افغانستان
میڈیا لینڈ اسکیپ گائیڈ

اپریل ۲۰۲۲

CDAC NETWORK

بحران سے متاثرہ کمیونٹیز کے ساتھ بات چیت کرنا

دیبائچه

یہ گائیڈ میڈیا لینڈ سکیپ گائیڈز کی سیریز میں سے ایک ہے جو مختلف ممالک میں میڈیا کے لینڈ سکیپ کا نقشہ پیش کرتی ہے۔ یہ گائیڈز CDAC نیٹ ورک نے DW Akademie کے تعاون سے تیار کیا ہے اور وفاقی وزارت برائے اقتصادی تعاون اور ترقی سے سپورٹ کیا گیا ہے۔ یہ منصوبہ عالمی اقدام کا حصہ ہے "شفافیت اور میڈیا کی آزادی - وبائی مرض میں بحران سے نمٹنے کی صلاحیت"۔

*CDAC Network نیٹورک **Atefeh Givian** کا شکریہ ادا کرنا چاہتا ہے، ایک کنسلٹنٹ جس نے افغانستان میڈیا لینڈ سکیپ گائیڈ کے لیے تحقیق کی قیادت کی۔ یہ کام میڈیا، حکومت، سول سوسائٹی آرگنائزیشنز (CSOs)، غیر سرکاری تنظیموں (NGOs) اور CDAC نیٹ ورک کے شراکت داروں میں کام کرنے والے افراد اور تنظیموں کے ان پٹ سے ممکن ہوا ہے جنہوں نے تحقیق کے لیے قیمتی رائے فراہم کرنے پر رضامندی ظاہر کی۔*

CDAC کے تمام میڈیا لینڈ اسکیپ گائیڈز پر ایک نظر ڈالیں، جو یہاں پر متعدد زبانوں میں دستیاب ہیں: https://www.cdacnetwork.org/media-landscape-guides

یہ میڈیا لینڈ اسکیپ گائیڈ اکتوبر ۲۰۲۱ اور جنوری ۲۰۲۲ کے درمیان لکھا گیا اور ترمیم کی گیا ہے۔

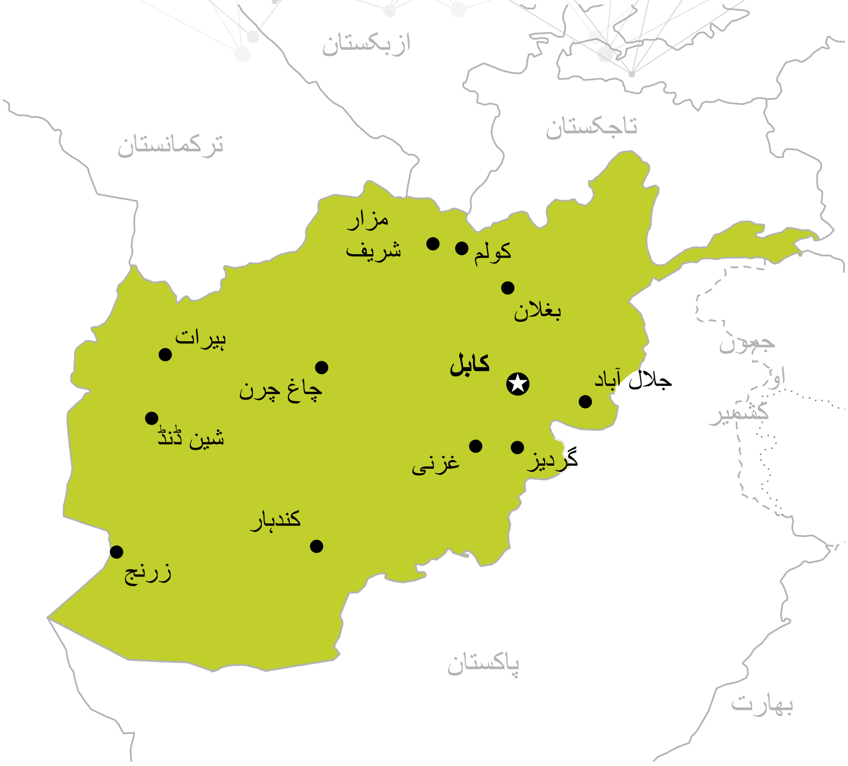
german cooperation
DEUTSCHE ZUSAMMENARBEIT

DW Akademie

CDAC NETWORK
بحران سے متاثرہ کمیونٹیز کے ساتھ بات چیت کرنا

مواد

سیکشن ۱: تعارف	۴
۱/۱ گائیڈ کے متعلق	۴
۱/۲ گائیڈ کیا بتاتا ہے اور اس کی ضرورت کیوں ہے	۵
۱/۳ طریقہ کار	۵
۱/۴ آفات کی تیاری اور بحران رسپانس میں گائیڈ کا ممکنہ کردار	۵
سیکشن ۲: کمیونیکیشن کلچر کا جائزہ	۶
۲/۱ افغانستان میڈیا کا تعارف	۶
۲/۲ میڈیا کا ماحول اور لینڈ اسکیپ	۶
۲/۳ انٹرنیٹ	۸
۲/۴ بنیادی میڈیا ارگنائزیشن	۹
۲/۵ زبانیں اور بولیاں	۱۰
۲/۶ مذہب، نسلی اور اقلیتی گروپس	۱۰
۲/۷ تعلیم اور خواندگی	۱۱
سیکشن ۳: بحران ریسپانس میں میڈیا	۱۲
۳/۱ کویڈ-۱۹	۱۲
سیکشن ۴: میڈیا کا جائزہ	۱۴
۴/۱ میڈیا پر ایک نظر	۱۴
۴/۲ Tv پر ایک نظر	۱۵
۴/۳ پرنٹ میڈیا پر ایک نظر	۱۷
۴/۴ ڈیجیٹل میڈیا پر ایک نظر	۱۸
۴/۵ سوشل میڈیا پر ایک نظر	۱۹
۴/۶ ڈائسپورا اور کراس بارڈر میڈیا -Diaspora & Cross Border Media پر ایک نظر	۲۰
۴/۷ مواصلات کی روایتی شکلوں پر ایک نظر	۲۲



۴/۸ میڈیا اور صحافت اور ٹریننگ ۲۲

سیکشن ایک:

تعارف

۱/۱ گائیڈ کے متعلق

یہ میڈیا لینڈ اسکیپ گائیڈ افغانستان میں میڈیا کا مختصر تصویر فراہم کرتا ہے، جس میں سامعین، پروڈیوسر، کمیونٹی میں مختلف گروپوں کی ترجیحات، کمیونیکیشن کلچر، اور میڈیا سے وابستہ زبانیں شامل ہیں۔ یہ ترقیاتی کاموں میں میڈیا کے کردار، بحران کی تیاری، حالیہ آفات، اور (تحریر کے وقت[1]) جاری کویڈ-۱۹ ردعمل کے بارے میں رائے فراہم کرتا ہے۔ گائیڈ میں میڈیا کے ہر شعبے کا جائزہ بھی دیا گیا ہے جس میں ڈیجیٹل اور سوشل میڈیا، ریڈیو، ٹیلی ویژن، پرنٹ اور ماس کمیونیکیشن کی دیگر روایتی شکلیں شامل ہیں۔

واضح رہے کہ میڈیا کے منظر نامے کی مسلسل بدلتی ہوئی نوعیت کے ساتھ، یہ تمام میڈیا آؤٹ لیٹس اور پلیٹ فارمز کا ایک جامع جائزہ نہیں ہے بلکہ تحریر کے وقت سب سے زیادہ متعلقہ لوگوں کا اسنیپ شاٹ کا خلاصہ ہے۔

گائیڈ کو ایک تعارف کے طور پر لکھا گیا ہے تاکہ تنظیموں اور افراد کو ان کے کام میں میڈیا کے ساتھ مصروف ہونے میں مدد ملے۔ مثال کے طور پر، اسے استعمال کیا جا سکتا ہے:

» کمیونٹی، ڈیولپمنٹ، اور انسان دوست تنظیمیں؛ حکومتی اور لوکل اتاریٹیز؛ غیر سرکاری تنظیمیں (NGO) اور اقوام متحدہ کی امدادی ایجنسیاں تاکہ کمیونٹی ایگیجمنٹ، کمیونیکشن، اوٹ ریچ، اور میسجنگ اور موبیلائزیشن پر میڈیا کے ساتھ کام کریں۔
» ترقیاتی کارکن ڈیزاسٹر کی تیاری میں میڈیا کے ساتھ کام کر کے آفات سے نمٹنے کے لیے سماجی لچک پیدا کر رہے ہیں۔
» امدادی کارکن میڈیا کا استعمال کرتے ہوئے کمیونٹیز کو بحرانوں سے جلد بازیابی میں مل کر کام کرنے میں مصروف ہیں۔
» میڈیا آؤٹ لیٹس (بشمول نیوز آؤٹ لیٹس): مختلف کروپوں کے ساتھ، خاص پر بحرانوں کے دوران اپنے کمیونیکشن اور انگیجمنٹ کو بہتر بنا رہے ہیں۔
» میڈیا ڈیولپمنٹ آرگنائزیشنز: لوگوں کی معیاری معلومات تک رسائی کو بہتر بنانے کے لیے وکالت اور صلاحیت سازی کے کام سے آگاہ کرنا ہوتا ہے اور بہتر رسائی کے ذریعے مزید ترقیاتی اہداف سے ان کو آگاہ کرنا ہوتا ہے۔

---

۱ اکتوبر ۲۰۲۱ اور جنوری ۲۰۲۲

۱/۲ گائیڈ کس چیز کا احاطہ کرتا ہے اور اس کی ضرورت کیوں ہے

یہ سمجھے بغیر کہ معاشرہ کس طرح کمیونیکیٹ کرتا ہے، کسی بھی کمیونیکشن کی کوشش جدوجہد کر سکتی ہے اور ممکنہ طور پر ان لوگوں کی بڑی تعداد سے محروم ہو سکتی ہے جن کے لیے یہ کوششیں مقصود ہیں۔ ترقیاتی منصوبے میں کمیونٹی کے ساتھ کام کرنے کی کوشش کرتے وقت یہ مشکلات پیدا کر سکتا ہے، کسی ہنگامی صورت حال میں، یہ اور بھی بدتر ہو سکتا ہے، کیونکہ آنے والے امدادی آپریشن کے پاس اہم معلومات سے پہلے سامعین کی تحقیق کرنے کا وقت نہیں مل سکتا، جس کے بغیر مواصلات غلط چینلز کا استعمال کر سکتے ہیں اور ان لوگوں کو یاد کر سکتے ہیں جنہیں اس کی ضرورت ہے۔ تاہم، کسی ملک میں میڈیا کو شامل کرکے، آپ ایسے اہم شراکت داروں کو شامل کر رہے ہیں جو کسی بھی ملک کے مواصلاتی منظر نامے کو اچھی طرح جانتے ہیں اور ان کے پاس معلومات کو مؤثر طریقے سے پھیلانے کے ذرائع ہیں۔

اس گائیڈ کا مقصد بات چیت کرنے والوں کے لیے نقطہ آغاز کے طور پر کام کرنا ہے، سب سے زیادہ موثر میڈیا کی نشاندہی کرنا کہ مختلف ڈیموگرافکس کے ساتھ بات چیت کرنے کے لیے استعمال کر سکے۔ موروکو میں میڈیا صارفین اور سامعین کی شناخت کے لیے بہت سے موجودہ وسائل یا تو پرانے ہیں یا دائرہ کار میں محدود ہیں: یہ گائیڈ اس بات کی نشاندہی کرنے میں مدد کرے گا کہ تحریر کے وقت کون سا میڈیا کام کر سکتا ہے اور اس طرح قابل اعتماد، بھروسہ مند اور بروقت معلومات کے مواصلات کو آسان بنانے میں مدد کرے گا، انسانی ہمدردی کے ریسپانس میں حل کے لیے میڈیا کو حصہ بنانے میں مدد دیں۔

۱/۳ طریقہ کار

گائیڈ کے لیے تحقیق اندرون ملک کی گئی ہے اور ایک اندرون ملک ریفرنس گروپ سے مدد لی گئی ہے جس نے رہنمائی، ماہرانہ مشورہ اور معیار کی یقین دہانی فراہم کی۔ تفصیلی ڈیسک جائزہ اور انٹرویوز کے ذریعے معلومات اور ڈیٹا اکٹھا کیا گیا۔ میڈیا تنظیموں، میڈیا ماہرین اور تعلیمی محققین، سرکاری حکام، میڈیا اسٹاف (بشمول پروڈیوسر اور صحافی)، انسانی ہمدردی کی ایجنسیوں، UN ایجنسیوں، اور NGO کے ساتھ انٹرویو کیے گئے ہیں۔

۱/۴ ڈیساسٹر کی تیاری اور بحران کے جواب میں گائیڈ کا ممکنہ کردار

مؤثر، مستقل اور بروقت کمیونیکیشن انسانی ہمدردی کے ردعمل میں اور بحرانوں سے جلد بحالی کے لیے اہم ہے۔ کمیونٹیز، حکام، اور جواب دہندگان کو کسی بھی ڈیسزاسٹر صورت حال اور منصوبہ کی گئی ردعمل سے، اور کسی بھی کارروائی کے بارے میں آگاہ رکھا جانا چاہیے جس کی انہیں ضرورت ہے۔ افواہوں یا غلط معلومات کو دور کرنے کے لیے فعال کمیونیکیشن ضروری ہے، جیسا کہ سامعین کے ساتھ اعتماد کی تعمیر ہے، جسے دو طرفہ کمیونیکشن کے لیے میکانزم تیار کرنے کے ذریعے سہولت فراہم کی جا سکتی ہے۔ میڈیا ابتدائی انتباہ میں بھی ایک فعال کردار ادا کر سکتا ہے جو آبادی اور ردعمل کے رویے پر اثر انداز ہو سکتا ہے اور ممکنہ طور پر کسی آفت کے اثرات کو کم کر سکتا ہے۔

امدادی ردعمل اور آفات کی تیاری کے لیے یہ جاننا ضروری ہے کہ خواندگی کی سطح اور زبان کی ترجیحات کو مدنظر رکھتے ہوئے پسماندہ گروہوں تک پہنچنے کے لیے میڈیا کا بہترین استعمال کیسے کیا جا سکتا ہے۔ کسی بھی بڑھی ہوئی ضروریات، خطرات، اور معلوماتی خلا سے آگاہ ہونا، اور ان کا ازالہ کرنا بھی ضروری ہے۔ اچھی بات چیت کے لیے تخلیقی سوچ، کمیونیکیشن ٹولز، میسج فارمیٹس کو اپنانے کی ضرورت ہوتی ہے۔ موجودہ میڈیا پروفیشنلز کے ساتھ کام کرنے سے اس کو حاصل کرنے میں مدد مل سکتی ہے۔

اس گائیڈ کا مقصد پریکٹیشنرز کو اپنی بات چیت کو بہتر بنانے میں مدد کرنا ہے، خاص طور پر انسانی بنیادوں پر ردعمل کے دوران – چاہے وہ میڈیا میں کام کر رہے ہوں یا اسے متاثرہ کمیونٹیز تک پہنچنے کے لیے استعمال کر رہا ہے۔ مقصد یہ ہے کہ اس کا استعمال کمیونکیشن، پیغام رسانی اور معلومات کی ترسیل کو بہتر بنانے اور مؤثر ردعمل میں حصہ ڈالنے کے لیے کیا جائے۔

کمیونیکیشن کلچر کا جائزہ

۲/۱ عام جائزہ

۲۰۰۱ سے پہلے، افغانستان پر پچھلی طالبان انتظامیہ کی حکومت تھی، جس نے یکطرفہ طور پر اکثریتی میڈیا کی اقسام پر پابندی لگا دی تھی یا سنسر کر دیا تھا۔ ۲۰۰۱ میں اس پہلی طالبان انتظامیہ کا تختہ الٹنے کے بعد، میڈیا کا شعبہ عدم تحفظ اور عدم استحکام کے مسائل کے باوجود ترقی کرتا رہا۔ تقریباً ۲۰ سال بعد، ۱۵ اگست ۲۰۲۱ کو، مغربی افواج کے انخلاء کے بعد طالبان نے دوبارہ کنٹرول حاصل کر لیا۔ قبضے کے بعد کے مہینوں میں، طالبان نے تیزی سے افغانستان کو ایک اسلامی ریاست کے طور پر بحال کیا، ان کے اختیارات پر زور دینے کے لیے نئی قانون سازی متعارف کرائی؛ اس کی وجہ سے بین الاقوامی عطیہ دہندگان کی طرف سے زیادہ تر فنڈنگ معطل ہو گئی۔ ملک کے سیاسی منظر نامے اور اقتصادی چیلنجوں میں بنیادی تبدیلیوں کے علاوہ، افغانستان نے بیک وقت عالمی کووِڈ-۱۹ وبائی امراض، دائمی غربت اور خشک سالی کے جاری اثرات کا تجربہ کیا، یہ تمام عوامل انسانی بحران میں معاون ہیں[۲]۔ ۲۰۲۱ کے موسم سرما میں درجہ حرارت کو خطرناک حد تک سردی اور بھوک کی سطح کے طور پر بیان کیا گیا ہے جیسا کہ UNHCR کے ذریعہ واقعی ناقابل یقین، جس نے مزید کہا کہ ۳/۵ ملین سے زیادہ لوگ اندرونی طور پر بے گھر ہو چکے ہیں اور ۲/۲ ملین سے زیادہ لوگ پڑوسی ممالک جیسے کہ ایران اور پاکستان فرار ہو چکے ہیں[۳]۔

طالبان حکومت کی اصلاح نے فنکارانہ اظہار اور پروگرامنگ کی لبرل شکلوں میں ڈرامائی کمی دیکھی ہے۔ تفریحی شوز کو تعلیمی، صحت اور مذہبی عقائد پر معلوماتی پروگراموں کے ساتھ بدل دیا گیا ہے۔ تاہم، اس تبدیلی سے حکام کی جانب سے فضائی مصروفیات میں بھی اضافہ ہوا ہے۔ زیادہ تر پروگرام سامعین کو سرکاری مہمانوں، اکثر صحت اور مذہب کے ماہرین کے ساتھ مشغول ہونے اور بات چیت کرنے کا موقع فراہم کرتی ہے۔

دو طرفہ مواصلات کی اس شکل میں منتقل ہونے والے مقبول اسٹیشن کی ایک مثال ریڈیو جوانان ہے، جو ایک تجارتی اسٹیشن ہے جو کابل سے ۹۷/۵ ایف ایم پر نشر ہوتا ہے[۴]۔ اس اسٹیشن کا مقصد دری اور پشتو دونوں زبانوں میں ۱۵-۳۰ سے کم عمر کے آبادی کے لحاظ سے ہے۔ ان کے روزمرہ کے پروگراموں میں سے ایک پریزینٹر ہے جسے طالبان کے ایک نمائندے سامعین کی کالیں لینے کے لیے جوائن کیا ہوا ہے، جس پر پینل تفصیل سے بات کرتا ہے۔ یہ مسائل ازدواجی یا گھریلو مسائل سے لے کر خاندانی جھگڑے، غربت اور مذہبی مسائل سے متعلق ہیں۔

یہاں پر ایک مہمان ماہرین اور طالبان کے نمائندوں میں فرق ہے، جہاں صحت، قانون یا سائنس کے پیشہ ور افراد کی رائے تعلیمی قابلیت پر مبنی ہو، طالبان کے نمائندوں کی اسناد کم قابلیت کے حامل ہیں، اور وہ نظریاتی انداز میں رائے یا فیصلوں کا اظہار پیش کرتے ہیں۔ طالبان کی طرف سے مناسب نہ سمجھے جانے والے موضوعات کا احاطہ کرنے کی بہت کم آزادی کے ساتھ، یہاں پر حدود ہوتی ہے کہ جس پر بحث کی جائے[۵]۔

۲/۲ میڈیا کا ماحول اور لینڈ اسکیپ

اس پورے عرصے میں سیکیورٹی نہ ہونے کے باوجود، ۲۰۲۱ میں طالبان کے قبضے سے پہلے، افغانستان میں میڈیا ۲۰۰۱ اور ۲۰۲۱ کے درمیان مسلسل ترقی کرتا رہا۔ اس کی حمایت نسبتاً فراخ بین الاقوامی مالی امداد سے ہوئی۔ سیکیورٹی نہ ہونے کے باوجود میڈیا کی ترقی کی ایک مثال ۲۰۱۸ میں درج ذیل متضاد واقعات سے دیکھی جا سکتی ہے۔ ۲۰۱۸ میں معلومات تک رسائی کمیشن، جو کہ ۲۰۱۸ معلومات تک رسائی کے قانون کے تحت قائم کیا گیا ہے، "رجسٹرڈ شکایات کو حل کرنے، عوامی آگاہی، مہمات، معلومات کے دفاتر کی تخلیق، اور نگرانی، اور صلاحیت سازی کے پروگرام" کے ذریعے تبدیلی لائی گئی[۶]۔ اس کے علاوہ، ۲۰۱۸ تک، سرکاری میڈیا اینڈ انفارمیشن سینٹر نے ۳,۰۰۰ سے زیادہ افراد کو تربیت دی تھی۔ اگرچہ ۲۰۱۸ میڈیا کے خلاف بے مثال دشمنی کا سال بھی تھا، اور ٹارگٹ حملوں کے نتیجے میں ۱۳ صحافی اور دو میڈیا ورکرز ہلاک ہوئے، اسے ۲۰۰۱ کے بعد میڈیا کے لیے سب سے مہلک سال قرار دیا گیا ہے[۷]۔

ان دباؤ سے نمٹنے والے میڈیا کارکنوں کے لیے کچھ امدادی خدمات ابھی بھی کام کر رہی ہے۔ افغان جرنلسٹس سیفٹی کمیٹی Afghan Journalists Safety Committee (AJSC) ایک آزاد، غیر منافع بخش تنظیم ہے جو "صحافیوں کے تحفظ اور حقوق کی ترقی کے لیے کام کر رہی ہے"۔ یہ صحافیوں اور میڈیا ورکرز کے لیے خدمات فراہم کرتی ہے، بشمول ۷/۲۴ ہاٹ لائن، تربیت، وکالت، قانونی مدد، نفسیاتی مدد، اور خواتین صحافیوں اور میڈیا ورکرز کے لیے موزوں مدد۔

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

۳ https://www.unhcr.org/uk/afghanistan.html

۴ http://jawanan.fm/

۵ اس ریسرچ کے لیے اہم مخبر کے انٹرویوز، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲

۶ ایشیا فاؤنڈیشن Asia Foundation، ۹۱۰۲۔ افغان عوام کا سروے۔ دستیاب ہے:
<https://reliefweb.int/sites/reliefweb.int/files/resources/2019_Afghan_Survey_Full-Report.pdf> [۷۱ فروری ۲۲۰۲ کو حاصل کی گئی رسائی]۔

۷ https://rsf.org/en/afghanistan

اگرچہ وہ کابل میں مقیم ہیں، لیکن AJSC افغانستان کے تمام ۳۴ صوبوں میں اپنی موجودگی برقرار رکھے ہوئے ہے۔

اگست ۲۰۲۱ میں طالبان کے اقتدار میں آنے کے بعد میڈیا کے ماحول میں مزید زبردست تبدیلی دیکھنے میں آئی ہے۔ سینکڑوں میڈیا ادارے اور کمپنیاں بند ہو چکی ہیں، جن میں صحافیوں کی تعداد میں قابل ذکر جنیستی خلا ہے جنھوں نے اپنی ملازمتیں کھو دی ہیں، ۷۲٪ خواتین صحافی کام کرنے سے قاصر ہیں، اور خود کار سنسر شپ میں اضافہ ہوا ہے۔ بہرحال، ۲۰۲۱ کی نئی طالبان انتظامیہ نے کہا ہے کہ وہ "میڈیا کے کردار کی اہمیت کو تسلیم کرتے ہیں"[۸]۔ طالبان کے اقتدار پر قبضے کے بعد ہنگامہ خیز دور میں میڈیا کے شعبے کو جاری رکھنے کی حوصلہ افزائی کرنے کی کوشش میں، طالبان کے گورنمنٹ میڈیا اینڈ انفارمیشن سینٹر Taliban's Government Media and Information Centre (GMIC) کے عبوری ڈائریکٹر نے ستمبر ۲۰۲۱ میں ملک کے لیے میڈیا کے نئے ضوابط کا اعلان کیا تھا[۹]۔ بہرحال، قانون سازی میں بیان کردہ مضامین، خاص طور پر اصطلاحات کے لیے آپریشنل تعریفوں کی کمی، کو میڈیا آؤٹ لیٹس کے لیے متضاد اور ناقابل عمل سمجھا جاتا ہے، صحافیوں اور میڈیا تنظیموں کا کہنا ہے کہ حکام بہت کم معلومات فراہم کرتے ہیں اور انہیں کہا جاتا ہے کہ وہ نائب وزیر برائے ثقافت سے رجوع کریں[۱۰]۔

مزید، طالبان کی وزارت برائے فروغ فضیلت اور نائب کی روک تھام نے نومبر ۲۰۲۱ میں ایک ہدایت جاری کی، جس میں خواتین صحافیوں کے لیے حجاب کو لازمی قرار دیا گیا اور "خواتین اداکاروں پر مشتمل سوپ اوپیرا یا ڈراموں" پر پابندی عائد کی گئی[۱۱]۔ میڈیا میں خواتین کی شمولیت اور شرکت کی حد طالبان کے اس بیان سے اور بڑھ گئی ہے کہ اس طرح کی ہدایات ایک ذمہ داری کے بجائے مذہبی رہنما اصول ہیں، کنفوز کرنا کہ کیا ہے، یا آگے اس کی اجازت نہیں ہے۔ طالبان کے سخت اسلامی قانون کی پابندی کے پیش نظر، آبادی انتقام کے خوف سے اس طرح کے رہنما اصولوں کی خلاف ورزی سے خود کو روکتی ہے۔

قانون سازی میں وضاحت کی کمی، خواتین کی شمولیت، اور قانون سازی کو کس طرح نافذ کیا جائے گا سے متعلق مسائل خود سنسرشپ میں اضافہ کا باعث بنے ہیں[۱۲]۔ خود کار سنسر شپ کے نتیجے میں ٹی وی اور ریڈیو پروگرامنگ میں ایک بڑی تبدیلی آئی ہے، جس میں موسیقی اور تفریح میں نمایاں کمی ہوئی ہے اور تعلیمی اور اسلامی مواد میں اضافہ ہوا ہے جیسے کہ ماہر مہمانوں کے ساتھ فون پر پروگرام۔ یہ شوز شام ۴:۰۰ PM بجے براہ راست نشر کیے جاتے ہیں اور محدود لیکن کسی حد تک موثر دو طرفہ مصروفیات کی اجازت دینے کے لیے پورے افغانستان میں مقبول ہو گئے ہیں۔ ایک مشہور پروگرام Khate Moshawere (کنسلٹیشن لائن) کے نام سے صرف صحت سے متعلق موضوعات پر فوکس کرتا ہے اور سامعین کے سوالات کے لیے ماہرانہ مشورہ فراہم کرتا ہے۔ صحت کی دیکھ بھال کا نظام تباہی کے دہانے پر ہے اور زیادہ تر آبادی صحت کی دیکھ بھال تک رسائی کے متحمل نہیں ہے، یہ تعلیمی ڈسکشن شوز صحت کی معلومات حاصل کرنے کا ایک قابل رسائی طریقہ بھی بن چکا ہے، کیونکہ صحت کی مزید سہولیات فنڈنگ، طبی سامان اور وسائل کی کمی کے ساتھ جدوجہد کر رہی ہیں۔

نئی قیادت کی طرف سے نافذ کردہ پالیسیوں اور قانون سازی نے ملک بھر میں میڈیا کے مختلف اداروں کے لیے تجارتی اور پروگرامنگ میں رکاوٹیں بھی کھڑی کر رکھی ہے۔ افغانستان میں بڑھتے ہوئے معاشی عدم استحکام کے اثرات کو برداشت کرنے سے قاصر چینلز کو غیر معینہ مدت کے لیے بند کر دیا گیا ہے۔ رپورٹرز وداؤٹ بارڈرز Reporters Without Borders (RSF) اور افغان انڈیپنڈنٹ جرنلسٹس ایسوسی ایشن Afghan Independent Journalists Association (AIJA) کے دسمبر ۲۰۲۱ میں شائع ہونے والے ایک سروے میں "کل ۲۳۱ میڈیا آؤٹ لیٹس" کی بندش کی اطلاع دی گئی، جس کے نتیجے میں "۶,۴۰۰ سے زیادہ صحافیوں کی ملازمتیں ختم ہوئیں"[۱۳]۔ مزید خاص طور پر، ۵۱ ٹی وی اسٹیشن، ۱۳۲ ریڈیو اسٹیشن، ۴۹ پرنٹ، اور ۴۱ آن لائن میڈیا آؤٹ لیٹس نے ۱۵ اگست ۲۰۲۱ سے ۲ فروری ۲۰۲۲ کے درمیان کام بند کر دیا ہے۔ بندش کی وجوہات کی نشاندہی کی گئی ہے "مالی وسائل، معلومات تک رسائی کی کمی، پروگراموں کی پابندیاں، سیکورٹی اور خطرات"[۱۴]۔ انٹرنیشنل فیڈریشن آف جرنلسٹس International Federation of Journalists (IFJ) کے تعاون سے فروری ۲۰۲۲ میں افغانستان نیشنل جرنلسٹس یونین Afghanistan National Journalists Union (ANJU)، کے ذریعے فعال اور غیر فعال میڈیا آؤٹ لیٹس کے حالیہ تجزیے میں بتایا گیا کہ افغانستان میں اب بھی ۳۰۵ میڈیا آؤٹ لیٹس فعال طور پر کام کر رہے ہیں[۱۵]، ۸۱ ٹیلی ویژن اسٹیشن، ۱۶۱ ریڈیو اسٹیشن، ۲۰ پریس تنظیمیں اور ۴۳ آن لائن آؤٹ لیٹس پر مشتمل ہے۔

۱۵ اگست ۲۰۲۱ کے واقعات کے بعد مالی اور سیاسی عدم استحکام نے پرنٹ میڈیا کو سب سے زیادہ متاثر کیا ہے[۱۶]۔ بتایا جاتا ہے کہ ۱۱۴ میں سے صرف ۲۰ آؤٹ لیٹس کام کر رہے ہیں[۱۷]۔ اگرچہ میڈیا کی پیداوار میں کمی آئی ہے، ریڈیو اور مواصلات کی مزید روایتی شکلیں، جیسے کہ مسجد کے اعلانات، منہ بولے الفاظ اور مذہبی رہنما، انتہائی پسماندہ اور ناقابل رسائی کمیونٹیوں تک رسائی کرتے رہتے ہیں۔

---

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-11-journalism-rules-imposed-taliban-open-way-censorship-and-arbitrary-decisions-rsf
۱۰ اس تحقیق کے لیے اہم مخبر کے انٹرویوز: میڈیا اسٹاف، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲
۱۱ https://www.dw.com/en/afghanistan-taliban-issue-guidelines-against-women-actors/a-59895874
۱۲ اس تحقیق کے لیے اہم مخبر کے انٹرویوز: جرنلسٹ، 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://tolonews.com/afghanistan-176581

ریڈیو کے مقابلے ٹیلی ویژن کی مقبولیت گزشتہ سالوں کے مقابلے آبادی میں مسلسل بڑھ رہی ہے،جس کی وجہ ملک کے الیکٹریکل انفراسٹرکچر میں بہتری کی جا سکتی ہے۔ اس پیش رفت نے انٹرنیٹ کے استعمال کو بھی متاثر کیا ہے[۱۸]، آن لائن رسائی تیزی سے بہتر ہو رہی ہے، ۲۰۲۱ میں صارفین کی تعداد ۹۹۶,۰۰۰ بتائی گئی ہے، پچھلے سال کے مقابلے میں ۱۳٪ فیصد اضافہ ہوا ہے[۱۹]۔ یہ نمایاں اضافہ اس بات کی نشاندہی کرتا ہے کہ افغانستان کی زیادہ آبادی آن لائن مواد دیکھ رہی ہے اور اس میں مشغول ہے، خبروں اور معلومات کے لیے پہلے رسائی حاصل کی گئی میڈیا کی دوسری اقسام کو تبدیل کرنا یا ان کی تکمیل کرنا۔

۲/۳ انٹرنیٹ

افغانستان میں انٹرنیٹ کی رسائی اب بھی نسبتاً کم ہے، ۲۰۲۱ میں تقریباً ۲۲٪ فیصد[۲۰]، لیکن ۲۰۰۶ سے ۱/۱٪ فیصد پر بیس گنا اضافہ ہوا۔ سب سے زیادہ مقبول آن لائن سرگرمیوں میں سوشل میڈیا شامل ہے، جس کے ۲۰۲۱ میں تقریباً ساڑھے چار ملین صارفین ہیں، پچھلے سال کے مقابلے میں ۲۲٪ فیصد اضافہ ہوا ہے۔

انٹرنیشنل ٹیلی کمیونیکیشن یونین International Telecommunication Union (ITU) نے اطلاع دی ہے کہ ۲۲٪ آبادی ۲۰۱۹ میں LTE/WiMAX موبائل ڈیٹا نیٹ ورک کے ذریعے کور کی گئی تھی، جبکہ ۶۰٪ آبادی 4G/a3G موبائل نیٹ ورک کے ذریعے کور کی گئی، ۲۰۱۳ سے ۳۰٪ اضافہ ہوا[۲۱]۔

ٹیبل ۱: ITU کی جانب سے موبائل براڈ بینڈ ڈیٹا[۲۲]

موبایل براڈبینڈ	۲۰۱۵	۲۰۱۶	۲۰۱۷	۲۰۱۸	۲۰۱۹
موبائل براڈبینڈ سبسکرپشنز	۱٬۹۱۰	۴٬۶۶۹	۵٬۷۰۰	۶٬۹۹۷	۷٬۳۱۰
ڈیٹا اور وائس موبائل براڈ بینڈ سبسکرپشنز	۱٬۹۱۰	۴٬۶۶۹	۵٬۵۱۹	۵٬۹۴۰	-
صرف-ڈیٹا موبائل براڈ بینڈ سبسکرپشنز	-	-	۱۸۱	۱٬۰۵۷	۳٬۵۴۶
فی ۱۰۰ باشندوں کے لیے موبائل-براڈبینڈ سبسکرپشنز	۵/۵۵	۱۳/۲۰	۱۵/۷۰	۱۸/۸۲	۱۹/۲۲
آبادی کم از کم ایک 3G موبائل نیٹ ورک کور کرتا ہے	٪۳۲	٪۲۴	٪۴۶	٪۵۵	٪۶۰
کم از کم ایک LTE/WiMAX نیٹ ورک کو کور کرنے والی آبادی	-	-	٪۴	٪۷	٪۲۲

ان کی ۲۰۱۷ میسرنگ دی انفارمیشن سوسائٹی Measuring the Information Society Report رپورٹ میں، ITU نے نوٹ کیا کہ "سیکیورٹی، اقتصادی اور جغرافیائی چیلنجوں کے باوجود"، افغانستان نے موبائل کنکشن کے ذریعے آبادی تک [انٹرنیٹ] رسائی کو بڑھانے میں اہم پیش رفت کی ہے[۲۳]۔

ایشیا فاؤنڈیشن Asia Foundation کی جانب سے ۲۰۱۹ کے سروے میں نوجوان اور بہتر تعلیم یافتہ افراد کی نشاندہی کی گئی ہے کہ وہ خبروں اور معلومات کے لیے انٹرنیٹ تک رسائی کے زیادہ امکانات رکھتے ہیں۔ مزید برآں، جن لوگوں کے گھر میں موبائل فون تھا ان میں سے ۴۶/۳٪ فیصد کے پاس انٹرنیٹ کنکشن تھا، جو چار سال پہلے کے محض ۲۵/۵٪ کے مقابلے میں نمایاں اضافہ کو ظاہر کرتا ہے۔

ایشیا فاؤنڈیشن نے خطے کے لحاظ سے انٹرنیٹ کے استعمال کا بھی تجزیہ کیا، اور حیرت انگیز طور پر وسطی/ کابل خطہ ۲۵/۸٪ کے ساتھ سب سے زیادہ تھا، اس کے بعد افغانستان کا جنوب مشرقی، ۱۸/۳٪ کے ساتھ انٹرنیٹ کے استعمال کی سب سے کم شرح ۲/۹٪ کے ساتھ وسطی/ہائی لینڈز Central/Highlands کا علاقہ ہے۔

جنوری ۲۰۲۱ میں موبائل فون کنکشنز کی تعداد ۲۷ ملین تھی جو کل آبادی کے ۶۸/۷٪ کے برابر ہے اور پچھلے سال کے مقابلے میں ۳۸,۰۰۰ کا اضافہ ہوا ہے[۲۴]۔ موبائل فون کی ملکیت سے متعلق ڈیٹا کا آخری بار ایشیا فاؤنڈیشن Asia Foundation نے ۲۰۱۹ میں جائزہ لیا تھا اور اس میں مسلسل اضافہ رپورٹ کیا گیا تھا، ۹۱/۴٪ گھرانوں کے پاس کم از کم ایک موبائل فون رکھتا تھا۔

اس وقت افغانستان میں کام کرنے والی سرفہرست ٹیلی کمیونیکیشن اور انٹرنیٹ سروس فراہم کرنے والی کمپنیاں ذیل میں شامل ہیں۔

Etisalat - بین الاقوامی ٹیلی کمیونیکیشن کمپنی اتصالات گروپ کی ۱۰۰٪ ملکیتی ذیلی کمپنی، ۲۱ صوبوں میں 3G کوریج رکھتی ہے اور ۳۴ صوبوں اور دو سو سے زیادہ اضلاع میں وائس اور ڈیٹا سروسز فراہم کرتی ہے[۲۵]۔

Roshan - ٹیلی کام ڈویلپمنٹ کمپنی افغانستان لمیٹڈ لائیبلٹی کمپنی کا حصہ، ان کا نیٹ ورک تمام "۳۴ صوبوں پر

۱۸ اس تحقیق کے لیے اہم مخبر کے انٹرویوز: ٹیلی کمیونیکیشن ریسرچر، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲
۱۹ https://datareportal.com/reports/digital-2021-afghanistan
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

محیط ہے اور افغانستان کی ۹۱٪ سے زیادہ آبادی تک پہنچتا ہے" [۲۶]، تقریباً چھ ملین ایکٹو سبسکرائبرز کے ساتھ۔

Salaam - افغان ٹیلی کام کمپنی کے تحت کام کرنے والی ایک سرکاری ٹیلی کمیونیکیشن کمپنی، جس کا مقصد پورے افغانستان میں سستی آواز اور ڈیٹا سروسز فراہم کرنا ہے اور اس نے ۲۰۲۰ میں کابل میں 4G سروسز شروع کی[۲۷]۔

Afghan Wireless - افغانستان کی پہلی کمرشل موبائل کمیونیکیشن کمپنی کا کہنا ہے کہ افغانستان کے دور دراز علاقوں میں ان کے پاس [۲۸] "۱۰۲۷ بیس اسٹیشن اور اضافی ٹرانسمیشن کی صلاحیت" ہے۔

MTN - افریقہ کی سب سے بڑی ٹیلی کام کمپنی MTN گروپ کا حصہ[۲۹]، اور ۴۰٪ شیئر کے ساتھ افغانستان میں مارکیٹ لیڈر ۔ بتایا جاتا ہے کہ کمپنی افغانستان میں اپنے کاروبار کے لیے ممکنہ خریداروں کے ساتھ بات چیت کر رہی ہے[۳۰]۔

انٹرنیٹ کے استعمال میں نمایاں اضافے کے باوجود، رسائی ایک رکاوٹ بنی ہوئی ہے۔ متضاد اور کمزور سگنلز، وقفے وقفے سے کوریج اور انتہائی سست کنکشنز کی رپورٹیں انٹرنیٹ صارفین کو درپیش عام مسائل ہیں۔ مزید، انٹرنیٹ ڈیٹا کی قیمت زیادہ تر صارفین کے لیے مہنگی بتائی جاتی ہے[۳۱]۔ اوسطاً، 1GB انٹرنیٹ ڈیٹا کی قیمت فراہم کنندہ پر منحصر ہے، ۱۵۰ افغانی سے ۲۵۰ افغانی روپیہ ہے۔ ماہانہ پیکجز بھی ہیں جنہیں 4GB ڈیٹا (۴۹۹ افغانی) اور 10GB ڈیٹا (۹۹۹ افغانی) کے لیے فعال کیا جا سکتا ہے[۳۲]۔ افغانستان میں ۲۰۲۲ میں ایک سرکاری کارکن کے لیے کم از کم اجرت سرکاری ملازمین کا ۵,۰۰۰ افغانی ماہانہ بتائی گئی، اور نجی شعبے کے کارکنوں کے لیے کوئی کم از کم اجرت نہیں ہے[۳۳]۔

۲/۴ اہم میڈیا کی تنظیمیں

افغانستان میں میڈیا کی اہم تنظیمیں ذیل میں درج ہیں، جن میں سب سے زیادہ مقبول چینلز اور سٹیشنز ہیں جو ان کے مالک ہیں اور ان کا انتظام کرتے ہیں۔

MOBY GROUP ایک آزاد میڈیا کمپنی ہے جس میں پورے افغانستان میں ٹیلی ویژن نشریات، میڈیا ٹیکنالوجی، اور اشتہاری خدمات ہیں۔ تجارتی کمپنی کے زیر ملکیت میڈیا آوٹ لیٹس میں شامل ہیں:

- **TOLO TV** - خبروں اور تفریح کے لیے معروف ٹیلی ویژن چینل (دری)
- **TOLOnews** - افغانستان کا پہلا ۲۴ گھنٹے نیوز چینل (دری اور پشتو)
- **LEMAR TV** - TOLO TV (پشتو) کا نیوز اینڈ انٹرٹینمنٹ سسٹر اسٹیشن
- **Arman FM** - پہلا عام تفریحی تجارتی ریڈیو اسٹیشن (دری)
- **Arakozia FM** - افغانستان کا پہلا ٹاک ریڈیو اسٹیشن (پشتو)
- **Darya** - لائیو اور آن ڈیمانڈ تفریحی شوز کے ساتھ ایک آن لائن سٹریمنگ سروس (دری اور پشتو)

KILLID GROUP - ایک آزاد میڈیا کمپنی جو ۲۰۰۲ میں ڈیولپمنٹ اینڈ ہیومینٹیرین سروسز فار افغانستان Development & Humanitarian Services for Afghanistan (DHSA) کے ذریعے قائم کی گئی تھی۔ تجارتی کمپنی کے زیر ملکیت میڈیا آوٹ لیٹس میں شامل ہیں:

- **Radio Killid Network** - کابل، مزار شریف، قندھار، جلال آباد، غزنی، خوست اور ہرات میں مقامی اسٹیشنوں کے ساتھ کام کیا گیا[۳۴]
- **Publishing** - Killid اور Mursal ہفتہ وار خواتین کے رسالے[۳۵]

SALAM WATANDAR - قومی ریڈیو سروس "افغانستان بھر میں ۵۳ افغانوں کے زیر ملکیت اور چلنے والے ریڈیو اسٹیشنوں کے نیٹ ورک" کو تفریح، خبریں اور معلوماتی پروگرام فراہم کرتی ہے[۳۶]۲۰۰۳ میں Internews کے ذریعے قائم کیا گیا، جسے USAID کے آفس آف ٹرانزیشن انیشی ایٹو سے تعاون حاصل ہے[۳۷]

NATIONAL RADIO-TELEVISION AFGHANISTAN (NRTA) - سرکاری نشریاتی ادارہ کابل اور ۳۲ صوبوں میں کام کرتا ہے۔ ان کے سب سے مشہور اسٹیشنوں میں شامل ہیں:

---

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
۳۱ اس ریسرچ کے لیے اہم مخبر کے انٹرویوز، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲
۳۲ اہم مخبر کے انٹرویوز: جرنلسٹ، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲
۳۳ https://www.minimum-wage.org/international/afghanistan
۳۴ https://tkg.af/english/2010/04/22/about-us/
۳۵ اس بارے میں کوئی معلومات نہیں کہ آیا رسالے اب بھی شائع اور تقسیم کیے جا رہے ہیں
۳۶ https://www.usaid.gov/news-information/fact-sheets/salam-watandar-radio-service
۳۷ https://assets.publishing.service.gov.uk/media/57a08a8de5274a31e0000672/bbc_media_action_afghanistan_is_in_transition.pdf

- **National Television Afghanistan** - قومی ٹیلی ویژن سروس، زمینی ریلے اور سیٹلائٹ کے ذریعے نشر کی جاتی ہے (دری اور پشتو)
- **RTA Sports Live** - نیشنل ٹیلی ویژن افغانستان کا ذیلی چینل، کھیلوں کی نشریات
- **National Television Afghanistan Education** - قومی ٹیلی ویژن افغانستان کا ذیلی چینل تعلیمی مواد نشر کرتا ہے
- **Radio Afghanistan** - قومی ریڈیو اسٹیشن (دری اور پشتو)

BAYAT GROUP – افغانستان کی سب سے بڑی نجی کمپنیوں میں سے ایک ہے جو ٹیلی کام، میڈیا آؤٹ لیٹس (ریڈیو اور ٹیلی ویژن)، تیل اور توانائی کی کمپنیوں، انسان دوستی، اور ٹیکنالوجی میں دلچسپی رکھتی ہے[۳۸]۔ متعلقہ کمپنیاں اور آؤٹ لیٹس میں شامل ہیں:

- **Afghan Wireless** - افغانستان میں پہلی تجارتی اور وائرلیس کمیونیکیشن کمپنی۔ Bayat Group (۸۰٪) اور Afghan Ministry of Communications (۲۰٪) کے درمیان مشترکہ منصوبہ[۳۹]
- **Ariana Television Network (ATN)** - نجی ٹیلی ویژن اور ریڈیو نیٹ ورک جو کابل میں واقع ہے، اور اس میں اسٹیشنز اور چینلز جیسے Ariana Television, Ariana News, Ariana FM ۹۳/۵ اور Ariana News FM ۱۰۰/۲ شامل ہیں۔ ATN کا مواد معلومات اور تفریح پر مرکوز ہے جو افغانستان کی روایات اور ثقافت کو دوبارہ زندہ کرتا ہے[۴۰]۔

ہزاروں افغانوں کے پڑوسی ممالک میں فرار ہونے کے ساتھ[۴۱]، ایران اور پاکستان میں افغان سامعین کے لیے میڈیا آؤٹ لیٹس نے افغان سامعین کے لیے سرحد پار خدمات فراہم کی ہیں۔ ان آؤٹ لیٹس پر سیکشن چار (۴/۳) کے Diaspora اور Cross-border Media کے باب میں بحث کی جائے گی۔

۲/۵ زبان اور بولیاں

افغانستان کے لیے Clear Global کے لینگوئج ڈیٹا کے مطابق[۴۲]، بولی جانے والی زبانوں کی تعداد ۴۰ سے ۵۹ کے درمیان ہے، بشمول دری (۷۷٪ آبادی بولتی ہے) اور پشتو (۴۸٪ آبادی بولتی ہے) بطور سرکاری اور سب سے زیادہ بولی جانے والی زبانوں کے طور پر۔ سرکاری زبانوں کے علاوہ، دیگر قابل ذکر زبانوں کے گروپوں میں ازبکی (۱۱٪)، انگریزی (۶٪)، ترکمانی (۳٪)، اردو (۳٪)، پشائی (۱٪)، نورستانی (۱٪)، عربی (۱٪)، اور بلوچی (۱٪) شامل ہیں۔ دری اکثر افغانستان میں مختلف زبانیں بولنے والوں کے درمیان ایک مشترکہ زبان کے طور پر کام کرتی ہے۔ دری کے اندر متعدد بولیاں ہیں، اگرچہ عام طور پر وہ زبان بولنے والوں کے لیے باہمی طور پر قابل فہم ہوتی ہیں[۴۳]۔

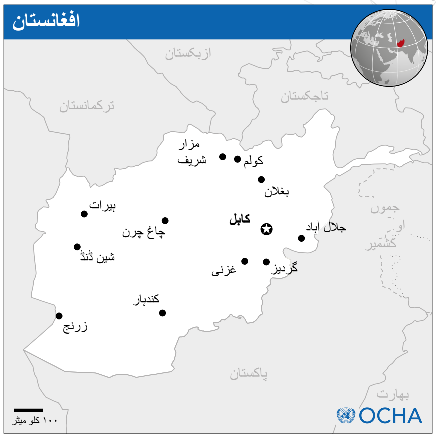
کچھ کمیونٹی ریڈیو پارٹنرز کے علاوہ، قومی میڈیا تنظیمیں اقلیتی زبانوں کے لیے چند پروگرام پیش کرتی ہیں اور بنیادی طور پر دری اور پشتو پر توجہ مرکوز کرتی ہیں۔ لہٰذا، اگرچہ میڈیا آؤٹ لیٹس شمولیت کے لیے دری اور پشتو میں نشریات پیش کرنے کی کوشش کرتے ہیں، لیکن اقلیتی برادریوں کو جن میں سے کسی بھی زبان کی محدود تفہیم ہے، اس میں شامل نہیں ہیں۔ یہ نوٹ کرنا بھی ضروری ہے کہ اقلیتی زبانیں اکثر خواتین کے لیے واحد مقامی زبان ہوتی ہیں۔ ان کے گھر میں، دور دراز دیہاتوں میں اور تجارت میں ملوث نہ ہونے کا امکان زیادہ ہوتا ہے۔

۲/۶ مذہب، نسل اور اقلیتی گروہ

افغانستان میں نسلی گروپوں کی تقسیم کے بارے میں فی الحال کوئی قابل اعتماد ڈیٹا موجود نہیں ہے۔ تاہم، اقلیتی حقوق کے اشتراک کردہ پچھلے تخمینے کے مطابق آبادی کو ۴۲٪ پشتون، ۲۷٪ تاجک، ۹٪ ہزارہ، ۹٪ ازبک، ۳٪ ترکمان، ۲٪ بلوچی کے طور پر تقسیم کیا گیا ہے، اور بقیہ ۸٪ کو دیگر گروپوں جن میں پشائی، نورستانی، ایماق، عرب، قرغیز، قزلباش، گجر، اور براہووی، دیگر نسلیں شامل ہیں[۴۴]۔ قابل غور بات یہ ہے کہ جنوبی اور مشرقی افغانستان سے تعلق رکھنے والے کو کوچیز یا کوچنی پشتون خانہ بدوش کہتے ہیں، جن کی تعداد تقریباً ۲۰ لاکھ بتائی جاتی ہے اور ان کا شمار ملک کے غریب ترین اور پسماندہ گروپوں میں ہوتا ہے[۴۵]۔

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's%20traditions%20and%20culture.
۴۱ https://reporting.unhcr.org/document/1350
۴۲ https://translatorswithoutborders.org/language-data-for-afghanistan#:~:text=In%202020%20Translators%20without%20Borders,are%20the%20main%20broadcasting%20languages.
۴۳ https://www.mustgo.com/worldlanguages/dari/
۴۴ https://www.cia.gov/the-world-factbook/countries/afghanistan/
۴۵ https://thediplomat.com/2019/04/afghanistans-most-vulnerable-women/#:~:text=Kuchis%2C%20traditionally%20nomadic%20communities%2C%20are,and%20camels%20around%20the%20country.

علاقائی طور پر، اہم نسلی گروپ پورے افغانستان میں نیچے دیے گئے کے طور منتشر ہیں: پشتون بنیادی طور پر جنوب اور جنوب مشرق میں رہتے ہیں، جب کہ تاجک بنیادی طور پر شمال، شمال مشرق اور کابل میں ہیں۔ ہزارہ مرکز (ہزارات) اور کابل میں رہتے ہیں، جب کہ ازبک شمال میں اور ایماق مغرب میں ہیں، ترکمان شمال میں، مغرب اور جنوب مغرب میں بلوچی، اور مشرق میں نورستانی[۴۶]۔



نقشہ کے ذرائع: UNCS, ESRI, The Times Atlas of the World.
دکھائے گئے باونڈریز اور نام اور اس نقشے پر استعمال شدہ عہدہ اقوام متحدہ کی طرف سے سرکاری توثیق یا قبولیت کا مطلب نہیں ہے۔ نقطوں والی لکیر جموں و کشمیر میں لگ بھگ لائن آف کنٹرول کی نمائندگی کرتی ہے جس پر بھارت اور پاکستان متفق ہیں۔ جموں و کشمیر کی حتمی حیثیت پر فریقین کے درمیان ابھی تک اتفاق نہیں ہوا ہے۔ نقشہ کو ستمبر 2013 میں بنایا گیا۔

آبادی کا بنیادی مذہب اسلام ہے جو ۹۹/۷٪ ہیں، جس میں ۸۴-۸۹٪ سنی اور ۱۰-۱۵٪ شیعہ ہیں اور دوسرے اقلیتی فرقے[۴۷]، جس میں سکھ مت، ہندو مت اور یہودیت شامل ہیں۔ تاریخی طور پر، افغانستان میں شیعہ اقلیت کو، ان کے نسلی پس منظر سے قطع نظر، اکثریتی سنی آبادی کے ظلم و ستم کا سامنا کرنا پڑا ہے[۴۸]۔

سب سے بڑے نسلی گروپ کے طور پر، پشتون زیادہ تر سنی مسلمان ہیں اور اسلامی قانون اور قبائلی ضابطوں کے امتزاج کی پیروی کرتے ہیں[۴۹]۔ تاجک، دوسرا سب سے بڑا نسلی گروپ، سنی بھی ہیں، حالانکہ وہ "اپنے نسلی گروہ سے زیادہ اپنے علاقے یا خاندان سے پہچانے جاتے ہیں" (ACAPS, ۲۰۱۶)۔ بہرحال، ملک کی نمایاں اکثریت کے برعکس، زیادہ تر ہزارہ اسلام کے شیعہ فرقے کی پیروی کرتے ہیں، جو ایک اقلیت مذہب کو تشکیل دیتے ہیں۔

۲/۷ تعلیم اور خواندگی

اقوام متحدہ کی تعلیمی، سائنسی اور ثقافتی تنظیم United Nations Educational, Scientific and Cultural Organisation (UNESCO) نے اندازہ لگایا ہے کہ مارچ ۲۰۲۰ میں افغانستان میں دس ملین نوجوان اور بالغ ناخواندہ تھے، جس کا مطلب ملک میں خواندگی کی شرح ۴۳٪ رہی[۵۰]۔ انہوں نے پچھلے سالوں کے مقابلے میں قابل ذکر پیش رفت نوٹ کی (۲۰۱۶/۲۰۱۸ میں خواندگی کی شرح ۳۴/۸٪) اور ۱۵ سے ۲۴ سال کی عمر کے نوجوانوں میں خواندگی کی شرح میں خاطر خواہ بہتری کو اجاگر کیا (۶۵٪)۔ بہرحال، خواندگی کی شرح میں ایک نمایاں صنفی فرق باقی ہے، جس میں مردوں کی شرح ۵۵٪ اور خواتین میں صرف ۲۹/۸٪ ہے۔

تحریر کے وقت خواتین کی تعلیم اور اسکول تک مساوی رسائی کے بارے میں طالبان کی نئی حکومت کے قوانین واضح نہیں ہیں، لڑکیوں کو یہ نہیں معلوم کہ وہ کب تک اپنے تعلیمی حقوق سے محروم رہیں گی[۵۱]۔ تحقیق سے پتہ چلتا ہے کہ طالبان کے قبضے سے پہلے لڑکیوں کی تعلیم کے لیے حمایت بڑھ رہی تھی[۵۲]، ایشیا فاؤنڈیشن Asia Foundation کے افغان عوام کے ۲۰۱۹ کے سروے میں، ۸۶/۵٪ تک جواب دہندگان نے خواتین کے تعلیمی مواقع کی حمایت کی اور خواتین کی تعلیم کے لیے منظوری ظاہر کی۔

خواندگی کی کم سطح والے افراد اس میڈیا کے اقسام کو ترجیح دیتے ہیں جو متن پر سمعی و بصری محرکات پیش کرتے ہیں، جیسے کہ ریڈیو اور ٹیلی ویژن۔ یہ ترجیح انٹرنیٹ اور سوشل میڈیا کے استعمال پر ہوتی ہے، جن کی خواندگی کی سطح کم ہے وہ آن لائن مواد تک رسائی حاصل کر سکتے ہیں اور اس کے ساتھ مشغول ہو سکتے ہیں[۵۳]. سماجی پیغام رسانی کے پلیٹ فارم ان لوگوں کو درخواست کرتے ہیں جن کی خواندگی کی سطح کم ہے۔ یہ انہیں ایمبیڈڈ ایکسیسبیلٹی ٹولز کے ذریعے معلومات، خبروں اور تفریحی مواد کا تبادلہ کرنے کے قابل بناتا ہے جیسے کہ وائس نوٹ، ویڈیو پیغام رسانی، اور لائیو سٹریمنگ، روایتی بھاری ٹیکسٹ پر مبنی میڈیم کی رکاوٹوں کو دور کرنا۔ ماہرین کے انٹرویوز انٹرنیٹ تک رسائی کے لیے بنیادی رکاوٹوں کو تعلیم یا خواندگی کی سطح کے بجائے کوریج کے مسائل، لاگت اور انٹرنیٹ کے معیار پر غور کرتے ہیں[۵۴]۔

۴۶ https://minorityrights.org/country/afghanistan/
۴۷ https://minorityrights.org/country/afghanistan/
۴۸ https://minorityrights.org/minorities/hazaras/
۴۹ https://reliefweb.int/sites/reliefweb.int/files/resources/c-acaps_countryprofile_afghanistan_26january2016.pdf
۵۰ https://uil.unesco.org/interviews-literacy-rate-afghanistan-increased-43-cent
۵۱ اہم مخبر کے انٹرویوز: NGO کا عملہ، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲
۵۲ ایشیا فاؤنڈیشن Asia Foundation، ۲۰۱۹۔ افغان عوام کا سروے۔ دستیاب ہے: <https://reliefweb.int/sites/reliefweb.int/files/resources/2019_Afghan_Survey_Full-Report.pdf> [Accessed 17 February 2022].
۵۳ اس تحقیق کے لیے اہم مخبر کے انٹرویوز: میڈیا ورکر، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲
۵۴ اس تحقیق کے لیے اہم مخبر کے انٹرویوز: میڈیا ورکر، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲

بحرانی ریسپانس میں میڈیا

۳/۱ کوویڈ-۱۹

ورلڈ ہیلتھ آرگنائزیشن World Health Organisation (WHO) کی ویب سائٹ نے فروری ۲۰۲۲ کے آغاز میں بتایا کہ کوویڈ ۱۹ کے ۱۶۹,۰۰۰ کیسز تھے جن میں ۷,۴۰۰ سے زیادہ اموات ہوئیں[۵۵]۔ بہرحال، خیال کیا جاتا ہے کہ وبائی مرض سے متعلق اعدادوشمار کم رپورٹ کیے گئے ہیں کیونکہ لوگ اکثر "غربت، تنازعات اور اپنے خاندانوں پر تشدد کے خطرے" کے اثرات سے زیادہ فکر مند رہتے تھے[۵۶]۔ افغانستان میں میڈیا اس وبائی مرض کا جواب دینے میں سست تھا، کیونکہ اس کے پاس صحت کی رپورٹنگ کی ضروری مہارت اور حکومت کی جانب سے درست اور قابل اعتماد ڈیٹا تک رسائی کی کمی تھی[۵۷]۔ وبائی مرض کے ابتدائی مراحل کے دوران، بین الاقوامی ترقی اور میڈیا سپورٹ پروجیکٹس جیسے کہ Internews' Rooted in Trust اور BBC Media Action نے مقامی میڈیا آؤٹ لیٹس اور صحافیوں کے ساتھ کام کیا تاکہ تربیت، وسائل، گرانٹس اور سرپرستوں کے ذریعے اپنی صلاحیتوں کو بڑھا سکے۔ اس تعاون کے ذریعے، میڈیا مختلف ذرائع سے کوویڈ-۱۹ کے بارے میں معلومات کو فعال طور پر شیئر کرتے ہوئے ایک اہم کردار ادا کرنے کے قابل ہوا۔ بہرحال، حقائق کی جانچ کے موثر طریقہ کار کے بغیر غلط معلومات تیزی سے ظاہر ہوئیں اور انٹرنیٹ پر وسیع پیمانے پر پھیل گئیں، خاص طور پر سوشل میڈیا پر[۵۸]۔

Internews اور USAID کی طرف سے شائع ہونے والی ۲۰۲۱ کی معلوماتی ماحولیاتی نظام کی تشخیص کی رپورٹ میں[۵۹]، افغانستان میں کوویڈ-۱۹ کی معلومات تک رسائی کے لیے سب سے زیادہ استعمال ہونے والے چینلز ٹیلی ویژن اور آمنے سامنے بات چیت دیکھ رہے تھے۔ سب سے زیادہ بھروسہ مند ذرائع کمیونٹی میں دوست اور خاندان اور حفظ الصحی کے کارکنان تھے۔

زیادہ تر ٹیلی ویژن اور ریڈیو اسٹیشنوں اور پرنٹ اور آن لائن میڈیا آؤٹ لیٹس نے WHO اور دیگر معتبر صحت کی تنظیموں سے احتیاطی تدابیر، علامات کی شناخت، کمزور گروپوں، آئسولیشن کے اصولوں اور ویکسینیشن کے بارے میں معلومات شیئر کیں۔ TOLO ٹیلی ویژن نے ہفتہ وار پروگرام نشر کیے جن میں ماہرین صحت سامعین کے سوالات کے جوابات دیتے ہیں۔ ہر شو سے پہلے، سوشل میڈیا پر ہفتہ وار عنوان پر سوالات پوسٹ کیے جائیں گے جس میں سامعین کے اراکین سے خدشات کا اظہار کرنے اور آئندہ پروگراموں میں مستقبل کے مواد کی تجویز کرنے کے لیے کہا جائے گا۔ نشریات کے بعد، شوز کے کلپس ان کے سوشل میڈیا اکاؤنٹس پر شیئر کیے جائیں گے، جس سے مزید انگیجمنٹ کی اجازت دی جائے گی۔ میڈیا کا استعمال کرتے ہوئے دو طرفہ مواصلات اس وقت ملک کے صحت کی دیکھ بھال کے جدوجہد کے نظام پر دباؤ کو کم کرنے کے لیے خاص طور پر مفید تھا[۶۰]۔ اس کے بعد سے صحت کا نظام مزید بگڑ گیا ہے جیسا کہ اب "گرنے کے دہانے" پر بیان کیا گیا ہے[۶۱]۔

کوئی بھی دستیاب کوویڈ-۱۹ کے اعدادوشمار بھی میڈیا کے ذریعہ اکثر رپورٹ کیے جاتے تھے، حالانکہ مقامی حکام سے حقائق پر مبنی اعدادوشمار حاصل کرنا مشکل تھا۔ سامعین کے ذریعہ تخمینی تعداد کا اشتراک کیا گیا تھا، غلط نمبروں کی وجہ سے رپورٹنگ میڈیا آؤٹ لیٹ پر اعتماد ختم ہو گیا تھا[۶۲]۔ بہت سے شہری صحافیوں نے بھی کوویڈ-۱۹ سے متاثرہ اور متعلقہ اموات کی تعداد سے متعلق اعدادوشمار کا اشتراک کیا۔ افواہیں بھی اسی طرح شیئر کی گئیں۔ کوویڈ-۱۹ کے حوالے سے پھیلائی جانے والی سب سے عام افواہ یہ تھی کہ عالمی وبائی بیماری ایک دھوکہ ہے اور یہ حکام کے لیے فنڈز حاصل کرنے کا ایک ذریعہ ہے، دوسری افواہیں جو باقاعدگی سے گردش کرتی تھیں وہ یہ تھیں کہ کوویڈ-۱۹ کی ویکسین آبادی کی تعداد کو کنٹرول کرنے کے لیے استعمال کی جاتی ہیں۔ یا یہ کہ مسلمان کوویڈ-۱۹ سے متاثر نہیں ہو سکتے۔

یہ سمجھنا کہ بہت سی پسماندہ کمیونٹیز صرف روائتی شکلوں کے ذریعے بات چیت کرتی ہیں، جیسے کہ آمنے سامنے یا مسجد کے ذریعے[۶۳]، کچھ میڈیا آؤٹ لیٹس نے کوویڈ-۱۹ کے بارے میں معلومات فراہم کرنے کے اس طریقہ کار کو مدد فراہم کی تاکہ ناقابل رسائی اور مشکل سے پہنچنے والے گروپوں تک پہنچا جاسکے۔ انہوں نے بروشرز شیئر کرنے، میگا فون سے لیس گاڑیوں کے ساتھ نشریات، اور باقاعدہ اعلانات کی حوصلہ افزائی کے لیے مذہبی رہنماؤں کے ساتھ مساجد میں ملاقاتیں کرنے کے لیے ناقابل رسائی علاقوں کا دورہ کیا۔ پسماندہ آبادیوں تک پہنچنے کے لیے میڈیا کے طریقے، مثال کے طور پر، وسطی/ہائی لینڈز کے علاقے میں خواتین کے زیر انتظام میڈیا آؤٹ لیٹ نے صرف تصویری اشاعتیں استعمال کیں جن میں ناخواندہ گروپوں کو شامل کرنے کو یقینی بنانے کے لیے کوئی متن شامل نہیں تھا۔ یہ بچوں کے لیے بھی بہت فائدہ مند ثابت ہوا اور نوجوان سامعین کوویڈ-۱۹ پر مطلع کرنے کے لیے استعمال کیا گیا۔

۵۵ https://covid19.who.int/region/emro/country/af
۵۶ https://www.bbc.co.uk/mediaaction/where-we-work/afghanistan-somalia/hbcc/
۵۷ اس تحقیق کے لیے اہم مخبر کے انٹرویوز: جرنلسٹ، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲
۵۸ اس تحقیق کے لیے اہم مخبر کے انٹرویوز: میڈیا ورکر، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲
۵۹ https://internews.org/wp-content/uploads/legacy/2021-03/understanding_trust_COVID-19_pandemic.pdf
۶۰ اہم مخبر کے انٹرویوز: جرنلسٹ، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲
۶۱ https://news.un.org/en/story/2021/09/1100652
۶۲ اس تحقیق کے لیے اہم مخبر کے انٹرویوز: جرنلسٹ، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲
۶۳ اس تحقیق کے لیے اہم مخبر کے انٹرویوز: جرنلسٹ، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲

کوویڈ ۱۹ پروگرامنگ کو سپورٹ کرنے کی کوششوں میں BBC Media Action جو کہ روایتی کوچی Kuchi خانہ بدوشوں کو نشانہ بنانے والے ریڈیو ڈراموں کے علاوہ ریڈیو، ٹیلی ویژن اور سوشل میڈیا کے لیے پبلک سروس کے اعلانات (PSA) تیار کرتا ہے۔ انہوں نے نوٹ کیا کہ افغانستان کی ۴۶٪ بالغ آبادی (۷/۶ ملین بالغوں) نے کہا کہ انہوں نے یہ پروڈکشن سنی ہیں۔

کووڈ ۱۹ کی ویکسینیشن کو ترجیح کے طور پر نہیں دیکھا گیا، دیگر مسائل جیسے کہ سیاسی تناؤ، شدید غربت، اور خشک سالی کو زیادہ ضروری سمجھا جاتا ہے[۶۴]۔ تحریر کے وقت، طالبان ویکسین مہم کو فعال طور پر فروغ نہیں دے رہے ہیں، اگرچہ انہوں نے کوویڈ-۱۹ ویکسینیشن کے لیے اپنی حمایت کا اظہار کیا ہے[۶۵]۔ WHOکا کہنا ہے کہ ۷ فروری ۲۰۲۲ تک ملک میں ویکسین کی ۵/۲ ملین خوراکیں دی جا چکی ہیں[۶۶]۔ تحقیقی انٹرویوز بتاتے ہیں کہ کمیونٹیز کو ویکسین کے فوائد سے آگاہ کرنے کے لیے مزید ٹارگٹ میڈیا کمپینز کی ضرورت ہے۔

۶۴ اس تحقیق کے لیے اہم مخبر کے انٹرویوز: Health NGO کا عملہ، 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

سیکشن ۴:
میڈیا کا جائزہ

۴/۱ ایک نظر میں ریڈیو

موجودہ سیاسی عدم استحکام اور افغانستان میں انسانی اور معاشی بحرانوں کے امتزاج نے ۱۳۲ ریڈیو سٹیشنز کی بندش میں اہم[۶۷] کردار ادا کیا ہے۔ بہت سے لوگوں نے اپنے دروازے غیر معینہ مدت کے لیے بند کر لیے ہیں، کچھ اب بھی اندرونی طور پر منصوبے بنا رہے ہیں، ملک کے اندر نئے چیلنجز کو ایڈجسٹ کرتے ہوئے[۶۸]۔

طالبان کے دوبارہ قیام کے بعد سے ریڈیو پروگرامنگ میں موسیقی اور تفریحی مواد میں ڈرامائی کمی آئی ہے، ایسے مواد کو معلوماتی، تعلیمی، صحت اور مذہبی مواد سے بدل دیا گیا ہے[۶۹]۔ کمرشل براڈکاسٹر جیسے ارمان ایف ایم (افغانستان کا پہلا نجی اسٹیشن)[۷۰]، Ariana FM اور Spogmai Radio دوسروں کے درمیان، مذہبی مواد کو شامل کرنے کے لیے اپنے پروگراموں کو طالبان کے زیر اہتمام رہنمائی کے مطابق بدل دیا ہے[۷۱]۔ ان کے ساتھ موسیقی اور انٹرٹینمنٹ کی جگہ لے کے یا تبدیل کرکے، ان تبدیلیوں میں مذہبی صحیفے کی تلاوت اور حکومت سے منظور شدہ خبروں اور ڈسکشن شوز کی نشریات شامل ہیں۔ ریڈیو افغانستان، ریڈیو ٹیلی ویژن افغانستان Radio Television Afghanistan (RTA) کی ریاستی نشریات کا حصہ، اسی طرح کا مواد نشر کرتا ہے کیونکہ یہ بھی ان رہنمائی خطوط کی پیروی کرتا ہے۔

افغانستان کی حالیہ تاریخ میں ریڈیو، جدید ذرائع ابلاغ کی دیگر شکلوں کے مقابلے اس کی سستی اور آسان رسائی کی وجہ سے، جیسے کہ ٹی وی اور انٹرنیٹ، دیہی آبادی کے لیے معلومات کے استعمال کا ایک اہم ذریعہ تھا۔ ریڈیو سننے والے طبقے میں سب سے زیادہ جو مقبول تھے، اس میں ڈرائیور، دکان کے مالکان، گلیوں میں دکاندار اور بیکری کا عملہ شامل ہے۔ اس کو ریڈیو کے عملی اور آسان نوعیت سے منسوب کیا جا سکتا ہے، جس سے کارکن سن سکتے ہیں اور اپنا کام جاری رکھ سکتے ہیں[۷۲]۔ ریڈیو سیٹ تک رسائی کے بارے میں تازہ ترین دستیاب سروے سے پتا چلا ہے،[۷۳] کہ ۷۲/۱٪ گھرانے ریڈیو تک رسائی حاصل کر سکتے ہیں زیادہ تر ہفتہ وار سامعین (۸۰/۴٪) FM بینڈ پر سننے کے ساتھ، AM (۳۵/۴٪) اور شارٹ ویو (۲۱/۹٪) بینڈ کے مقابلے میں [۷۴]۔ جب کہ یہ اعداد و شمار ۲۰۱۵ میں کیے گئے سروے کے بعد تبدیل ہو سکتے ہیں، ریڈیو تک رسائی بہت زیادہ ہے۔ ایشیا فاؤنڈیشن Asia Foundation کی ۲۰۱۹ کی رپورٹ میں بتایا گیا ہے کہ شہری علاقوں میں (۴۲/۲٪) کے مقابلے دیہی علاقوں (۶۲/۴٪) میں ریڈیو سننے والوں کی تعداد زیادہ تھی۔ جنوب مشرق میں ۸۰/۱٪ کے بعد جغرافیائی علاقے کے لحاظ سے، ریڈیو سننے والوں کی تعداد ۸۱/۷٪ کے ساتھ جنوب مغرب میں سب سے زیادہ تھی۔ سب سے کم نتائج سنٹرل ہائی لینڈز Central Highlands میں ۲۵/۴٪ اور سنٹرل کابل Central Kabul میں ۴۷/۷٪ رہے۔

ہر ریڈیو اسٹیشن کے لیے سامعین کا تازہ ترین ڈیٹا ۲۰۱۷ میں GeoPoll's Media Measurement Service نے شائع[۷۵] کیا تھا۔ اوسط ریٹنگز اور شیئرز کے مطابق، Arman FM نے ۲۰۱۷ میں برتری حاصل کی، اس کی سب سے زیادہ ریٹنگ ۸:۰۰ - ۱۰:۰۰ AM بجے (اوسط ۶/۷۷ ریٹنگ، ۲۱/۴٪ شیئر)، اس کے بعد Khurshid FM (۸/۵٪ شیئر) اور Azadi Radio (۸٪ شیئر) صبح ۱۰:۰۰ AM - شام ۱۲:۰۰ PM تک۔ باقی اسٹیشنز جیسے Shamshad, Arakozia, Ariana FM اور Jawanan سامعین کے شئیر کے لیے شدید مقابلہ کرتے ہیں۔

ایشیا فاؤنڈیشن Asia Foundation کے ۲۰۱۹ میں افغان عوام کے سروے کے مطابق، نے پایا کہ ۵۷/۳٪ شرکاء نے ریڈیو سے اپنی خبریں اور معلوماتی مواد استعمال کیا۔ یہ دریافت پچھلے سال کے ۶۲/۹٪ کے اعداد و شمار سے کمی کا خاکہ پیش کرتی ہے۔ جنسیت کے لحاظ سے مخصوص گروپوں پر نظر ڈالتے ہوئے، افغان مردوں نے اپنی خواتین ہم منصبوں (۵۲/۴٪) کے مقابلے ریڈیو سننے والوں کی زیادہ شرح (۶۲/۶٪) دکھائی۔

چونکہ زیادہ تر ریڈیو شوز، خاص طور پر مباحثے کے پروگرام، براہ راست نشر کیے جاتے ہیں، وہ اپنے سامعین کی اعلی مصروفیت سے فائدہ اٹھاتے ہیں۔ مثال کے طور پر، ریڈیو آزادی Radio Azadi سامعین کے اراکین کو کال کرنے اور اپنے مسائل پر بات کرنے کی ترغیب دیتا ہے، سامعین سے وعدہ کرتا ہے کہ ان کی آواز کو متعلقہ حکام تک پہنچایا جائے گا۔ اس طرح کے شوز میں جن مسائل پر بات کی جا رہی ہے ان میں بے روزگاری، غربت اور صحت کے مسائل شامل ہیں اور مہمان ماہرین کی طرف سے ان کا جائزہ لیا جاتا ہے اور ان کا جواب دیا جاتا ہے[۷۶]۔ جب کہ کچھ آؤٹ لیٹس میں کثیر لسانی پروگرامنگ ہوتی ہے، زیادہ تر ریڈیو اسٹیشن ایک زبان پر فوکس کرتی ہے۔ مثال کے طور پر، ارمان Arman FM بنیادی طور پر دری بولنے والے سامعین کی خدمت کرتا ہے، جب کہ اراکوزیا Arakozia پشتو بولنے والے سامعین کی خدمت کرتا ہے۔

---

۶۷ https://www.ifj.org/fileadmin/Statistics_Report_Newsletter_2_02Feb2022.pdf
۶۸ اس تحقیق کے لیے اہم مخبر کے انٹرویوز: میڈیا ورکر، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲
۶۹ اس تحقیق کے لیے اہم مخبر کے انٹرویوز: جرنلسٹ، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲
۷۰ https://www.bbc.co.uk/news/world-south-asia-12013942
۷۱ اس تحقیق کے لیے اہم مخبر کے انٹرویوز: جرنلسٹ، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲
۷۲ اس تحقیق کے لیے اہم مخبر کے انٹرویوز: میڈیا ورکر، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲
۷۳ https://www.usagm.gov/wp-content/uploads/2015/01/Afghanistan-research-brief.pdf
۷۴ کچھ سامعین فی ہفتہ ایک سے زیادہ ویو لینتھ کے پروگراموں کو تبدیل کرتے ہیں۔
۷۵ https://knowledge.geopoll.com/afghanistan-media-measurement-kgmm-report-0-0-1
۷۶ اس تحقیق کے لیے اہم مخبر کے انٹرویوز: NGO کا عملہ، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲

نیچے دی گئی جدول میں افغانستان کے موجودہ چھ ٹاپ ریڈیو اسٹیشنوں کا نقشہ بنایا گیا ہے[۷۷] اور اس میں ملکیت سے متعلق ڈیٹا شامل ہے، فنڈنگ کا بنیادی ذریعہ، بنیادی زبان، سب سے زیادہ مقبول پروگرام، اور عوامی طور پر دستیاب رابطے کی تفصیلات ہیں۔

ریڈیو اسٹیشن/ادارے کا نام	ویب لنک	ملکیت	فنڈنگ کا بنیادی ذریعہ	پرائمری زبان	مشہور پروگرام کی قسمیں	عوامی طور پر دستیاب رابطے کی تفصیلات
Arman FM	https://arman.fm/	تجارتی یا نجی کمپنی	ایڈورٹائزنگ/ کمرشل	دری	عام انٹرٹینمنٹ	پتہ: House 3, Street 12, Wazir Akbar Khan, Kabul, Afghanistan Email: info@arman.fm ٹیلیفون: ۱۰ ۱۰ ۳۲ ۷۹۹ ۹۳+
Ariana FM	https://ariana.fm/	تجارتی یا نجی کمپنی	ایڈورٹائزنگ/ کمرشل	دری	عام انٹرٹینمنٹ	پتہ: Bayat Media Center Darulaman Road, Kabul, افغانستان Email: sales@arianatelevision.com
Jawanan FM	http://jawanan.fm/	تجارتی یا نجی کمپنی	ایڈورٹائزنگ/ کمرشل	دری	اہم معلومات	پتہ: Radio Jawanan, North of Streat 13, Wazir Akbar Khan, Kabul, Afghanistan
Radio Salam Standard	https://swn.af/en/	تجارتی یا نجی کمپنی	NGO کی طرف سے سپورٹ کیا گیا	دری	عام انٹرٹینمنٹ	پتہ: Shahr-E Now, Kabul, Afghanistan 26000 ٹیلیفون: ۹۹۸۹ ۱۹۸ ۷۹ ۹۳+ Email: info@swn.af
Killid Radio **(۷ مقامی اور ۱ قومی اسٹیشن، ۱۰۰ سے زیادہ افغان اسٹیشنوں سے وابستہ)**	https://tkg.af/english/	تجارتی یا نجی کمپنی	ایڈورٹائزنگ/ کمرشل	دری	اہم معلومات	پتہ: Sixth Street, Karte Seh, Kabul, Afghanistan ٹیلیفون: ۰۲۰ ۲۵۰۰ ۷۱۷ Email: info@tkg.af
Radio Afghanistan (RTA)	https://www.rta.live/	سرکاری ملکیت	سرکاری فنڈنگ	پشتو	اہم معلومات	پتہ: National Radio and Television of Afghanistan Great Massoud Road, Kabul, Afghanistan, ٹیلیفون: ۰۷۲۸ ۲۳۱ ۲۰ ۹۳+ فیکس: ۱۰۸۶ ۲۱۰ ۲۰ ۹۳+ ویب سائٹ: www.rta.org.af

۴/۲ ایک نظر میں ٹی وی

فروری ۲۰۲۲ میں افغانستان نیشنل جرنلسٹس یونین Afghanistan National Journalists Union (ANJU) کی جانب سے ۳۳ صوبوں میں جاری کیے گئے ایک سروے کے مطابق ۱۵ اگست ۲۰۲۱ کو طالبان کے اقتدار میں آنے کے بعد سے ۱۳۲ ٹیلی ویژن اسٹیشنوں میں سے صرف ۸۱ فعال طور پر نشریات کر رہے تھے، اس کے بعد سے ۵۱ چینلز نے نشریات بند کر دی ہیں[۷۸]۔ افغانستان میں ریڈیو سٹیشنوں کی طرح، طالبان کے قبضے کے بعد ٹیلی ویژن پروگرامنگ میں خبروں، مباحثوں، تعلیم اور اسلامی شوز میں ڈرامائی اضافہ دیکھنے میں آیا ہے، جو بہت مشہور غیر ملکی سیریز اور ڈراموں کی جگہ لے رہے ہیں۔[۷۹]

اگرچہ افغانستان کے ٹیلی ویژن چینلز کا مستقبل واضح نہیں ہے، لیکن اگست ۲۰۲۱ کے واقعات سے پہلے خبروں اور معلومات کے ذریعہ ٹی وی دیکھنے کا اثر، رسائی اور مقبولیت ان لوگوں کے لیے زیادہ تھی جو اس کے لیے رسائی رکھتے ہیں[۸۰]۔ افغان عوام کے ۲۰۱۹ کے سروے میں دو تہائی (۶۵/۹٪) جواب دہندگان نے[۸۱] کہا کہ وہ ٹیلی ویژن کو خبروں اور معلومات کے بطور دیکھتے ہیں۔ جب کہ ٹی وی کے ناظرین کی تعداد ۱۸-۲۵ سال کی عمر کے نوجوان افغانوں میں دیگر عمر کے گروپوں (۶۸/۶٪) کے مقابلے میں زیادہ تھی، ۵۵ سال اور اس سے زیادہ عمر کے لوگوں کے اعداد و شمار (۶۲/۲٪) بھی قابل ذکر تھے اور اس کی وجہ ٹیلی ویژن کی بصری نوعیت سے منسوب کیا جا سکتا ہے جو خواندگی کی کم سطح والے لوگوں کے لیے اس کے استعمال میں مدد کرتا ہے[۸۲]۔

علاقائی طور پر، خبروں اور معلومات کے لیے ٹی وی دیکھنا وسطی/کابل میں سب سے زیادہ تھا جو (۸۳/۰٪) ہے، اس کے بعد مغرب اور شمال مشرقی (۷۶/۶٪ اور ۶۹/۹٪) ہے، اور جنوب مغرب اور مشرق میں سب سے کم (۳۴/۷٪ اور ۴۱٪) ہے، فی گھرانہ کم از کم ایک کام کرنے والے ٹی وی سیٹ کی ٹی وی کی ملکیت ۶۹/۳ فیصد کے حساب سے شمار کی گئی ہے۔ دیہی افغانستان کی بجلی تک محدود رسائی کے پیش نظر، دیہی علاقوں (۶۲٪) کے مقابلے شہری

۷۷ اس ریسرچ کے لیے اہم مخبر کے انٹرویوز، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲
۷۸ https://www.ifj.org/fileadmin/Statistics_Report_Newsletter_2_02Feb2022.pdf
۷۹ اس تحقیق کے لیے اہم مخبر کے انٹرویوز: جرنلسٹ، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲
۸۰ اس تحقیق کے لیے اہم مخبر کے انٹرویوز: جرنلسٹ، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲
۸۱ ایشیا فاؤنڈیشن Asia Foundation، ۲۰۱۹۔ افغان عوام کا سروے۔ دستیاب ہے: <https://reliefweb.int/sites/reliefweb.int/files/resources/2019_Afghan_Survey_Full-Report.pdf> [۱۷ فروری ۲۰۲۲ کو رسائی کی گئی]۔
۸۲ اس تحقیق کے لیے اہم مخبر کے انٹرویوز: میڈیا ورکر، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲

علاقوں (۹۱٪) میں ٹی وی کی ملکیت حیرت انگیز طور پر زیادہ عام تھی، تاہم، اس فرق میں مسلسل کمی آئی ہے۔ مزید، USAGM نے ۲۰۱۵ میں رپورٹ دیا ہے کہ جن لوگوں کے پاس ٹی وی ہے ان میں سے اکثر نے اپنے TV سگنل حاصل کرنے کے لیے سیٹلائٹ ڈش (انفرادی طور پر ۳۵٪ اور ۲/۱٪ مشترکہ ملکیت) کے بجائے زمینی اینٹینا (۶۸/۰٪) استعمال کیا ہے[۸۳]۔ معروف تجارتی چینل TOLO TV ہے[۸۴]۔ خود ساختہ چینل "ایوارڈ یافتہ اور مارکیٹ میں معروف چینل" Moby Group چلاتا ہے اور پورے خطے میں زمینی ترسیل اور سیٹلائٹ پر دری اور پشتو میں نشریات نشر کرتا ہے۔ دیگر چینلز Khurshid TV ہیں، جو کہ ایک NGO TV چینل ہے جس کے سامعین کی تعداد ۶/۸٪ ہے[۸۵] اور Yak TV اور Ariana TV ہے کم سامعین کے شئیر (۵/۶٪ اور ۴/۳٪) کے ساتھ، اگرچہ انہوں نے خبروں اور معلومات کی اچھی طرح سے موصول ہونے والی فراہمی کے ساتھ مقبولیت حاصل کی ہے، خاص طور پر کوویڈ-۱۹ وبائی امراض کے دوران[۸۶]۔

تاہم، ۱۵ اگست ۲۰۲۱ سے، پروگرامنگ میں آنے والی تبدیلیوں کے ساتھ، میڈیا کے صارفین نے افغان قومی ٹیلی ویژن چینلز پر اعتماد کھونے کا اشارہ دیا ہے اور ٹیلی ویژن پر خبروں اور معلومات کے اپنے ذرائع کے طور پر افغانستان انٹرنیشنل اور BBC جیسے بین الاقوامی فراہم کنندگان کی طرف تیزی سے رجوع کیا ہے[۸۷]۔ ایسے بین الاقوامی چینلز سیٹلائٹ اور آن لائن پر دیکھے جاتے ہیں، جس میں BBC Persian, BBC Pashto, VOA اورAfghanistan Internationalہے؛ ان پر ذیل میں ڈیجیٹل میڈیا باب (۳/۴) میں بحث کی جائے گی۔

نیچے دی گئی جدول میں افغانستان کے موجودہ چھ قومی ٹیلی ویژن چینلز کا نقشہ بنایا گیا ہے اور اس میں ملکیت، فنڈنگ کا بنیادی ذریعہ، بنیادی زبان، مقبول ترین پروگرام، اور عوامی طور پر دستیاب رابطے کی تفصیلات شامل ہیں۔

ٹیلی ویژن چینل کا نام	ویب لنک	ملکیت	فنڈنگ کا اہم ذریعہ	پرائمری زبان	مشہور پروگرام کی قسمیں	عوامی طور پر دستیاب رابطے کی تفصیلات
TOLO TV	https://tolo.tv/	تجارتی یا نجی کمپنی	ایڈورٹائزنگ/ کمرشل	دری	عام انٹرٹینمنٹ	پتہ: Tolo tv Street # 12, Kabul, Afghanistan Kabul, Kabul Province ٹیلیفون: ۰۷۹ ۹۳۲ ۱۰۱۰
TOLOnews	https://tolonews.com/	تجارتی یا نجی کمپنی	ایڈورٹائزنگ/ کمرشل	دری	خبروں کی تازہ کاری	پتہ: TOLOnews Street # 12 Wazir Akbar Khan Kabul, Afghanistan ٹیلیفون: ۹۳+ ۷۱۱ ۹۹۸ ۰۸۰ ٹیلیفون: ۰۰۹۳+ ۷۸۰۳۸۹۱۸۲
Lemar TV	http://www.lemar.tv	تجارتی یا نجی کمپنی	ایڈورٹائزنگ/ کمرشل	پشتو	عام انٹرٹینمنٹ	پتہ: Street 12, Wazir Akbar Khan Kabul, Afghanistan Mailing Address: House 3, Street 12, Wazir Akbar Khan, Kabul, KABUL 1003, Afghanistan
1 TV (Yak TV)	https://1tv.af	تجارتی یا نجی کمپنی	ایڈورٹائزنگ/ کمرشل	دری	خبروں کی تازہ کاری	مارکیٹ سے متعلق مسائل ٹیلیفون: ۹۳۷۷۶۱۱۱۱۱۱+ Email: web@1tv.af
Khurshid TV	https://www.khurshid.tv/	NGO کی طرف سے سپورٹ کیا گیا	NGO کی طرف سے سپورٹ کیا گیا	دری	عام انٹرٹینمنٹ	پتہ: Koala Poshta 5th Street, Kabul, Afghanistan ٹیلیفون: ۹۳+ ۷۹ ۸۸ ۰۰ ۴۶۴ Email: info@khurshid.tv
Shamshad TV	http://www.shamshadtv.tv/	تجارتی یا نجی کمپنی	ایڈورٹائزنگ/ کمرشل	پشتو	عام انٹرٹینمنٹ	پتہ: Near Chaman -e Hozuri, Ghazi Stadium, Afghanistan ٹیلیفون: ۰۰۹۳۷۸۶۶۷۶۷۶۷ Email: sales@shamshadtv.tv

۸۳ https://www.usagm.gov/wp-content/uploads/2015/01/Afghanistan-research-brief.pdf
۸۴ اس تحقیق کے لیے اہم مخبر کے انٹرویز: جرنلسٹ، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲
۸۵ https://www.developmentaid.org/#!/organizations/view/106234/khurshid-tv
۸۶ اس تحقیق کے لیے اہم مخبر کے انٹرویز: جرنلسٹ، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲
۸۷ اس تحقیق کے لیے اہم مخبر کے انٹرویز: جرنلسٹ، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲

۴/۳ ایک نظر میں پرنٹ میڈیا

اگرچہ افغانستان میں میڈیا کی سب سے پرانی شکل ہے، لیکن خواندگی کی کم سطح کی وجہ سے پرنٹ میڈیا کی رسائی ہمیشہ محدود رہی ہے، جو صرف ۱٪ آبادی کو کور کرتی ہے[۸۸]۔ مزید، پرنٹ میڈیا کو معمول کے مطابق بنانے اور تقسیم کرنے میں ملوث اعلی اوور ہیڈز کے پیش نظر، یہ شعبہ جاری معاشی بحران اور سیاسی تبدیلی کے لیے سب سے زیادہ حساس رہا ہے۔ پرنٹ کمپنیوں اور صارفین کے اخراجات، خاص طور پر معاشی مشکلات کے دوران، نے اس کی

مقبولیت کو متاثر کیا ہے، جس سے زیادہ تر اوٹ لیٹس کو آن لائن منتقل ہونے کی ترغیب دی گئی ہے[۸۹]۔ ۱۱۴ میں سے صرف ۲۰ اشاعتیں ابھی تک شائع ہو رہی ہیں[۹۰]۔

افغانستان کے شہری علاقوں میں پڑھے لکھے گروپوں میں مقبول۹۱ سیکولر اخبارات ہیں جیسےکہ EtilaatRoz۔ یہ اشاعت حکومت میں اقربا پروری اور بدعنوانی کے بارے میں رپورٹنگ کے لیے شہرت رکھتی تھی اور یہ افغانستان کا دوسرا سب سے زیادہ پڑھا جانے والا اخبار تھا۔[۹۲] بہرحال، بہت سے اخبارات کی طرح، اس کے فنانس کمزور تھے، اور اس نے اخراجات پورے کرنے کے لیے جدوجہد کی۔[۹۳] کابل میں خواتین کے حقوق کے مظاہرے کی رپورٹنگ کے دوران، ٹیم کے دو ارکان کی پرتشدد گرفتاری کے بعد، EtilaatRoz کے کچھ عملے نے اکتوبر ۲۰۲۲ میں انخلاء کی پرواز پر افغانستان چھوڑ دیا[۹۴]۔ تحریر کے وقت، یہ معلوم نہیں ہے کہ آیا Etilaatroz پرنٹ کرنا جاری رکھے ہوئے ہے، لیکن ان کی ویب سائٹ فعال رہتی ہے اور جنوری ۲۰۲۲ میں ۱۴۳,۰۰۰ زائرین کے ساتھ روزانہ متعدد مضامین شائع کرتی ہے۔

افغانستان میں سب سے زیادہ کوریج کے ساتھ اپنے آپ کو مقبول ترین اخبار کے طور پر فروغ [۹۵][۹۶] دینے والا روزنامہ Hasht-e-Subh Daily ("8 AM روزانہ" انگلش میں) ہے۔ جنوری ۲۰۲۲ میں ۲۷۳,۰۰۰ سے زیادہ وزٹس کے ساتھ، یہ آزاد اور غیر منافع بخش اخبار دری اور پشتو میں شائع ہوتا ہے، ان کے پاس ایک انگریزی زبان کی ویب سائٹ بھی ہے۔

انیس Anis حکومت کے زیر اہتمام ایک اخبار ہے اور افغانستان کا سب سے قدیم اشاعت ہے، جو ۱۹۴۶ کا ہے[۹۷][۹۸] [۹۹]۔ یہ بنیادی طور پر دری (۸۰٪) میں شائع ہوتا ہے، کچھ پشتو مضامین (۲۰٪) کے ساتھ حکومت بختار نیوز ایجنسی Bakhtar News Agency کی بھی مالک ہے اور اس کا انتظام بھی کرتی ہے، جس کی ایک روزانہ اخبار اور آن لائن نیوز ایجنسی ہے۔ اگرچہ ان کے اخبار کی رسائی معلوم نہیں ہے، لیکن ان کے آن لائن پلیٹ فارم کو جنوری ۲۰۲۲ میں ۳۹,۰۰۰ صفحات کے وزٹز ملے۔

نیچے دی گئی جدول میں اگست ۲۰۲۱ تک افغانستان کے سرکردہ پرنٹ اخبارات کا نقشہ بنایا گیا ہے اور اس میں ملکیت سے متعلق ڈیٹا، فنڈنگ کا بنیادی ذریعہ، بنیادی زبان، سب سے زیادہ مقبول پروگرام، اور عوامی طور پر دستیاب رابطے کی تفصیلات شامل ہے۔

میڈیا ارگنائزیشن کا نام	ویب لنک	ملکیت	فنڈنگ کا اہم ذریعہ	پرائمری زبان	مشہور پروگرام کی قسمیں	عوامی طور پر دستیاب رابطے کی تفصیلات
Hasht-e Subh (8 AM)	https://8am.af/eng/	NGO کی طرف سے سپورٹ کیا گیا	نجی فنڈنگ کرنے والا	دری	خبروں کی تازہ کاری	چیف ایڈیٹر: Mujib Mehrdad Email: mujib_mehrdad@yahoo.com
Arman-e-Meli	https://armanemili.com	تجارتی یا نجی کمپنی	ایڈورٹائزنگ/کمرشل	دری	خبروں کی تازہ کاری	بانی سید شعیب پارسا ای میل: shoaib.parsa@yahoo.com ٹیلیفون: ۰۰۹۳۷۰۰۱۸۹۴۹۴
EtilaatRoz	https://www.etilaatroz.com	تجارتی یا نجی کمپنی	ایڈورٹائزنگ/کمرشل	دری	خبروں کی تازہ کاری	پتہ: Shura 3rd Street, Karte 3, Kabul ٹیلیفون: ۰۷۹۷۴۳۵۷۷۷ ویب سائٹ: www.Etilaatroz.com
Mandegar	https://mandegardaily.com/	تجارتی یا نجی کمپنی	ایڈورٹائزنگ/کمرشل	دری	خبروں کی تازہ کاری	دستیاب نہیں
Bakhtar News Agency	https://bakhtarnews.af/	گورنمنٹ کی ملکیت	سرکاری فنڈنگ	دری	خبروں کی تازہ کاری	Bakhtar News Agency کے جنرل ڈائریکٹر: Abdul Wahid Rayan فون: +۹۳۷۰۷۶۰۹۵۲۴ Email: a.rayan@bakhtarnews.af

۸۸ https://medialandscapes.org/country/afghanistan/media/print
۸۹ اس تحقیق کے لیے اہم مخبر کے انٹرویوز: ٹیلی کمیونیکیشن ریسرچر، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲
۹۰ https://www.ifj.org/fileadmin/Statistics_Report_Newsletter__2__02Feb2022.pdf
۹۱ اس تحقیق کے لیے اہم مخبر کے انٹرویوز: میڈیا ورکر، 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-etilaat-roz-newspaper-exposes-corruption
۹۴ https://www.latimes.com/world-nation/story/2021-10-22/afghanistan-journalists-flee-taliban-media-control
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/p16127coll5/id/69

۴/۴ ایک نظر میں ڈیجیٹل میڈیا

ڈیجیٹل میڈیا نے تیزی سے شہری افغانستان میں نمایاں مقام حاصل کر لیا ہے۔ انٹرنیٹ کے استعمال میں اضافے کے ساتھ ساتھ سمارٹ سے چلنے والے آلات کو اپنانے نے شہریوں کے لیے میڈیا اور مواصلات کے نئے ذرائع پیدا کیے ہیں۔ غیر فلٹر شدہ خبروں کو براہِ راست شیئر کیا جاتا ہے، میسجنگ اور سوشل میڈیا ایپس کا استعمال کرتے ہوئے، ایک زمانے کے غالب میڈیا کو چیلنج کرتے ہوئے، خاص طور پر طالبان کی سنسرشپ (اور سمجھی جانے والی سیلف سنسرشپ) کی ضرورت کے بعد۔ BBC, VOA اور افغانستان انٹرنیشنل Afghanistan International جیسی بین الاقوامی تنظیمیں موجودہ (طالبان) حکومت کی میڈیا قانون سازی سے متاثر نہیں ہوئی ہیں۔ وہ سامعین جو ان تک رسائی حاصل کر سکتے ہیں درست خبروں کے لیے ان کی طرف رجوع کیا ہے جو طالبان سے متاثر نہیں ہوئی ہیں۔ معلومات اور خبروں کے معتبر ذرائع کے طور پر شناخت کیے گئے اہم ڈیجیٹل آؤٹ لیٹس میں[۱۰۰] BBC Persian (اور BBC Dari), BBC Pashto, Ashna (VOA), Khaama Press, Amaj News اور Afghanistan International شامل ہیں۔

انٹرنیشنل ڈیجیٹل میڈیا کی طرف اس موڑ کی وجہ سے کچھ لوگ اس اعتماد کا فائدہ اٹھا رہے ہیں۔ اس کی ایک مثال ستمبر ۲۰۲۱ میں پنجشیر کے تنازعے کے دوران پیش آئی، جہاں جعلی سوشل میڈیا پوسٹس کا اشتراک کیا گیا، جس میں تنازعات کو بھڑکانے کو بھروسہ مند اوٹ لٹس کے طور پر پیش کیا گیا۔ BBC Dari اور BBC Pashto مونوگرام کا استعمال کرتے ہوئے، پرائیویٹ پروفائلز کے ذریعے جعلی پوسٹنگ پھیلائی گئی جن میں BBC کے مونوگرامو ان کی پروفائل پکچرز کے طور پر تھے[۱۰۱]۔

آن لائن پیداوار کی کم لاگت نے دیکھا ہے کہ کئی میڈیا آؤٹ لیٹس نے افغانستان میں بگڑتی ہوئی معاشی صورتحال کی وجہ سے اپنے کام کو مکمل طور پر آن لائن منتقل کر دیا ہے[۱۰۲]۔

خامہ پریس نیوز ایجنسی Khaama Press News Agency افغانستان میں آن لائن خبریں فراہم کرنے والے سرکردہ اداروں میں سے ایک ہے، جو دری، پشتو اور انگریزی میں شائع ہوتی ہے۔ فیس بک پر ۱/۷ ملین سے زیادہ پیروکاروں کے ساتھ ان کے قابل ذکر سوشل میڈیا فالوورز ہیں[۱۰۳]۔ وہ بتاتے ہیں کہ جنوری ۲۰۲۲ میں ان کی ویب سائٹ کے صفحہ کے ۲۵۲,۰۰۰ وزٹ ہوئے، اور ان کی ویب سائٹ کو ایک ماہ میں ۳/۵ ملین سے زیادہ وزیٹرز موصول ہوتے ہیں۔ اپنی مضبوط آن لائن موجودگی کے باوجود خامہ پریس کو اسی معاشی دباؤ کا سامنا ہے، ان کی ویب سائٹ کے بینر میں کہا گیا ہے کہ وہ اپنی بقا کے لیے فنڈ ریزنگ کر رہے ہیں جیسا کہ وہ ہیں، "افغانستان میں معاشی بدحالی کی وجہ سے مالیاتی تباہی کے دہانے پر"[۱۰۴]۔

ایک اور قابل ذکر آن لائن نیوز ایجنسی Pajhwok Afghan News ہے، جس کے فیس بک پر ۲/۴ ملین سے زیادہ فالوورز ہیں[۱۰۵] اور جنوری ۲۰۲۲ میں ۲۱۴,۶۳۶ صفحات کے وزٹ ہوئے۔ Pajhwok کا ہیڈکوارٹر کابل میں ہے، اور قندھار، جلال آباد، ہرات، مزار شریف، غزنی، بامیان، خوست اور قندوز میں ان کے علاقائی بیورو ہیں۔ وہ دری، پشتو اور انگریزی میں کہانیاں شائع کرتے ہیں۔ ان کی اپنی موبائل ایپ IOS اور Android پر دستیاب ہے[۱۰۶]۔

جب کہ کچھ ڈیجیٹل میڈیا آؤٹ لیٹس اپنے دروازے بند کر رہے ہیں، دوسروں نے صرف افغان میڈیا کے منظر نامے میں جانا شروع کیا ہے۔ افغانستان انٹرنیشنل Afghanistan International براڈکاسٹنگ شروع کرنے والا سب سے حالیہ ڈیجیٹل ٹیلی ویژن چینل اور آن لائن پلیٹ فارم ہے اور اس کے بعد اس نے قابل ذکر مقبولیت حاصل کی ہے[۱۰۷]۔ افغانستان کے بڑھتے ہوئے بحران اور عدم استحکام کے براہ راست ردعمل کے طور پر اس کی منصوبہ[۱۰۸] بندی کی تاریخ کو ستمبر سے اگست ۲۰۲۱ کے لیے آگے لایا گیا تھا۔ یہ چینل انگلینڈ میں قائم ایک نجی میڈیا کمپنی Volant Media کی ملکیت ہے جو ایران انٹرنیشنل Iran International کی مالک اور اس کا انتظام کرتی ہے۔

BBC طویل عرصے سے افغانستان میں خبروں اور معلومات کے لیے ایک قابل اعتماد آؤٹ لیٹ رہا ہے[۱۰۹]۔ ۲۰۲۰ میں اس کے ریڈیو، ٹیلی ویژن اور ڈیجیٹل سروسز کے لیے ہفتہ وار سامعین کی تعداد ۱۱/۴ ملین بتائی گئی، پشتو سروس کی تعداد ۸/۳ ملین اور دری کی ۴/۳ ملین تک پہنچ گئی[۱۱۰]۔ بین الاقوامی براڈکاسٹر نے اس رسائی کو BBC کی پشتو، دری، فارسی اور ازبک سروسز کے درمیان کمیونٹی براڈکاسٹنگ پارٹنرز کے ساتھ جوڑ دیا ہے۱۱۱۔

نیچے دیے گئے ٹیبل میں افغانستان میں موجودہ چھ ڈیجیٹل میڈیا ویب سائٹس کا نقشہ بنایا گیا ہے اور اس میں ملکیت، بنیادی زبان، صارفین کی ماہانہ تعداد، مقبول ترین پروگرام، اور عوامی طور پر دستیاب رابطے کی تفصیلات۔

---

۱۰۰ اس ریسرچ کے لیے اہم مخبر کے انٹرویوز، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲

۱۰۱ اس تحقیق کے لیے اہم مخبر کے انٹرویوز: جرنلسٹ، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲

۱۰۲ اس تحقیق کے لیے اہم مخبر کے انٹرویوز: میڈیا ورکر، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲

۱۰۳ https://www.facebook.com/KhaamaPress/

۱۰۴ https://www.khaama.com/about-us/

۱۰۵ https://www.facebook.com/pajhwoknews

۱۰۶ https://apps.apple.com/gb/app/pajhwok-afghan-news/id971662051

۱۰۷ اس ریسرچ کے لیے اہم مخبر کے انٹرویوز، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲

۱۰۸ https://old.iranintl.com/en/world/volant-media-uk-launches-afghanistan-international-tv

۱۰۹ اس تحقیق کے لیے اہم مخبر کے انٹرویوز: جرنلسٹ، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲

۱۱۰ BBC World Service – تحریری ثبوت (AFG0015)، بین الاقوامی تعلقات اور دفاعی کمیٹی برائے برطانیہ اور افغانستان، ستمبر ۲۰۲۰، دستیاب ہے: https://committees.parliament.uk/writtenevidence/12006/default/ .

۱۱۱ https://www.bbc.co.uk/mediacentre/latestnews/2018/bbc-news-afghan-adults

میڈیا ارگنائزیشن کا نام	ویب لنک	ملکیت	پرائمری زبان	صارفین کی ماہانہ تعداد	مشہور پروگرام کی قسمیں	عوامی طور پر دستیاب رابطے کی تفصیلات
BBC Dari/ Persian	https://www.bbc.com/persian/afghanistan	گورنمنٹ کی ملکیت	دری	دستیاب نہیں	خبروں کی تازہ کاری	پتہ: BBC Persian, 5th Floor, BBC Broadcasting House, Portland Place, London W1A 1AA, UK
BBC Pashto	https://www.bbc.com/pashto	گورنمنٹ کی ملکیت	پشتو	دستیاب نہیں	خبروں کی تازہ کاری	دستیاب نہیں
Pajhwok	https://pajhwok.com/	تجارتی یا نجی کمپنی	پشتو	۲۶۷,۸۱۰	خبروں کی تازہ کاری	پتہ: Hs. 130/138, st.8, Moy Mubarak bus stand, Taimani, Kabul, Afghanistan ٹیلیفون: ۱۸۱۴ ۲۲۰ ۲۰ (۰) ۹۳+ یا ۹۳+ (۰) ۲۰ ۲۲۰ ۱۹۱۵ Email: sales@pajhwok.com
Khaama Press	https://www.khaama.com/	تجارتی یا نجی کمپنی	دری	۲۱۶,۱۷۹	خبروں کی تازہ کاری	info@khaama.com
Amaj News	https://aamajnews24.com/	تجارتی یا نجی کمپنی	دری	۷۲۷۱	خبروں کی تازہ کاری	پتہ: Karte Parwan, PD4, Kabul, Afghanistan ای میل: News@aamajnews24.com WhatsApp: ‎+۹۳۷۴۷۸۹۲۳۲۶ / +۹۳۷۰ ۵۶۰۶۰۵۷ / +۹۰۵۰۱۲۴۰۵۰۴۰

۴/۵ ایک نظر میں سوشل میڈیا

افغانستان میں سوشل میڈیا کا استعمال بڑھ رہا ہے، حالانکہ انٹرنیٹ کی قیمت اور معیار دونوں ہی اس میڈیم کے لیے بنیادی رکاوٹ ہیں۔ زیادہ تر انٹرنیٹ صارفین (۷۰/۱٪) سوشل میڈیا پلیٹ فارم تک رسائی حاصل کرتے ہیں جو کہ ان کی سب سے عام آن لائن سرگرمی ہے[۱۱۲]۔

تاہم، ۱۵ اگست کو طالبان کے قبضے کے بعد کچھ تبدیلیاں آئی ہیں، کچھ سوشل میڈیا صارفین نے اپنے پروفائلز سے تصاویر اور ٹویٹس کو ہٹا دیا ہے، طالبان کے پلیٹ فارمز پر تنقید کرنے پر انہیں نشانہ بنائے جانے کے خدشے کی وجہ سے[۱۱۳] دوسروں نے اپنے پورے پروفائلز کو حذف کر دیا، جیسے کہ فیس بک، ٹویٹر، لنکڈ ان اور کلب ہاؤس نے ۱۵ اگست کے فوراً بعد افغانستان میں اپنے صارفین کے تحفظ کے لیے[۱۱۴] اقدامات متعارف کرائے، بشمول صارفین کو اپنے پروفائلز کو لاک کرنے، مواد تک رسائی سے انکار اور خود بخود تصاویر اور ذاتی ڈیٹا کو ان کے پروفائلز سے ہٹانے کی اجازت دینا[۱۱۵]۔ Beporsed Ma Ra، سائن پوسٹ Signpost NGO کی طرف سے کمیونٹی کی زیر قیادت آن لائن انفارمیشن سروس پروجیکٹ[۱۱۶]، نے دری، پشتو اور انگریزی میں افغانستان میں فیس بوک کا استعمال کرتے ہوئے محفوظ رہنے کے طریقہ سے متعلق ایک گائیڈ کا اشتراک کیا[۱۱۷]۔

افغانستان میں سوشل میڈیا کے اعدادوشمار سے پتہ چلتا ہے کہ فیس بک ایک سرکردہ پلیٹ فارم ہے (جنوری ۲۰۲۲ میں ۷۹/۴۲٪)؛ دوسرے پلیٹ فارمز میں Twitter (۷/۸۴٪), YouTube (۴/۸۶٪), Pinterest (۳/۵۴٪) اور Instagram (۲/۲۶٪) شامل ہیں۔

جبکہ یہ پرانے پلیٹ فارم خبروں اور معلومات کے تبادلے کے لیے کام کرتے ہیں، نئے سوشل میڈیا پلیٹ فارمز جیسے TikTok بنیادی طور پر تفریح کے لیے استعمال ہوتے ہیں۔ اگرچہ کچھ خبروں کا مواد صارفین کے درمیان شیئر کیا جاتا ہے، لیکن TikTok پوسٹس زیادہ تر پیراڈیز اور مزاحیہ تبصروں کی ہوتی ہیں بجائے اس کے کہ براہ راست خبروں کے آؤٹ لیٹس سے ہوں[۱۱۸]۔ ۲۰۲۱ میں پلیٹ فارم کے لیے افغانستان میں فعال صارفین کی تعداد ۲۹۴,۰۰۰ سے زیادہ تھی[۱۱۹]، اور اشارے یہ تھے کہ اسے صارفین میں مزید اضافے کے لیے مقرر کیا گیا تھا[۱۲۰]۔ زیادہ تر Tiktok صارفین ۲۵ - ۳۴ سال (۶۹/۳٪) ہیں، اس کے بعد ۱۸ - ۲۴ سال (۲۹/۱٪) کی عمریں ہیں۔ TikTok کی خصوصیات دری اور پشتو متن کو سپورٹ کرتی ہیں۔ وہ اپنے ان بلٹ میڈیا تخلیقی ٹولز کے لیے مشہور ہیں، جو کہ Facebook جیسے روایتی امریکی پلیٹ فارمز سے متصادم ہیں، جنہیں زیادہ تر معلومات کے اشتراک کے پلیٹ فارم کے طور پر دیکھا جاتا ہے[۱۲۱]۔

Facebook مقبول ہے، ۴/۳ ملین Facebook صارفین کے ساتھ، زیادہ تر مرد (۸۲/۳٪) اور کم عمر گروپوں میں آتے

۱۱۲ ایشیا فاؤنڈیشن Asia Foundation، ۲۰۱۹۔ افغان عوام کا سروے۔ دستیاب ہے: <https://reliefweb.int/sites/reliefweb.int/files/resources/2019_Afghan_Survey_Full-Report.pdf> [۱۷ فروری ۲۰۲۲ کی رسائی]۔

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 اس تحقیق کے لیے اہم مخبر کے انٹرویوز: میڈیا ورکر، 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 اس تحقیق کے لیے اہم مخبر کے انٹرویوز: میڈیا ورکر، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲

ہیں (۱۸ - ۲۴ سال کی عمر)[۱۲۲]۔ زیادہ تر میڈیا آوٹ لیٹس Facebook پر بھی سرگرم ہیں، افغانستان میں Twitter کا استعمال شہری صحافیوں اور بلاگرز جیسے گروپوں کے لیے دیکھا جاتا ہے، خاص طور پر بین الاقوامی برادری کے ساتھ بات چیت کرنے کے لیے۔ افغانستان میں Twitter کے صارفین بنیادی طور پر انگریزی میں بات چیت کرتے ہیں، حالانکہ وہاں دری اور پشتو میں پوسٹس ہیں، جن کے استعمال میں اگست ۲۰۲۱ سے اضافہ ہوا ہے[۱۲۳]۔

طالبان کے اراکین اور نمائندوں نے سوشل میڈیا اور ان کے فیچرز کا استعمال اپنی رسائی کو زیادہ سے زیادہ کرنے اور ان نئے پلیٹ فارمز پر اپنی موجودگی کو بڑھانے کے لیے کیا ہے۔ Twitter پر طالبان کے دو بااثر ترین ترجمانوں میں ذبیح اللہ مجاہد کے (۴۹۵,۱۰۰ پیروکار) اور سہیل شاہین کے (۵۸۱,۹۰۰ پیروکار) شامل ہیں، جو طالبان کے خیالات پیش کرتے ہیں اور اعلانات شیئر کرتے ہیں۔

YouTube کو زیادہ تر تفریحی مواد تک رسائی کے لیے استعمال کیا جاتا ہے، خاص طور پر موجودہ قوانین کے ساتھ ٹیلی ویژن اور ریڈیو سے ایسے مواد کو ہٹا دیا جاتا ہے۔ موسیقی، سوپ اوپیرا، اور فلمیں YouTube پر سب سے زیادہ مقبول مواد ہیں۔ صارفین کی نسبتاً کم تعداد کو انٹرنیٹ کے زیادہ اخراجات اور ویڈیوز دیکھنے کے لیے درکار ڈیٹا/سپیڈ کے مطالبات سے منسوب کیا جا سکتا ہے[۱۲۴]۔

کلب ہاؤس Clubhouse ایک نسبتاً نیا سوشل میڈیا نیٹ ورک ہے جو ۲۰۲۰ میں شروع کیا گیا، جو نوجوان، پڑھے لکھے افغانوں اور دنیا بھر میں افغان باشندوں اور پناہ گزینوں کی کمیونٹیز میں پسند کیا گیا ہے۔ آڈیو پر مبنی سوشل میڈیا ایپلیکیشن مختلف موضوعات پر ورچوئل رومز بنانے کی اجازت دیتی ہے، لائیو پوڈ کاسٹ یا پینل ڈسکشن جیسا ماحول بناتی ہے۔ طالبان کے ارکان کھلے عام مباحثے کی حوصلہ افزائی کرتے ہوئے کئی رومز چلا رہے ہیں، وہ اکثر ان لوگوں سے دشمنی رکھتے ہیں جو ان پر تنقید کرتے ہیں اور انہیں ان رومز سے منع کرنے کی دھمکی دیتے ہیں۔[۱۲۵]

سوشل میڈیا پلیٹ فارمز کے علاوہ، سوشل میسجنگ ایپلیکیشن جیسے کہ WhatsApp, Telegram اور Facebook Messenger بھی معلومات کے تبادلے، خبروں کا اشتراک، اور دوستوں اور خاندان کے ساتھ رابطہ برقرار رکھنے کے لیے بہت مقبول ہیں۔ ۲۵ سے ۳۴ سال کی عمر کے سب سے بڑے صارف گروپ کے ساتھ، فیس بک کی طرح، افغانستان میں میسنجر کے ۳/۶ ملین صارفین میں سے زیادہ تر مرد ہیں (۸۳/۲٪)، اگرچہ صارف کی عمر تھوڑی زیادہ ہے[۱۲۶]۔

WhatsApp اور Telegram کے ذریعے فراہم کردہ گمنامی کی سطح نے ان کے اینڈ-ٹو-اینڈ انکرپشن فیچرز کو روایتی سوشل میڈیا پروفائلز کے مقابلے میں مقبول بنا دیا ہے۔ پھر بھی، اس نے افغانستان میں ان صحافیوں کے لیے مکمل طور پر محفوظ ماحول پیدا نہیں کیا ہے جنہیں ان پلیٹ فارمز پر اپنے کام کے حوالے سے براہ راست دھمکی آمیز پیغامات موصول ہوئے ہیں۔ گمنام رہنے کی اہلیت کا اطلاق دونوں طریقوں سے ہوتا ہے، صحافیوں اور میڈیا تنظیموں کو یہ معلوم نہیں ہوتا کہ چیٹ گروپ میں کون ہے جو ان کی نگرانی کرے اور کون سامعین کا حقیقی رکن ہے۔[۱۲۷]

۴/۶ ایک نظر میں Diaspora اور Cross-border Media

ایران میں مزید ۲/۲۵ ملین غیر دستاویزی افغانوں کے ساتھ[۱۲۸]، UNHCR نے ۲۰۲۱ کے آخر میں ملک سے باہر تقریباً ۲/۲ ملین افغان مہاجرین کی فہرست دی ہے[۱۲۹]۔ چونکہ زیادہ تر افغان کثیر زبان بولتے ہیں[۱۳۰]، اس نے ایران میں بے گھر ہونے والوں کے لیے زبان کی رکاوٹوں کو کسی حد تک ختم کیا ہے، جہاں فارسی اور دری کا گہرا تعلق ہے، اور پاکستان، جہاں پشتو بڑے علاقوں میں بولی جاتی ہے۔

۲۰۱۸ میں، iFilm 2 ایران میں شروع کیا گیا، خاص طور پر ملک کے اندر اور باہر دری بولنے والوں کو ٹارگٹ کرتا ہے۔ حکومتی ملکیتی چینل فلمیں، سوپ اوپیرا اور دیگر تفریحی مواد نشر کرتا ہے۔ ایران میں افغان سامعین کے لیے حکومت کے زیر اہتمام دیگر چینلز میں Sahar TV[۱۳۱] کا افغانستان ڈویژن شامل ہے، جو خبریں اور معلومات اور تفریحی مواد پیش کرتا ہے۔

ایران میں انسٹاگرام Instagram کے ۴۸ ملین صارفین ہیں[۱۳۲]، اور افغانستان میں اس کے صارفین کی تعداد کم[۱۳۳] ہونے کے باوجود، اسے ایران میں افغان باشندوں کا سب سے مقبول پلیٹ فارم سمجھا جاتا ہے، جس کی ایک وجہ ایران میں فیس بک Facebook پر پابندی ہے[۱۳۴]۔ پاکستان میں رہنے والے افغان باشندے ابھی بھی فیس بک Facebook کا استعمال کرتے ہیں ملک میں اس کی مقبولیت (پاکستان میں Facebook کے ۵۴ ملین صارفین ہیں)[۱۳۵]۔

---

۱۲۲ https://napoleoncat.com/stats/facebook-users-in-afghanistan/2022/01/
۱۲۳ اس تحقیق کے لیے اہم مخبر کے انٹرویوز: جرنلسٹ، افغانستان، جنوری ۲۰۲۲
۱۲۴ اس ریسرچ کے لیے اہم مخبر کے انٹرویوز، 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/
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.sahartv.ir/
۱۳۲ https://www.atlanticcouncil.org/in-depth-research-reports/report/iranians-on-socialmedia/
۱۳۳ اس تحقیق کے لیے اہم مخبر کے انٹرویوز: جرنلسٹ، ایران، جنوری ۲۰۲۲
۱۳۴ https://www.iranintl.com/en/202111103926849
۱۳۵ https://napoleoncat.com/stats/social-media-users-in-pakistan/2022/01/

ڈسپورہ diaspora کمیونٹی ایران میں سرکاری ملکیت والے چینلز جیسے iFilm 2 اور Sahar TV، دیگر ایرانی چینلز، اور تفریح کے لیے Instagram تک رسائی حاصل کرنے کا زیادہ امکان رکھتی ہے، جب کہ سیٹلائٹ یا موبائل فون تک رسائی رکھنے والے مہاجرین TOLO TV، Lemar اور Facebook کا انتخاب کرتے ہیں۔ دونوں گروپوں نے کہا کہ انہوں نے افغانستان سے متعلق بڑے پروگراموں کے دوران ایران میں قومی خبریں دیکھی تھیں، لیکن صرف آن لائن تلاش کے ساتھ ساتھ خبروں کے مرکزی ذریعہ کے طور پر نہیں[۱۳۶]۔

Afghan Voice Agency (AVA) ایک قابل ذکر آن لائن نیوز ایجنسی ہے جو پڑوسی ممالک میں رہنے والے افغانوں میں مقبول ہے (نیچے ٹیبل دیکھیں)۔ نیوز ایجنسی کے ہیڈ کوارٹر کابل، ہرات، مزار شریف، بامیان، جلال آباد اور قندھار میں ہیں اور ایران میں مشہد، تہران اور قم Qom اور پاکستان میں پشاور میں اس کے رپریزنٹیٹو دفاتر ہیں[۱۳۷]۔

میڈیا ارگنائزیشن کا نام	ویب لنک	ملکیت	پرائمری زبان	صارفین کی ماہانہ تعداد	مشہور پروگرام کی قسمیں	عوامی طور پر دستیاب رابطے کی تفصیلات
The Afghan Voice Agency (AVA)	https://avapress.com/en	NGO کی طرف سے سپورٹ کیا گیا	دری	۱۳۴,۶۲۲	خبروں کی تازہ کاری	Email: info@avapress.com ٹیلیفون: ۰۰۹۳۷۰۰۲۷۵۸۲۸ / ۰۰۹۳۷۹۹۳۴۳۷۸۷

پاکستان میں، UNHCR نے افغان مہاجرین کے لیے پروگرام تیار کرنے کے لیے ریڈیو پاکستان جیسے ریڈیو اسٹیشنوں کے ساتھ شراکت داری کی ہے۔ انہوں نے پشتو زبان کے نشریاتی اداروں جیسے Deewa Radio, Mashal Radio, Ashna Radio, Khyber Television, اور Mashriq Television کے ساتھ بھی کام کیا ہے[۱۳۸]۔ پاکستان میں افغان مہاجرین کے بعد سب سے زیادہ مقبول میڈیا آؤٹ لیٹس میں Shamshad (Afghanistan), Ashna Radio (VoA), Shamal (Afghanistan) اور Geo (Pakistan) شامل ہیں۔ BBC پاکستان میں بے گھر ہونے والی آبادی کے لیے ایک قابل اعتماد ذریعہ ہے، جو افغانستان اور پاکستان میں ۵۰ سے ۶۰ ملین پشتو بولنے والوں تک پہنچتا ہے اور اس سے آگے۔ کئی میڈیا ادارے صوبہ خیبر پختونخوا سے مقامی طور پر رپورٹنگ کرتے ہیں اور DWA پروجیکٹ 'Displacement اور Dialogue South Asia' کے ایک حصے کے طور پر افغان مہاجرین کو بطور شہری صحافی تربیت دیتے ہیں، یہ ذیل میں ہیں:

- Power99 ایک کمرشل ریڈیو اسٹیشن جس کی بڑی رسائی ہے، جو کچھ پشتو اور دری پروگرام نشر کر رہا ہے لیکن کوئی تحریری یا وقف شدہ صفحہ نہیں ہے، https://power99.live/
- Tribal News Network (TNN) https://www.tnn.com.pk/ فیس بک پر پشتو میں مواد تقسیم کرتا ہے اور اس کے کئی آن لائن چینلز ہیں جیسا کہ ذیل کے ٹیبل میں بیان کیا گیا ہے:

شکل ۱: Tribal News Network آن لائن چینلز

چینل کا نام	لنک	فعال از وقت	پیروکاروں / سبسکرپشنز کی تعداد
ٹرائبل نیوز نیٹ ورک - فیس بک	https://www.facebook.com/TNNInfotainment	۲۰۱۴	۴۶۰۰۰۰ پیروکار
Tribal News TV – YouTube	https://www.youtube.com/channel/UCSGaEBcM49Li9qGtonnhlFQ	۲۰۱۹	۴۶۰۰ پیروکار
Tribal News Network-YouTube	https://www.youtube.com/channel/UC7tdDaKL3JKqSKhkcogyR6w	۲۰۱۵	۳۵۰۰۰ پیروکار
@TNNEnglish	https://twitter.com/TNNEnglish	۲۰۱۵	۶۱۳۷ پیروکار
@TNN_Updates	https://twitter.com/TNN_UPDATES	۲۰۱۷	۱۷۷۱
ٹرائبل نیوز نیٹ ورک-LinkedIn	https://www.linkedin.com/company/tribalnewsnetwork/mycompany/	۲۰۱۹	۴۲۹ پیروکار
Tribal_News_Network – Instagram	https://www.instagram.com/tribal_news_network/	۲۰۲۱	۲۰۷ پیروکار
TNN Urdu website	www.tnnurdu.com	۲۰۱۹	۲۹۳۰۰ صارفین
TNN انگریزی ویب سائٹ	www.tnn.com.pk	۲۰۱۴	۱۲۰۰۰

ایک معیاری مطالعہ (۲۰۲۱)[۱۳۹] ہری پور اور صوابی میں افغان پناہ گزینوں اور خواتین کے ساتھ جو Power 99 کے ذریعے کیے گئے ہیں، نے ظاہر کیا کہ سوشل میڈیا ان کی معلومات کا سب سے بڑا ذریعہ ہے۔ یہ خاص طور پر نوجوانوں کے لیے سچ ہے۔ مہاجرین پشتو پروگرامنگ کے ساتھ غیر ملکی ریڈیو چینلز جیسے کہ RFE/RL کا Mashaal اور VoA کا Deeva سنتے ہیں۔ واٹس ایپ اور فیس بک کو بھی معلومات کے لیے استعمال کیا جاتا ہے اور بیرون ملک اپنے اہل خانہ سے رابطے میں رہنے کے لیے بھی کیا جاتا ہے۔ وہ رات ۸ بجے BBC کا پشتو زبان کا پروگرام Nara اور پروین رحمتی کا FM ۹۹/۴ سے پشتو اور دری پروگرام سنتے ہیں۔ وہ جن کے پاس ٹی وی ہیں (تقریباً Da Wakh

۱۳۶ اس تحقیق کے لیے اہم مخبر کے انٹرویوز، ایران، جنوری ۲۰۲۲
۱۳۷ https://avapress.com/en/home/aboutus
۱۳۸ افغان پناہ گزینوں کی آئینز ریسرچ، ٹرائبل نیوز نیٹ ورک (TNN) اکیڈمی DW کے تعاون سے، (اپریل ۲۰۲۱)
۱۳۹ پناہ گزینوں کی آوازوں کو فعال اور مضبوط کرنا، پاکستان میں افغان مہاجرین اور میڈیا - خدشات، ترجیحات اور چیلنجز، POWER99 فاونڈیشن، (۲۰۲۱)

۲۰٪) وہ PTV news اور PTV Home تک رسائی حاصل کرتے ہیں (زمینی، سرکاری ٹی وی) - سیٹلائٹ ڈش والے پاکستان اور افغانستان کے دوسرے نیوز چینلز تک رسائی حاصل کر سکتے ہیں۔

میڈیا جس کا زیادہ تر مہاجرین پیروری کرتے ہیں وہ: شمشاد (افغانستان)، اشنا ریڈیو (VoA)، شامال (افغانستان) اور جیو (پاکستان) ہیں۔ پناہ گزینوں کے فیڈ بیک کے مطابق، ان کی ضروریاتی معلومات، ترجیحی طور پر افغانستان میں ان کے گاؤں اور قصبوں کی صورتحال، صحت کے مسائل، تعلیم، خواتین کے مسائل اور عام آگاہی کے بارے میں معلومات ہیں۔

ٹرائبل نیوز نیٹ ورک کی جانب سے خیبر پختونخواہ کے پشاور اور کوہاٹ اضلاع میں شائقین کی تحقیق سے پتہ چلتا ہے کہ ٹی وی اور سوشل میڈیا پلیٹ فارمز[۱۴۰]، خاص طور پر فیس بک، ۷۸ فیصد افغان مہاجرین کے لیے خبروں اور معلومات کا بنیادی ذریعہ ہیں، جزوی طور پر اس لیے کہ سوشل میڈیا پر کسی بھی وقت ریکارڈ شدہ خبروں اور معلوماتی پروگراموں تک رسائی حاصل کی جا سکتی ہے حالانکہ ریڈیو ۵۰٪ مہاجرین کے لیے معلومات کا ترجیحی ذریعہ ہے۔

انٹرویوز نے ظاہر کیا ہے کہ ۹۴٪ افغان مہاجرین تقریباً ہر روز (ہفتے میں ۷ دن) خبروں اور معلومات کے لیے میڈیا کے ذرائع استعمال کرتے ہیں۔ ۸۹٪ شام ۶ PM بجے سے رات ۹ PM بجے تک ایسا کرنے کو ترجیح دیتے ہیں، ۲۲٪ صبح ۶ AM بجے سے پہلے، ۱۱٪ ۹ PM تا دیر رات تک، ۶٪ صبح ۶ AM سے ۹ AM تک، اور ۶٪ دوپہر (۱۲ PM سے ۳ PM تک) اس نے پایا کہ ۲۷٪ افغان مہاجرین بین الاقوامی میڈیا ذرائع میں دلچسپی رکھتے ہیں، ۱۷٪ افغانستان کی ملکیت میڈیا ذرائع میں دلچسپی رکھتے ہیں، ۱۱٪ سوشل میڈیا میں دلچسپی رکھتے ہیں، اور ۹٪ پاکستان کی ملکیت والے میڈیا ذرائع میں دلچسپی رکھتے ہیں۔ BBC Pashto, Mashal Radio, اور Deewa Radio جیسے ذرائع ابلاغ کو محسوس کیا جاتا ہے کہ وہ افغان مسائل پر اچھی رپورٹنگ کرتے ہیں، اور بین الاقوامی میڈیا کے ذرائع کو مستند محسوس کیا جاتا ہے، جو افغانوں کے بارے میں درست اور درست خبریں اور معلومات کا اشتراک کرتے ہیں۔

تحقیق نے پایا ہے کہ ۶۷ فیصد افغان مہاجرین کو "میڈیا ذرائع تک آسان رسائی نہیں ہے"، جبکہ ۵۶٪ کے لیے "متعلقہ پروگرام تلاش کرنا مشکل" ہے۔ مواد کے لحاظ سے، ۹۴٪ شرکاء نے تعلیم، ۵۰٪ صحت اور ۲۸٪ کھیلوں کے موضوعات میں دلچسپی لی ہے۔ خبروں اور معلوماتی پروگرامنگ کے لیے پشتو اور دری افغان مہاجرین کی ترجیحی زبانیں ہیں۔

۴/۷ ایک نظر میں مواصلات کی روایتی شکلیں

اگرچہ افغانستان میں ٹیلی ویژن کے ناظرین، ریڈیو سننے، انٹرنیٹ کے استعمال اور ڈیجیٹل میڈیا نے مقبولیت حاصل کی ہے، مواصلات کی روایتی شکلیں جیسے مسجد کے اعلانات اور دوستوں اور خاندان کے ساتھ معلومات کا تبادلہ بھی اتنا ہی اہم ہے۔ افغان عوام کے سروے کے ۸۶٪ سے زیادہ جواب دہندگان نے ۲۰۱۹ میں[۱۴۱] خاندان اور دوستوں کو معلومات کے ذرائع کے طور پر شناخت کیا، ان کا سب سے زیادہ امکان شہری علاقوں کے مقابلے دیہی علاقوں میں (۸۷/۲٪) سے تھا، اور شمال مشرق میں رہنے والوں کا زیادہ تر امکان تھا کہ وہ اپنے دوستوں اور خاندان کو معلومات کے ذریعہ (۹۱/۲٪) بتاتے ہیں۔ معلومات کے دیگر روایتی ذرائع میں ۴۵/۳٪ کے ساتھ مساجد اور وہ علاقے شامل ہیں جہاں یہ سب سے زیادہ عام تھا شمال مشرق (۵۴/۸٪) اور شمال مغرب (۵۲/۶٪)، اور زیادہ تر مرد (۷۰٪) خواتین کے مقابلے میں (۲۰/۵٪)، اور اس سے زیادہ عمر کے تھے (۵۹/۹٪ فیصد ۵۵ سال کی عمریں اور اس سے زیادہ)۔

مساجد کی طرح کمیونٹی شورا/جرگوں کو بھی خبروں اور معلومات کے ذرائع کے طور پر دیکھا جاتا ہے۔ خواتین (۲۱/۲٪) کے

مقابلے مردوں (۵۶/۶٪) میں نمایاں طور پر زیادہ عام ہے۔

۴/۸ میڈیا اور جرنلزم کی تربیت

اگست ۲۰۲۱ سے پہلے، افغانستان میں صحافت کی ایک فعال تربیتی اسٹیبلشمنٹ تھی جسے بین الاقوامی میڈیا ڈویلپمنٹ آرگنائزیشنز کی مدد حاصل تھی، جس میں تقریباً ۱۸۰۰ طلباء سالانہ تربیت کی مختلف سطحوں پر فارغ التحصیل ہوتے ہیں[۱۴۲]۔ اس میں سرکاری، نجی اور سرکاری یونیورسٹیوں میں واقع جرنلزم کے ۳۰ اسکول شامل ہیں جو بیچلر ڈگری کی سطح تک ٹیوشن اور تربیت فراہم کرتے ہیں۔ کابل یونیورسٹی نے صحافت میں ماسٹر ڈگری بھی پیش کی۔ Kabul journalism Instituteاور the Nai Media Institute کی طرف سے ڈپلومہ سطح کی میڈیا اور صحافت کی تربیت بھی فراہم کی گئی۔ جبکہ یونیورسٹیوں میں پڑھایا جانے والا نصاب بہت روایتی ہے[۱۴۳]، Nai Media Institute کا نصاب زیادہ جدید تھا اور اس نے صحافت میں مختصر کورسز فراہم کیے تھے۔ اسے فی الحال Deutsche Welle Akademie کی طرف سے تعاون حاصل ہے۔ موجودہ معاشی حالات اور سپورٹ واپس لینے کا مطلب یہ ہے کہ بہت سے میڈیا ٹریننگ ادارے اب مناسب نہیں ہیں[۱۴۴]۔

۱۴۰ افغان پناہ گزینوں کی آڈینز ریسرچ، ٹرائبل نیوز نیٹ ورک (TNN) اکیڈمی DW کے تعاون سے، (اپریل ۲۰۲۱)

۱۴۱ ایشیا فاؤنڈیشن Asia Foundation، ۲۰۱۹۔ افغان عوام کا سروے۔ دستیاب ہے: <https://reliefweb.int/sites/reliefweb.int/files/resources/2019_Afghan_Survey_Full-Report.pdf> [۱۷ فروری ۲۰۲۲ کی رسائی]۔

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

۱۴۳ https://nai.org.af/

۱۴۴ اس تحقیق کے لیے اہم مخبر کے انٹرویوز؛ میڈیا ڈیولیپمنٹ کے ماہرین

یہ گائیڈ میڈیا لینڈ سکیپ گائیڈز کی سیریز میں سے ایک ہے جو مختلف ممالک میں میڈیا کے لینڈ سکیپ کا نقشہ پیش کرتی ہے۔
یہ گائیڈز CDAC Network نے DW Akademie کے تعاون سے تیار کیے ہیں اور وفاقی وزارت برائے اقتصادی تعاون اور ترقی کے تعاون سے سپورٹ کیا گیا ہے۔ یہ منصوبہ عالمی اقدام کا حصہ ہے "شفافیت اور میڈیا کی آزادی - وبائی مرض میں بحران سے نمٹنے کی صلاحیت"۔

german cooperation
DEUTSCHE ZUSAMMENARBEIT

DW Akademie

CDAC NETWORK
بحران سے متاثرہ کمیونٹیز کے ساتھ بات چیت کرنا

© CDAC نیٹ ورک ۲۰۲۲۔ CDAC Network اسٹیک ہولڈرز کے ایک متنوع گروپ کا اجلاس کرتا ہے تاکہ اختراعی سوچ، علم کے تبادلے، اور آفات سے متاثرہ کمیونٹیز کے ساتھ رابطہ قائم کرنے کے خواہشمند افراد کے درمیان تعاون کو مضبوط کیا جا سکے۔ کمپنیز ہاؤس، یوکے کے ساتھ رجسٹرڈ: رجسٹریشن نمبر: ۱۰۵۷۱۵۰۱۔ رجسٹرڈ یو کے چیریٹی نمبر: ۱۱۷۸۱۶۸۔