اند.

سید باقر حسینی (۱۳۹۳) در پایان‌نامه دوره کارشناسی ارشد خود، در دانشگاه تهران تحت عنوان «مطالعه تأثیر تلویزیون بر معنا بخشی و عام سازی مفاهیم هویت ملی در افغانستان» تأثیر تلویزیون بر عام‌سازی مفاهیم هویت ملی در افغانستان را مورد مطالعه قرار داده است. این تحقیق نشان می‌دهد که با وجود اینکه می‌توان از تلویزیون برای معناداری و عام‌سازی مفاهیم هویت ملی استفاده کرد، اما در افغانستان از تلویزیون در این راستا استفاده‌ای صورت نگرفته است.

این تحقیقات در خصوص همه رسانه‌ها و به خصوص شبکه‌های تلویزیونی است، اما در خصوص اینکه تلویزیون ملی این کشور چگونه هویت اعم از ملی و قومی را بازنمایی می‌کند تحقیق مستقلی صورت نگرفته است. در این خصوص تنها یک گزارش تحقیقی از سوی «مرکز تحقیقی خبرنگاری پیک» در سال ۱۴۰۰ انجام شده است، در این گزارش آمده است که رادیو و تلویزیون ملی افغانستان توسط یک گروه قومی خاص اداره می‌شود، به طوری که همه روسای این شبکه و مدیران بلندپایه‌ی آن همگی از یک گروه قومی هستند و افرادی از دیگر اقوام نقشی در برنامه‌ریزی و اداره‌ی این رسانه‌ی ملی ندارند (مرکز خبرنگاری و تحقیقی پیک، ۱۴۰۰: ۱).



### چارچوب نظری

چارچوب نظری این مقاله نظریه بازنمایی استوارت هال است، بر مبنای این نظریه، رسانه‌ها وقایع عینی را بازتاب نمی‌دهند و آنچه مخاطب از رسانه می‌بیند در حقیقت واقعیت‌های نمادینی است که الزاماً حقیقت ندارند (هال، ۱۹۹۷: ۷۲). در چنین صورتی چیزها و اشیا معنای حقیقی نداشته، بلکه توسط درک مخاطب دارای معنا می‌شوند. هال (۱۹۹۷) بازنمایی را یک روش تولید معنا چه به صورت پنهان یا آشکارا می‌داند. از نظر او بازنمایی دارای دو نظام مرتبط باهم و حاصل کارکرد آن‌ها در فرهنگ‌های مختلف است؛ نظام اول زمینه را در جهت معنایی کردن جهان با ساختن مجموعه‌ای از تطابق‌ها میان مردم، اتفاقات و اشیا و نظامی از مفاهیم بشری مهیا می‌کند. نظام دوم نیز، از تطابق همین مفاهیم (افراد و نشانه‌ها) که در قالب زبان ظاهر می‌شوند، به وجود می‌آید. به عبارت دیگر معنا از حاصل همکاری میان چیزها، با نقشه ذهنی و نشانه‌ها به وجود می‌آید، این فرایند را استوارت هال بازنمایی می‌داند. او بازنمایی را به دلیل ایدئولوژیک بودن و شکل گرفتن در قالب یک گفتمان، یک فرایند بی‌طرف نمی‌داند. مثلاً در گفتمان نژادپرستی، اقلیت‌های نژادی و قومی طوری بازنمایی می‌شوند که مناسبات فرادستی و فرودستی حفظ‌شده و به آن لطمه‌ای وارد نگردد (مهدی زاده، ۱۳۸۶: ۱۰).

رسانه‌ها با معناسازی، نمادسازی و گسترش و تفسیر نمادها در بازنمایی هویت، اعم از ملی و قومی نقش آشکارتری نسبت به سایر منابع دارند. در این خصوص هال از سه رویکرد مهم در بازنمایی سخن می‌گوید که چگونگی عمل بازنمایی معنا از طریق زبان را تبیین می‌کند، رویکرد بازتابی، رویکرد ارادی و رویکرد برساخت گرایانه. رویکرد بازتابی به این معنا است که بازنمایی یعنی بازتاب صحیح و دقیق و بدون دست‌کاری از رویدادهایی که اتفاق می‌افتد. رویکرد ارادی چنین نیست، این رویکرد زبان را حامل معنایی می‌داند که گوینده قصد گفتن آن را دارد، پس زبان بیانگر خواسته‌ها و نیت‌مند است، به همین دلیل هیچ عمل بازتابی از جهان بیرونی وجود ندارد و آنچه رسانه نمایش می‌دهد اراده و نیت پنهانی کسی است که پیام را تولید کرده است. رویکرد سوم با این فرض شروع می‌گردد که آنچه بازنمایی می‌شود، معنایی فی‌ذاته ندارند، بلکه معنا توسط زبان (رسانه) ساخته می‌شود و این معنا سازی متکی به گفتمان و فرهنگ یک جامعه است. در این صورت تولید معنا عمدتاً توسط مناسبات و روابط قدرتی به وجود می‌آید که در درون یک جامعه قرار دارد (هال، ۲۰۰۳: ۲۴).

ذیل مفهوم بازنمایی، استوارت هال مفهوم هویت را نیز مطرح کرده است. به نظر

هال مفهوم هویت در درون گفتمان ساخته می‌شود و از این رو باید آن را به صورتی که دارای جایگاه نهادی و تاریخی خاص هست، مطالعه کرد. گفتمان هویت در درون صورت‌بندی‌ها و رفتار گفتمانی خاصی تولید می‌شود، از این رو امکان بازنمایی آن‌ها توسط رسانه‌ها وجود دارد، البته این به این معنی نیست که گفتمان توسط رسانه فقط بازنمایی می‌شود، بلکه او معتقد است، رسانه‌ها توان ساخت گفتمان را نیز دارند. در این صورت امکان ساخت مفهوم هویت در درون نظام بازنمایی وجود دارد، به همین دلیل می‌توان میان سیاست‌های هویتی و مفهوم بازنمایی یک ارتباط مستقیم برقرار کرد (هال و گراسبرگ، ۱۳۹۷: ۷).

### روش تحقیق

در این تحقیق از روش تحلیل گفتمان استفاده شده است. تحلیل گفتمان از جمله روش‌های تحلیل کیفی است که به بافت یا زمینه متن که فراتر از ظاهر متن است توجه دارد. یک متن در این روش از یک سو بر اساس روابط درون‌متنی و از جانب دیگر با تکیه بر موقعیت متن و بافت‌های اجتماعی، سیاسی و فرهنگی مطالعه می‌شود. در اینجا از رویکرد فرکلاف بهره برده‌ایم. از دیدگاه فرکلاف گفتمان تنها از طریق تحلیل ساختارهای متن و به صورت مستقل قابل تحقیق نیست، بلکه گفتمان در منظومه تعاملات گفتاری و در رابطه پیچیده با شرایط اجتماعی و سیاسی قابل تحلیل و فهم است (خانیکی، ۱۳۹۲: ۲۵۶). الگوی تحلیل گفتمان فرکلاف از نحوه تبیین او از رابطه میان زبان و قدرت نشئت می‌گیرد، فرکلاف به دو بعد از رابطه میان قدرت و زبان اشاره می‌کند، یکی قدرت در زبان و دیگری قدرتی که در پشت زبان پنهان شده است. رویکرد فرکلاف که تحلیل متن فراتر از سطح ظاهری صرف زبانی است، تحلیل را به بستر رابطه میان متن و زمینه‌های اجتماعی و سیاسی آن می‌کشاند که این نوع نگاه ما را در شناخت نحوه بازنمایی هویت ملی و قومی در متون مورد مطالعه کمک می‌نماید. می‌توان گفت بازنمود تحلیل گفتمان فرایندی کاملاً ایدئولوژیک بوده که دارای اهمیت سیاسی و اجتماعی بالایی است و جزئیات آن که در ظاهر ویژگی‌های فنی، معنایی و دستوری به نظر می‌رسند، در باطن از عوامل اصلی تعیین‌کننده اجتماعی به شمار می‌روند (فرکلاف، ۱۳۷۹: ۸۸).

در این تحقیق برای فهم نحوه بازنمایی اقوام در تلویزیون ملی، تمامی برنامه‌های این رسانه مشاهده شده و سپس، یک برنامه (برنامه خبری ساعت هشت شب) به صورت هدفمند با توجه به میزان مخاطبان بیشتری که دارد، برای مطالعه انتخاب شده است.





برنامه خبری هشت شب این رسانه به دلیل قرار گرفتن در ساعات پر بیننده از اهمیت زیادی برخوردار بوده و می‌توان آن را مهم‌ترین سرویس خبری این شبکه به زبان فارسی دانست. به همین دلیل سیاست بازنمایی این شبکه در خصوص بازنمایی هویت ملی و هویت‌های قومی را می‌توان در این برنامه مشاهده کرد. چرایی انتخاب این سرویس خبری برای تحقیق در همین مسئله نهفته است. این سرویس خبری به مدت شش ماه به صورت منظم مشاهده شده و سپس در بازه زمانی ۱۴۰۰/۴/۱ تا ۱۴۰۰/۴/۱۰ ده برنامه آن ضبط گردیده است، سپس از میان این ده برنامه پنج برنامه به صورت هدفمند انتخاب شده و در نهایت به متن تبدیل گردیده و مورد تحلیل قرار گرفته است. از سوی دیگر این اخبار در سراسر کشور توسط شبکه‌های استانی تلویزیون ملی پخش گردیده و از نظر پوشش جغرافیایی نیز جز برنامه‌هایی است که بیشترین پوشش جغرافیایی را دارد. از نظر وسعت زمانی این تحقیق شامل دوران ریاست جمهوری اشرف غنی احمدزی است که حدود هشت سال را در برمی‌گیرد. محدود کردن زمان تحقیق به این دلیل است که در دوره‌های قبلی به نظر می‌رسد که نوع گفتمان این شبکه در خصوص بازنمایی هویت ملی و دیگر هویت‌های قومی با دوران ریاست جمهوری اشرف غنی احمدزی تفاوت دارد. به همین دلیل زمان تحقیق محدود به دوران ریاست جمهوری اشرف غنی احمدزی شده است.

### بحث و تحلیل

در طول تاریخ افغانستان، قومیت به‌عنوان یک مؤلفه‌ی اساسی در تشکیل و تثبیت تمامی عرصه‌های اجتماعی به‌خصوص در عرصه‌ی قدرت سیاسی نقش مهمی داشته است. هویت در افغانستان در مرحله اول هویت قومی، در مرحله دوم هویت خویشاوندی و در مرحله سوم هویت دینی است و اکثر سازمان‌های اجتماعی بر همین اساس شکل گرفته‌اند (شهرانی، ۱۹۸۶: ۲۴). کانفیلد به این عقیده است که به‌طور کلی مردم افغانستان به چند گروه اجتماعی خود را مرتبط می‌دانند، گروه‌بندی سرزمینی که از آن به نام وطن یاد می‌کنند، گروه‌بندی از طریق انتساب به یک جد مشترک که از آن به نام قوم یاد می‌شود و گروه‌بندی به فرقه‌ها و مذاهب اسلامی که دین نامیده می‌شود (رسولی، ۲۰۰۱: ۱۵۹). بیش از ۵۷ گروه قومی، چهل تا پنجاه زبان و لهجه که به چندین خانواده مشخص زبانی تعلق دارند، در افغانستان وجود دارد. از میان آن‌ها دو زبان دری و پشتو رسمی هستند و نام چهارده قوم در سرود ملی آمده است. این اقوام هرکدام دارای فرهنگ خاص خود هستند

که باعث می‌شود تفاوت‌هایشان بیشتر به چشم بخورد، ساختار قبایلی و سستی هنوز در میان این اقوام به‌خصوص در میان پشتون‌ها و ترکمن‌ها حفظ شده است. پشتون‌ها هنوز به ساختار قبیله‌ی خود که از آن به نام «پشتون‌والی» یاد می‌شود پایبند بوده و در میان اقوام تاجیک و هزاره و تا حدودی ازبک‌ها ساختار قبیله‌ی کم‌رنگ شده است (رحیمی، ۱۳۹۹: ۸۵). دولت‌ها در افغانستان همیشه از سیاست برتر دانستن یک قوم، نسبت به سایر گروه‌های قومی استفاده کرده‌اند؛ که این خود باعث شده است تبعیض در بطن جامعه افغانستان نهادینه گردد. این سیاست در طول سال‌های متمادی توسط دولت‌هایی که قدرتشان بر بنیاد قومیت استوار بوده، استمرار داشته است (گریگوریان، ۱۳۸۸: ۵۹).

### **تحلیل گفتمان پنج سرویس خبری تلویزیون ملی افغانستان**

برنامه‌های خبری و سیاسی در کنار برنامه‌های سرگرمی و تفریحی جز برنامه‌های پربیننده در افغانستان محسوب می‌شود که دلیل آن سرعت تحولات سیاسی در کشور است. به این دلیل ما در این تحقیق ۱۰ برنامه خبری هشت شب تلویزیون ملی افغانستان را برای تحلیل گفتمان انتخاب کرده‌ایم.

#### **الف: توصیف مضامین در اخبار مورد مطالعه**

متن سرویس‌های خبری مورد مطالعه به دو بخش اخبار داخلی و خارجی قابل تقسیم است که ما تنها به تحلیل اخبار داخلی بسنده کرده‌ایم. اخبار داخلی عمدتاً بر فعالیت‌ها و کارکرد کاخ (ارگ) ریاست جمهوری تمرکز دارد و رویدادهای سایر نهادهای دولتی انعکاس چندانی نمی‌یابد. این وضع به‌گونه‌ای است که حتی فعالیت‌های معاون اول و دوم رئیس‌جمهور نیز مجال بازتاب نمی‌یابد.

قواعد حاکم بر زبان میان تولیدکنندگان پیام، قواعد رسمی و از زبان ژورنالیستی استفاده شده است. متن به‌طور کلی وضعیت نابسامان کشور را نشان می‌دهد. خبرها متمرکز بر رویدادهای پایتخت کشور است و رویدادهای استان‌های دیگر خیلی مورد توجه نیست. خبرها به‌شدت تحت شعاع تشدید جنگ در سراسر کشور قرار دارد. الگوی روابط اجتماعی ترسیم‌شده نیز سعی در نشان دادن حمایت شهروندان از دولت دارد. در خبرها حمایت بزرگان قومی و سیاسی طوری برجسته می‌شود که گویا همه یک ملت هستند و این ملت پشت نظام ایستاده‌اند.

#### **ب: تفسیر متن اخبار مورد مطالعه**

تفسیر خبرها نشان می‌دهد که مدیران این شبکه تحولات کشور را از دیدگاه دولت می‌بینند،



دولت نیز در ظاهر قدرت را در میان گروه‌های قومی تقسیم کرده است، اما در حقیقت قدرت اصلی در دست یک گروه قومی خاص است. به همین دلیل می‌توان نگاه قومی به تحولات کشور را در اخبار این شبکه مشاهده کرد. همچنین، ساختارهای سیاسی و نهادی قدرت، در مقایسه با نهادهای هویت فردی و هویت ملی برجسته‌تر می‌باشند. به این صورت که سیاستمدار و سخنانش به‌جای مؤلفه‌های هویت‌ساز بازنمایی می‌شوند.

تیزر مجموعه‌های خبری مردم‌مطالعه، گفتمان موردنظر این شبکه را نمایان می‌سازد. رئیس‌جمهور در قالب لباس‌های سنتی یک قوم خاص نشان داده می‌شود که می‌توان آن را بازنمایی هویت فرهنگی یک قوم به‌جای هویت فرهنگی یک ملت تلقی کرد. در کنار چهره رئیس‌جمهور با لباس سنتی یک قوم، تأکید این رسانه بر یک ورزش کاملاً قومی (کریکت) نیز در این تیزر نمایان است. ورزش کریکت در افغانستان یک ورزش کاملاً قومی است که یک گروه قومی نسبت به آن تعصب خاصی دارند. چینش اخبار از خبرهای رئیس‌جمهور شروع شده، سپس اخبار مربوط به امنیت ملی پخش می‌شود؛ حتی توجهی به فعالیت‌های معاون اول رئیس‌جمهور (تاجیک تبار) و معاون دوم رئیس‌جمهور (هزاره تبار) نمی‌شود. در تصاویر خبری نیز چهره‌ی افرادی از دیگر گروه‌های قومی دیده نمی‌شود. تصاویر خبری عمدتاً مردمی را نشان می‌دهد که به یک گروه قومی تعلق دارند، افرادی که با آن‌ها مصاحبه می‌شود بیشتر به زبان پشتو سخن می‌گویند. جالب‌تر اینکه زمانی که یک شخص بلندپایه دولتی که از گروه قومی حاکم است صحبت می‌کند، چهره او نشان داده می‌شود، اما وقتی یک مقام دولتی که به دیگر گروه‌های قومی تعلق دارد، صحبت می‌کند، تنها صدایش پخش شده و به‌جای تصویرش، صحنه‌های دیگری که به خبر مربوط است نشان داده می‌شود.

«سرپرست وزارت اطلاعات و فرهنگ خواستار همکاری مردم برای حفاظت از میراث فرهنگی در ساحات ناامن و جنگی شده است. او می‌گوید میراث فرهنگی ملکیت عام مردم است و احتمال دارد گروه‌های مافیایی و قاچاق‌بران از فضای پیش‌آمده استفاده کنند و به آبدات تاریخی دستبرد بزنند» (سرویس خبری هشت شب، دوم تیر، ۱۴۰۰).

در این خبر چهره سرپرست وزارت اطلاعات و فرهنگ که به یکی از گروه‌های قومی تعلق دارد، نمایش داده نمی‌شود. این سیاست عدم نمایش در خصوص شخصیت‌هایی که به دیگر گروه‌های قومی تعلق دارد اجرا می‌شود.

#### ساختار نحوی متن

ساختار فاعلی متن: از مقامات بلندپایه حکومتی زیاد نقل قول مستقیم می‌شود، اما بیشتر

این مقامات به یک گروه قومی تعلق دارند. باید گفت که آمار نشان می‌دهد که مقامات بلندپایه دولتی بیشتر از یک قوم خاص هستند و به همین دلیل شاهد تفاوت فاحشی در نقل قول‌ها هستیم.

فاعل‌های سازنده این متن همه از مقامات بلندپایه دولتی است و جالب است این شبکه در هنگام انتخاب آن‌ها برای سوژه بودن، همگی را از میان یک قوم انتخاب می‌کند، رئیس‌جمهور، حمدالله محب مشاور امنیت ملی، فضل محمود فضلی رئیس اداره امور بیشترین کسانی‌اند که سوژه خبرها هستند و همه آن‌ها نیز به یک گروه قومی تعلق دارند. سوژه‌های فاعلی از میان دیگر اقوام بسیار کم انتخاب شده و در حد یک خبر کوتاه از آن‌ها نام برده شده است.

#### **نظام واژگانی مرتبط با هویت ملی و قومی در اخبار نظم واژگانی**

جمهوریت، ۴/ بزرگان قومی، ۴/ مردم افغانستان، ۶/ سرزمین، ۲/ شهروندان، ۳/ بیرق افغانستان، ۱/ ملت، ۲/ تمامیت ارضی، ۳/ وطن، ۳/ خاک، ۳/ نوامیس ملی، ۳/ افغانستان، ۴۴/ نظم واژگانی خبرهای مورد مطالعه نشان می‌دهد که این شبکه مسئله هویت ملی را مبتنی بر سیاست قوم‌مدارانه دولت بازنمایی می‌کند، به این صورت که از سیاست همسان‌سازی قومی در راستای ساخت هویت ملی استفاده می‌گردد. در این سازوکار، هویت خاص یک قوم و گفتمان خاص قومی به‌عنوان هویت ملی و یا گفتمان ملی بازنمایی می‌شود. برای این کار بارها از اسم‌سازی و بازی با واژه‌ها استفاده شده است. واژگان استفاده‌شده توسط این شبکه به‌صورت پنهان و آشکار نوعی بازنمایی هویت را نشان می‌دهد. واژه‌هایی که به مؤلفه‌های هویت ملی اشاره دارند، مثل بیرق افغانستان، نوامیس ملی، تمامیت ارضی، جمهوریت، شهروندان کمتر بازنمایی شده است. مؤلفه‌های هویت قومی از قبیل فرهنگ قومی، رهبران قومی، گروه‌های زبانی، رویدادهای منسوب به گروه‌های قومی، احزاب قومی، مناسبت‌های خاص گروه‌های قومی در این اخبار به صورتی بازنمایی شده است که حضور گروه‌های قومی کمتر نشان داده شود. خبری از مفاهیم مربوط به هویت‌های قومی نیست و به نظر می‌رسد همه تفاوت‌ها و ارزش‌های هویتی اقوام در سخنرانی معاون رئیس‌جمهور، سخنگویان دولت و دیگر مقامات دولتی (به‌عنوان نمایندگان هویت‌های قومی) به انتزاع کشیده شده‌اند. بحث منافع ملی نیز در گفتمان جاری مطرح نشده است و تنها یک‌بار آن‌ها از زبان اقوام دیگر بازنمایی شده است. مقامات بلند رتبه دولتی از دیگر اقوام تنها زمانی بازنمایی شده‌اند که از منافع ملی سخن گفته‌اند.



«آزادی بیان و رسانه‌ی آزاد بیش از هر چیز دیگر در معرض خطر است این حالت می‌طلبد که آزادی بیان و خبرنگاران خود را بیش از هر زمان دیگر به‌طور همه‌جانبه مورد حمایت قرار بدهیم و از جانب دیگر رسانه‌ها و خبرنگاران ما مسئولیت دارند که در کنار جمهوریت و نظام سیاسی کشور با جرئت و قاطعیت بایستند و از منافع ملی و ارزش‌های انسانی دفاع کنند» (سرویس خبری هشت شب، ۱۰ تیر، ۱۴۰۰).

واژه بزرگان قومی چند بار مطرح شده است، اما محتوای خبر نشان می‌دهد که منظور از بزرگان قومی بزرگان گروه‌های قومی افغانستان نیست؛ بلکه منظور بزرگان قبیله‌ای است که همه آن‌ها متعلق به یک قوم هستند. این شبکه عمده‌نامی از رهبران و بزرگان دیگر اقوام نمی‌برد. در اخبار مورد مطالعه اصلاً نامی از رهبران گروه‌های قومی به میان نیامده است، مگر زمانی که آن‌ها در جهت منافع دولت و طبقه حاکم سخنی گفته باشند. «مقامات جهادی نمایندگان اقوام ساکن در پروان در نشست‌های حمایت خود را از نیروهای امنیتی اعلام نموده‌اند» (سرویس خبری هشت شب، اول تیر، ۱۴۰۰).

در این استان با توجه به بافت جمعیتی عمدتاً اقوام تاجیک زندگی می‌کنند و به همین دلیل به‌طور کلی از مقامات جهادی و اقوام ساکن یاد شده است تا از بازنمایی مستقیم بزرگان قومی که معلوم می‌شود از کدام قوم هستند خودداری شود. این رسانه گروه‌های قومی را طوری بازنمایی می‌کند که گویا یک گروه قومی اکثریت دارد و دیگر گروه‌های قومی در اقلیت هستند.

«ذبیح‌الله فرهنگ رییس نشریات کمیسیون مستقل حقوق بشر می‌گوید، فرستادن هیئت حقیقت‌یاب بین‌المللی می‌تواند جنایت علیه غیرنظامیان، قتل‌های هدفمند، حمله به مراکز آموزشی، حمله بر اقلیت‌های مذهبی و قومی را که صورت می‌گیرد را مستقلاً بررسی نماید» (سرویس خبری هشت شب، هشتم تیر، ۱۴۰۰).

در نشر این خبر عمده‌اثر از واژه اقلیت در خصوص قوم هزاره و گروه مذهبی شیعیان افغانستان استفاده شده است و گویای این نکته است که از نگاه این شبکه همه گروه‌های قومی در مقایسه با گروه قومی پشتون در اقلیت قرار دارند. این سیاست درست برخلاف نظر اکثر محققان این کشور است که باور دارند، در افغانستان هیچ‌یک از گروه‌های قومی نسبت به دیگر گروه‌های قومی دارای اکثریت قابل اعتبار نیست. غبار (۱۹۶۷)، فرهنگ (۱۹۹۲)، شهرانی، (۱۹۶۸)، بارفیلد، (۲۰۰۴)، احدی، (۱۹۹۵)، خلیلزاد، (۱۹۸۴)، روا (۲۰۰۰).

تلویزیون ملی افغانستان، با فرایند دولت-ملت‌سازی برخوردار دوگانه دارد. به این صورت که در زمان انتخابات و یا نزدیک به انتخابات دم از ملی‌گرایی می‌زند و از یک

ملت واحد سخن می‌راند، اما در مواقع دیگر تأکیدش بر بازنمایی فرهنگ یک گروه قومی خاص، به‌عنوان یک فرهنگ ملی است. گرچه، مطابق با قانون اساسی مصوب (۱۳۸۲) واژه «افغان» نشان‌دهنده عنوان هویت ملی افغانستان است، اما اطلاق این واژه به‌عنوان نماد هویت ملی، موردقبول همه گروه‌های قومی نیست و آن‌ها این واژه را مترادف قوم پشتون می‌دانند.

«رحمت‌الله اندر: سخنگوی شورای امنیت: طالبان اگر دست از خشونت برندارند آن‌ها سرکوب خواهند شد و افغان‌ها به‌صورت مشترک علیه نیروهای طالبان مبارزه خواهند نمود» (سرویس خبری هشت شب، دوم تیر، ۱۴۰۰).

«ولسوالی بلخ در شمال و ولسوالی دوشی در بغلان را دوباره نیروهای افغان به تصرف درآورده‌اند» (سرویس خبری هشت شب، دوم تیر، ۱۴۰۰).

استفاده از واژه افغانستان نشان می‌دهد که این شبکه بیشتر به استفاده از واژه‌های خنثی در برابر واژه‌های احساسی مبادرت می‌ورزد، واژه کشورمان نسبت به واژه افغانستان یک حس همگانی و تشریک وطن‌دوستی را در بین مردم القا می‌کند، گویا که همه‌ی مردم در آن سهم دارند. واژه خاک نیز دقیقاً مثل واژه افغانستان است و استفاده از واژه خاک نیز را می‌توان در همین راستا تفسیر کرد. واژه‌هایی که به مفهوم کشور اشاره دارند و بار احساسی در آن‌ها زیادند، کمتر برجسته شده‌اند. مثل واژه وطن که از آن استفاده چندانی نشده است، درحالی‌که این واژه در محاوره روزمره مردم خیلی استفاده می‌شود و بار وطن‌دوستی و همدلی القا می‌کند.

افرادی که با آن‌ها به‌عنوان کارشناس مصاحبه شده است، از همه گروه‌های قومی نمایندگی نمی‌کنند. این کارشناسان چند فرد محدود هستند، مطالعه پیشینه‌ی آن‌ها نشان می‌دهد که قریب به‌اتفاق همه آنان به یک گروه قومی تعلق دارند. به‌طور مثال در سرویس خبری پنجم تیر، برای تحلیل رویدادها، نظریات چهار کارشناس بازنمایی شده است که از میان این چهار تن، سه نفر از یک گروه قومی خاص و یک‌تن دیگر از دیگر گروه‌های قومی است.

مقامات ارشد دولتی بازنمایی شده نیز قریب به‌اتفاق از یک قوم هستند. رئیس‌جمهور پشتون تبار، بیشترین بازنمایی را داشته است. بعد از رئیس‌جمهور بیشترین بازنمایی از حمدالله محب (پشتون) مشاور امنیت ملی، شده است، حتی بازنمایی صورت گرفته از رئیس «اداره امور ریاست جمهوری» (پشتون) نسبت به دو معاون رئیس‌جمهور بیشتر است. قومیت مدیران ارشد این رسانه نیز همیشه موردبحث بوده است، زیرا در یک



جامعه قومی، قومیت شخص اول یک سازمان بر کل کارکرد سازمان اثرگذار است. تلویزیون ملی هم از این قاعده مستثنا نیست و مسئله قوم‌گرایی در این شبکه همیشه مورد توجه بوده است. اخیراً در گزارش تحقیقی که نشر شده، عنوان شده است که محمد اسماعیل میاخیل رئیس عمومی رادیو و تلویزیونی ملی، عبدالغنی مدقق معاون این شبکه، محمد نسیم فضل رئیس شبکه تلویزیونی ملی و لیمه احمدزی رئیس رادیوی ملی همه از یک قوم هستند (مرکز خبرنگاری پیک، ۱۴۰۰). همچنان در سال ۱۳۹۴ کارمندان بخش زبان‌های این شبکه به دلیل اینکه کارمندان ارشد این رسانه از میان یک گروه قومی خاص انتخاب می‌شود شکایت کرده بودند (روزنامه ماندگار، ۱۳۹۷). قومیت‌گرایانه این بخش خبری نیز اهمیت زیادی دارد، زیرا به نوعی نشانگر سیاست رسانه در خصوص بازنمایی هویت است. گویندگان اصلی این مجموعه خبری وابسته به یک گروه قومی خاص است و افرادی از دیگر گروه‌های قومی به‌عنوان گوینده در این مجموعه حضور ندارد.

#### ج: تبیین متن اخبار مورد مطالعه

تحلیل اخبار مورد مطالعه نشان می‌دهد که دولت در راستای بازنمایی هویت ملی و هویت‌های قومی به دنبال تحقق اهداف سیاسی خود است، این سیاست‌ها ادامه سیاست‌های دولت‌های قبلی در خصوص هویت ملی و قومی است. دولت‌ها در طول تاریخ افغانستان سعی کرده‌اند که سیاست ملت‌سازی را مبتنی بر برتری دادن یک گروه قومی بر دیگر گروه‌های قومی استوار سازند. این سیاست همسان‌سازی برای ایجاد هویت ملی، در طول تاریخ این کشور وجود داشته است و همان‌طوری که در فصل اول ذکر شده است، دنبال کردن این سیاست یکی از عوامل اصلی عدم تحقق یک هویت ملی شده است که برای همه گروه‌های قومی در افغانستان قابل قبول باشد.

با آنکه در بعضی از خبرها از فرهنگ، رسوم تاریخی قومیت‌ها نام برده شده است، این فرهنگ‌ها و رسوم در برنامه‌های مورد مطالعه به نمایش در نیامده است. آتن ملی (رقص ملی) به‌عنوان یک فرهنگ ملی بازنمایی می‌شود، در حالی که گروه‌های قومی دیگر آن را تحت عنوان بخشی از فرهنگ ملی قبول ندارند. از منظر پرکتیس اجتماعی به مفهوم اجتماعی هویت ملی کمتر توجه شده است. به دلیل شرایط خاص زمانی پخش این برنامه‌ها، به مفاهیم نظامی و سیاسی نسبت به مفاهیم فرهنگی و هویتی ارجح بیشتری داده شده است.

فرکلاف باور دارد که گروه‌های مسلط اجتماعی به رسانه‌ها دسترسی بیشتری دارند آن‌ها به‌عنوان منابع قابل اعتماد و صداهای در دسترس، در رسانه‌ها بازنمایی می‌شوند

(فرکلاف، ۱۳۷۹: ۸۵). تسلط یک گروه اجتماعی خاص بر یک رسانه، کارکرد رسانه را به صورت غیرمستقیم جهت‌دهی می‌کند، شبکه تلویزیونی ملی افغانستان تحت تسلط یک گروه قومی خاص است که جهت‌گیری این رسانه را تعیین می‌کند، به همین دلیل این شبکه، در تولید و نشر برنامه‌های دیگر گروه‌های قومی آن طوری که برای همه گروه‌های قومی قابل قبول باشد، بازنمایی نمی‌کند. به همین دلیل این تصور در میان شهروندان ایجاد شده که گویا این شبکه، متعلق به یک گروه قومی است. دولت تحت حاکمیت محمد اشرف غنی نیز، همان سیاست‌های قومی دولت‌های گذشته قومی را دنبال می‌کند. دولت‌های قومی افغانستان، تعلق داشتن به یک قوم خاص را همواره بر عنصر شهروندی بودن یکایک مردم این سرزمین ترجیح داده‌اند (خسرو، ۱۳۹۳: ۳۶). این سیاست را می‌توان در تلویزیون ملی افغانستان که رئیس آن به صورت مستقیم توسط رئیس‌جمهور انتخاب می‌شود مشاهده کرد. این تلویزیون هویت ملی را مطابق با سیاست‌های دولتی بازنمایی کرده و به جز یک گروه قومی، دیگر گروه‌های قومی این کشور را در مسئله بازنمایی نادیده می‌گیرد.

### نتیجه‌گیری

تحلیل گفتمان متن سرویس‌های خبری مورد مطالعه نشان می‌دهد که تلویزیون ملی افغانستان با ادعای ملی بودن، مروج گفتمان دولت در خصوص ملت‌سازی است. در گفتمان دولت، ساخت هویت ملی مبتنی بر مؤلفه‌های هویتی یک قوم است. در این گفتمان هویت ملی مردم افغانستان تحت عنوان واژه «افغان» شکل می‌یابد که ساخت یک چنین هویت ملی برای همه گروه‌های قومی قابل قبول نیست؛ زیرا آن‌ها به این باور هستند که این واژه به یک گروه قومی اطلاق می‌شود و نباید مبنای ایجاد یک هویت ملی قرار گیرد. به لحاظ تاریخی این سیاست بازنمایی فعلی، ریشه در گفتمانی دارد که سال‌هاست در این سرزمین حاکم است که از آن به نام سیاست «پشتونیزم» یاد می‌شود. این شبکه سعی دارد مؤلفه‌های هویت قومی یک قوم را به جای مؤلفه‌های هویت ملی بازنمایی کند تا هویت ملی بر مبنای یک هویت و یک قوم شکل بگیرد. برجسته کردن یک فرهنگ قومی و القای آن به عنوان یک فرهنگ ملی نمونه‌ای از این نوع بازنمایی است. نحوه چینش رویدادها به نحوی است که شخصیت‌های یک گروه قومی بازنمایی شوند، کارشناسانی که با آن‌ها مصاحبه می‌شود نیز اغلب به یک گروه قومی تعلق دارند، همچنین کارمندان این شبکه نیز عمدتاً از یک گروه قومی هستند. با این نوع بازنمایی





تلاش می‌شود که هویت ملی بر محور یک قوم ساخته‌شده و سهم دیگر اقوام در ساخت هویت ملی نادیده گرفته شود. دیگر گروه‌های قومی توسط این شبکه بسیار کم بازنمایی شده است، مقامات بلندپایه دولتی این اقوام در این شبکه بسیار کم بازنمایی شده است، در میان کارمندان ارشد این رسانه هیچ کارمندی از سایر اقوام وجود ندارد و از دیدگاه صاحب‌نظران متعلق به این گروه‌های قومی دیگر در اخبار مورد مطالعه، بسیار کم استفاده شده است. در خصوص ساخت هویت ملی، هویت این گروه‌های قومی نادیده گرفته‌شده و تلاش می‌شود که شعاع وجودی این گروه‌های قومی کم بازنمایی شده، به نحوی که از آن‌ها تحت عنوان اقلیت‌های قومی یاد می‌شود. از میان چهار قوم بزرگ افغانستان، یک گروه قومی به نحوی بازنمایی می‌شود که گویا این قوم بزرگ‌ترین قوم افغانستان است و دیگر گروه‌های عمده قومی، در مقابل این قوم در اقلیت هستند.

### منابع

- احمدی، یوسف (۱۳۹۸)؛ *عملکرد رسانه‌های جمعی در جامعه چند قومیتی افغانستان*، رساله دکتری رشته ارتباطات جمعی، استاد راهنما، دکتر مسعود کوثری، دانشگاه تهران.
- ارزگانی، مسیح (۱۳۹۰)؛ *افغانستان رنگین اقوام*، کابل: انتشارات صبح امید، چاپ اول.
- تاپر ال، ریچارد (بی‌تا)؛ «قومیت، جایگاه و معنای آن در مردم‌شناسی ایران و افغانستان» ترجمه: سید ابوالقاسم حسینیون و عباس جلالی، *فصلنامه تحقیقات جغرافیایی*، شماره مقاله ۴۳۳.
- خانیکی، هادی (۱۳۹۲)؛ *در جهان گفت‌وگو*، تهران: نشر هرمس.
- خسرو، خالد (۱۳۹۳)؛ «سیاست قومی، هویت‌های بحران‌زا و روند ناقص توسعه دموکراسی» *نوشتارهایی پیرامون دموکراسی افغانی: فرصت‌ها و چالش‌ها*، کابل: انستیتوت مطالعات استراتژیک افغانستان.
- رحیمی، مجیب الرحمان (۱۳۹۸)؛ *نقدی بر ساختار نظام در افغانستان*، کابل: انتشارات عازم.
- رواء، الیویه (۱۳۸۲)؛ «مجاهدین و آینده افغانستان» ترجمه: محسن شانه‌چی. به نقل از اسپوزیتو در کتاب *انقلاب اسلامی و بازتاب جهانی آن*، تهران: مرکز بازشناسی اسلام و ایران.
- غبار، میر غلام محمد (۱۹۶۷)؛ *افغانستان در مسیر تاریخ*، جلد اول، کابل: مطبوعه دولتی.
- فرکلاف، نورمن (۱۳۷۹)؛ *تحلیل انتقادی گفتمان*، ترجمه‌ی: فاطمه شایسته پیران و همکاران، تهران: انتشارات دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها.
- فرهنگ، میر محمد صدیق (۱۹۹۲)؛ *افغانستان در پنج قرن اخیر*، قم: کمیسیون فرهنگی حزب وحدت اسلامی افغانستان.
- قانون اساسی افغانستان مصوب ۱۳۸۲، *رسمی جریده*، (جریده رسمی) شماره فوق‌العاده ۸۱۸، کابل: وزارت عدلیه.

- قانون رسانه‌های همگانی، مصوب ۱۳۸۸، *رسمی جریده*، شماره فوق‌العاده، ۹۸۲، کابل: وزارت عدلیه.
- گریگوریان، وارتان (۱۳۸۸)؛ *ظهور افغانستان نوین*، ترجمه: علی عالمی کرمانی، تهران: نشر عرفان.
- گلشنی، علیرضا، قاندي، محمدرضا (۱۳۹۱)؛ «روش تلفیقی برآیند نقد روش‌های کمی و کیفی»، *مجله روش‌ها و مدل‌های روان‌شناختی*، پاییز ۱۳۹۱، دوره ۲، شماره ۹.
- موسوی، سید عسکر (۱۳۸۷)، *هزاره‌های افغانستان*، ترجمه: اسدالله شفايي، قم: اشک یاس.
- منتظر قائم، مهدی (۱۳۷۹)، «رسانه‌های جمعی و هویت» *فصلنامه مطالعات ملی*، شماره ۴، صص ۲۴۹-۲۷۰.
- مهدیزاده، سید محمد (۱۳۸۶)؛ *رسانه‌ها و بازتابی*، تهران: انتشارات مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- نظری، علی‌اشرف و دیگران (۱۳۹۴)، «صداسیما و بازتابی فرهنگ و هویت در جمهوری اسلامی ایران»، *فصلنامه مطالعات ملی*، سال شانزدهم، شماره ۴.
- نهاد ریاست جمهوری (۱۳۸۶)؛ *استراتژی انکشاف {توسعه} ملی افغانستان (رکن: فرهنگ، رسانه‌ها و جوانان)*، کابل، دارالانشای {دبیرخانه} استراتژی ملی انکشاف افغانستان: نهاد ریاست جمهوری.
- وفایی زاده، قاسم (۱۳۹۶)؛ *سیاست ورزی قومی و مشارکت سیاسی جوانان در افغانستان*، موسسه ابتکارات صلح افغانستان.
- هال، استوارت؛ گراسبرگ، لارنس (۱۳۹۷)، *پروبلماتیک هویت در مطالعات فرهنگی هویت و جهانی شدن*، ترجمه: سیاوش قلی پور و علی‌رضا مرادی، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، چاپ دوم.
- تحقیقی تحت عنوان «تلویزیونی ملی با رهبری غیر ملی» قابل‌دسترس در تارنمای زیر: در تاریخ <https://paykreports.com/1400/12/23>
- گزارش روزنامه ماندگار «تبعیض و بی‌عدالتی در تلویزیون ملی بیداد می‌کند» قابل‌دسترس در تارنمای زیر در تاریخ <https://mandegardaily.com/?p=79749> /۱۴۰۰/۱۲/۲۴
- Ahady, A (1995); "The Decline of the Pashtun in Afghanistan," *Asian Survey*, Vol.35. No.7, (July), pp. 621-634.
- Barfield, Thomas (2004); "Problems in Establishing Legitimacy in Afghanistan," *Iranian Studies*, Vol.37, No.2, (June), pp.263-293.
- Norman Fairclough, *Language and power*, London and New York: Longman. 1991, p.50
- Hall, S (1997); *Representation: Cultural Representations and signifying Practices*. London: Open University Press.
- Hall, S (2003); *Representation*, sage publication.
- Khalilzad Z (1984-85); The Politics of Ethnicity in Southwest Asia: Political Development or Political Decay? *Political Science Quarterly*, Vol.99, No.4. (Winter), pp.657-679.
- Mahtani, M (2001); "Representing Minorities: Canadian Media and Minority Identities," in *Canadian Ethnic Studies*, Vol. 33 (3): 99-133.
- Nightingale, V. & Ross, K (2003); *Media and Audiences*, London: Mc Grow-hill
- Rasuly- Paleczek, G (2001); "The Struggle for the Afghan State: Centralization, Nationalism and the Discontent", in *Willem. van Schendel and Erik J. Zürcher*, (eds.) Identity politics in central Asia and the Muslim World: Nationalism, Ethnicity and labour in the Twentieth Century, (London& New York: I.B. Tauris), pp.149-188



- Roy O. (2000); *Why We is going on Afghanistan: The Afghan Crisis* <http://www.sam.gov.tr/perceptions//Volume5/Des 2000- in prospective, at; Feb 2001/Volume VN 4 OLIVIRROY.pdf>.
- Shahrani, M.N. (1986); *Afghanistan: State and society in Retrospective*, in E.W. Anderson and N. Hatch Dupree, (eds). *The Cultural Basis of Afghanistan* (London and New York), pp.21-50.
- Akseer, Tabasum. and others (2019); *AFGHANISTAN IN 2019 A SURVEY OF THE AFGHAN PEOPLE*, *Asia Foundation*, PDF.
- Tulloch, J (1993); “television and black Britons”, in *Andrew Goodwin and Garry Whannel*(eds), *Understanding television*, London: Routledge.
- Van Dijk, T (1989); “Mediating Racism: The Role of the Media in the Reproduction of Racism”, in R. *Wodak* (ed.), *Language, Power and Ideology: Studies in Political Discourse*, *Amsterdam*: John Benjamin.