



افغانستان راهنمای چشم انداز رسانه اپریل ۲۰۲۲



NETWORK

برقراری ارتباط با جوامع آسیب دیده از فجایع



پیشگفتار

این راهنمای یکی از مجموعه های راهنمای چشم انداز رسانه ای است که چشم انداز رسانه را در کشورهای مختلف ترسیم می کند. این راهنماها توسط شبکه CDAC با همکاری DW Akademie و توسط وزارت همکاری اقتصادی و توسعه فدرال پشتیبانی شده است. این پروژه بخشی از ابتکار جهانی "شفافیت و آزادی رسانه - تاب آوری در برابر بحران در همه گیری" است.

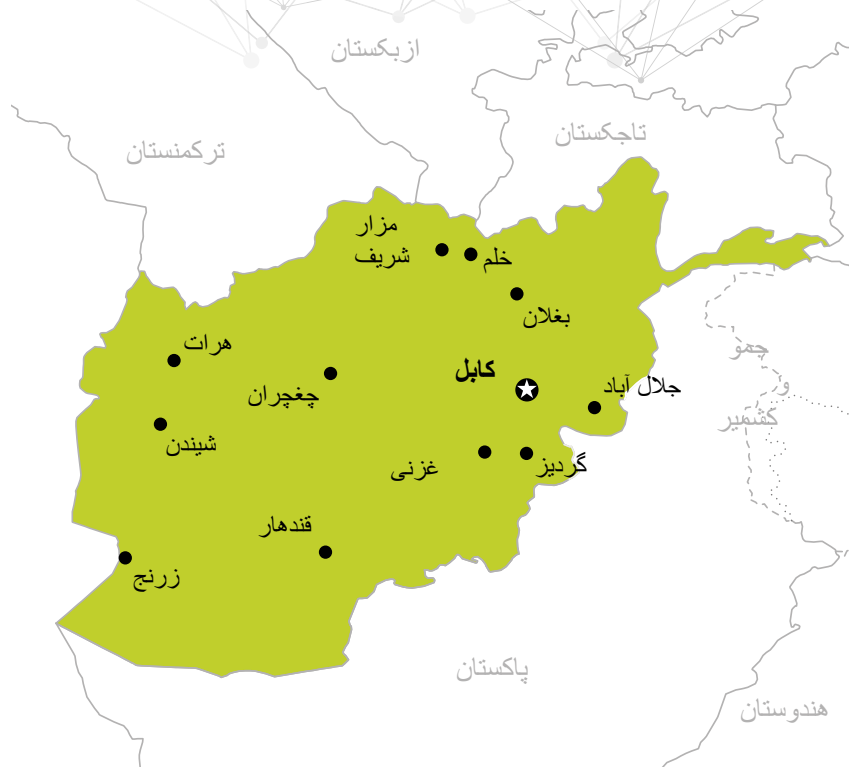
شبکه CDAC از **عاطفه گیویان**، مشاوره ای که این تحقیق را برای راهنمای چشم انداز رسانه ای افغانستان رهبری کرد، تشکر می کند. این کار با نظرات افراد و سازمان های که در رسانه ها، دولت، سازمان های جامعه مدنی (CSOs)، سازمان های غیردولتی (NGOs)، و شرکای شبکه CDAC کار می کنند، امکان پذیر شده است.

نگاهی به تمام راهنمای CDAC چشم انداز رسانه، در دسترس به چندین زبان، در اینجا بیاندازید: <https://www.cdacnetwork.org/media-landscape-guides>

این راهنمای چشم انداز رسانه بین ماه اکتوبر ۲۰۲۱ و جنوری ۲۰۲۲ نوشته و ویرایش شده است.

فهرست مطالب

۴	بخش ۱: معرفی
۴	۱,۱ درباره این راهنما
۵	۱,۲ این راهنما چه مواردی را پوشش می دهد و چرا لازم است
۵	۱,۳ روش مورد نظر
۵	۱,۴ نقش بالقوه این راهنما در آمادگی در برابر فجایع و واکنش به بحران
۶	بخش ۲: مروری بر فرهنگ ارتباطات
۶	۲,۱ مقدمه رسانه های افغانستان
۶	۲,۲ محیط و چشم انداز رسانه
۸	۲,۳ اینترنت
۹	۲,۴ سازمان های رسانه ای اصلی
۱۰	۲,۵ زبان و گویش ها
۱۰	۲,۶ گروه های دینی، قومیتی و اقلیتی
۱۱	۲,۷ تعلیم و سوادآموزی
۱۲	بخش ۳: رسانه ها در واکنش به فجایع
۱۲	۳,۱ کووید-۱۹
۱۴	بخش ۴: بررسی اجمالی رسانه
۱۴	۴,۱ رادیو در یک نگاه
۱۵	۴,۲ تلویزیون در یک نگاه
۱۷	۴,۳ رسانه چاپی در یک نگاه
۱۸	۴,۴ رسانه های دیجیتالی در یک نگاه
۱۹	۴,۵ رسانه های اجتماعی در یک نگاه
۲۰	۴,۶ رسانه های دیاسپورا و فرامرزی در یک نگاه
۲۲	۴,۷ اشکال مرسوم ارتباط در یک نگاه
۲۲	۴,۸ رسانه و آموزش ژورنالیسم و آموزش



بخش اول:

معرفی

۱/۱ درباره این راهنما

این راهنمای چشم انداز رسانه تصویری از رسانه‌ها در افغانستان شامل شنوندگان، تولیدکنندگان، ترجیحات گروه‌های مختلف در جامعه، فرهنگ ارتباطات و زبان‌های مرتبط با رسانه‌ها را ارائه می‌دهد. این بینشی در مورد نقش رسانه‌ها در کار توسعه، آمادگی در برابر بحران، فجایع اخیر، و (در زمان نوشتن^۱) پاسخ مداوم به کووید-۱۹ می‌دهد. این راهنما همچنین یک بررسی کلی از هر بخش رسانه از جمله رسانه‌های دیجیتالی و اجتماعی، رادیو، تلویزیون، چاپ و سایر اشکال سنتی ارتباطات جمعی را ارائه می‌دهد.

باید توجه داشت که با توجه به ماهیت دائماً در حال تغییر چشم‌انداز رسانه‌ها، این یک مرور کلی جامع از همه رسانه‌ها و پلتفرم‌ها نیست، بلکه خلاصه‌ای از آن‌هایی است که مرتبط‌تر در وقت نگارش مقاله بودند.

این راهنما به عنوان مقدمه‌ای برای کمک به سازمان‌ها و افراد در تعامل با رسانه‌ها در کارشان نوشته شده است. بطور مثال، این می‌تواند توسط سازمان‌های ذیل استفاده شود:

« جامعه، توسعه و سازمان‌های بشردوستانه؛ دولت و مقامات محلی؛ سازمان‌های غیردولتی (NGO) و آژانس‌های امدادی سازمان ملل برای همکاری با رسانه‌ها در زمینه مشارکت جامعه، ارتباطات، اطلاع‌رسانی، و پیام‌رسانی و متحرک ساختن.

« کارگران توسعه با همکاری رسانه‌ها در آمادگی در برابر فجایع، مقاومت اجتماعی را در برابر فجایع ایجاد می‌کنند.

« امدادگرانی که از رسانه‌ها برای مشارکت دادن جوامع برای همکاری در بهبود اولیه بحران‌ها استفاده می‌کنند.

« رسانه‌ها (بشمول رسانه‌های خیری): برای بهبود ارتباطات و تعامل خود با گروه‌های مختلف، به ویژه در وقت فجایع.

« سازمان‌های توسعه رسانه: اطلاع‌رسانی به کار حمایتی و ظرفیت‌سازی برای بهبود دسترسی مردم به اطلاعات با کیفیت و اهداف توسعه بیشتر از طریق اطلاع‌رسانی بهتر.



۱/۲ این راهنما چه مواردی را پوشش می دهد و چرا لازم است

بدون درک چگونگی برقراری ارتباطیک جامعه، هر گونه تلاش ارتباطی ممکن است با مشکل مواجه شود و به طور بالقوه تعداد زیادی از تلاش ها را از دست بدهد. این می تواند در وقت کوشش برای همکاری با جامعه در یک پروژه توسعه مشکلاتی را ایجاد کند. در مواقع اضطراری، ممکن است حتی بدتر هم باشد، زیرا ممکن است یک عملیات امدادی دریافتی، قبل از انتقال اطلاعات حیاتی، زمان لازم برای انجام تحقیقات حضار نداشته باشد، بدون آن ارتباط ممکن است از کانال های اشتباه استفاده کند و کسانی را که به آن نیاز دارند از دست بدهد. با این حال، با مشغول کردن رسانه ها در یک کشور، شما شرکای حیاتی را مصروف می کنید که چشم انداز ارتباطات هر کشور را به خوبی می شناسند و ابزاری برای انتشار مؤثر اطلاعات دارند.

هدف این راهنما این است که به عنوان نقطه شروعی برای ارتباط دهندگان عمل کند و مؤثرترین رسانه ها را برای ارتباط با جمعیت های مختلف نشان دهد. بسیاری از منابع موجود برای شناسایی کاربران و حضار رسانه در مراکز یا قدیمی هستند یا از نظر قلمرو محدود هستند. این راهنما به شناسایی رسانه ها در زمان نگارش کمک می کند و بنابراین به تسهیل ارتباطات قابل اعتماد، معتبر و به موقع، رسانه ها را برای بخشی از راه حل در یک واکنش بشردوستانه، کمک می کند.

۱/۳ روش مورد نظر

تحقیقات برای این راهنما در داخل کشور انجام شد و توسط یک گروه مرجع در داخل کشور که راهنمایی، مشاوره تخصصی و تضمین کیفیت ارائه می داد، کمک شد. اطلاعات و داده ها از طریق بررسی دقیق میز تحریر و مصاحبه جمع آوری شد. مصاحبه هایی با سازمان های رسانه ای، کارشناسان رسانه ای و محققین علمی، مقامات دولتی، کارکنان رسانه ها (از جمله تهیه کنندگان و روزنامه نگاران)، آژانس های بشردوستانه، آژانس های سازمان ملل، و سازمان های غیردولتی انجام شد.

۱/۴ نقش بالقوه این راهنما در آمادگی در برابر فجایع و واکنش به بحران

ارتباط مؤثر، منسجم و به موقع در واکنش بشردوستانه و ایجاد بهبود پایدار و اولیه از بحران ها حیاتی است. جوامع، مقامات و امدادگران باید از وضعیت هر فاجعه و واکنش برنامه ریزی شده و هر اقدامی که باید انجام دهند مطلع شوند. ارتباط فعال برای از بین بردن شایعات یا اطلاعات نادرست حیاتی است، همانطور که ایجاد اعتماد با حضار است، که می تواند از طریق ایجاد مکانیسم هایی برای ارتباطات دو طرفه تسهیل شود. رسانه ها همچنین می توانند نقش فعالی در هشدار اولیه ایفا کنند که می تواند بر رفتار مردم و واکنش تأثیر بگذارد و به طور بالقوه اثرات یک فاجعه را کاهش دهد.

در واکنش به کمک ها و آمادگی در برابر فجایع، دانستن بهترین روش استفاده از رسانه ها برای دستیابی به گروه های به حاشیه رانده شده، با در نظر گرفتن سطح سواد و اولویت های زبان، مهم است. همچنین آگاهی از هرگونه نیاز، خطر و شکاف اطلاعاتی افزایش یافته و رسیدگی به آن مهم است. ارتباط خوب نیاز به تفکر خلاق، تطبیق ابزار های ارتباطی، قالب های پیام دارد. کار با متخصصان رسانه موجود می تواند به دستیابی به این امر کمک کند.

این راهنما برای کمک به تمرین کنندگان در بهبود ارتباطات خود، به ویژه در طول پاسخ های بشردوستانه - چه در رسانه ها کار می کنند یا از آن برای دسترسی به جوامع آسیب دیده استفاده می کنند، در نظر گرفته شده است. هدف این است که از آن برای بهبود ارتباطات، پیام رسانی و انتشار اطلاعات استفاده شود و به یک پاسخ مؤثر کمک کند.

مروری بر فرهنگ ارتباطات

۲/۱ بررسی کلی

قبل از سال ۲۰۰۱، افغانستان توسط دولت قبلی طالبان اداره می شد که به طور یکجانبه انواع رسانه های اکثریت را ممنوع یا سانسور کرده بود. پس از سرنگونی اولین حکومت طالبان در سال ۲۰۰۱، بخش رسانه با وجود مسائل نامنی و بی ثباتی رشد کرد. نزدیک به ۲۰ سال بعد، در ۱۵ اگست ۲۰۲۱، طالبان پس از خروج نیروهای غربی کنترل خود را دوباره به دست گرفتند. در ماه های پس از تسلط، طالبان به سرعت افغانستان را به عنوان یک دولت اسلامی مجدداً تأسیس کردند و قوانین جدیدی را برای اثبات قدرت خود ارائه کردند. این امر منجر به تعلیق بیشتر کمک های مالی از سوی اهداکنندگان بین المللی شد. علاوه بر تغییرات اساسی در چشم انداز سیاسی و چالش های اقتصادی کشور، افغانستان همزمان با اثرات مداوم همه گیری جهانی کووید-۱۹، فقر مزمن و خشکسالی، عواملی که همگی در ایجاد یک بحران انسانی نقش دارند، تجربه کرده است.^۱ حرارت هوا در زمستان ۲۰۲۱ توسط کمیساریای عالی پناهندگان سازمان ملل متحد به عنوان درجه سردی خطرناک و میزان گرسنگی واقعاً بی سابقه توصیف شده است که در ادامه بیان کرد که بیش از ۳/۵ میلیون نفر در داخل کشور آواره شده اند و بیش از ۲/۲ میلیون نفر به کشورهای همسایه مانند ایران و پاکستان گریخته اند.^۲

اصلاحات حکومت طالبان شاهد کاهش چشمگیر اشکال لیبرال بیان هنری و برنامه ریزی بوده است. برنامه های معلوماتی در زمینه تعلیمی و تدریسی، صحتی و مذهبی جایگزین برنامه های سرگرمی شده است. با این حال، این تغییر باعث افزایش تعامل دو طرفه مقامات روی آنتن نیز شده است. اکثر برنامه ها به شنوندگان فرصتی برای تعامل و مشغولیت با مهمانان رسمی، اغلب متخصصان طبی و مذهب، ارائه می دهند.

یک نمونه از یک ایستگاه پرتعداد که به این شکل از ارتباط دو طرفه حرکت می کند، رادیو جوانان است، یک ایستگاه تجاری که از کابل بر روی 97.5FM پخش می شود.^۳ هدف این ایستگاه، جمعیت ۱۵ تا ۳۰ ساله به دو زبان دری و پشتو است. یکی از برنامه های روزانه آنها یک مجری دارد که نمایندگان طالبان به آنها می پیوندد تا با شنوندگان تماس بگیرند که هیئت مفصلاً درباره آن بحث می کند. این مسائل محدوده ای از مسائل زناشویی یا خانوادگی، خصومت های خانوادگی، فقر و پرسش های مربوط به مذهبی را دربر می گیرد.

بین کارشناسان مهمان و نمایندگان طالبان تفاوت وجود دارد. در جایی که نظرات متخصصان در بخش های صحت، حقوق یا علوم مبتنی بر مدارک تحصیلی است، اعتبار نمایندگان طالبان کمتر مورد توجه قرار می گیرد، و آن ها به این موضوع اعتراف می کنند. همچنین محدودیت هایی برای مواردی که می توان بحث کرد وجود دارد، با آزادی کمی برای پوشش موضوعاتی که طالبان آن را مناسب نمی دانند.^۴

۲/۲ محیط رسانه و چشم انداز

قبل از تسلط طالبان در سال ۲۰۲۱، رسانه ها در افغانستان بین سال های ۲۰۰۱ تا ۲۰۲۱، علی رغم نامنی های مداوم در این دوره، به طور پیوسته رشد کردند. با حمایت مالی نسبتاً سخاوتمندانه بین المللی حمایت شد. نمونه ای از پیشرفت رسانه ها، با وجود نامنی ها، با رویدادهای متضاد زیر در سال ۲۰۱۸ قابل مشاهده است. در سال ۲۰۱۸، کمیسیون دسترسی به اطلاعات، که بر اساس قانون دسترسی به اطلاعات ۲۰۱۸ تأسیس شد، از طریق "رسیدگی به شکایات ثبت شده، آگاهی عمومی، کمپین ها، ایجاد و نظارت بر دفاتر اطلاعاتی، و برنامه های ظرفیت سازی" تغییراتی را ایجاد کرد.^۵ علاوه بر این، تا سال ۲۰۱۸، مرکز رسانه و اطلاعات دولتی بیش از ۳۰۰۰ نفر را آموزش داده است. اگرچه سال ۲۰۱۸ سال خصومت بی سابقه ای با رسانه ها بود و حملات هدفمند منجر به کشته شدن ۱۳ روزنامه نگار و دو کارمند رسانه ها شد، و از سال ۲۰۰۱ به عنوان "مرگبارترین سال برای رسانه ها" نام گذاری شده است.^۶

برخی از خدمات پشتیبانی برای کارکنان رسانه ای که با این استرس هاسر و کار دارند هنوز هم کار می کنند. کمیته امنیتی خبرنگاران افغانستان (AJSC) یک سازمان مستقل و غیر انتفاعی است که "در راستای ارتقای امنیتی و حقوق خبرنگاران کار می کند". آنها خدماتی را برای روزنامه نگاران و کارمندان رسانه ارائه می دهند، از جمله خط تلفون ۷/۲۴، آموزش، مشاوره، حمایت قانونی، حمایت روانی اجتماعی و حمایت مناسب از روزنامه نگاران زن و کارمندان رسانه ها. اگرچه آنها در کابل مستقر هستند، AJSC در تمام 34 ولایت افغانستان موجود است.

^۲ <https://reliefweb.int/report/afghanistan/afghanistan-humanitarian-response-plan-2022-january-2022>

^۳ <https://www.unhcr.org/uk/afghanistan.html>

^۴ <http://jawanana.fm/>

^۵ مصاحبه های مطلع کلیدی برای این تحقیق، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲

^۶ بنیاد آسیا، ۲۰۱۹. نظرسنجی از مردم افغانستان. در دسترس است در: [Accessed: <https://reliefweb.int/sites/reliefweb.int/files/resources/2019_Afghan_Survey_Full_Report.pdf>]

17 February 2022]

^۷ <https://rsf.org/en/afghanistan>

از زمان روی کار آمدن طالبان در اگست ۲۰۲۱، محیط رسانه ای شاهد تغییرات شدید بیشتری بوده است. صدها سازمان و شرکت رسانه ای، با شکاف جنسیتی قابل توجه در تعداد روزنامه نگاران که شغل خود را از دست داده اند، با ۷۲ درصد از روزنامه نگاران زن ناتوان از کار، و افزایش خودسانسوری، بسته شده اند. اما، دولت جدید طالبان در سال ۲۰۲۱ اعلام کرد که آنها "اهمیت نقش رسانه ها را به رسمیت می شناسند"^۸. در تلاش برای تشویق بخش رسانه‌ای که زمانی پر رونق بود تا در دوره آشفته پس از تسلط طالبان ادامه یابد، مدیر موقت مرکز رسانه‌ها و اطلاعات دولتی طالبان (GMIC) مقررات جدید رسانه‌ای را برای کشور در سپتامبر ۲۰۲۱ اعلام کرد.^۹ با این حال، مواد مندرج در قانون، به ویژه عدم تعاریف عملیاتی برای اصطلاحات، برای رسانه‌ها مبهم و غیر عملی تلقی می‌شود، روزنامه‌نگاران و سازمان‌های رسانه‌ای می‌گویند که مقامات اطلاعات کمی ارائه می‌دهند و به آنها گفته می‌شود که از طریق معاونت فرهنگی وزارت فرهنگ مراجعه کنند.^{۱۰} علاوه بر این، وزارت ترویج امر بالمعروف و نهی از منکر طالبان در نوامبر ۲۰۲۱ دستور العملی را صادر کرد که حجاب را برای روزنامه نگاران زن اجباری کرد و "سپاپ اپراها یا نمایشنامه‌ها با موجودیت هنرپیشان زن" را ممنوع کرد.^{۱۱} محدودیت مشارکت زنان در رسانه‌ها با بیانیه طالبان تشدید می‌شود که چنین دستور العمل‌ها فقط یک دستور العمل دینی نیست بلکه یک فریضه است، و آنچه را که مجاز است یا حتی بیشتر مجاز نیست، اشتباه می‌کند. با توجه به پایبندی طالبان به قوانین سختگیرانه اسلامی، مردم از ترس انتقام، خود را از سرکشی چنین دستور العمل‌ها محدود می‌کنند.

مسائل مربوط به عدم شفافیت در قوانین، مشارکت زنان و نحوه اجرای قوانین منجر به افزایش خودسانسوری شده است.^{۱۲} خودسانسوری با کاهش چشمگیر موسیقی و سرگرمی و افزایش محتوای آموزشی و اسلامی مانند برنامه‌های تلفوونی با مهمانان متخصص، منجر به تغییر عمده در برنامه‌های تلویزیونی و رادیویی شده است. این برنامه‌ها به صورت زنده در ساعت ۴ بعد از ظهر پخش می‌شوند و در سراسر افغانستان به دلیل امکان مشارکت دو طرفه محدود اما تا حدودی موثر مشهور شده‌اند. یکی از برنامه‌های مشهور به نام خط مشاوره (خط مشاوره) تنها بر موضوعات مرتبط با وضعیت صحتی تمرکز می‌کند و توصیه‌های تخصصی را به سوالات شنوندگان ارائه می‌دهد. با توجه به اینکه سیستم مراقبت‌های صحتی در حال سقوط قرار دارد و اکثر مردم قادر به پرداخت مصارف دسترسی به مراقبت‌های صحتی نیستند، این بحث‌های آموزشی به روشی در دسترس برای به دست آوردن اطلاعات صحتی تبدیل شده است، زیرا مراکز صحتی بیشتری با کمبود بودجه و تجهیزات طبی و منابع با مشکل مواجه است.

پالیسی‌ها و قوانین وضع شده توسط رهبری جدید همچنین باعث ایجاد موانع تجاری و برنامه‌ای برای رسانه‌های مختلف در سراسر کشور شده است. کانال‌های که قادر به مقاومت در برابر تأثیرات بی‌ثبات فزاینده اقتصادی در افغانستان نبودند بسته شدن نامحدود مواجه شدند. نظرسنجی گزارشگران بدون مرز (RSF) و انجمن خبرنگاران مستقل افغانستان (AJIA) که در دسامبر ۲۰۲۱ منتشر شد، از بسته شدن "در مجموع ۲۳۱ رسانه" خبر داد که متعاقباً منجر به از دست دادن شغل برای "بیش از ۶۴۰۰ روزنامه‌نگار" شد.^{۱۳} به طور خاص، ۵۱ ایستگاه تلویزیونی، ۱۳۲ ایستگاه رادیویی، ۹۴ رسانه چاپی و ۴۱ رسانه آنلاین از ۱۵ اگست ۲۰۲۱ تا ۲ فبروری ۲۰۲۲ فعالیت خود را متوقف کرده‌اند. دلایل ذکر شده برای بسته شدن "منابع مالی، عدم دسترسی به اطلاعات، محدودیت‌های برنامه‌ها، امنیت و تهدید" اعلام شده است.^{۱۴} تحلیل اخیر رسانه‌های فعال و غیر فعال که در ماه فبروری ۲۰۲۲ توسط اتحادیه ملی خبرنگاران افغانستان (ANJU) با همکاری فدراسیون بین‌المللی روزنامه‌نگاران (IFJ) انجام شد، اشاره کرد که ۳۰۵ رسانه از ۸۱ ایستگاه تلویزیونی، ۱۶۱ ایستگاه رادیویی، ۲۰ سازمان مطبوعاتی و ۴۳ رسانه اینترنتی هنوز به طور فعال در افغانستان^{۱۵} فعالیت می‌کنند.

پس از حوادث ۱۵ اگست ۲۰۲۱، بی‌ثباتی‌های مالی و سیاسی بیشترین ضربه را به رسانه‌های چاپی وارد کرده است.^{۱۶} گزارش شده است که تنها ۲۰ از ۱۱۴ پریز به کار خود ادامه می‌دهند.^{۱۷} اگرچه حجم رسانه‌های تولید شده کاهش یافته است، رادیو و اشکال مرسوم تر ارتباط، مانند اطلاعیه‌های مساجد، شفاهی و رهبران مذهبی همچنان به حاشیه نشین ترین و غیر قابل دسترس ترین جوامع می‌رسد.

شهرت تلویزیون در مقایسه با رادیو به طور پیوسته در میان مردم نسبت به سال‌های گذشته افزایش یافته است که می‌توان به بهبود زیرساخت‌های برق کشور نسبت داد. این پیشرفت بر استفاده از اینترنت نیز تأثیر گذاشته است.^{۱۸} دسترسی آنلاین به سرعت در حال بهبود است، با پایگاه کاربر گزارش شده ۹۹۶۰۰۰ در سال ۲۰۲۱، افزایش ۱۳ درصدی نسبت به سال قبل اضافه شده.^{۱۹} این افزایش قابل توجه نشان می‌دهد که تعداد بیشتری از جمعیت افغانستان در حال مشاهده و درگیر شدن با محتوای آنلاین هستند و جایگزین یا مکمل سایر رسانه‌های هستند که قبلاً برای اخبار و اطلاعات به آنها دسترسی داشتند.

۸ <https://rsf.org/en/news/taliban-tell-rsf-they-will-respect-press-freedom-how-can-we-believe-them>

۹ <https://rsf.org/en/news/afghanistan-ii-journalism-rules-imposed-taliban-open-way-censorship-and-arbitrary-decisions-rsf>

۱۰ مصاحبه‌های آگاه کلیدی برای این تحقیق: کارکنان رسانه، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲

۱۱ <https://www.dw.com/en/afghanistan-taliban-issue-guidelines-against-women-actors/a-59895874>

۱۲ مصاحبه‌های کلیدی اطلاع‌رسانی برای این تحقیق: روزنامه‌نگار، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲

۱۳ <https://rsf.org/en/news/taliban-takeover-40-afghan-media-have-closed-80-women-journalists-have-lost-their-jobs>

۱۴ https://www.ifj.org/fileadmin/Statistics_Report_Newsletter_2_02Feb2022.pdf

۱۵ https://www.ifj.org/fileadmin/Statistics_Report_Newsletter_2_02Feb2022.pdf

۱۶ https://www.ifj.org/fileadmin/Statistics_Report_Newsletter_2_02Feb2022.pdf

۱۷ <https://talonews.com/afghanistan-176581>

۱۸ مصاحبه‌های کلیدی اطلاع‌رسانی برای این تحقیق: محقق مخابرات، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲

۱۹ <https://datareportal.com/reports/digital-2021-afghanistan>

۲/۳ اینترنت

ضریب نفوذ اینترنت در افغانستان هنوز نسبتاً کم است، تقریباً ۲۲ درصد در سال ۲۰۲۱، اما نسبت به سال ۲۰۰۶، ۱/۱ درصد، بیست برابر افزایش یافته است. مشهورترین فعالیت های آنلاین شامل رسانه های اجتماعی با تقریباً چهار و نیم میلیون کاربر در سال ۲۰۲۱ است که نسبت به سال قبل ۲۲ درصد افزایش داشته است.

اتحادیه بین المللی مخابرات (ITU) گزارش داد که در سال ۲۰۱۹، ۲۲ درصد از مردم تحت پوشش شبکه داده تلفیون موبایل LTE/WiMAX بودند، در حالی که ۶۰ درصد از مردم تحت پوشش شبکه تلفیون موبایل 4G/LTE بودند که ۳۰ درصد افزایش نسبت به سال ۲۰۱۳ نشان می دهد.^{۲۱}

جدول ۱: داده های براد بند موبایل از ITU^{۲۲}

براد بند موبایل	۲۰۱۵	۲۰۱۶	۲۰۱۷	۲۰۱۸	۲۰۱۹
اشتراک های براد بند موبایل	۹۱۰۱	۶۶۹۴	۷۰۰۵	۹۹۷۶	۳۱۰۷
اشتراک براد بند داده و صوتی تلفیون موبایل	۹۱۰۱	۶۶۹۴	۵۱۹۵	۹۴۰۵	-
اشتراک براد بند فقط داده تلفیون موبایل	-	-	۱۸۱	۰۵۷۱	۵۴۶۳
اشتراک براد بند تلفیون موبایل به ازای هر ۱۰۰ نفر	۵/۵۵	۱۳/۲۰	۱۵/۷۰	۱۸/۸۲	۱۹/۲۲
جمعیت تحت پوشش حداقل یک شبکه موبایل 3G	٪۳۲	٪۲۴	٪۴۶	٪۵۵	٪۶۰
مردم تحت پوشش حداقل یک شبکه LTE/WiMAX	-	-	٪۴	٪۷	٪۲۲

ITU در گزارش سال ۲۰۱۷ خود در اندازه گیری جامعه اطلاعاتی خاطر نشان کرد که "علی رغم چالش های امنیتی، اقتصادی و جغرافیایی"، افغانستان پیشرفت قابل توجهی در گسترش دسترسی [اینترنت] به مردم از طریق اتصالات تلفیونی همراه داشته است.^{۲۳}

یک نظر سنجی در سال ۲۰۱۹ که توسط بنیاد آسیا انجام شد، افراد جوان و با تحصیلات بهتری را شناسایی کرد که احتمال بیشتری برای دسترسی به اینترنت برای اخبار و اطلاعات دارند. علاوه بر این، ۴۶.۳ درصد از افرادی که در خانه خود تلفیون موبایل داشتند، به اینترنت متصل بودند، که نشان دهنده افزایش قابل توجهی در مقایسه با ۲۵.۵ درصد در چهار سال قبل است.

بنیاد آسیا نیز استفاده از اینترنت را بر اساس منطقه مورد تجزیه و تحلیل قرار داده است و جای تعجب نیست که منطقه مرکزی/کابل با ۲۵.۸ درصد بالاترین درصد را داشته است، پس از آن جنوب شرق افغانستان با ۱۸.۳ درصد قرار دارد. کمترین میزان استفاده از اینترنت مربوط به منطقه مرکزی / ارتفاعات با ۲.۹٪ است.

تعداد اتصالات تلفیون موبایل در جنوری ۲۰۲۱، ۲۷ میلیون، معادل ۶۸.۷ درصد از کل جمعیت و افزایش ۳۸۰۰۰ نفری نسبت به سال قبل بوده است.^{۲۴} اطلاعات مربوط به مالکیت تلفیون موبایل آخرین بار توسط بنیاد آسیا در سال ۲۰۱۹ مورد ارزیابی قرار گرفت و افزایش مداوم را گزارش کرد، به طوری که ۹۱.۴ درصد از خانوارها حداقل یک تلفیون موبایل دارند.

برترین شرکت های ارائه دهنده خدمات مخابراتی و اینترنتی که در حال حاضر در افغانستان فعال هستند در زیر آمده است.

اتصالات - ۱۰۰٪ زیر مجموعه شرکت مخابراتی بین المللی اتصالات، دارای پوشش 3G در ۲۱ ولایت و ارائه خدمات صوتی و دیتا در ۳۴ ولایت و بیش از دوصد ولسوالی است.^{۲۵}

روشان - بخشی از شرکت انکشاف مخابرات افغانستان با مسئولیت محدود، شبکه آنها تمام ۳۴ ولایت را پوشش می دهد و به بیش از ۹۱ درصد جمعیت افغانستان می رسد^{۲۶} و تقریباً شش میلیون مشترک فعال دارد.

سلام - یک شرکت مخابراتی دولتی که زیر نظر شرکت افغان تلیکام کار می کند، با هدف ارائه خدمات صوتی و دیتا ارزان قیمت در سراسر افغانستان و آغاز خدمات 4G در کابل در سال ۲۰۲۰ کار می کند.^{۲۷}

افغان بی سیم - اولین شرکت تجاری ارتباطات سیار افغانستان می گوید که آنها "۱۰۲۷ ایستگاه پایه و ظرفیت انتقال اضافی"^{۲۸} در مناطق دور افتاده افغانستان دارند.

MTN - بخشی از بزرگترین شرکت مخابراتی آفریقا، گروه MTN^{۲۹}، و رهبر بازار در افغانستان با سهم ۴۰ درصدی. گزارش شده است که این شرکت در حال مذاکره با خریداران بالقوه برای تجارت خود در افغانستان است.^{۳۰}

^{۲۰} <https://datareportal.com/reports/digital-2021-afghanistan>

^{۲۱} https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/publications/misr2017/MISR2017_Volume2.pdf

^{۲۲} https://www.itu.int/en/ITU-D/LDCs/Documents/2019/Data_Aggregates_indicators_LDCs_LLDCs_SIDS_2013-2018.xls

^{۲۳} https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/publications/misr2017/MISR2017_Volume2.pdf

^{۲۴} <https://datareportal.com/reports/digital-2021-afghanistan>

^{۲۵} <https://www.etisalat.af/index.php/about-us/etisalat-corporation/etisalat-afghanistan>

^{۲۶} <https://www.roshan.af/about-us>

^{۲۷} <https://tolonews.com/business/telecom-company-starts-4g-internet-services-kabul>

^{۲۸} <https://afghan-wireless.com/>

^{۲۹} <https://www.mtn.com.af/about-our-story/>

^{۳۰} <https://www.bloomberg.com/news/articles/2021-09-08/mtn-is-said-to-be-in-talks-with-buyers-for-afghani-wireless-unit>

با وجود افزایش قابل توجه استفاده از انترنت، دسترسی همواره یک مانع است. گزارش‌های سیگنال‌های ناسازگار و ضعیف، پوشش متناسب و اتصالات بسیار کند، مشکلات رایج کاربران انترنت هستند. علاوه بر این، مصارف داده‌های انترنت برای اکثر کاربران قیمت گزارش شده است.^{۳۱} به طور متوسط، بسته به ارائه دهنده، مصرف ۱ گیگابایت داده انترنت ۱۵۰ تا ۲۵۰ افغانی است. بسته‌های ماهانه نیز وجود دارد که می‌توانند برای داده‌های ۴ گیگابایتی (۴۹۹ افغانی) و ۱۰ گیگابایتی (۹۹۹ افغانی) فعال شوند.^{۳۲} حداقل دستمزد در افغانستان در سال ۲۰۲۲ برای یک کارمند دولتی ۵۰۰۰ افغانی در ماه گزارش شده است و برای کارگران سکتور خصوصی حداقل دستمزد وجود ندارد.^{۳۳}

۲/۴ سازمان‌های رسانه‌ای اصلی

سازمان‌های رسانه‌ای اصلی در افغانستان با مشهورترین کانال‌ها و ایستگاه‌های که دارند و مدیریت می‌کنند، در زیر فهرست شده‌اند. **MOBY GROUP** یک شرکت رسانه‌ای مستقل با پخش تلویزیونی، تکنالوژی رسانه‌ای و خدمات بازرگانی در سراسر افغانستان است. رسانه‌های متعلق به شرکت تجاری عبارتند از:

- « **تلویزیون طلوع** - کانال تلویزیونی پیش‌تاز برای اخبار و سرگرمی (دری)
- « **طلوع نیوز** - اولین کانال خبری ۲۴ ساعته افغانستان (دری و پشتو)
- « **تلویزیون لمر** - پایگاه خبری و سرگرمی دوگانه تلویزیون طلوع (پشتو)
- « **آرمان FM** - اولین ایستگاه رادیویی تجاری سرگرمی عمومی (دری)
- « **اراکوزیا FM** - اولین ایستگاه رادیویی گفتگو در افغانستان (پشتو)
- « **دریا** - یک سرویس پخش آنلاین با برنامه‌های سرگرمی زنده و فرمایشی (دری و پشتو)

کلید گروپ - یک شرکت رسانه‌ای مستقل که توسط توسعه و خدمات بشر دوستانه برای افغانستان (DHS) در سال ۲۰۰۲ تأسیس شد. رسانه‌های متعلق به شرکت تجاری عبارتند از:

- « **شبکه رادیو کلید** - با ایستگاه‌های محلی در کابل، مزار شریف، قندهار، جلال‌آباد، غزنی، خوست و هرات کار می‌کند^{۳۴}
- « **انتشارات** - مجلات **هفتگی زنان کلید** و **مرسل**^{۳۵}

سلام و وطندار - خدمات رادیویی ملی ارائه دهنده برنامه‌های سرگرمی، اخبار و اطلاعات به "شبکه‌ای متشکل از ۵۳ ایستگاه رادیویی تحت مالکیت و اداره افغان‌ها در سراسر افغانستان"،^{۳۶} که توسط انتر نیوز در سال ۲۰۰۳، با حمایت دفتر ابتکارات انتقال USAID ایجاد شد^{۳۷}

رادیو-تلویزیون افغانستان (NRTA) - رادیو تلویزیون دولتی در کابل و ۳۲ ولایت فعالیت دارد. مشهورترین ایستگاه‌های آنها عبارتند از:

- « **تلویزیون ملی افغانستان** - سرویس تلویزیون ملی، از طریق بازپخش‌های زمین و ماهواره (دری و پشتو) پخش می‌شود
- « **کانال RTA پخش زنده ورزشی** - کانال فرعی تلویزیون ملی افغانستان، پخش ورزش
- « **تلویزیون معارف ملی افغانستان** - کانال فرعی تلویزیون ملی افغانستان که محتوای آموزشی را پخش می‌کند
- « **رادیو افغانستان** - رادیو ملی (دری و پشتو)

گروه بیات - یکی از بزرگترین شرکت‌های خصوصی افغانستان است که در مخابرات، رسانه‌ها (رادیو و تلویزیون)، شرکت‌های نفت و انرژی، بشردوستانه، و تکنالوژی و غیره فعالیت دارد.^{۳۸} شرکت‌ها و فروشگاه‌های مربوطه عبارتند از:

- « **افغان بی سیم** - اولین شرکت تجاری و بی سیم ارتباطات در افغانستان. سرمایه‌گذاری مشترک بین گروه بیات (۸۰ درصد) و وزارت ارتباطات افغانستان (۲۰ درصد)^{۳۹}

« **شبکه تلویزیونی آریانا (ATN)** - شبکه تلویزیونی و رادیویی خصوصی مستقر در کابل، و شامل ایستگاه‌ها و کانال‌هایی مانند تلویزیون آریانا، آریانا نیوز، آریانا FM ۹۳/۵ و آریانا نیوز FM ۱۰۰/۲ است. محتوای ATN بر اطلاعات و سرگرمی‌های متمرکز است که کلتورها و فرهنگ افغانستان را احیا می‌کند.^{۴۰}

۳۱ مصاحبه‌های مطلع کلیدی برای این تحقیق، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲

۳۲ مصاحبه‌های معلوماتی کلیدی روزنامه‌نگار، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲

۳۳ <https://www.minimum-wage.org/international/afghanistan>

۳۴ <https://ikq.af/english/2010/04/22/about-us/>

۳۵ هیچ اطلاعاتی در مورد اینکه آیا مجلات هنوز منتشر و توزیع می‌شوند یا خیر در دست نیست

۳۶ <https://www.usaid.gov/news-information/fact-sheets/salam-watandar-radio-service>

۳۷ https://assets.publishing.service.gov.uk/media/57a08a8de5274a51e0000672/bbc_media_action_afghanistan_is_in_transition.pdf

۳۸ <https://www.bayat-group.com/>

۳۹ <https://afghan-wireless.com/about-us/>

۴۰ [https://www.arianatelevision.com/about-atn/#:~:text=Ariana%20Television%20Network%20\(ATN\)%20is,rekindles%20Afghanistan%20traditions%20and%20culture](https://www.arianatelevision.com/about-atn/#:~:text=Ariana%20Television%20Network%20(ATN)%20is,rekindles%20Afghanistan%20traditions%20and%20culture)

با فرار هزاران افغان به کشورهای همسایه^{۴۱}، رسانه‌ها برای شنوندگان افغان در ایران و پاکستان خدمات فرامرزی را برای شنوندگان افغان ارائه کرده‌اند. این رسانه‌ها در فصل دیاسپورا و رسانه‌های فرامرزی در بخش چهار (4.3) مورد بحث قرار خواهند گرفت.

2.5 زبان و گویش‌ها

بر اساس داده‌های زبانی کلیر گلوبال (Clear Global) برای افغانستان^{۴۲}، تعداد زبان‌های صحبت شده بین ۴۰ تا ۵۹، از جمله دری (که ۷۷ درصد مردم صحبت می‌کنند) و پشتو (که توسط ۴۸ درصد مردم صحبت می‌شود) به عنوان زبان‌های رسمی و رایج‌ترین زبان است. علاوه بر زبان‌های رسمی، سایر گروه‌های زبانی قابل توجه عبارتند از ازبکی (۱۱٪)، انگلیسی (۶٪)، ترکمنی (۳٪)، اردو (۳٪)، پشه‌بی (۱٪)، نورستانی (۱٪)، عربی (۱٪) و بلوچی (۱ درصد). دری اغلب به عنوان یک زبان مشترک در میان گویندگان به زبان‌های مختلف در افغانستان عمل می‌کند. در دری لهجه‌های متعددی وجود دارد، اگرچه عموماً برای گویندگان این زبان به طور متقابل قابل درک هستند^{۴۳}.

به غیر از برخی از شرکای رادیویی محلی، سازمان‌های رسانه‌های ملی برنامه‌های کمی برای زبان‌های اقلیت ارائه می‌دهند و عمدتاً بر دری و پشتو تمرکز می‌کنند. بنابراین، اگرچه رسانه‌ها سعی می‌کنند به زبان‌های دری و پشتو برای فرآگیری برنامه‌پخش کنند، اما جوامع اقلیت با درک محدودی از هر یک از این زبان‌ها حذف می‌شوند. همچنین توجه به این نکته مهم است که زبان‌های اقلیت اغلب تنها زبان بومی زنان است. آنها به احتمال زیاد در خانه، در قریه‌ها دور افتاده و مشغول تجارت نیستند.

۲/۶ گروه‌های دینی، قومیتی و اقلیتی

در حال حاضر هیچ اطلاعات موثق در مورد توزیع گروه‌های قومی در افغانستان وجود ندارد. با این حال، برآوردهای قبلی که توسط حقوق اقلیت به اشتراک گذاشته شده است، بیان می‌کند که جمعیت به ۴۲ درصد پشتون، ۲۷ درصد تاجیک، ۹ درصد هزاره، ۹ درصد ازبک، ۳ درصد ترکمن، ۲ درصد بلوچی و ۸ درصد بقیه گروه‌ها بشمول پاجایی، نورستانی، ایماق، عرب، قرغیز، قزلباش، گوجار، و براهویی، در بین قومیت‌های دیگر تقسیم می‌شود^{۴۴}. نکته قابل توجه کوچی‌های پشتون از جنوب و شرق افغانستان هستند که حدود دو میلیون نفر گزارش شده‌اند و یکی از فقیرترین و حاشیه‌نشین‌ترین گروه‌های کشور محسوب می‌شوند^{۴۵}.

از نظر منطقه‌ای، گروه‌های قومی اصلی در سراسر افغانستان به شرح زیر پراکنده هستند: پشتون‌ها عمدتاً از جنوب و جنوب شرقی زندگی می‌کنند، در حالی که تاجیک‌ها عمدتاً در شمال، شمال شرق و کابل هستند. هزاره‌ها در مرکز (هزاره جات) و کابل زندگی می‌کنند، در حالی که ازبک‌ها در شمال و ایماق در غرب هستند؛ ترکمن‌ها نیز در شمال، بلوچ‌ها در غرب و جنوب غربی و نورستانی‌ها در شرق هستند^{۴۶}.

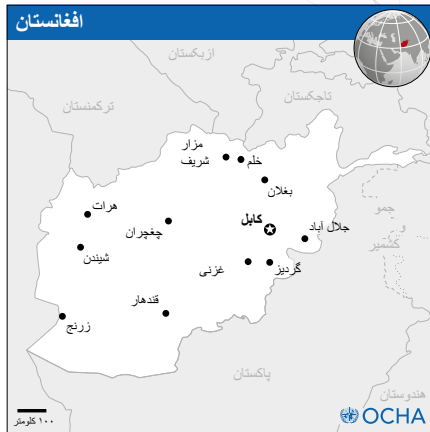
دیانت اصلی مردم اسلام با ۹۹/۷ درصد است که به ۸۴-۸۹ درصد سنی و ۱۰-۱۵ درصد شیعه و سایر فرقه‌های اقلیت^{۴۷} از جمله سیک، هندو و یهودی تقسیم شده است. از لحاظ تاریخی، اقلیت شیعه در افغانستان، صرف نظر از پیشینه قومی خود، با آزار و اذیت اکثریت جمعیت سنی مواجه بوده‌اند^{۴۸}.

پشتون‌ها به عنوان بزرگترین گروه قومی، عمدتاً مسلمانان سنی هستند و از ترکیبی از قوانین اسلامی و قوانین قبیله‌ای پیروی می‌کنند^{۴۹}. تاجیک‌ها، دومین گروه قومی بزرگ، نیز سنی هستند، اگرچه آنها "بجای گروه قومی بیشتر با محل زندگی یا خانوادشان هویت می‌دهند" (ACAPS، ۲۰۱۶). اما، برخلاف اکثریت قابل توجه کشور، اکثر هزاره‌ها پیرو فرقه شیعه اسلام هستند که یک اقلیت مذهبی را تشکیل می‌دهند.

۲/۷ تعلیم و سوادآموزی

سازمان آموزشی، علمی و فرهنگی ملل متحد (یونسکو) تخمین زد که ده میلیون جوان و بزرگسال در افغانستان در ماه مارچ ۲۰۲۰ بی سواد بودند، به این معنی که نرخ باسوادی در این کشور به ۴۳ درصد رسیده است^{۵۰}. آنها پیشرفت قابل توجهی را در مقایسه با سال‌های گذشته (نرخ باسوادی ۲۰۱۶/۲۰۱۸ به ۳۴.۸٪) ذکر کردند و بهبود قابل توجهی در نرخ باسوادی در میان جوانان ۱۵ تا ۲۴ ساله (۶۵٪) را بر جسته کردند. با این حال، شکاف جنسیتی قابل توجهی در نرخ باسوادی وجود دارد که مردان ۵۵ درصد و زنان تنها ۲۹.۸ درصد هستند.

https://reporting.unhcr.org/document/1350	۴۱
https://translatorswithoutborders.org/language-data-for-afghanistan#:~:text=In%202020%20Translators%20without%20Borders,are%20the%20main%20broadcasting%20languages	۴۲
https://www.mustgo.com/worldlanguages/dari/	۴۳
https://www.cia.gov/the-world-factbook/countries/afghanistan/	۴۴
https://thediplot.com/2019/04/afghanistans-most-vulnerable-women/#:~:text=Kuchis%2C%20traditionally%20nomadic%20communities%2C%20are, and%20camels%20around%20the%20country	۴۵
https://minorityrights.org/country/afghanistan/	۴۶
https://minorityrights.org/country/afghanistan/	۴۷
https://minorityrights.org/minorities/hazaras/	۴۸
https://reliefweb.int/sites/reliefweb.int/files/resources/c-acaps.countryprofile.afghanistan.26january2016.pdf	۴۹
https://iui.unesco.org/interviews-literacy-rate-afghanistan-increased-43-cent	۵۰



منبع نقشه: UNCS, ESRI, The Times Atlas of the World. مرزها و نواحی نشان داده شده و نامگذاری‌های استفاده شده در این نقشه به معنای تایید یا پذیرش رسمی توسط سازمان ملل نیست. خط نقطه چین تقریباً نشان دهنده خط کنترل در جمو و کشور مورد توافق هند و پاکستان است. وضعیت نواحی جمو و کشور خوز مورد توافق طرفین قرار نگرفته است. نقشه در سپتامبر ۲۰۱۳ ایجاد شده.

قوانین دولت جدید طالبان در مورد تحصیل زنان و دسترسی برابر به مکتب در زمان نگارش این مقاله نامشخص است و دختران نمی دانند تا چه مدت از حقوق تحصیلی خود محروم خواهند شد^{۵۱}. تحقیقات نشان می دهد که حمایت از تحصیل دختران قبل از تسلط طالبان در حال افزایش بود^{۵۲}، در نظر سنجی ۲۰۱۹ بنیاد آسیا در مورد مردم افغانستان، تا ۸۶/۵ درصد از پاسخ دهندگان از فرصت های آموزشی زنان حمایت کردند و با تحصیل زنان موافقت کردند.

افرادی که سطح سواد پایین تری دارند، انواع رسانه های را که محرک های صوتی و تصویری، مانند رادیو و تلویزیون ارائه می دهند را به متن ترجیح می دهند. این اولویت در استفاده از اینترنت و رسانه های اجتماعی وجود دارد. کسانی که سطح سواد پایین تری دارند می توانند به محتوای آنلاین دسترسی داشته باشند و با آن مصروف شوند^{۵۳}. پلتفرم های پیام رسان اجتماعی برای افرادی که سطح سواد پایین تری دارند جذاب هستند. آنها را قادر می سازد تا اطلاعات، اخبار و محتوای سرگرمی را از طریق ابزارهای دسترسی آماده سازی مانند یادداشت های صوتی، پیام های

ویدیویی و پخش زنده تبادل کنند و موانع رسانه های متنی سنگین مرسوم را از بین ببرد. مصاحبه های کارشناسان موانع اصلی دسترسی به اینترنت را به عنوان مسائل پوشش، هزینه و کیفیت اینترنت به جای سطح تحصیلات یا سواد در نظر می گیرند^{۵۴}.

بخش سوم:

رسانه ها در واکنش به فجایع

۳/۱ کووید-۱۹

وب سایت سازمان جهانی صحت (WHO) در ابتدای ماه فبروری ۲۰۲۲ اشاره کرد که ۱۶۹۰۰۰ مورد ابتلا به کووید-۱۹ با بیش از ۷۴۰۰ مرگ و میر وجود دارد^{۵۵}. اما، اعتقاد بر این است که آمارهای مربوط به همه گیری کمتر گزارش شده است، زیرا مردم اغلب نگران تأثیرات "فقر"، اشتغال و تهدید خشونت بر خانواده های خود^{۵۶} هستند. رسانه ها در افغانستان در واکنش به این مرض همه گیر کند بودند، زیرا فاقد تخصص لازم گزارش دهی صحی و دسترسی به داده های دقیق و قابل اعتماد دولت بودند^{۵۷}. در مراحل اولیه همه گیری، پروژه های توسعه بین المللی و حمایت رسانه های مانند Internews' Rooted in Trust و BBC Media Action با رسانه های محلی و روزنامه نگاران همکاری کردند تا ظرفیت خود را از طریق آموزش، منابع، کمک های مالی و مربیان افزایش دهند. از طریق این حمایت، رسانه ها توانستند با به اشتراک گذاری فعالانه اطلاعات در مورد کووید-۱۹ از طریق رسانه های مختلف، نقش مهمی ایفا کنند. با این حال، اطلاعات نادرست به سرعت آشکار شد و به طور گسترده در سراسر اینترنت، به ویژه در رسانه های اجتماعی، بدون مکانیسم های مؤثر بررسی حقایق منتشر شد^{۵۸}.

در یک گزارش ارزیابی اکوسیستم اطلاعاتی در سال ۲۰۲۱ که توسط انتر نیوز و USAID منتشر شد^{۵۹}، بیشترین کانال های مورد استفاده برای دسترسی به اطلاعات کووید-۱۹ در افغانستان تماشای تلویزیون و ارتباط فزینگی بود. قابل اعتمادترین منابع دوستان و خانواده و کارکنان صحی در جامعه بودند.

اکثر ایستگاه های تلویزیونی و رادیویی و رسانه های چاپی و آنلاین اطلاعاتی را از WHO و سایر سازمان های صحی معتبر در مورد اقدامات پیشگیرانه، تشخیص علائم، گروه های آسیب پذیر، قوانین جداسازی و واکسیناسیون به اشتراک گذاشتند. تلویزیون طلوع برنامه های هفتگی را با متخصصان صحی پخش می کرد که به سوالات بینندگان پاسخ می دادند. قبل از هر نمایش، سوالاتی در مورد موضوع هفتگی در رسانه های اجتماعی پست می شد و از بینندگان خواسته میشد تشویش های خود را به اشتراک بگذارند و محتوای آینده را در برنامه های آینده پیشنهاد دهند. پس از پخش، کلیپ های از برنامه ها در حساب رسانه های اجتماعی آنها به اشتراک گذاشته می شد و امکان تعامل بیشتر را فراهم می کرد. ارتباط دو طرفه با استفاده از رسانه ها به ویژه برای کاهش فشار بر سیستم مراقبت صحی کشور در آن زمان مفید بود^{۶۰}. از آن زمان به بعد، سیستم صحی رو به وخامت گذاشته است، همانطور که در حال حاضر به عنوان "در حال سقوط" توصیف می شود^{۶۱}.

۵۱ مصاحبه های معلوماتی کلیدی کارکنان سازمان های غیر دولتی، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲
 ۵۲ بنیاد آسیا، 2019. نظر سنجی از مردم افغانستان در دسترس است در: <https://reliefweb.int/sites/reliefweb.int/files/resources/2019_Afghan_Survey_Full-Report.pdf> [Accessed: 2022 February 17].
 ۵۳ مصاحبه های کلیدی اطلاع رسانی برای این تحقیق: کارکنان رسانه ها، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲
 ۵۴ مصاحبه های کلیدی اطلاع رسانی برای این تحقیق: کارکنان رسانه ها، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲
 ۵۵ <https://covid19.who.int/region/emro/country/af>
 ۵۶ <https://www.bbc.co.uk/mediaaction/where-we-work/afghanistan-somalia/hbcc/>
 ۵۷ مصاحبه های کلیدی اطلاع رسانی برای این تحقیق: روزنامه نگار، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲
 ۵۸ مصاحبه های کلیدی اطلاع رسانی برای این تحقیق: کارکنان رسانه ها، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲
 ۵۹ <https://internews.org/wp-content/uploads/legacy/2021-03/understanding_trust_COVID-19_pandemic.pdf>
 ۶۰ مصاحبه های معلوماتی کلیدی روزنامه نگار، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲
 ۶۱ <https://news.un.org/en/story/2021/09/1100652>

هر گونه آمار کووید-۱۹ موجود نیز به طور مکرر توسط رسانه ها گزارش می شد، اگر چه به دست آوردن آمار واقعی از مقامات محلی دشوار بود. اعداد تخمینی توسط بینندگان/شنوندگان به اشتراک گذاشته شد که اعداد نادرست باعث از بین رفتن اعتماد به رسانه گزارشگر شده است.^{۶۲} بسیاری از شهروند خبرنگاران نیز آمار مربوط به تعداد مبتلایان به کووید-۱۹ و مرگ و میرهای مرتبط را به اشتراک گذاشتند. خبر های اشتباه نیز از این طریق به اشتراک گذاشته شد. شایع ترین خبر اشتباه منتشر شده در مورد کووید-۱۹ این بود که همه گیری جهانی یک فریب است و این ابزاری است برای مقامات برای به دست آوردن بودجه، اخبار دیگری که به طور منظم منتشر می شد این بود که واکسین های کووید-۱۹ برای کنترل تعداد جمعیت استفاده می شود یا اینکه مسلمانان نمی توانند تحت تأثیر کووید-۱۹ قرار بگیرند.

با درک اینکه بسیاری از جوامع حاشیه نشین فقط از طریق اشکال مرسوم مانند ملاقات های روبرو یا از طریق مسجد ارتباط برقرار می کنند^{۶۳}، برخی از رسانه ها از این روش ارائه اطلاعات در مورد کووید-۱۹ برای دسترسی به گروه های غیر قابل دسترس و صعب العبور حمایت کردند. آنها برای به اشتراک گذاشتن بروشور ها، پخش با وسایل نقلیه مجهز به مگافون و برگزاری جلساتی در مساجد بار هبران مذهبی به منظور تشویق اعلامیه های منظم، از مناطق غیر قابل دسترس بازدید کردند. روش های رسانه ای که برای دسترسی به جمعیت های حاشیه نشین تطابق داده شده اند، برای مثال، یک رسانه ای که توسط زنان اداره می شود در منطقه مرکزی/هایلند فقط از نشریات مصوری استفاده می کرد که هیچ متنی نداشت تا اطمینان حاصل شود که گروه های بی سواد گنجانده شده اند. این همچنین برای اطفال بسیار مفید بود و برای اطلاع رسانی به شنوندگان/بینندگان جوانتر در مورد کووید-۱۹ استفاده شد.

تلاش ها برای حمایت از برنامه های کووید-۱۹ شامل اقدام رسانه ای بی بی سی بود که اعلامیه های خدمات عمومی (PSA) را برای رادیو، تلویزیون و رسانه های اجتماعی تولید می کرد، علاوه بر نمایش های رادیویی که عشایر فرهنگی کوچی را هدف قرار می داد. آنها خاطر نشان کردند که ۴۶ درصد از جمعیت بزرگسال افغانستان (۷/۶ میلیون بزرگسال) گفتند که این محصول را شنیده اند.

واکسیناسیون کووید-۱۹ در اولویت قرار نرفت و مشکلات دیگری مانند تنش های سیاسی، فقر شدید و خشکسالی ضروری تر در نظر گرفته شد^{۶۴}. در زمان نگارش این مقاله، طالبان به طور فعال واکسین را ترویج نمی کنند، اگر چه آنها حمایت خود را از واکسیناسیون کووید-۱۹ اعلام کرده اند^{۶۵}. WHO می گوید که تا ۷ فبروری ۲۰۲۲، ۵/۲ میلیون دوز واکسین در این کشور تجویز شده است^{۶۶}. مصاحبه های تحقیقاتی نشان می دهد که کمپین های رسانه ای هدفمند بیشتری برای آموزش جوامع در مورد مزایای واکسین مورد نیاز است.

۶۲ مصاحبه های کلیدی اطلاع رسانی برای این تحقیق: روزنامه نگار، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲

۶۳ مصاحبه های کلیدی اطلاع رسانی برای این تحقیق: روزنامه نگار، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲

۶۴ مصاحبه های کلیدی اطلاع رسانی برای این تحقیق: کارکنان سازمان های غیر دولتی صحتی، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲

۶۵ <https://www.npr.org/sections/goatsandsoda/2022/01/14/1072188527/for-the-36-countries-with-the-lowest-vaccination-rates-supply-isnt-the-only-issu>

۶۶ <https://covid19.who.int/region/emro/country/af>



بخش ۴:

بررسی اجمالی رسانه

۴/۱ رادیو در یک نگاه

ترکیبی از بی ثباتی های سیاسی کنونی و بحران های انسانی و اقتصادی در افغانستان باعث بسته شدن ۱۳۲^{۶۷} ایستگاه رادیویی شده است. بسیاری در های خود را به طور نامحدود بسته کرده اند. برخی هنوز در حال تدوین برنامه های داخلی هستند و خود را با چالش های جدید در داخل کشور تطبیق می دهند^{۶۸}.

کاهش چشمگیر موسیقی و محتوای سرگرمی در برنامه های رادیویی از زمان تأسیس مجدد طالبان وجود داشته است. این گونه مطالب با محتوای آموزنده، آموزشی، صحتی و مذهبی جایگزین شده است^{۶۹}. بخش کنندگان تجاری مانند آرمان FM (اولین ایستگاه خصوصی افغانستان)^{۷۰}، آریانا FM و رادیو اسپوگمی، از جمله، برنامه های خود را به گونه ای تغییر داده اند که بار همنمودهای حمایت

۶۷ https://www.ifj.org/fileadmin/Statistics_Report_Newsletter_2_02Feb2022.pdf

۶۸ مصاحبه های کلیدی اطلاع رسانی برای این تحقیق: کارکنان رسانه ها، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲

۶۹ مصاحبه های کلیدی اطلاع رسانی برای این تحقیق: روزنامه نگار، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲

۷۰ <https://www.bbc.co.uk/news/world-south-asia-12013942>

شده از سوی طالبان مطابقت داشته باشد و محتوای مذهبی نیز در آن گنجانده شود.^{۷۱} این تغییرات شامل تلاوت متون مذهبی و پخش برنامه های خبری و گفتگوی مورد تایید دولت و جایگزینی این برنامه های موسیقی و سرگرمی می شود. رادیو افغانستان، بخشی از پخش دولتی رادیو تلویزیون افغانستان (RTA)، محتوای مشابهی را پخش می کند زیرا از این دستورالعمل ها نیز پیروی می کند.

در طول تاریخ اخیر افغانستان، رادیو به دلیل دسترسی ارزان تر و آسان تر نسبت به سایر رسانه های جمعی مدرن، مانند تلویزیون و اینترنت، منبع حیاتی مصرف اطلاعات برای جمعیت در قریه جات بود. شنونده رادیو در میان طبقه کارگر، از جمله رانندگان، صاحبان مغازه ها، فروشندگان خیابانی و کارکنان نانوائی بیشترین محبوبیت را داشت. این را می توان به ماهیت کاربردی و راحت رادیو نسبت داد، که به موجب آن کارگران می توانند گوش دهند و سازنده باقی بمانند.^{۷۲} جدیدترین نظرسنجی موجود در مورد دسترسی^{۷۳} به مجموعه رادیویی نشان داد که ۷۲/۱ درصد از خانوارها می توانند به رادیو دسترسی داشته باشند، در حالی که بیشتر شنوندگان هفتگی (۸۰/۴ درصد)، در مقایسه با باند های AM (۳۵/۴ درصد) و موج کوتاه (۲۱/۹ درصد) از باند FM گوش می دهند.^{۷۴} در حالی که این ارقام ممکن است از زمان انجام نظرسنجی در سال ۲۰۱۵ تغییر کرده باشند، دسترسی به رادیو همچنان بالاست. گزارش بنیاد آسیا در سال ۲۰۱۹ بیان می کند که شنوندگان رادیو در مناطق دهات (۶۲/۴ درصد) بیشتر از مناطق شهری (۴۲/۲ درصد) بوده است. بر اساس منطقه جغرافیایی، شنوندگان رادیو در جنوب غربی با ۸۱/۷ درصد بالاترین میزان را و پس از آن جنوب شرق با ۸۰/۱ درصد قرار داشت. کمترین نتایج مربوط به ارتفاعات مرکزی با ۲۵/۴ درصد و مرکز کابل با ۴۷/۷ درصد بوده است.

جدیدترین داده های شنونده برای هر ایستگاه رادیویی توسط سرویس سنجش رسانه GeoPoll^{۷۵} در سال ۲۰۱۷ منتشر شد. بر اساس اوسپر رتبه بندی ها و اشتراک گذاری ها، آرمان FM در سال ۲۰۱۷ با بالاترین رتبه در ساعت ۸:۰۰ تا ۱۰:۰۰ صبح (اوسط ۶/۷۷ رتبه، ۲۱/۴ درصد سهم) پیشتاز شد و پس از آن خورشید FM (۸/۵ درصد سهم) و رادیو آزادی (۸/۸ درصد سهم) ساعت ۱۰:۰۰ صبح تا ۱۲:۰۰ ظهر در رتبه های بعدی قرار گرفتند. ایستگاه های باقی مانده مانند شمشاد، آراکوزیا، آریانا FM و جوانان به شدت بر سر سهم شنوندگان رقابت می کنند.

بر اساس نظرسنجی بنیاد آسیا از مردم افغانستان در سال ۲۰۱۹، مشخص شد که ۵۷/۳ درصد از شرکت کنندگان اخبار و محتوای آموزنده خود را از رادیو مصرف می کردند. این یافته نشان دهنده کاهش ۶۲/۹ درصدی سال قبل است. با نگاهی به گروه های جنسیتی، مردان افغان نسبت به هم تاییان زن (۵۲/۴ درصد) میزان شنونده رادیو (۶۲/۶ درصد) بالاتری را نشان دادند.

از آنجایی که بیشتر برنامه های رادیویی، به ویژه برنامه های بحث و گفتگو، به طور زنده پخش می شوند، از سطح مشارکت بالایی از شنوندگان خود بهره می برند. به عنوان مثال، رادیو آزادی شنوندگان را تشویق می کند تا تماس بگیرند و در مورد مشکلات خود صحبت کنند و به شنوندگان قول می دهد که صدای آنها به مقامات مربوطه رسانده خواهد شد. مشکلاتی که در این گونه نمایش ها مورد بحث قرار می گیرد شامل بیکاری، فقر و نگرانی های صحتی است که توسط کارشناسان مهمان بررسی و پاسخ داده می شود.^{۷۶} در حالی که برخی از رسانه ها دارای برنامه های چند زبانه هستند، اکثر ایستگاه های رادیویی بر روی یک زبان تمرکز می کنند. به عنوان مثال، آرمان FM به شنوندگان که عمدتاً زبان دری صحبت می کنند، خدمات می دهد، در حالی که آراکوزیا به شنوندگان پشتو زبان خدمت می کند.

جدول زیر شش ایستگاه رادیویی بهتر کنونی^{۷۷} در افغانستان را نشان می دهد و شامل داده های مربوط به مالکیت، منبع اصلی بودجه، زبان اصلی، مشهورترین برنامه ها و اطلاعات تماس در دسترس عموم است.

نام ایستگاه رادیو/ سازمان	وبسایت	ملکیت	منبع اصلی تامین مالی	زبان اول	پرطرفدارترین نوع برنامه	اطلاعات تماس در دسترس عموم
آرمان FM	https://arman.fm/	شرکت تجاری یا خصوصی	بازرگانی/تجاری	دری	سرگرمی عمومی	آدرس: خانه شماره ۳، سرک ۱۲، وزیر اکبرخان، کابل، افغانستان ایمیل: info@arman.fm شماره تلفون: +۹۳ ۷۹۹ ۳۲ ۱۰ ۱۰
آریانا FM	https://ariana.fm/	شرکت تجاری یا خصوصی	بازرگانی/تجاری	دری	سرگرمی عمومی	آدرس: مرکز رسانه بیات سرک دارالامان، کابل، افغانستان ایمیل: sales@arianatelevision.com
جوانان FM	http://jawanon.fm/	شرکت تجاری یا خصوصی	بازرگانی/تجاری	دری	معلومات مفید	آدرس: رادیو جوانان، شمال سرک ۱۳، وزیر اکبر خان، کابل، افغانستان

۷۱ مصاحبه های کلیدی اطلاع رسانی برای این تحقیق: روزنامه نگار، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲

۷۲ مصاحبه های کلیدی اطلاع رسانی برای این تحقیق: کارکنان رسانه ها، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲

۷۳ <https://www.usagm.gov/wp-content/uploads/2015/01/Afghanistan-research-brief.pdf>

۷۴ برخی از شنوندگان برنامه های را با بیش از یک طول موج در هفته تنظیم می کردند.

۷۵ <https://knowledge.geopoll.com/afghanistan-media-measurement-kgmm-report-0-0-1>

۷۶ مصاحبه های کلیدی اطلاع رسانی برای این تحقیق: کارکنان سازمان های غیر دولتی، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲

۷۷ مصاحبه های مطلع کلیدی برای این تحقیق، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲

آدرس: شهر نو، کابل، افغانستان ۲۶۰۰۰ شماره تلفون: ۹۹۸۹۹۸۹۹۹۹۹ ایمیل: info@swn.af	سرگرمی عمومی	دری	تامین مالی توسط NGO	شرکت تجاری یا خصوصی	https://swn.af/en/	رادیو سلام استاندارد
آدرس: سرک ششم، کارته سه، کابل، افغانستان شماره تلفون: ۰۲۰ ۲۵۰۰ ۷۱۷ ایمیل: info@tkg.af	معلومات مفید	دری	بازرگانی/تجاری	شرکت تجاری یا خصوصی	https://tkg.af/ english/	رادیو کلید (۷ ایستگاه محلی و ۱ ایستگاه ملی، وابسته به بیش از ۱۰۰ ایستگاه در افغانستان)
آدرس: رادیو و تلویزیون ملی افغانستان جاده مسعود بزرگ، کابل، افغانستان شماره تلفون: ۰۲۳۱ ۰۷۲۸ فکس: ۰۲۱۰ ۱۰۸۶ وبسایت: www.rta.org.af	معلومات مفید	پشتو	توسط دولت تامین مالی میشود	با ملکیت دولت	https://www. rta.live/	رادیو افغانستان (RTA)

۴/۲ تلویزیون در یک نگاه

یک سروی که در فبروری ۲۰۲۲ توسط اتحادیه ملی خبرنگاران افغانستان (ANJU) در ۳۳ ولایت منتشر شد، نشان داد که از زمان روی کار آمدن طالبان به قدرت در ۱۵ اگست ۲۰۲۱، تنها ۸۱ شبکه تلویزیونی از مجموع ۱۳۲ تلویزیون، به طور فعال برنامه پخش می‌کنند و از آن زمان تاکنون، پخش ۵۱ کانال متوقف شده است.^{۷۸} مانند ایستگاه‌های رادیویی در افغانستان، برنامه‌های تلویزیونی پس از تسلط طالبان شاهد افزایش چشمگیری در اخبار، بحث‌ها، آموزش و نمایش‌های اسلامی بوده و جایگزین سریال‌های خارجی و سریال‌های بسیار مشهور شده است.^{۷۹}

اگرچه آینده کانال‌های تلویزیونی افغانستان نامشخص است، اما قبل از رویدادهای اگست ۲۰۲۱، نفوذ، وسعت و محبوبیت تماشای تلویزیون به عنوان منبع اخبار و اطلاعات برای کسانی که آن را دریافت کردند، زیاد بود.^{۸۰} دو سوم (۶۵.۹ درصد) پاسخ‌دهندگان در سروی مردم افغانستان^{۸۱} در سال ۲۰۱۹، تماشای تلویزیون را منبع اخبار و اطلاعات عنوان کردند. در حالی که بیننده تلویزیون در میان جوانان ۱۸ تا ۲۵ ساله افغان بیشتر از سایر گروه‌های سنی (۶۸.۶٪) بود، ارقام برای افراد ۵۵ ساله و بالاتر (۶۲.۲٪) نیز قابل توجه بود و می‌توان آن را به ماهیت تصویری تلویزیون نسبت داد که کسانی که سطح سواد پایین تری دارند به مصرف آن کمک می‌کنند.^{۸۲}

از نظر منطقه‌ای، تماشای تلویزیون برای اخبار و اطلاعات در مرکز/کابل (۸۳٪) پس از آن غرب و شمال شرق (۷۶٪) درصد و ۶۹٪ درصد و کمترین در جنوب غرب و شرق (۳۴٪) درصد و ۴۱ درصد) بوده است، مالکیت تلویزیون حداقل یک تلویزیون فعال در هر خانوار ۶۹٪ درصد محاسبه شد. با توجه به دسترسی محدود دهات افغانستان به برق، مالکیت تلویزیون در نواحی شهری (۹۱٪) بیشتر از مناطق دهات (۶۲٪) رایج بود. اما، این شکاف به طور پیوسته کاهش یافته است. علاوه بر این، USAGM در سال ۲۰۱۵ گزارش داد که اکثر افرادی که تلویزیون داشتند از آنتن زمینی (۶۸٪) به جای دیش آنتینه ماهواره (۳۵٪ و ۲۱٪ مالکیت شخصی افراد) برای دریافت سیگنال تلویزیون خود استفاده کردند.^{۸۳} کانال تجاری پیش‌تاز تلویزیون طلوع است.^{۸۴} این کانال خودخوانده "برنده جوایز و پیش‌تاز در بازار" توسط گروه مویی اداره می‌شود و به زبان‌های دری و پشتو از طریق انتقال زمینی و ماهواره‌ای در سراسر منطقه پخش می‌شود. کانال‌های دیگر تلویزیون خورشید، یک شبکه تلویزیونی غیردولتی^{۸۵} با ۶/۸ درصد بیننده و تلویزیون یک و آریانا تی وی با سهم کمتر بینندگان (۵/۶ درصد و ۴/۳ درصد) هستند، هرچند که با ارائه اخبار و اطلاعات خوب و به ویژه در طول همه‌گیری کووید-۱۹ محبوبیت خود را به دست آورده‌اند.^{۸۶}

با این حال، از ۱۵ اگست ۲۰۲۱، با تغییرات بعدی در برنامه، مصرف‌کنندگان رسانه‌ها از دست دادن اعتماد به کانال‌های تلویزیون ملی افغانستان خبر داده‌اند و به طور فزاینده‌ای به ارائه‌دهندگان بین‌المللی مانند افغانستان اینترنشنال و بی‌بی‌سی به عنوان منبع اخبار و اطلاعات تلویزیونی روی آورده‌اند.^{۸۷} این گونه کانال‌های بین‌المللی از جمله بی‌بی‌سی فارسی،

- ۷۸ https://www.ifj.org/fileadmin/Statistics_Report_Newsletter_2_02Feb2022.pdf
- ۷۹ مصاحبه‌های کلیدی اطلاع‌رسانی برای این تحقیق: روزنامه‌نگار، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲
- ۸۰ مصاحبه‌های کلیدی اطلاع‌رسانی برای این تحقیق: روزنامه‌نگار، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲
- ۸۱ بنیاد آسیا، ۲۰۱۹. نظرسنجی از مردم افغانستان. در دسترس است در: https://reliefweb.int/sites/reliefweb.int/files/resources/2019_Afghan_Survey_Full-Report.pdf [Accessed 17 February 2022].
- ۸۲ مصاحبه‌های کلیدی اطلاع‌رسانی برای این تحقیق: کارکنان رسانه‌ها، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲
- ۸۳ <https://www.usagm.gov/wp-content/uploads/2015/01/Afghanistan-research-brief.pdf>
- ۸۴ مصاحبه‌های کلیدی اطلاع‌رسانی برای این تحقیق: روزنامه‌نگار، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲
- ۸۵ <https://www.developmentaid.org/#/organizations/view/106234/khursheed-ty>
- ۸۶ مصاحبه‌های کلیدی اطلاع‌رسانی برای این تحقیق: روزنامه‌نگار، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲
- ۸۷ مصاحبه‌های کلیدی اطلاع‌رسانی برای این تحقیق: روزنامه‌نگار، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲

بی بی سی پشتو، صدای آمریکا و افغانستان بین المللی از طریق ماهواره و آنلاین مشاهده می شوند. آنها در زیر در فصل رسانه های دیجیتال (۳/۴) مورد بحث قرار خواهند گرفت.

جدول زیر شش کانال تلویزیون های ملی بهتر کنونی در افغانستان را نشان می دهد و شامل داده های مربوط به مالکیت، منبع اصلی بودجه، زبان اصلی، مشهورترین برنامه ها و اطلاعات تماس در دسترس عموم است.

نام کانال تلویزیون	وبسایت	ملکیت	منبع اصلی تامین مالی	زبان اول	پرطرفدارترین نوع برنامه	اطلاعات تماس در دسترس عموم
تلویزیون طلوع	https://tolo.tv/	شرکت تجاری یا خصوصی	بازرگانی/تجاری	دری	سرگرمی عمومی	آدرس: تلویزیون طلوع، سرک ۱۲، کابل، افغانستان کابل، ولایت کابل شماره تلفون: ۰۷۹ ۹۳۲ ۱۰۱۰
طلوع نیوز	https://tolonews.com/	شرکت تجاری یا خصوصی	بازرگانی/تجاری	دری	اخبار تازه	آدرس: طلوع نیوز سرک ۱۲، وزیر اکبرخانه کابل، افغانستان شماره تلفون: +۹۳ ۷۱۱ ۹۹۸ ۰۸۰ شماره تلفون: +۰۰۹۳ ۷۸۰۳۸۹۱۸۲
تلویزیون لمر	http://www.lemar.tv	شرکت تجاری یا خصوصی	بازرگانی/تجاری	پشتو	سرگرمی عمومی	آدرس: سرک ۱۲، وزیر اکبرخانه کابل، افغانستان آدرس پستی: خانه شماره ۳، سرک ۱۲، وزیر اکبرخان، کابل ۱۰۰۳، افغانستان
تلویزیون ۱	https://1tv.af	شرکت تجاری یا خصوصی	بازرگانی/تجاری	دری	اخبار تازه	برای مسائل بازرگانی شماره تلفون: +۹۳۷۷۶۱۱۱۱۱۱ ایمیل: 1tv.af@web
تلویزیون خورشید	https://www.khurshid.tv/	تامین مالی توسط NGO	تامین مالی توسط NGO	دری	سرگرمی عمومی	آدرس: سرک ۵ کوله پشته، کابل، افغانستان شماره تلفون: +۹۳ ۷۹ ۸۸ ۰۰ ۴۶۴ ایمیل: info@khurshid.tv
تلویزیون شمشاد	http://www.shamshadtv.tv/	شرکت تجاری یا خصوصی	بازرگانی/تجاری	پشتو	سرگرمی عمومی	آدرس: نزدیک چمن حضوری، استدیوم غازی، افغانستان شماره تلفون: ۰۰۹۳۷۸۶۶۷۶۷۶۷ ایمیل: sales@shamshadtv.tv

۴/۳ رسانه چاپی در یک نگاه

اگرچه قدیمی ترین شکل رسانه در افغانستان است، اما رسانه های چاپی به دلیل سطح سواد پایین همیشه دسترسی محدودی داشته و تنها ۱ درصد جمعیت را پوشش می دهند^{۸۸}. علاوه بر این، با توجه به مصارف بالای تولید و توزیع معمول رسانه های چاپی، این بخش بیشترین ضرر را در برابر بحران اقتصادی و تغییرات سیاسی جاری داشته است. مصارف شرکت های چاپ و مصرف کنندگان، به ویژه در دوران سختی های اقتصادی، بر شهرت آن تأثیر گذاشته است و اکثر فروشگاه ها را تشویق به حرکت آنلاین کرده است^{۸۹}. تنها ۲۰ مورد از ۱۱۴ نشریه هنوز در حال انتشار است^{۹۰}.

روزنامه های غیر عرفی مانند اطلاعات روز در میان گروه های تحصیل کرده در مناطق شهری افغانستان ۹۱ مشهور هستند. این نشریه به گزارش دهی در مورد قوم پرستی و فساد در دولت شهرت داشت و دومین روزنامه پرخواننده افغانستان بود^{۹۱}. با این حال، مانند بسیاری از روزنامه ها، منابع مالی آن ضعیف بود و برای پوشش هزینه ها تلاش می کرد^{۹۲}. برخی از کارکنان شرکت اطلاعات روز در ماه اکتوبر ۲۰۲۲، در پی دستگیری خشونت آمیز دو عضو تیم، با یک پرواز تخلیه، در حالی که از تظاهرات حقوق زنان در کابل گزارش می دادند، افغانستان را ترک کردند^{۹۳}. در زمان نگارش این مقاله، مشخص نیست که آیا اطلاعات روز به چاپ خود ادامه می دهد یا خیر، اما وبسایت آن ها همچنان فعال است و روزانه مقالات متعددی را با ۱۴۳,۰۰۰ بازدیدکننده در جنوری ۲۰۲۲ منتشر می کرد.

۸۸ <https://medialandscapes.org/country/afghanistan/media/print>

۸۹ مصاحبه های کلیدی اطلاع رسانی برای این تحقیق: محقق مخابرات، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲

۹۰ https://www.ifj.org/fileadmin/Statistics_Report_Newsletter_2_02Feb2022.pdf

۹۱ مصاحبه های کلیدی اطلاع رسانی برای این تحقیق: کارکنان رسانه ها، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲

۹۲ <https://www.latimes.com/world-nation/story/2021-10-22/afghanistan-journalists-flee-taliban-media-control>

۹۳ <https://www.theguardian.com/world/2017/oct/03/rattling-afghanistans-powerful-etilat-roz-newspaper-exposes-corruption>

۹۴ <https://www.latimes.com/world-nation/story/2021-10-22/afghanistan-journalists-flee-taliban-media-control>

روزنامه هشت صبح که خود را به عنوان پرطرفدارترین روزنامه با بیشترین پوشش در ۹۵۹۶ افغانستان معرفی می کند، (روزنامه ۸ صبح) است. این روزنامه مستقل و غیر انتفاعی به زبان های دری و پشتو منتشر می شود. آنها همچنین یک وب سایت انگلیسی، با بیش از ۲۷۳۰۰۰ بازدید کننده در جنوری ۲۰۲۲ دارند.

انیس یک روزنامه روزانه تحت حمایت دولت و قدیمی ترین نشریه در افغانستان است که به سال ۱۹۴۶ برمی گردد.^{۹۶} عمدتاً به زبان دری (۸۰٪) و برخی از مقالات پشتو (۲۰٪) منتشر می شود. دولت همچنین ملکیت و مدیریت خبرگزاری باخترا را دارد که دارای روزنامه و خبرگزاری آنلاین است. اگرچه میزان دسترسی روزنامه آنها مشخص نیست، پلنفرم آنلاین آنها در جنوری ۲۰۲۲، ۳۹۰۰۰ بازدید از صفحه داشته اند.

جدول زیر نقشه روزنامه های چاپی پیشتاز در افغانستان را تا اگست ۲۰۲۱ نشان می دهد و شامل داده های مربوط به مالکیت، منبع اصلی بودجه، زبان اصلی، مشهورترین برنامه ها و اطلاعات تماس در دسترس عموم است.

نام سازمان های رسانه ای	وبلینک	ملکیت	منبع اصلی تامین مالی	زبان اول	پرطرفدارترین نوع برنامه	اطلاعات تماس در دسترس عموم
هشت صبح (۸ صبح)	https://8am.af/eng/	تامین مالی توسط NGO	تامین مالی خصوصی	دری	اخبار تازه	مدیر مسئول: مجیب مهرداد ایمیل: mujib_mehرداد@yahoo.com
آرمان ملی	https://armanemili.com	شرکت تجاری یا خصوصی	بازرگانی/ تجاری	دری	اخبار تازه	موسس سعید شعیب پارسا ایمیل: shoaib.parsa@yahoo.com شماره تلفون: ۰۰۹۳۷۰۰۱۸۹۴۹۴
اطلاعات روز	https://www.etilaatroz.com	شرکت تجاری یا خصوصی	بازرگانی/ تجاری	دری	اخبار تازه	آدرس: سرک سه شورا، کارته ۳، کابل شماره تلفون: ۰۷۹۷۴۳۵۷۷۷ وبسایت: www.Etilaatroz.com
ماندگار	https://mandegardaily.com/	شرکت تجاری یا خصوصی	بازرگانی/ تجاری	دری	اخبار تازه	در دسترس نیست
آژانس خبری باخترا	https://bakhtarnews.af/	با ملکیت دولت	توسط دولت تامین مالی میشود	دری	اخبار تازه	مدیر عمومی آژانس خبری باخترا: عبدالوحد راین تلفون: +۹۳۷۰۷۶۰۹۵۲۴ ایمیل: a.royan@bakhtarnews.af

۴/۴ رسانه های دیجیتالی در یک نگاه

رسانه های دیجیتالی به سرعت در شهر های افغانستان نفوذ قابل توجهی پیدا کرده اند. افزایش استفاده از اینترنت، همراه با پذیرش دستگاه های هوشمند، منابع جدیدی از رسانه و ارتباطات را برای شهروندان ایجاد کرده است. اخبار بدون فیلتر مستقیماً با استفاده از پیام رسانی و برنامه های رسانه های اجتماعی به اشتراک گذاشته می شوند و رسانه های جمعی که زمانی غالب بودند، به چالش می کشند، به ویژه به دلیل نیاز به سانسور طالبان (و خودسانسوری پیش بینی شده). سازمان های بین المللی مانند بی بی سی، صدای آمریکا و افغانستان بین المللی تحت تأثیر قوانین رسانه ای دولت فعلی (طالبان) قرار نگرفته اند. کسانی که می توانند به آنها دسترسی داشته باشند برای دریافت اخبار دقیق که تحت تأثیر طالبان قرار نگرفته اند، به آنها مراجعه کرده اند. رسانه های دیجیتالی اصلی که به عنوان معتبرترین منابع اطلاعات و اخبار شناسایی شده اند^{۱۰۰} عبارتند از بی بی سی فارسی (و بی بی سی دری)، بی بی سی پشتو، آشنا (صدای آمریکا)، خامه پرس، اماج نیوز و افغانستان بین المللی.

این روی آوردن به رسانه های دیجیتالی بین المللی منجر به سوء استفاده برخی از این اعتماد شده است. نمونه ای از آن در جریان درگیری پنجشیر در سپتامبر ۲۰۲۱ رخ داد، جایی که پست های جعلی در رسانه های اجتماعی به اشتراک گذاشته شد و درگیری را به عنوان رسانه های مورد اعتماد تحریک کرد. با استفاده از لوگوی بی بی سی دری و بی بی سی پشتو، پست های جعلی توسط پروفایل های خصوصی که آرم های بی بی سی را به عنوان تصاویر نمایه خود داشتند، منتشر شدند.^{۱۰۱}

مصرف کمتر تولید آنلاین باعث شده است که چندین رسانه به دلیل وخامت اوضاع اقتصادی در افغانستان فعالیت های آنلاین خود را به طور کامل تغییر دهند.^{۱۰۲}

۹۵ <https://8am.af/eng/about/>

۹۶ <https://twitter.com/hashtesubhdaily?lang=en>

۹۷ <https://www.bbc.co.uk/news/world-south-asia-12013942>

۹۸ <http://www.afghandata.org/>

۹۹ <https://content.library.arizona.edu/digital/collection/pl6127coll5/id/69>

۱۰۰ مصاحبه های مطلع کلیدی برای این تحقیق، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲

۱۰۱ مصاحبه های کلیدی اطلاع رسانی برای این تحقیق: روزنامه نگار، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲

۱۰۲ مصاحبه های کلیدی اطلاع رسانی برای این تحقیق: کارکنان رسانه ها، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲

خبرگزاری خامه پرس یکی از پیشتازترین ارائه دهندگان اخبار آنلاین در افغانستان است که به زبان های دری، پشتو و انگلیسی منتشر می شود. آنها در شبکه های اجتماعی، با بیش از ۱/۷ میلیون دنبال کننده در فیس بوک ملزمن قابل توجهی دارند^{۱۰۳}. آنها اظهار می کنند که در جنوری ۲۰۲۲، ۲۵۲,۰۰۰ بازدید از صفحه وب سایت داشته اند و وب سایت آنها بیش از ۳/۵ میلیون بازدید کننده در ماه دریافت می کند. خامه پرس علیرغم حضور قوی آنلاین خود با همان فشارهای اقتصادی مواجه است. بزرگوب سایت آنها نشان می دهد که آنها برای بقای خود کمک جمع آوری می کنند زیرا "در حال سقوط مالی به دلیل رکود اقتصادی در افغانستان" هستند^{۱۰۴}.

یکی دیگر از خبرگزاری های آنلاین قابل توجه، آژانس خبری پژواک، با بیش از ۲/۴ میلیون دنبال کننده در فیس بوک^{۱۰۵} و ۲۱۴۶۳۶ بازدید از صفحه در جنوری ۲۰۲۲ است. دفتر اصلی پژواک در کابل است و دفاتر ساحوی در قندهار، جلال آباد، هرات، مزارشریف، غزنی، بامیان، خوست و کندز دارد. آنها به زبان های دری، پشتو و انگلیسی داستان های خبری تولید می کنند. آنها برنامه تلفون موبایل خود را دارند که در Android و iOS موجود است^{۱۰۶}.

در حالی که برخی از رسانه های دیجیتالی در های خود را بسته می کنند، برخی دیگر تازه شروع به ورود به فضای رسانه ای افغانستان کرده اند. افغانستان انترنشنال جدیدترین کانال تلویزیونی دیجیتالی و پلتفرم آنلاین است که پخش را آغاز کرده است و از آن زمان محبوبیت قابل توجهی به دست آورده است^{۱۰۷}. تاریخ راه اندازی برنامه ریزی شده آن از سپتامبر تا اگست ۲۰۲۱^{۱۰۸} به عنوان پاسخ مستقیم به بحران و بی ثباتی فزاینده افغانستان ارائه شد. این کانال متعلق به Volant Media، یک شرکت رسانه ای خصوصی مستقر در بریتانیا است که ملکیت و مدیریت ایران انترنشنال را نیز دارد.

بی بی سی مدتهاست که یک رسانه قابل اعتماد برای اخبار و اطلاعات در افغانستان بوده است^{۱۰۹}. تعداد شنوندگان/بینندگان هفتگی خدمات رادیویی، تلویزیونی و دیجیتالی آن در سال ۲۰۲۰، ۱۱/۴ میلیون نفر گزارش شده است که سرویس پشتو به ۸/۳ میلیون و دری به ۴/۳ میلیون رسیده است^{۱۱۰}. پخش کننده بین المللی این دسترسی را به لینک بین سرویس های پشتو، دری، فارسی و ازبکی بی بی سی با شرکای پخش اجتماعی مرتبط کرده است^{۱۱۱}.

جدول زیر شش وب سایت پیشتاز رسانه های دیجیتالی در افغانستان را نشان می دهد و شامل داده های مربوط به مالکیت، منبع اصلی بوجه، زبان اصلی، مشهورترین برنامه ها و اطلاعات تماس در دسترس عموم است.

نام سازمان های رسانه ای	وبلینک	ملکیت	زبان اول	تعداد کاربران ماهانه	پرطرفدارترین نوع برنامه	اطلاعات تماس در دسترس عموم
بی بی سی دری/فارسی	https://www.bbc.com/persian/afghanistan	باملکیت دولت	دری	در دسترس نیست	اخبار تازه	آدرس: 5th Floor, BBC Broadcasting House, BBC Persian IAA, UK Portland Place, London W1A
بی بی سی پشتو	https://www.bbc.com/pashto	باملکیت دولت	پشتو	در دسترس نیست	اخبار تازه	در دسترس نیست
پژواک	https://pajhwok.com/	شرکت تجاری یا خصوصی	پشتو	۲۶۷,۸۱۰	اخبار تازه	آدرس: Hs. ۱۳۸/۱۳۰، سرکت ۸، ایستگاه موی مبارک، تایمنی، کابل، افغانستان شماره تلفون: ۱۸۱۴ ۲۰ ۲۲۰ (۰) ۹۳ یا ۱۹۱۵ ۲۰ ۲۲۰ (۰) ۹۳ ایمیل: sales@pajhwok.com
خامه پرس	https://www.khaama.com/	شرکت تجاری یا خصوصی	دری	۲۱۶,۱۷۹	اخبار تازه	info@khaama.com
آماج نیوز	https://aamajnews24.com/	شرکت تجاری یا خصوصی	دری	۷۲۷۱	اخبار تازه	آدرس: کارته پروان، PD4، کابل، افغانستان ایمیل: com.News@aamajnews24.com واتسآپ: ۹۰۵۰۱۲۴۰۵۰۴۰ / ۹۳۷۴۷۸۹۲۲۲۶ / ۵۶۰۶۰۵۷ / ۹۳۷۰

۴/۵ رسانه های اجتماعی در یک نگاه

استفاده از رسانه های اجتماعی در حال افزایش است، اگرچه قیمت و کیفیت انترنت همچنان موانع اصلی برای این رسانه هستند. اکثر کاربران انترنت (۷۰/۱٪) دسترسی به پلتفرم های رسانه های اجتماعی را به عنوان رایج ترین فعالیت آنلاین خود اعلام می کنند^{۱۱۲}.

https://www.facebook.com/KhaamaPress/	۱۰۳
https://www.khaama.com/about-us/	۱۰۴
https://www.facebook.com/pajhwoknews	۱۰۵
https://apps.apple.com/gb/app/pajhwok-afghan-news/id971662051	۱۰۶
مصاحبه های مطلع کلیدی برای این تحقیق، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲	۱۰۷
https://old.iranintl.com/en/world/volant-media-uk-launches-afghanistan-international-tv	۱۰۸
مصاحبه های کلیدی اطلاع رسانی برای این تحقیق: روزنامه نگار، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲	۱۰۹
سرویس جهانی بی بی سی - شواهد کتبی (AFG0015)، تحقیقات کمیته روابط بین الملل و دفاع در مورد بریتانیا و افغانستان، سپتامبر ۲۰۲۰، در دسترس در: https://committees.parliament.uk/writtenevidence/12006/default/	۱۱۰
https://www.bbc.co.uk/mediacentre/latestnews/2018/bbc-news-afghan-adults	۱۱۱
بنیاد آسیا، ۲۰۱۹، نظرسنجی از مردم افغانستان در دسترس است در: https://reliefweb.int/sites/reliefweb.int/files/resources/2019_Afghan_Survey_Full_Report.pdf	۱۱۲

[Accessed 17 February 2022]

با این حال، از زمان تسلط طالبان در ۱۵ اگست، تغییراتی صورت گرفته است. برخی از کاربران شبکه‌های اجتماعی عکس‌ها و توییت‌ها را از نمایه‌های خود حذف کرده‌اند، و برخی دیگر به دلیل ترس از هدف قرار گرفتن توسط طالبان به دلیل انتقاد از آنها^{۱۱۳} در پلتفرم‌هایی مانند فیس‌بوک، توئیتر، لینکدین^{۱۱۴}، کل نمایه‌های خود را حذف کرده‌اند و Clubhouse اقداماتی را برای محافظت از کاربران خود در افغانستان بلافاصله پس از ۱۵ اگوست معرفی کردند، از جمله به کاربران اجازه قفل کردن پروفایل‌های خود، جلوگیری از دسترسی به محتوا و حذف خودکار تصاویر و داده‌های شخصی از نمایه‌های خود را دادند.^{۱۱۵} بپرسید مارا، یک پروژه خدمات اطلاعات آنلاین تحت رهبری جامعه توسط NGO Signpost^{۱۱۶}، راهنمایی در مورد چگونگی محفوظ ماندن در هنگام استفاده از فیس‌بوک در افغانستان به زبان‌های دری، پشتو و انگلیسی به اشتراک گذاشت^{۱۱۷}.

آمار رسانه‌های اجتماعی در افغانستان نشان می‌دهد که فیس‌بوک پلت فرم پیشتر (۷۹/۴۲٪ در جنوری ۲۰۲۲) است؛ پلتفرم‌های دیگر عبارتند از توئیتر (۷/۸۴ درصد)، یوتیوب (۴/۸۶ درصد)، پینترست (۳/۵۴ درصد) و اینستاگرام (۲/۲۶ درصد).

در حالی که این پلتفرم‌های قدیمی‌تر برای تبادل اخبار و اطلاعات خدمت می‌کنند، پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی جدیدتر مانند TikTok عمدتاً برای سرگرمی استفاده می‌شوند. اگرچه برخی از محتوای خبری بین کاربران به اشتراک گذاشته می‌شود، پست‌های TikTok اغلب به جای اینکه مستقیماً از رسانه‌های خبری منتشر شوند، دارای تقلید و تفسیر طنز هستند^{۱۱۸}. تعداد کاربران فعال در افغانستان برای این پلتفرم در سال ۲۰۲۱^{۱۱۹} بیش از ۲۹۴۰۰۰ نفر بود و نشانه‌ها حاکی از آن بود که برای رشد بیشتر کاربران تنظیم شده بود^{۱۲۰}. اکثر کاربران TikTok، ۲۵ تا ۳۴ سال (۶۹/۳٪) و پس از آن افراد ۱۸ تا ۲۴ سال (۲۹/۱٪) هستند. ویژگی‌های TikTok از متن دری و پشتو پشتیبانی می‌کنند. آنها به دلیل ابزارهای خلاقیت رسانه‌ای داخلی خود محبوب هستند، که در تضاد با پلتفرم‌های سنتی آمریکایی مانند فیس‌بوک هستند که عمدتاً به عنوان پلتفرم‌های اشتراک‌گذاری اطلاعات دیده می‌شوند^{۱۲۱}.

فیس‌بوک با ۴/۳ میلیون کاربر فیس‌بوک محبوب است که اکثر آنها مرد (۸۲/۳٪) و در گروه‌های سنی جوان‌تر (۱۸ تا ۲۴ سال) قرار دارند^{۱۲۲}. بیشتر رسانه‌ها در فیس‌بوک نیز فعال هستند، استفاده از توئیتر در افغانستان برای گروه‌های مانند ژورنالیست‌های شهروند و بلاگ‌نویسان، به ویژه برای تعامل با جامعه بین‌المللی دیده می‌شود. کاربران توئیتر در افغانستان عمدتاً به زبان انگلیسی ارتباط برقرار می‌کنند، اگرچه پست‌های به زبان‌های دری و پشتو وجود دارد که استفاده از آنها از اگست ۲۰۲۱ افزایش یافته است^{۱۲۳}.

اعضا و نمایندگان طالبان از رسانه‌های اجتماعی و ویژگی‌های آنها برای به حداکثر رساندن دسترسی خود و افزایش موجودیت خود در این پلتفرم‌های جدید استفاده کرده‌اند. دو تن از بانفوذترین سخن‌گویان رسمی طالبان در توئیتر عبارتند از ذبیح‌الله مجاهد (۴۹۵۱۰۰ دنبال‌کننده) و سهیل شاهین (۵۸۱۹۰۰ دنبال‌کننده) که دیدگاه‌های طالبان را ارائه می‌کنند و اعلامیه‌های خود را به اشتراک می‌گذارند.

یوتیوب بیشتر برای دسترسی به محتوای سرگرمی استفاده می‌شود، به ویژه با قوانین فعلی که چنین محتواهای را از تلویزیون و رادیو حذف می‌کند. موسیقی، سریال‌ها و فیلم‌ها بهترین محتوای YouTube هستند. تعداد نسبتاً کم کاربران ممکن است به مصارف بالای اینترنت و تقاضای داده/سرعت مورد نیاز برای تماشای ویدیو نسبت داده شود^{۱۲۴}.

کلب‌هاوس یک شبکه رسانه اجتماعی نسبتاً جدید است که در سال ۲۰۲۰ راه‌اندازی شد و مورد علاقه جوانان تحصیل کرده افغان و مهاجران افغان و جوامع پناهنده در سراسر جهان است. برنامه رسانه‌های اجتماعی مبتنی بر صدا امکان ایجاد اتاق‌های مجازی با موضوعات مختلف، ایجاد محیطی مانند پادکست زنده یا بحث هیئت یا گروهی را فراهم می‌کند. باوجود اینکه اعضای طالبان چندین اتاق را اداره می‌کنند و بحث‌های آزاد را تشویق می‌کنند، آنها اغلب با کسانی که از آنها انتقاد می‌کنند و تهدید به ممنوعیت حضور در این اتاق‌ها می‌کنند، دشمنی می‌کنند^{۱۲۵}.

غیر از پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی، اپلیکیشن‌های پیام‌رسان اجتماعی مانند WhatsApp، Telegram و Facebook Messenger نیز برای فعال کردن تبادل اطلاعات، اشتراک‌گذاری اخبار و حفظ ارتباط با دوستان و خانواده بسیار محبوب هستند. مانند فیس‌بوک، بیشتر ۳/۶ میلیون کاربر مسنجر در افغانستان مرد هستند (۸۳/۲٪)، اگرچه سن کاربر کمی بالاتر است و بزرگترین گروه کاربری بین ۲۵ تا ۳۴ سال است^{۱۲۶}.

۱۱۳ <https://www.bbc.co.uk/news/world-asia-58710194>

۱۱۴ <https://www.reuters.com/technology/facebook-says-it-is-securing-afghan-user-accounts-amid-taliban-takeover-2021-08-19/>

۱۱۵ <https://www.theverge.com/2021/8/21/22635378/clubhouse-removes-personal-info-user-accounts-afghanistan-taliban-safety>

۱۱۶ <https://www.signpost.ngo/>

۱۱۷ <https://www.beporsed-ma-ra.org/hc/en-us/articles/4411959786519-How-to-stay-safe-while-using-Facebook>

۱۱۸ مصاحبه‌های کلیدی اطلاع‌رسانی برای این تحقیق: کارکنان رسانه‌ها، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲

۱۱۹ <https://www.start.io/audience/tiktok-users-in-afghanistan>

۱۲۰ <https://www.socialmediatoday.com/news/new-report-suggests-tiktok-will-surpass-15-billion-users-in-2022/610018/>

۱۲۱ مصاحبه‌های کلیدی اطلاع‌رسانی برای این تحقیق: کارکنان رسانه‌ها، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲

۱۲۲ <https://napoleoncat.com/stats/facebook-users-in-afghanistan/2022/01/>

۱۲۳ مصاحبه‌های کلیدی اطلاع‌رسانی برای این تحقیق: روزنامه‌نگار، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲

۱۲۴ مصاحبه‌های مطلع کلیدی برای این تحقیق، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲

۱۲۵ <https://nypost.com/2021/08/02/taliban-members-are-reportedly-running-clubhouse-chatrooms/>

۱۲۶ <https://napoleoncat.com/stats/messenger-users-in-afghanistan/2022/01/>

سطح ناشناس بودن ارائه شده توسط واتساپ و تلگرام با ویژگی های رمزگذاری انتها به انتها آنها را در مقایسه با پروفایل های رسانه های اجتماعی مرسوم محبوب کرده است. با این حال، این به تنهایی یک محیط کاملاً محفوظ برای خبرنگاران در افغانستان ایجاد نکرده است که پیام های تهدیدآمیز مستقیم در این پلتفرم ها در رابطه با کار خود دریافت کرده اند. توانایی ناشناس بودن به هر دو صورت اعمال می شود، زیرا ژورنالیست ها و سازمان های رسانه ای نمی دانند چه کسی در گروه چت برای نظارت بر آنها و چه کسی یک شنونده واقعی است.^{۱۲۷}

۴/۶ رسانه های دیاسپورا و فرامرزی در یک نگاه

کمیساریای عالی پناهندگان سازمان ملل متحد در پایان سال ۲۰۲۱ حدود ۲/۲ میلیون پناهنجوی افغان را در خارج از کشور فهرست کرده است و ۲/۲۵ میلیون نفر دیگر نیز در ایران هستند.^{۱۲۹} از آنجایی که بیشتر افغان ها چند زبانه هستند^{۱۳۰}، تا حدودی موانع زبانی را برای آوارگان در ایران، جایی که فارسی و دری با هم مرتبط هستند، و پاکستان، جایی که پشتو در مناطق وسیعی صحبت می شود، برطرف کرده است.

در سال ۲۰۱۸، آی فلم ۲ در ایران راه اندازی شد که به طور خاص گویندگان زبان دری را در داخل و خارج از کشور هدف قرار دادند. این کانال متعلق به دولت است و فلم، سریال و سایر محتوای سرگرمی پخش می کند. از دیگر کانال های حمایت شده دولت برای بینندگان افغان در ایران می توان به بخش افغانستان تلویزیون سحر^{۱۳۱} اشاره کرد که اخبار و اطلاعات و محتوای سرگرمی را ارائه می دهد.

۴۸ میلیون کاربر اینستاگرام در ایران وجود دارد^{۱۳۲} و علیرغم تعداد کم کاربران آن در افغانستان، محبوبترین پلتفرم برای مهاجران افغانستانی در ایران محسوب می شود^{۱۳۳} که بخشی از آن به دلیل ممنوعیت فیس بوک در ایران است^{۱۳۴}. افغان های مقیم پاکستان با توجه به محبوبیت فیس بوک در این کشور (54 میلیون کاربر فیس بوک در پاکستان) هنوز از فیس بوک استفاده می کنند^{۱۳۵}.

جامعه دیاسپورا بیشتر به کانال های دولتی در ایران مانند آی فلم و تلویزیون سحر، سایر کانال های ایرانی و اینستاگرام برای سرگرمی دسترسی دارند، در حالی که پناهندگانی که به ماهواره یا تلفون های موبایل دسترسی دارند، تلویزیون طلوع، لمر و فیس بوک را انتخاب می کنند. هر دو گروه اظهار داشتند که اخبار ملی ایران را در جریان رویداد های بزرگ مربوط به افغانستان تماشا می کنند، اما فقط برای همراهی با جستجو های آنلاین و نه به عنوان منبع اصلی خبری^{۱۳۶}.

خبرگزاری صدای افغان (آوا) یک خبرگزاری آنلاین قابل توجه است که در میان افغان های مقیم کشور های همسایه محبوبیت دارد (جدول زیر را ببینید). دفتر مرکزی این خبرگزاری در کابل، هرات، مزار شریف، بامیان، جلال آباد و قندهار و دارای دفاتر نمایندگی در مشهد، تهران و قم در ایران و پشاور در پاکستان است^{۱۳۷}.

نام سازمان های رسانه ای	وبلینک	ملکیت	زبان اول	تعداد کاربران ماهانه	پرطرفدارترین نوع برنامه	اطلاعات تماس در دسترس عموم
خبرگزاری صدای افغان (آوا)	https://avapress.com/en	تامین مالی توسط NGO	دری	134,622	اخبار تازه	ایمیل: info@avapress.com شماره تلفون: ۰۰۹۳۷۹۹۳۴۳۷۸۷/۰۰۹۳۷۰۰۲۷۵۸۲۸

در پاکستان، کمیساریای عالی پناهندگان سازمان ملل (UNHCR) با ایستگاه های رادیویی مانند رادیو پاکستان برای تولید برنامه برای پناهنجویان افغان همکاری کرده است. آنها همچنین با پخش کنندگان پشتو زبان مانند رادیو دیوا، رادیو مشعل، رادیو آشنا، تلویزیون خیبر و تلویزیون مشرق کار کرده اند^{۱۳۸}. محبوب ترین رسانه ها پس از پناهنجویان افغان در پاکستان عبارتند از شمشاد (افغانستان)، رادیو آشنا (V0A)، شمال (افغانستان) و جیو (پاکستان). بی بی سی یک منبع قابل اعتماد برای جمعیت آواره در پاکستان است و به 50 تا 60 میلیون پشتو زبان در افغانستان و پاکستان و سایر نقاط می رسد. چندین سازمان رسانه ای به صورت محلی از ایالت خیبر پختونخوا گزارش می دهند و به عنوان بخشی از پروژه DWA "بجایی و گفتگو جنوب آسیا" به پناهنجویان افغان به عنوان روزنامه نگاران شهروند آموزش می دهند، اینها عبارتند از:

^{۱۲۷} <https://restofworld.org/2021/the-taliban-are-using-private-messaging-apps-to-threaten-afghan-journalists/>

^{۱۲۸} <https://reporting.unhcr.org/document/1350>

^{۱۲۹} <https://www.unhcr.org/ir/refugees-in-iran/>

^{۱۳۰} <https://translatorswithoutborders.org/language-data-for-afghanistan>

^{۱۳۱} <https://af.saharv.ir/>

^{۱۳۲} <https://www.atlanticcouncil.org/in-depth-research-reports/report/iranians-on-socialmedia/>

^{۱۳۳} مصاحبه های کلیدی اطلاع رسانی برای این تحقیق: روزنامه نگار، ایران، جنوری ۲۰۲۲

^{۱۳۴} <https://www.iranintl.com/en/2021/03/26/849>

^{۱۳۵} <https://napoleoncat.com/stats/social-media-users-in-pakistan/2022/01/>

^{۱۳۶} مصاحبه های اطلاعات کلیدی برای این تحقیق، ایران، جنوری ۲۰۲۲

^{۱۳۷} <https://avapress.com/en/home/aboutus>

^{۱۳۸} تحقیق شنوندگان/بینندگان در مورد پناهندگان افغان، شبکه خبری قبیله ای (TNN) با پشتیبانی DW Akademie، (اپریل ۲۰۲۱)

« یاور ۹۹، ایستگاه رادیویی تجاری با گستره وسیع، که برخی از برنامه های پشتو و دری را پخش می کند، اما هیچ صفحه نوشتاری یا اختصاصی ندارد. <https://power99.live/>»

« Tribal News Network (TNN) <https://www.tnn.com.pk/> محتوا را به زبان پشتو در فیس بوک توزیع می کند و چندین کانال آنلاین دارد که در جدول زیر مشخص شده است:

تصویر ۱: کانال های آنلاین شبکه خبری قبیله ای

نام کانال	لینک	فعال است از	تعداد دنبال کنندگان/ اشتراک کننده ها
شبکه خبری قبیله- فیس بوک	https://www.facebook.com/TNNinfotainment	۲۰۱۴	۴۶۰۰۰۰ دنبال کننده
تلویزیون خبری قبیله ای - یوتیوب	https://www.youtube.com/channel/UCSGoEBcm49Li9qGtonnhlFQ	۲۰۱۹	۴۶۰۰ دنبال کننده
شبکه خبری قبیله- یوتیوب	https://www.youtube.com/channel/UC7tdDaKl3JkqSKhkcogyR6w	۲۰۱۵	۳۵۰۰۰ دنبال کننده
TNNEnglish@	https://twitter.com/TNNEnglish	۲۰۱۵	۶۱۳۷ دنبال کننده
TNN.Updates@	https://twitter.com/TNN_UPDATES	۲۰۱۷	۱۷۷۱
شبکه خبری قبیله- لنکدین	https://www.linkedin.com/company/tribalnewsnetwork/mycompany/	۲۰۱۹	۴۲۹ دنبال کننده
شبکه خبری قبیله- اینستاگرام	https://www.instagram.com/tribal_news_network/	۲۰۲۱	۲۰۷ دنبال کننده
ویسایت TNN اردو	www.tnnurdu.com	۲۰۱۹	۲۹۳۰۰ کاربر
ویسایت انگلیسی TNN	www.tnn.com.pk	۲۰۱۴	۱۲۰۰۰

یک مطالعه کیفی (۲۰۲۱) با مردان و زنان پناهنده افغان در هری پور و صوابی، که توسط یاور ۹۹ انجام شد، نشان داد که رسانه های اجتماعی بزرگترین منبع اطلاعات آنهاست. این امر به ویژه در مورد جوانان صادق است. پناهندگان به کانال های رادیویی خارجی با برنامه های پشتو مانند مشعل رادیو آزادی و دیوا از صدای آمریکا گوش می دهند. واتساپ و فیسبوک نیز برای اطلاعات و ارتباط با خانواده های خود در خارج از کشور استفاده می شوند. آنها به برنامه پشتوی بی سی سی نارا دا و خ ساعت ۸ شب و برنامه پشتو و دری از FM99/۴ توسط پروین رحمتی گوش می دهند. کسانی که تلویزیون دارند (تخمین زده می شود حدود ۲۰٪ باشد) به اخبار PTV و PTV Home (زمینی، تلویزیون دولتی) دسترسی دارند - کسانی که دارای آنتن ماهواره هستند می توانند به کانال های خبری دیگر در پاکستان و افغانستان دسترسی داشته باشند.

رسانه های که بیشتر پناهندگان دنبال می شوند عبارتند از: شمشاد (افغانستان)، رادیو آشنا (صدای آمریکا)، شمال (افغانستان) و جیو (پاکستان). بر اساس بازخوردهای پناهندگان، نیازهای اطلاعاتی آنها به ترتیب اولویت عبارتند از اطلاعات در مورد وضعیت دهات و شهرهایشان در افغانستان، مسائل صحتی، آموزش، مسائل زنان و آگاهی عمومی.

تحقیقات بینندگان/ شنوندگان انجام شده در ولسوالی های پشاور و کوهات خیبر پختونخوا توسط شبکه خبری قبیله ای ۱۴۰ نشان می دهد که تلویزیون و پلتفرم های رسانه های اجتماعی، به ویژه فیس بوک، منابع اصلی اخبار و اطلاعات برای ۷۸ درصد پناهجویان افغان هستند، تا حدی به این دلیل که اخبار و برنامه های اطلاعاتی ضبط شده می توانند هر زمان در رسانه های اجتماعی قابل دسترسی باشد، اگرچه رادیو منبع اطلاعاتی ترجیحی برای ۵۰٪ از پناهندگان است.

مصاحبه ها نشان داد که ۹۴ درصد از پناهجویان افغان تقریباً هر روز (۷ روز در هفته) از منابع رسانه ای برای اخبار و اطلاعات استفاده می کنند. ۸۹٪ ترجیح می دهند این کار را از ساعت ۶ بعد از ظهر تا ۹ شب، ۲۲٪ قبل از ساعت ۶ صبح، ۱۱٪ از ۹ شب تا اواخر شب، ۶٪ از ۶ صبح تا ۹ صبح و ۶٪ ظهر (۱۲ ظهر تا ۳ بعد از ظهر) انجام دهند. این نشان داد که ۲۷ درصد از پناهجویان افغان به منابع رسانه ای بین المللی، ۱۷ درصد به منابع رسانه ای متعلق به افغانستان، ۱۱ درصد به رسانه های اجتماعی و ۹ درصد به منابع رسانه ای متعلق به پاکستان علاقه مند هستند. رسانه های مانند بی بی سی پشتو، مشعل رادیو و رادیو دیوا به خوبی در مورد مسائل افغانستان گزارش می دهند و منابع رسانه های بین المللی معتبر هستند و اخبار و اطلاعات دقیق و موثق در مورد افغان ها را به اشتراک می گذارند.

این مطالعه نشان داد که ۶۷ درصد از پناهجویان افغان "دسترسی آسان به منابع رسانه ای ندارند"، در حالی که برای ۵۶٪ "پیدا کردن برنامه های مرتبط مشکل است". از نظر محتوایی، ۹۴ درصد از شرکت کنندگان به موضوعاتی پیرامون آموزش، ۵۰ درصد مسائل صحتی و ۲۸ درصد ورزش علاقه مند بودند. پشتو و دری زبان های ترجیحی پناهندگان افغان برای برنامه های خبری و اطلاعاتی هستند.

۴/۷ اشکال مرسوم ارتباط در یک نگاه

اگرچه بینندگان تلویزیون، گوش دادن به رادیو، استفاده از اینترنت و رسانه های دیجیتالی در افغانستان محبوبیت پیدا کرده است، اشکال مرسوم ارتباط مانند اعلامیه های مساجد و تبادل اطلاعات با دوستان و خانواده به همان اندازه مهم هستند. بیش از ۸۶ درصد از پاسخ دهندگان از سروی مردم افغانستان^{۱۴۱}، خانواده و دوستان خود را به عنوان منابع اطلاعات در

۱۳۹ توانمندسازی و تقویت صدای پناهندگان، پناهندگان افغان و رسانه ها در پاکستان - نگرانی ها، ترجیحات و چالش ها، بنیاد یاور ۹۹، (۲۰۲۱)

۱۴۰ تحقیق شنوندگان/ بینندگان در مورد پناهندگان افغان، شبکه خبری قبیله ای (TNN) با پشتیبانی DW Akademie (اپریل ۲۰۲۱)

۱۴۱ بنیاد آسیا، ۲۰۱۹. نظر سنجی از مردم افغانستان در دسترس است در: <https://reliefweb.int/sites/reliefweb.int/files/resources/2019_Afghan_Survey_Full-Report.pdf> [Accessed: 17 February 2022]

سال ۲۰۱۹ معرفی کردند. آنها به احتمال زیاد از مناطق دهات (۸۷/۲٪) تا شهری بیشتر بودند، و کسانی که در شمال شرق بودند به احتمال زیاد دوستان و خانواده خود را به عنوان منبع اطلاعات (۹۱/۲٪) معرفی کردند. سایر منابع مرسوم اطلاعات شامل مساجد با ۴۵/۳ درصد و مناطقی بود که بیشترین شیوع را داشت شمال شرق (۵۴/۸ درصد) و شمال غرب (۵۲/۶) و بیشتر مردان (۷۰ درصد) نسبت به زنان (۲۰/۵ درصد) و مسن تر (۵۹/۹٪ ۵۵ سال و بالاتر) بودند.

شوراها/جرگه های اجتماعی نیز مانند مساجد به عنوان منابع اخبار و اطلاعات تلقی می شوند. به طور قابل توجهی در بین مردان (۵۶/۶٪) بیشتر از زنان (۲۱/۲٪) عمومی است.

۴/۸ رسانه و آموزش ژورنالیزم

قبل از اگست ۲۰۲۱، افغانستان یک مرکز آموزشی فعال برای روزنامه نگاری داشت که توسط سازمان های توسعه رسانه های بین المللی حمایت می شد و سالانه حدود ۱۸۰۰ محصل در سطوح مختلف آموزشی فارغ التحصیل می شدند^{۱۴۲}. این شامل ۳۰ مکتب ژورنالیزم است که در دانشگاه های دولتی، خصوصی و دولتی مستقر هستند که تدریس و آموزش تا سطح لیسانس را ارائه می دهند. پوهنتون کابل مدرک ماستری را نیز در رشته ژورنالیزم پیشنهاد می کرد. آموزش های رسانه ای و ژورنالیزم در سطح دیپلم نیز توسط انستیتوت ژورنالیزم کابل و موسسه رسانه نای ارائه گردید. در حالی که برنامه های درسی که در دانشگاه ها تدریس می شود بسیار مرسوم است، موسسه رسانه نای^{۱۴۳} برنامه درسی به روزتری داشت و دوره های کوتاه روزنامه نگاری را ارائه می کرد. در حال حاضر هنوز توسط Deutsche Welle Akademie پشتیبانی می شود. شرایط اقتصادی کنونی و لغو حمایت ها به این معنی است که بسیاری از مؤسسات آموزشی رسانه ها دیگر پایدار نیستند^{۱۴۴}.

<https://medialandscapes.org/country/afghanistan/education/media-development-organisations> ۱۴۲

<https://nai.org.af/> ۱۴۳

مصاحبه های اطلاعات کلیدی برای این تحقیق؛ کارشناسان توسعه رسانه ۱۴۴



این راهنمایی از مجموعه های راهنمای چشم انداز رسانه ای است که چشم انداز رسانه را در کشور های مختلف ترسیم می کند. این راهنماها توسط شبکه CDAC با همکاری DW Akademie و توسط وزارت همکاری اقتصادی و توسعه فدرال پشتیبانی شده است. این پروژه بخشی از ابتکار جهانی "شفافیت و آزادی رسانه - تاب آوری در برابر بحران در همه گیری" است.



© CDAC NETWORK 2022. شبکه CDAC گروه متنوعی از ذینفعان را برای ترویج تفکر نوآورانه، به اشتراک گذاری دانش و تقویت همکاری بین کسانی که به دنبال تعامل و برقراری ارتباط با جوامع آسیب دیده از فجایع هستند، تشکیل می دهد. ثبت شده در شرکت هاوس، بریتانیا. شماره ثبت: 10571501. شماره ثبت شده خیریه انگلستان: 1178168.