

پاکستان میڈیا لینڈ اسکیپ گائیڈ

فروری ۲۰۲۲



دیباچہ

یہ گائیڈ میڈیا لینڈ اسکیپ گائیڈز کی سیریز میں سے ایک ہے جو مختلف ممالک میں میڈیا کے لینڈ اسکیپ 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 "شفاپیت اور میڈیا کی آزادی - وبائی مرض میں بحران سے نمٹنے کی صلاحیت"۔

CDAC نیٹ ورک *Asad Baig*، جو کہ ایک کنسلٹنٹ ہے کا شکر یہ ادا کرتا ہے جنہوں نے اندرون ملک پاکستان میڈیا لینڈ اسکیپ گائیڈ کے لئے تحقیق کی قیادت کی اور *Sarah Routley* اور ان کی *HRI* لمیٹڈ ٹیم جنہوں نے طریقہ کار کے ڈیزائن اور گائیڈ کو حتمی شکل دینے میں معاونت 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 اپریل اور اکتوبر ۲۰۲۱ کے درمیان لکھا گیا ہے اور ترمیم کی گیا ہے۔

ٹیبیل لسٹ

| | |
|----|---|
| ۴ | سیکشن ۱: تعارف |
| ۴ | ۱/۱ گائیڈ کے بارے میں |
| ۵ | ۱/۲ گائیڈ کیا بتاتا ہے اور اس کی ضرورت کیوں ہے |
| ۵ | ۱/۳ طریقہ کار |
| ۵ | ۱/۴ آفات میں گائیڈ کا ممکنہ کردار |
| ۶ | سیکشن ۲: کمیونیکیشن کلچر کا جائزہ |
| ۶ | ۲/۱ کمیونیکیشن کلچر |
| ۷ | ۲/۲ میڈیا شیئر میں تبدیلیاں |
| ۹ | ۲/۳ میڈیا میں زبان اور اس کے بول کے انداز |
| ۱۰ | ۲/۴ میڈیا تک رسائی میں رکاوٹیں |
| ۱۱ | ۲/۵ میڈیا کی ترجیحات اور ٹرسٹڈ میڈیا |
| ۱۲ | ۲/۶ کمیونٹیز کے ساتھ دو طرفہ کمیونیکیشن |
| | سیکشن ۳: ڈیزاسٹر ریسپانس میں میڈیا کا استعمال اور |
| | Covid-19 وبائی امراض ۱۳ کے دوران |
| ۱۳ | ۳/۱ بیک گراؤنڈ |
| ۱۳ | ۳/۲ ڈیزاسٹر ریسپانس میں میڈیا کا کردار |
| ۱۸ | سیکشن ۴: میڈیا کا جائزہ |
| ۱۸ | ۴/۱ ڈیجیٹل میڈیا پلیٹ فارمز |
| ۲۱ | ۴/۲ سوشل میڈیا پلیٹ فارمز |
| ۲۲ | ۴/۳ ٹیلی ویژن اسٹیشنز |
| ۲۵ | ۴/۴ ریڈیو چینلز |
| ۲۷ | ۴/۵ پرنٹ |
| ۲۸ | ۴/۶ کمیونیکیشن کی روایتی شکلیں |
| ۲۹ | ۴/۷ میڈیا ٹریننگ کے مواقع |



سیکشن ۱:

تعارف

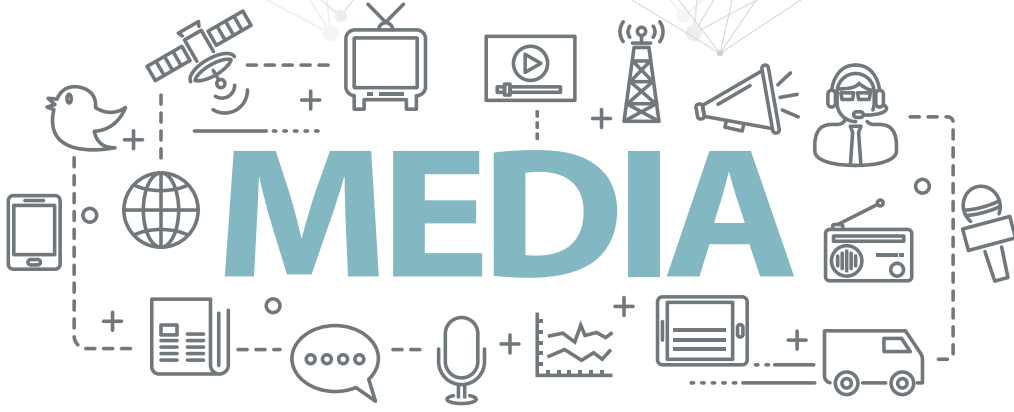
۱/۱ گائیڈ کے بارے میں

یہ میڈیا لینڈ اسکیمپ گائیڈ پاکستان میں میڈیا کا اسٹیپ شاٹ 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) جاری کوویڈ-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 اسٹیپ 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 جاسکتا ہے:

- « کمیونٹی، ڈیولپمنٹ، اور انسان دوست تنظیمیں؛ حکومتی اور لوکل اتارٹیٹیز؛ غیر سرکاری تنظیمیں (NGO) اور اقوام متحدہ کی امدادی ایجنسیاں تاکہ کمیونٹی ایگیمنٹ، کمیونیکیشن، آؤٹ ریچ، اور میسجنگ اور موبیلناٹیشن 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 باہمی میں مل کر کام کرنے میں مصروف ہیں۔
- « میڈیا آؤٹ لیٹس (بشمول نیوز آؤٹ لیٹس): مختلف گروپوں کے ساتھ، خاص پر بحرانوں کے دوران اپنے کمیونیکیشن اور انگیمنٹ 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۔



۱/۲ گائیڈ کیا بتاتا ہے اور اس کی ضرورت کیوں ہے

یہ سمجھے بغیر کہ معاشرہ کس طرح کمیونیکٹیو کرتا ہے، کسی بھی کمیونیکیشن 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 کر کے، 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 مؤثر میڈیا کی نشاندہی کرنا کہ مختلف ڈیموگرافکس کے ساتھ بات چیت کرنے کے لیے استعمال کر سکے۔ پاکستان 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 یقینی 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 آفات 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 ڈیسک اسٹر 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 کمیونیکیشن 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 فرامیٹس 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 کمیونیکیشن، پیغام رسانی اور معلومات کی ترسیل کو بہتر بنانے اور مؤثر ردعمل میں حصہ ڈالنے کے لیے کیا جائے۔



سیکشن ۲:

کمیونیکیشن کلچر کا جائزہ

یہ سیکشن پاکستان میں میڈیا کے منظر نامے کی موجودہ صورتحال اور یہ مختلف گروہوں کو کیسے پورا کرتا ہے اس کا خاکہ پیش کرتا ہے۔ یہ میڈیا کی ترجیحات اور رسائی کو بھی دیکھتا ہے، اور لوگوں کو اپنی ضرورت کی معلومات حاصل کرنے میں درپیش رکاوٹوں کو بھی دیکھتا ہے۔

۱/۲ کمیونیکیشن کلچر

۲۰۰۲ میں ریڈیو اور ٹیلی ویژن پر حکومتی اجارہ داری کے خاتمے اور پاکستان الیکٹرانک میڈیا ریگولیٹری اتھارٹی (PEMRA) کے قیام کے بعد میڈیا کے شعبے میں بہت زیادہ ترقی ہوئی ہے۔ اس سے پہلے، سرکاری ملکیت والے پاکستان ٹیلی ویژن، اور عوامی ملکیت والے ریڈیو پاکستان نے پرنٹ میڈیا کے ساتھ ساتھ لینڈ اسکیپ پر غلبہ حاصل کیا۔ PEMRA قائم کیا گیا تھا کہ: "معلومات، تعلیم اور تفریح کے معیار کو بہتر بنائیں"۔ یہ ادارہ ملک کے تمام نجی ٹی وی اور ریڈیو چینلز کے لیے لائسنس دینے والی اتھارٹی ہے اور ضابطہ اخلاق کے ذریعے ٹی وی اور ریڈیو کے مواد کو ریگولیٹ کرنے کے لیے بھی ذمہ دار ہے۔^۲ ٹیلی ویژن اور ریڈیو پر پروگرامنگ کی ایک بڑی اکثریت مقامی طور پر تیار کی جاتی ہے کیونکہ پیمرا PEMRA کے لائسنس یافتہ افراد کو "پروگراموں کا متنوع مرکب" نشر کرنے کی ضرورت ہوتی ہے جس میں مقامی پاکستانی نژادی پروگراموں کا ۹۰ فیصد سے کم حصہ نہیں ہوتا ہے۔ مواد نشر کرنے کے لیے مقامی ٹیلی ویژن چینلز کے ساتھ شراکت داری کرنے والے عالمی اوٹ لیٹس کی مثالیں بھی موجود ہیں، تاہم، ان میں سے کچھ شراکت داریوں کو ریگولیٹری مسائل کی وجہ سے ختم ہونے کی اطلاع ہے۔^۳

ریڈیو اور نیوز چینلز کے پھیلاؤ کے باوجود، حکومت نے براڈکاسٹ میکانزم تک رسائی کو محدود کر کے ان ذرائع پر بہت زیادہ اثر و رسوخ برقرار رکھا ہے۔ یہ نجی ٹی وی چینلز کو زمینی نیٹ ورکس کے ذریعے نشریات کی اجازت نہیں دیتا، انہیں کیبل اور سیٹلائٹ تک محدود رکھتا ہے۔ ریاستی چینلز، اس دوران، کیبل، سیٹلائٹ اور زمینی سطح پر نشر کر سکتے ہیں۔ یہ نجی نشریاتی اداروں کے سامعین کو کیبل اور سیٹلائٹ تک رسائی والے ناظرین تک محدود کر دیتا ہے اور اس کا مطلب ہے کہ کم آمدنی والے اور زیادہ دیہی کمیونٹیز تک پہنچنے کا امکان کم ہے۔ سرکاری اور نجی ریڈیو اسٹیشنوں میں بھی فرق ہے۔ حکومت ریڈیو کے لیے ایف ایم فریکوئنسی پر نشریات کے لیے صرف نجی لائسنس جاری کرتی ہے، جب کہ حکومت ایف ایم اور اے ایم فریکوئنسی کے ذریعے نشریات کر سکتی ہے۔ ایف ایم براڈکاسٹ لائسنس نجی ریڈیو اسٹیشنوں کو اپنی خبروں کا مواد نشر کرنے کی اجازت نہیں دیتے ہیں، اس کے بجائے یہ چینلز سرکاری اسٹیشنوں سے بلیٹن ریلے کرتے ہیں، اور دیگر خدمات جیسے کہ BBC اردو۔ اس کے برعکس نجی ٹی وی چینلز اپنے حالات حاضرہ اور خبروں کا مواد نشر کر سکتے ہیں۔

^۲ https://pemra.gov.pk/uploads/legal/Code_of_Conduct.pdf

^۳ <https://www.dawn.com/news/1601847>

۲/۲ میڈیا شیئر میں تبدیلیاں

حکومتی ادا شدہ اشتہارات تمام ذرائع کے بہت سے آؤٹ لیٹس کے لیے آمدنی کا ایک اہم ذریعہ ہے، خاص طور پر علاقائی اخبارات کے لیے، جو کچھ معاملات میں مکمل طور پر سرکاری اشتہارات پر منحصر ہوتے ہیں۔ ٹی وی اور ریڈیو کی ترقی کے درمیان بڑے پیمانے پر سرکولیشن پریس کی پہنچ گٹھ رہی ہے۔ تاہم، اب ڈیجیٹل میڈیا کی مقبولیت میں اضافے کی وجہ سے ٹی وی اور ریڈیو کے ساتھ ساتھ پرنٹ میڈیا کو بھی چیلنج درپیش ہے۔ حالیہ مطالعات سے پتہ چلتا ہے کہ انٹرنیٹ کے ذریعے دستیاب مفت آن لائن مواد کی ترقی کی وجہ سے پرنٹ اور براڈکاسٹ میڈیا کو معلومات کو پھیلانے کی صلاحیت میں مسلسل کمی کا سامنا ہے۔^۴ Aurora کے جائزے کے ساتھ ٹیلی ویژن کے ناظرین کی تعداد میں کمی واقع ہوئی ہے جس میں "FY2017-18 میں ٹیلی ویژن کے ناظرین کی تعداد میں ۵٪ کمی، اور مالی سال ۲۰۱۵-۱۶ کے مقابلے میں ۱۰٪ کمی" کی اطلاع ہے۔ تاہم، ضروری نہیں کہ یہ رجحان ٹیلی ویژن کے مواد کو مقبولیت کھونے میں ترجمہ دیں کیونکہ لوگ اسمارٹ فونز اور موبائل آلات پر دیکھ رہے ہوتے ہیں۔ لوگ ٹیلی ویژن کی خبروں تک نئے طریقوں سے رسائی حاصل کر رہے ہیں - معروف ٹیلی ویژن نیوز چینلز کے سوشل میڈیا آؤٹ لیٹس صرف فیس بک کے ذریعے ہی ایک ماہ میں ۱۰۰ ملین سے ۲۰۰ ملین ہٹس پیدا کر رہے ہیں۔

پریس کی آزادی: ۲۰۲۱ میں، Reporters without Borders (RSF) نے میڈیا کی آزادی کے حوالے سے ۱۸۰ ممالک میں پاکستان کو ۱۴۵ ویں نمبر پر رکھا ہے۔ اپنی سموری میں وہ نوٹ کرتے ہیں کہ پاکستانی میڈیا ملک کی 'اسٹیبلشمنٹ' کا ہدف بن چکا ہے۔ سنسر شپ اکثر ہوتی ہے، اشتہارات کو بعض اوقات واپس لینے کی دھمکی دی جاتی ہے، اخبارات کی تقسیم میں خلل پڑ سکتا ہے، اور ٹی وی چینلز جام ہو جاتے ہیں۔ آن لائن ریگولیشن، یا سنسر شپ میں اضافہ ہوا ہے۔ صحافیوں بالخصوص خواتین صحافیوں کے خلاف سائبر تشدد کی مہم کا ایک رجحان ابھر رہا ہے۔ ۲۰۲۰ میں متعدد صحافیوں کو اغوا کیا گیا اور رپورٹرز کو کام کے دوران، خاص طور پر مغربی صوبوں بلوچستان اور خیبر پختونخواہ میں خطرے میں پڑ گئے ہیں۔^۵

یورپی جرنلزم سینٹر (EJC)، میڈیا لینڈ اسکیپس فار پاکستان میں نوٹ کرتا ہے کہ میڈیا پریکٹیشنرز کے خلاف دھمکیاں اور کام سے متعلق تشدد اور میڈیا تنظیموں کے دفاتر پر دھمکیاں اور حملے ہوئے ہیں۔ اس نے خود سنسر شپ اور احتیاط کے ماحول میں حصہ ڈالا ہے۔ پاکستان میں سوشل میڈیا پلیٹ فارمز کو من مانی طور پر معطل کرنے کی ایک طویل تاریخ ہے۔ اس طرح کی معطلی بنیادی طور پر ایسے پلیٹ فارمز کی طرف ہے جو نچلے متوسط طبقے میں مقبول ہیں، بشمول PUBG، اور TikTok (اس رپورٹ کے لکھنے کے وقت سمیت حالیہ مہینوں میں چار بار پابندی لگا دی گئی)۔^۶

اسکالرز اور میڈیا ٹولپمنٹ پروفیشنلز نے PEMRA کے کردار پر سوال اٹھائے ہیں۔ ایسی تنقیدیں ہوتی رہی ہیں کہ اس نے بڑے میڈیا گروپس کو بڑی سرمایہ کاری کے ذریعے اجارہ داری برقرار رکھنے کی اجازت دی ہے اور کراس میڈیا کی ملکیت کو روکنے کے لیے اپنا اختیار استعمال کرنے میں ناکام رہے ہیں۔^۷

میڈیا کی رسائی: انٹرنیٹ تک رسائی کے معاملے میں دیہی اور شہری علاقوں کے درمیان ایک خلیج ہے، رپورٹس کے مطابق پاکستان کا ۳۵٪، خاص طور پر دیہی علاقوں، انٹرنیٹ کے بنیادی ڈھانچے سے محروم ہے۔^۸ پاکستان کو نیٹ ورک ریڈی نیس انڈیکس (NRI) پر ۱۱۱ ویں نمبر پر رکھا گیا ہے، جو اس کے جنوبی ایشیائی ساتھیوں سے کم ہے۔^۹ موبائل فون ڈیجیٹل کنکشن کی اہم شکل ہے۔ یہ جزوی طور پر موبائل فون صارفین کی سراسر حجم کی وجہ سے ہے۔ GSMA کے اعداد و شمار کے مطابق، ۲۰۱۹ میں، کل موبائل انٹرنیٹ صارفین میں سے ۶۷٪ نے صرف موبائل فون ڈیوائسز کا استعمال کرتے ہوئے انٹرنیٹ تک رسائی حاصل کی تھی۔^{۱۰} نیٹ ورک کی وسیع کوریج اور اسمارٹ فونز کے بڑھتے ہوئے اختیار نے ملک بھر کے لوگوں تک موبائل انٹرنیٹ خدمات پہنچانے میں مدد کی ہے۔ یہ واضح نہیں ہے کہ سوشل نیٹ ورک کی رسائی کی سطح کم کیوں ہے، لیکن یہ جزوی طور پر فیس بک جیسی سوشل میڈیا سائٹس کے بلاک ہونے کی وجہ سے ہو سکتا ہے۔

۴ <https://digitalcommons.unl.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=9394&context=libphilprac>

۵ <https://rsf.org/en/pakistan> RSF کا ۲۰۲۱ ورلڈ پریس فریڈم انڈیکس دیکھیں۔ ہر سال شائع ہونے والا، انڈیکس میڈیا کے لیے دستیاب آزادی کی سطح کو ۱ سب سے آزاد کے ساتھ ناپتا ہے۔ یہ ۱۸۰ ممالک میں میڈیا کی آزادی کے حوالے سے پیشرفت اور کمی کے بارے میں معلومات فراہم کرتا ہے۔ یہ عالمی بینک World Bank قانون کی حکمرانی کے لیے کسی ملک کے احترام کا اندازہ لگانے کے لیے استعمال کرتا ہے۔

۶ <https://www.digitalrightsonline.pk/tiktok-banned-for-the-fourth-time-by-ptaf/>

۷ <https://www.dawn.com/news/1620974>

۸ <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/52339/1/673080374.pdf>

۹ <https://www.borgenmagazine.com/internet-access-in-pakistan/>

۱۰ <https://networkreadinessindex.org/wp-content/uploads/2020/12/Pakistan.pdf>

۱۱ <https://www.gsma.com/asia-pacific/wp-content/uploads/2020/06/24253-Pakistan-report-updates-LR.pdf>

DataReportal کے ڈیٹا سے پتہ چلتا ہے کہ جنوری ۲۰۲۱ میں:

- « پاکستان کی آبادی ۲۲۳ ملین ہے جس میں ۴۸/۵٪ خواتین اور ۵۱/۵ مرد ہیں
- « شہری آبادی کا ۳۷/۳٪ ہیں، ۶۲/۷٪ دیہی علاقوں میں رہتے ہیں
- « انٹرنیٹ کی رسائی ۲۷/۵٪ ہے اور وہاں ۶۱/۳۴ ملین انٹرنیٹ صارفین (۲۰۲۰ سے لیکر +۲۱٪)
- « ۴۶ ملین سوشل میڈیا صارفین ہیں (۲۰۲۰ سے لیکر +۲۴٪)، جو کل آبادی کے ۲۰/۶٪ کے برابر ہے۔
- « یہاں پر ۱۷۳/۲ ملین موبائل کنکشن تھے، جو کل آبادی کے ۷۷/۷٪ کے برابر تھے۔
- انٹرنیشنل ٹیلی کمیونیکیشن یونین (ITU) کے مطابق، اقوام متحدہ کی خصوصی ایجنسی برائے انفارمیشن اینڈ کمیونیکیشن ٹیکنالوجیز (ICTs) ۲۰۲۰ کے مطابق پاکستان میں:
 - « ۸۹٪ (۲۰۲۰) موبائل سیلولر کوریج تھی۔
 - « کم از کم 3G موبائل نیٹ ورک کے زیر احاطہ آبادی ۷۷٪ تھی، اور کم از کم 4G موبائل نیٹ ورک کے ذریعے ۶۹٪ (۲۰۲۰) تھی۔
 - « گھر پر انٹرنیٹ تک رسائی والے گھرانوں کی تعداد ۳۴٪ تھی، ۱۴٪ (۲۰۱۹) کے پاس گھر میں کمپیوٹر تھے۔ ۱۵٪ دیہی گھرانوں میں موازنہ کے ساتھ ۲۰۱۶ میں ۳۴٪ گھرانوں میں گھر پر انٹرنیٹ تک رسائی تھی۔
 - « ۲۰۱۹ میں موبائل کی ملکیت ۴۵٪ - جس میں ۲۶٪ خواتین کے لیے اور ۶۵٪ مردوں کے لیے تھی۔

ITU کے کلیدی ڈیٹا کا خلاصہ ذیل میں دیا گیا ہے:

شکل ۱: ITU ڈیٹا سے ایک نظر میں ۲۰۲۰ میں کمیونیکیشن انفراسٹرکچر ۱۳

| سروس | فیکسڈ لائن ٹیلی فون | موبائل سیلولر | موبائل براڈ بینڈ | براڈ بینڈ فیکسڈ |
|-----------------------|---------------------|---------------|------------------|-----------------|
| کنکشنز کی تعداد | ۲,۸۷۶,۷۹۴ | ۱۷۵,۶۲۴,۳۶۴ | ۹۰,۵۰۴,۷۵۴ | ۲,۴۲۳,۰۵۷ |
| فی ۱۰۰ باشندوں کے لیے | ۱ | ۸۰ | ۴۱ | ۱ |

انٹرنیٹ اور سوشل میڈیا: زیادہ تر دیہی اور نیم شہری علاقوں میں تیزی سے بڑھتے ہوئے انٹرنیٹ کے اثرات، انٹرنیٹ پیکیج کی مسابقتی قیمتیں، بہت زیادہ سستی موبائل فونز کی آمد، اور سوشل میڈیا پلیٹ فارمز کی مقبولیت کی وجہ سے یہ ایک تیز رفتاری سے چلنے والا ایریا ہے۔ بصری مواد کے ذریعے بات چیت کرنے کے لیے، بشمول ٹک ٹاک، لیکن یہ ان تک محدود نہیں۔ سخت حکومتی ضابطوں کے باوجود، یہ پلیٹ فارمز مسلسل مقبول ہیں اور بعض اوقات دیگر استعمال کے ساتھ سیاسی خبروں اور تنقید کے لیے ایک ذریعہ کے طور پر استعمال ہوتے ہیں۔^{۱۴}

ٹیلی ویژن: ٹیلی ویژن کی ملکیت کے بارے میں موجودہ درست اعداد و شمار کی کمی ہے لیکن مطالعات سے تخمینے بتاتے ہیں کہ تقریباً ۶۵٪ آبادی کو ٹیلی ویژن تک براہ راست یا فرقہ اجتماعی رسائی حاصل ہے۔ گلوبل پاکستان کی تحقیق سے پتہ چلتا ہے کہ ۲۰۱۸ کے آخر میں، پاکستانی ٹیلی ویژن کے ناظرین نے اوسطاً ۱/۹۲ گھنٹے روزانہ ٹیلی ویژن دیکھنے میں گزارے (شہری علاقوں میں ۲/۱ گھنٹے اور دیہی علاقوں میں ۱/۸۲ گھنٹے)۔^{۱۵}

ریڈیو: اگرچہ ریڈیو پاکستان کے میڈیا کے لینڈ اسکیپ میں ایک اہم کردار ہے، دیہی اور شہری دونوں علاقوں میں، اس کی مقبولیت میں کمی آ رہی ہے اور یہ آن لائن فارمیٹس جیسے لائیو پادکاسٹس پر ترقی کر رہا ہے جسے فیس بک لائیو یا دیگر ڈیجیٹل پلیٹ فارمز کے ذریعے نشر کیے جاتے ہیں۔ زیادہ تر کم آمدنی والے دیہی علاقوں میں، براڈکاسٹ ریڈیو اب بھی گھرانوں کے لیے ایک مقبول ذریعہ ہے، خاص طور پر ان خواتین کے لیے جن کے پاس یا تو انٹرنیٹ تک رسائی نہیں ہے، یا انہیں انٹرنیٹ تک رسائی کی اجازت نہیں ہے۔^{۱۶} شہری علاقوں میں ریڈیو، یہاں تک کہ زیادہ مقبول ذرائع کی موجودگی میں، اب بھی کثرت سے سنا جاتا ہے، خاص طور پر گاڑی چلانے والوں کو رش کے اوقات میں۔ اسلام آباد ٹریفک پولیس کی جانب سے FM نشریات پر نظر رکھنے والے ایک سروے پر مبنی مطالعہ نے پایا ہے کہ سروے میں شامل ۳۰۰ ڈرائیوروں میں سے ۷۱ فیصد ٹریفک قوانین سے متعلق معلومات تک رسائی کے لیے صرف اسلام آباد ٹریفک پولیس (ITP FM) ریڈیو سنتے ہیں، اور وہ زیادہ تر اسے سنتے ہیں جب وہ ڈرائیونگ کرتے ہیں۔^{۱۷}

پرنٹ: پاکستان میں اخبارات کی پورے ملک میں اچھی تقسیم ہوتی ہے اور مقامی زبانوں میں شائع ہوتے ہیں۔ مقامی اخبارات میں اکثر ہائپر لوکل خبریں اور اشتہارات ہوتے ہیں، جو انہیں قارئین کے لیے بہت زیادہ متعلقہ بناتے ہیں۔ تاہم، ابھرتا ہوا میڈیا ماحول روایتی پرنٹ جرنلزم کے لیے کم آمدنی میں تبدیل ہو رہا ہے، پاکستان میں پرنٹ میڈیم نے پچھلے ۳ سالوں میں اشتہارات کی آمدنی کا ۵۰٪ سے زیادہ کھو دیا ہے۔^{۱۸}

<https://datareportal.com/reports/digital-2021-pakistan> ۱۲

<https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx> ۱۳

<https://www.nytimes.com/2020/10/11/technology/tiktok-pakistan-ban.html> ۱۴

<https://aurora.dawn.com/news/1143363> ۱۵

<https://mediamatters.pk/3249-2> ۱۶

<https://gmcrjournal.com/papers/hizHmj8Mpl.pdf> ۱۷

https://aurora.dawn.com/news/1143946?fbclid=IwAR2Lfp4g0CtDq-Hl0jf3yRr6MdGwYrqz1klvHc8OCu_y6wmPW0CqlR9vss ۱۸

۲/۳ میڈیا میں زبان اور ان کی بولیاں

پاکستان میں ۷۰ سے ۸۰ زبانیں بولی جاتی ہیں۔^{۱۹} اس کی وجہ سے، زبان بہت سے لوگوں کے لیے میڈیا تک رسائی میں رکاوٹ بن سکتی ہے۔ اردو اور انگریزی دونوں سرکاری زبانیں ہیں۔ اردو قومی زبان ہے، یہ قومی تعلیمی نظام کی زبان ہے اور ہر کوئی اس کی بنیادی سطح کا علم رکھتا ہے۔ اردو سرکاری دستاویزات اور سرکاری انتظامیہ میں باضابطہ طور پر استعمال ہوتی ہے۔ لیکن اگرچہ یہ وسیع پیمانے پر استعمال ہوتی ہے، یہ مجموعی طور پر صرف ۷/۵٪ آبادی کی پہلی زبان ہے (شہری علاقوں میں ۲۰/۲۲٪ فیصد)۔ اس کے برعکس، پنجابی زبان ۴۴/۱۵٪ آبادی کی پہلی زبان ہے۔ انگریزی رسمی بات چیت، تعلیمی اداروں میں استعمال ہوتی ہے اور تعلیم یافتہ افراد کی ایک چھوٹی سی اقلیت بھی اسے گھر میں استعمال کرتی ہے۔ افغانستان کے سرحد کے قریب مہاجرین سمیت نسلی گروہوں کی بولی جانے والی زبانیں میں پشتو اور دری ہے۔ انتظامی یونٹ، دیہی اور شہری علاقوں میں بولی جانے والی زبانوں کی مزید تفصیلات pbs.gov.pk کے سائٹ پر دستیاب ہیں۔ پہلی زبانوں کا خلاصہ ذیل کے ٹیبل میں دیا گیا ہے:^{۲۰}

شکل ۲: پاکستان میں بولی جانے والی پہلی زبانیں

| پہلی زبان | سندھی | اردو | سرائیکی | پشتو | سرائیکی | بلوچی | پنجابی | دیگر |
|-----------|-------|-------|---------|--------|---------|-------|--------|------|
| آبادی | ۱۴،۱٪ | ۷،۵۷٪ | ۱۰،۵۳ | ۱۵،۴۲٪ | ۱۰،۵۳٪ | ۳،۵۷٪ | ۴۴،۱۵٪ | ۴،۶۶ |

برائڈکاسٹ میڈیا میں استعمال ہونے والی زبانیں: علاقائی زبان کا میڈیا مخصوص جغرافیائی علاقوں میں پایا جا سکتا ہے اور اس کے اثر و رسوخ کی مختلف لیولز ہیں۔ وہ بنیادی طور پر پرنٹ اور ریڈیو میں استعمال ہوتے ہیں اور ان ذرائع کی مقبولیت پورے ملک میں مختلف ہوتی ہے۔ زیادہ تر پرنٹ مواد اردو میں تیار کیا جاتا ہے (شہری علاقوں میں پرنٹ زیادہ مقبول ہے جہاں لوگ اس زبان کا کم از کم بنیادی علم رکھتے ہیں)۔ تاہم، پشتو، بلوچی، سرائیکی، اور سندھی سمیت مقامی زبانوں میں بھی بہت ساری علاقائی اشاعتیں ہوتی ہیں جیسا کہ نیشنل نیوز پیپر ایسوسی ایشن (APNS) کی فہرست میں درج ہے۔^{۲۱} APNS کے مطابق سندھی زبان کے ۳۵ سے زائد اخبارات رجسٹرڈ ممبر کے طور پر درج ہیں۔ تاہم، صرف ۳ پشتو زبان کے اخبارات APNS کے رجسٹرڈ ممبران کے طور پر درج ہیں۔ پشتو کا ایک مقبول اخبار 'وحدت' ہے جو پشاور شہر، مردان اور پڑوسی علاقوں، سوات اور صوبے کے دیگر اہم علاقوں میں پڑھا جاتا ہے۔ ثقافتی مماثلت کی وجہ سے افغانستان میں وحدت کو بھی بڑے پیمانے پر پڑھا جاتا ہے۔ یورپی جرنلزم سینٹر نے رپورٹ دیا ہے کہ اگرچہ انگریزی پرنٹ میڈیا کے قارئین کی تعداد نسبتاً کم ہے، لیکن اسے رائے سازوں کے درمیان پڑھا جاتا ہے، جس سے اس کے اثر و رسوخ میں اضافہ ہوتا ہے۔

اردو کے علاوہ دیگر زبانوں میں نشریات دینے والے ٹی وی چینلز کی ایک محدود تعداد ہے، جس کی وجہ سے پاکستان میں اقلیتی زبان بولنے والوں کو رسائی حاصل ہے۔ مشہور چینلز کا انتخاب ذیل میں ہے، شکل ۳ میں۔

شکل ۳ پاکستان میں دیکھی جانے والی علاقائی زبانیں اور ٹی وی برائڈکاسٹر

| پہلی زبان | سندھی | پشتو | سرائیکی | بلوچی | پنجابی |
|--------------------------|------------------------|-------------------------------|------------|-----------|-------------------------------|
| علاقائی ٹی وی برائڈکاسٹر | KTN خبریں/KTN | خیبر نیوز | واصب ٹی وی | Vsh ٹی وی | پنجاب ٹی وی |
| | کتش ٹی وی | AVT خیبر | روحی ٹی وی | | [ویب سائٹ کام نہیں کر رہی ہے] |
| | Sindh TV News/Sindh TV | مشرق ٹی وی | کوک ٹی وی | | دھرتی ٹی وی |
| | مہراں ٹی وی | پشتو 1 | | | [ویب سائٹ کام نہیں کر رہی ہے] |
| | آواز ٹی وی | عروج ٹی وی | | | |
| | | [ویب سائٹ کام نہیں کر رہی ہے] | | | |

ریڈیو پاکستان ہوم سروسز ۲۰ سے زیادہ مقامی زبانوں میں پروگرامنگ فراہم کرتی ہے، جن میں دری اور بلوچی کی اقلیتی زبانیں بھی شامل ہیں۔ ریڈیو پاکستان کی بیرونی سروسز روزانہ ۱۰ غیر ملکی زبانوں بشمول دری اور پشتو، سنہالی، فارسی اور مزید زبانوں میں پروگرام نشر کرتی ہیں۔^{۲۲} پاکستان کے قبائلی علاقوں میں ریڈیو ہی خبروں کا بنیادی ذریعہ ہے اور ان علاقوں میں متعدد مقامی FM ریڈیو چینلز بھی ہیں جو مکمل یا جزوی طور پر پشتو میں پروگرام نشر کرتے ہیں۔

کئی میڈیا ادارے صوبہ خیبر پختونخوا سے مقامی طور پر رپورٹنگ کرتے ہیں اور DWA پروجیکٹ 'Flight اور Dialogue South Asia کے ایک حصے کے طور پر افغان مہاجرین کو بطور شہری صحافی تربیت دیتے ہیں، یہ ذیل میں ہیں:

« Power99، کمرشل ریڈیو اسٹیشن جس کی بڑی رسائی ہے، جو کچھ پشتو اور دری پروگرام نشر کرتا ہے لیکن اس کا کوئی تحریری یا وقف شدہ صفحات نہیں ہیں۔ <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:

^{۱۹} <https://translatorswithoutborders.org/language-data-for-pakistan>

^{۲۰} <https://www.pbs.gov.pk/sites/default/files/tables/POPULATION%20BY%20MOTHER%20TONGUE.pdf>

^{۲۱} https://www.apns.com.pk/member_publication/language_wise.php?language=sindhi

^{۲۲} <http://www.radio.gov.pk>

شکل ۴ ٹرانسپیرینسٹی ورک آن لائن چینلز

| چینل کا نام | لنک | فعال از وقت | پیروکاروں / سبسکریپشنز کی تعداد |
|-------------------------------|---|-------------|---------------------------------|
| ٹرانسپیرینسٹی ورک - فیس بک | https://www.facebook.com/TNNinfotainment | ۲۰۱۴ | ۴۶۰,۰۰۰ پیروکار |
| ٹرانسپیرینسٹی وی - یوٹیوب | https://www.youtube.com/channel/UCSGaEBcM49Li9qGtonnhfQ | ۲۰۱۹ | ۴,۶۰۰ پیروکار |
| ٹرانسپیرینسٹی ورک- یوٹیوب | https://www.youtube.com/channel/UC7tdDaKL3JKqSKhkocgyR6w | ۲۰۱۵ | ۳۵,۰۰۰ پیروکار |
| TNNEnglish@ | https://twitter.com/TNNEnglish | ۲۰۱۵ | ۶,۱۳۷ پیروکار |
| TNN.Updates@ | https://twitter.com/TNN_UPDATES | ۲۰۱۷ | ۱,۷۷۱ |
| ٹرانسپیرینسٹی ورک- LinkedIn | https://www.linkedin.com/company/tribalnewsnetwork/mycompany/ | ۲۰۱۹ | ۴۲۹ پیروکار |
| ٹرانسپیرینسٹی ورک - انسٹاگرام | https://www.instagram.com/tribal_news_network/ | ۲۰۲۱ | ۲۰۷ پیروکار |
| TNN اردو ویب سائٹ | www.tnnurdu.com | ۲۰۱۹ | ۲۹,۳۰۰ صارفین |
| TNN انگریزی ویب سائٹ | www.tnn.com.pk | ۲۰۱۴ | ۱۲,۰۰۰ |

BBC ورلڈ سروس ان شعبوں میں سامعین کا بھروسہ رکھتی ہے۔ BBC افغان سروسز کے پاس افغانستان اور پاکستان دونوں میں سامعین کے لیے پشتو اور دری میں ٹی وی، ریڈیو اور آن لائن کی خدمات رکھتا ہے۔ BBC پشتو، BBC ورلڈ سروس کا پشتو زبان کا اسٹیشن، افغانستان اور پاکستان اور اس سے آگے کے علاقوں میں ۵۰-۶۰ ملین پشتو بولنے والوں تک پہنچتا ہے۔

۲/۴ میڈیا تک رسائی میں رکاوٹیں

انٹرنیٹ جو صحیح کام نہیں کرتا اور کچھ لوگوں کے لیے ناقابل برداشت رسائی ڈیجیٹل تقسیم میں حصہ ڈالتی ہے جس میں ان کمیونٹیز کو خارج کرنے کی صلاحیت ہوتی ہے جو کہ پہلے سے ہی نقصان میں ہیں۔ بہت سے دیہی علاقوں میں انٹرنیٹ تک کم سے کم یا کوئی سہولت نہیں ہے، بشمول وہ علاقے جو سندھ، صوبہ خیبر پختونخوا، بلوچستان، گلگت بلتستان اور آزاد کشمیر میں واقع ہیں۔ ان علاقوں میں قدرتی آفات کی ایک تاریخ ہے، جس میں سیلاب، زلزلے اور لینڈ سلائڈنگ شامل ہیں۔ کوویڈ-۱۹ کے دوران ڈیجیٹل تقسیم کو وسیع کر دیا گیا ہے جب روایتی تعلیم اور کچھ ملازمتیں آن لائن منتقل ہوئیں، جس سے بہت سے لوگوں تک رسائی محدود ہو گئی۔^{۲۳}

پاکستان میں موبائل کی ملکیت اور استعمال میں کافی تفاوت پائی جاتی ہے، جس کی ایک وجہ آمدنی اور ایک وجہ تعلیم اور مردوں اور عورتوں کے درمیان رسائی میں فرق ہے۔ موبائل فون کے اخراجات، نیٹ ورک سرچارجز، درآمدی ڈیوٹی اور ٹیکسوں کی وجہ سے انٹرنیٹ سے چلنے والے اسمارٹ فون کو رکھنے اور چلانے کی لاگت بہت سے لوگوں کی پہنچ سے باہر ہے۔^{۲۴} یہ دیکھتے ہوئے کہ سوشل میڈیا تک بنیادی طور پر موبائل آلات کے ذریعے رسائی حاصل کی جاتی ہے، بڑی تعداد کو خارج کر دیا گیا ہے۔ کوویڈ-۱۹ کے دوران صنفی ڈیجیٹل تقسیم کے بارے میں ایک حالیہ تحقیق سے پتا چلا ہے کہ انٹرنیٹ تک رسائی کے دوران ۱۰ میں سے ۶ خواتین (زیادہ تر ان کے اہل خانہ کی طرف سے) جواب دہندگان کو کسی نہ کسی قسم کی پابندیوں کا سامنا کرنا پڑتا ہے۔ ۲۱۵ خواتین میں سے دس جواب دہندگان نے کہا کہ وہ ہر روز انٹرنیٹ استعمال کرتی ہیں، جبکہ ۱۰ میں سے ۲ نے کہا کہ وہ اسے بالکل استعمال نہیں کرتی ہیں۔ انٹرنیٹ کو مہنگا محسوس کیا گیا ہے جب کہ ۷۶٪ فیصد لوگوں نے رائے دی کہ یہ عام آدمی کی پہنچ سے باہر ہے۔ ایسا لگتا ہے کہ موبائل ہی وہ بنیادی طریقہ ہے جس سے خواتین انٹرنیٹ تک رسائی حاصل کرتی ہیں۔ خواتین جواب دہندگان میں سے جو انٹرنیٹ استعمال کرتی ہیں، ۸۸٪ نے کہا کہ وہ اسے اپنے آلات سے اور ۷۸٪ موبائل فون کے ذریعے حاصل کرتی ہیں۔ کوویڈ-۱۹ کے دوران انٹرنیٹ استعمال کرنے کی ضرورت، پھر بھی اس تک رسائی حاصل کرنا مزید مشکل ہو گیا، کیونکہ بہت سی خواتین، جو پہلے اپنے گھروں سے باہر انٹرنیٹ تک رسائی حاصل کرتی تھیں، وبائی امراض کے دوران پابندیوں کی وجہ سے ایسا کرنے سے قاصر ہے۔^{۲۵}

خواندگی اور زبان کی لیول بھی میڈیا تک رسائی پیدا کر رہی ہے۔ پاکستان کے سماجی اور زندگی کے معیار کی پیمائش (۲۰۱۹-۲۰) نے پاکستان میں شرح خواندگی کا تخمینہ ۶۰٪ لگایا ہے۔ خطوں کے درمیان قابل ذکر تغیرات کے ساتھ خواندگی کی شرح دیہی علاقوں (۵۲٪) کے مقابلے میں شہری علاقوں (۷۴٪) میں زیادہ ہے۔^{۲۶}

خاص طور پر، شرح خواندگی اور میڈیا تک رسائی کے حوالے سے، ۲۰۱۶ میں موبائل انٹرنیٹ کے استعمال کو درپیش چیلنجز کا جائزہ لینے والے صارفین کے سروے میں یہ بات سامنے آئی کہ ۴۳٪ جواب دہندگان کو "پڑھنے میں دشواری" تھی، اور ۳۷٪ جواب دہندگان کو "موبائل ہینڈ سیٹ استعمال کرنے کا طریقہ" سمجھنے میں دشواری تھی۔ مزید ۲۷٪ جواب دہندگان نے اشارہ کیا کہ ان کی زبان میں مواد کی عدم دستیابی ان کے لیے رکاوٹ ہے۔^{۲۷} کم شرح خواندگی پاکستان میں بصری ذرائع کے مقبول ہونے کی ایک اہم وجہ ہے، جہاں اخبارات کی رسائی کا صرف ایک حصہ ہے۔ متعلقہ مقامی زبان کے مواد، صنفی اور دیہی/شہری عدم توازن اور ڈیجیٹل خواندگی کی شرح کی ضرورت کو پورا کرنا ضروری ہے، جب میڈیا کو معلومات تک رسائی فراہم کرتا ہے۔ دیہی یا پسماندہ علاقوں میں نچلی سطح تک رسائی کے برعکس، نیم شہری اور شہری علاقوں میں رہنے والوں کو ڈیجیٹل میڈیا تک معقول رسائی سمجھا جا سکتا ہے، جن میں سے بہت سے آزادانہ طور پر منظم اور ملکیت والے میڈیا اداروں کے ذریعے چلائے جاتے ہیں۔

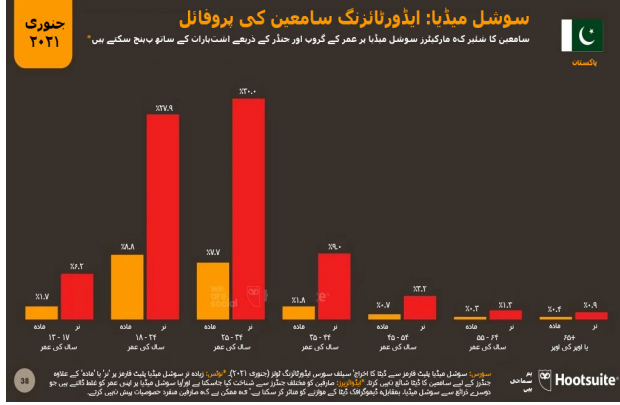
- ۲۳ <https://www.borgenmagazine.com/internet-access-in-pakistan>
- ۲۴ <https://www.gsma.com/asia-pacific/wp-content/uploads/2020/06/24253-Pakistan-report-updates-LR.pdf>
- ۲۵ <https://www.digitalrightsmonitor.pk/wp-content/uploads/2021/01/Women-Disconnected-Gender-Digital-Divide-in-Pakistan.pdf>
- ۲۶ https://www.pbs.gov.pk/sites/default/files/pslm/publications/pslm_district_2019-20/PSLM_2019_20_District_Level.pdf
- ۲۷ https://www.gsma.com/mobilefordevelopment/wp-content/uploads/2016/12/Country-Overview_Pakistan_Digital-Future.pdf

۲/۵ میڈیا کی ترجیحات اور قابل اعتماد میڈیا

پاکستان کی نوجوان آبادی اور انٹرنیٹ تک بڑھتی ہوئی رسائی نے ملک میں بڑے پیمانے پر ڈیجیٹل میڈیا کو فروغ دیا ہے۔ پاکستان کی ۶۴ فیصد آبادی کی عمر ۳۰ سال سے کم ہے^{۲۸} یہاں پر مردوں اور عورتوں کے سوشل میڈیا کے استعمال میں بڑا فرق ہے۔ مثال کے طور پر، یوٹیوب رپورٹ کرتا ہے کہ ان کے صارفین میں سے ۶۸٪ فیصد مرد ہیں۔ ڈیٹ پورٹل Dateportal عمر اور جنس کے لحاظ سے سوشل میڈیا کے سامعین کی کنزیشن کا اشارہ فراہم کرتا ہے، اشتہاری سامعین کے اشتراک کی بنیاد پر، جیسا کہ ذیل میں دکھایا گیا ہے:

شکل ۵ سوشل میڈیا ایڈورٹائزنگ سامعین کا پروفائل^{۲۹}

پاکستانی مین اسٹریم اور نان مین اسٹریم میڈیا اور انفارمیشن اوٹ لیٹس کی اکثریت سوشل میڈیا پلیٹ فارمز، خاص طور پر فیس بک



پر ایک فعال موجودگی برقرار رکھتی ہے۔ ٹیلی ویژن نیوز چینلز کے فیس بک پیجز باقاعدگی سے گھنٹے کے حساب سے خبروں کے پلیٹن اور دیگر پروگرامنگ کے حصوں کو اپنے صفحات پر پوسٹ کرتے ہیں اور اس کے نتیجے میں، ٹیلی ویژن کا مواد وسیع تر سامعین تک پہنچتا ہے۔ ٹاپ ۱۰ پاکستانی ٹویٹر اکاؤنٹس — جن کی پیروی کرنے والوں کی تعداد ۳۰ لاکھ سے زیادہ ہے — بنیادی طور پر سیاست دان، صحافی اور کھیل کے ستارز ہیں۔^{۳۰}

سوشل میڈیا پلیٹ فارمز کے استعمال پر، اگرچہ فیس بک استعمال کرنے والوں کی آبادی کی تصدیق کرنے والا کوئی باقاعدہ مطالعہ موجود نہیں ہے، صارفین کی تعداد اور صارف کے ذریعے تیار کردہ مواد دونوں سے پتہ چلتا ہے کہ وہ ملک بھر سے اور متنوع سماجی و

اقتصادی پس منظر سے آتے ہیں۔ ٹویٹر پلیٹ فارم پر پاکستان میں صارفین اسے دوسرے سوشل میڈیا پلیٹ فارمز سے مواد کو شیئر کرنے اور بڑھانے کے لیے استعمال کرتے ہیں جس میں ڈیجیٹل، پرنٹ اور ٹیلی ویژن شامل ہو سکتے ہیں۔ اس سے ان لوگوں کی رسائی میں اضافہ ہو سکتا ہے جو کاغذات خریدنے کے قابل نہیں ہے، یا ٹیلی ویژن یا ریڈیو سیٹس تک رسائی حاصل کر سکتے ہیں۔

TikTok، اور اسی طرح کے موبائل پلیٹ فارمز (بشمول Bigo Live اور SnackVideo) پاکستان کے محنت کش طبقے میں خاص طور پر مقبول ہیں، کیونکہ انہیں بات چیت کرنے کے لیے صارفین کو لکھنے یا پڑھنے کی ضرورت نہیں ہے۔ اس کی وجہ سے پرانے سوشل میڈیا پلیٹ فارمز، جیسے کہ انسٹاگرام کے ساتھ ساتھ براؤزنگ میڈیا پر موجود کچھ صارفین نے TikTok کی تبدیل کی ہے۔ TikTok ایپ سے کمانے کا موقع بھی مخصوص گروپوں میں اس کی مقبولیت میں اہم کردار ادا کرتا ہے۔^{۳۱} TikTok رسائی کے ساتھ پسماندہ کمیونٹیز کے لیے ایک باختیار ذریعہ بن سکتا ہے اور پاکستانی معاشرے کے حاشیے پر رہنے والے افراد، جیسے کہ ٹرانس جینڈر کمیونٹیز کے لیے سماجی روابط قائم کرنے اور ذاتی زندگی کے واقعات کا اشتراک کرنے کا ایک پلیٹ فارم بن گیا ہے۔^{۳۲}

پاکستان میں ٹیلی ویژن بنیادی طور پر شہری سامعین کو مستفید کرنے کے لیے بنایا گیا ہے۔ کلیدی مطالعات سے پتہ چلتا ہے کہ ٹیلی ویژن کی خبروں کی رپورٹنگ میں 'میٹرو پولیٹن بائیس' ہے اور یہ کہ دیہی اور نیم شہری علاقوں کو ٹیلی ویژن پروگرامنگ کے ذریعہ غیر ترجیحی اور کم نمائندگی دی جاتی ہے۔ اس تعصب کو جزوی طور پر مشہورین کے اثر و رسوخ اور شہری مراکز کی آبادی پر ان کی توجہ سے سمجھا جا سکتا ہے۔ جب کہ پروگرامنگ شہری سامعین پر توجہ مرکوز کرتی ہے، پاکستان میں زیادہ تر لوگ دیہی اور نیم شہری علاقوں میں رہتے ہیں جہاں ان کی رسائی چھوٹے ڈیجیٹل پروڈیوسرز تک محدود رسائی کے ساتھ صرف سرکاری ٹیلی ویژن، یا بڑی نجی کمپنیوں کی ملکیت والے ٹیلی ویژن تک ہو سکتی ہے۔ معاشرے کے بھی یہ طبقات وہ ہیں جو سماجی و اقتصادی چیلنجوں اور آفات کے اثرات کا سب سے زیادہ شکار ہیں۔

دیہی میڈیا کے صارفین کے لیے تب، ریڈیو لوگوں کے لیے معلومات کا سب سے اہم ذریعہ ہو سکتا ہے۔ مطالعہ اس نقطہ نظر کی حمایت کرتا ہے، اور اسے آپریشن کی کم قیمت اور اس کی سہولت سے منسوب کرتے ہیں۔ ریڈیو اسٹیشن پروگرامنگ، خاص طور پر پنجاب میں، جو پاکستان کا زرعی مرکز ہے، مقامی زبانوں اور بولیوں میں زرعی معلومات پر مرکوز شوز چلا کر سامعین کو مستفید کرتا ہے۔ ریڈیو ان علاقوں میں خاص طور پر اہم ہے جہاں وسیع پیمانے پر انٹرنیٹ کی کمی ہے، جیسے کہ بلوچستان۔^{۳۳}

<http://hdr.undp.org/en/content/unleashing-potential-young-pakistan> ۲۸

<https://datareportal.com/reports/digital-2021-pakistan> ۲۹

<https://www.myheen.com/html/Twitter/top-50-the-most-followed-twitter-accounts-in-Pakistan.html> ۳۰

<https://www.digitalrightsmonitor.pk/raw-unedited-human-emotion-is-what-makes-bigo-live-so-popular/> ۳۱

<http://111.68.103.26/journals/index.php/jms/article/viewFile/4027/1951> ۳۲

<http://journal.balochiacademy.org/index.php/Balochistaniyat/article/view/50> ۳۳

پاکستان میں ریڈیو سب سے زیادہ قابل رسائی ذرائع میں سے ایک ہے، جہاں بہت سے لوگ اپنی گاڑیوں میں ریڈیو سنتے ہیں۔ اس کے علاوہ FM ریڈیو ریسپورٹرز کے ساتھ فونز کی زیادہ مقدار نے سامعین میں اضافہ کیا ہے، خاص طور پر نوجوانوں میں، اگرچہ ایک مطالعہ سے پتہ چلتا ہے کہ نوجوانوں کو یہ محسوس ہوتا ہے کہ ریڈیو کو سیاستدانوں نے سیاسی ایجنڈوں کی تشہیر کے لیے ہائی جیک کر لیا ہے۔^{۳۴} تاہم، ایک معلوماتی ذریعہ کے طور پر ریڈیو کی مقبولیت شاید عروج پر پہنچ گئی ہو کیونکہ تکنیکی ترقی کے تناظر میں میڈیا کے میسرین نے نوٹ کیا ہے کہ انٹرنیٹ پر خبروں تک لوگوں کی رسائی میں اضافے کے ساتھ 'پاکستان میں ریڈیو جرنلزم کا مستقبل، اگرچہ تفریح نہیں، تاریک نظر آتا ہے'۔^{۳۵}

خبروں اور معلومات کے لیے لوگوں کا صرف ایک حصہ پرنٹ (ڈیجیٹل ٹریفک میں رعایت) تک رسائی حاصل کرتا ہے۔ میڈیا میٹرز فار ڈیموکریسی Media Matters for Democracy کی طرف سے کی گئی ایک تحقیق میں بتایا گیا ہے کہ ۵۰۳ افراد کے سروے گروپ میں سے صرف ۱۴/۵٪ نے بتایا کہ اخبارات ان کی خبروں اور معلومات کا بنیادی ذریعہ ہیں۔^{۳۶} اخبارات صحافت کے روایتی اصولوں کی پیروی کرتی ہے اور قارئین کے ذریعہ ان پر بھروسہ کیا جاتا ہے - اس اعتماد کو تحریری لفظ کے سمجھے جانے والے 'مستقل' سے مدد ملتی ہے۔ مقامی زبان کے اخبارات زیادہ تر علاقوں میں مقامی خبروں کا بنیادی ذریعہ بنے ہوئے ہیں جو کہ اندرون سندھ اور جنوبی پنجاب جیسے ٹی وی خبروں سے محروم ہیں۔

میڈیا میٹرز فار ڈیموکریسی Media Matters for Democracy کی جانب سے کی گئی تحقیق سے پتہ چلتا ہے کہ پاکستان میں زیادہ تر معلوماتی صارفین طویل عرصے سے چلنے والے فیملی میڈیا جیسے کہ اخبارات اور ٹیلی ویژن کو اعتماد کے لحاظ سے سب سے زیادہ درجہ دیتے ہیں، بشمول کوئیڈ-۱۹ سے متعلق معلومات۔ قابل غور بات یہ ہے کہ وہ بھی سب سے زیادہ ریگولینڈ ہیں۔ میڈیا میٹرز فار ڈیموکریسی Media Matters for Democracy کی طرف سے کی گئی ایک تحقیق، کوئیڈ-۱۹ کے دوران میڈیا پر عوام کے اعتماد کا تجزیہ کرتے ہوئے پتا چلا کہ ۵۵٪ جواب دہندگان کوئیڈ-۱۹ کے بارے میں خبروں اور معلومات تک رسائی کے لیے مین اسٹریم ٹیلی ویژن پر انحصار کرتے ہیں، اور ۵۷٪ جواب دہندگان نے اشارہ کیا کہ مین اسٹریم ٹیلی ویژن کی خبروں کا مواد کوئیڈ-۱۹ پر معلومات کا سب سے قابل اعتماد ذریعہ تھا۔^{۳۷} انٹرنیٹ اور ڈیجیٹل پلیٹ فارم اس کے مقابلے میں بہت زیادہ آزاد ہیں، اور خاص طور پر کوئیڈ-۱۹ پر غلط معلومات سے بھرے ہوئے سمجھے جاتے ہیں، اور خبروں کے صارفین انہیں سب سے کم بھروسہ مند ذرائع کے طور پر دیکھتے ہیں۔^{۳۸} ایک انٹرویو لینے والے شخص نے سامعین کو غلط معلومات اور 'سازشی نظریات' کے بارے میں ڈیجیٹل اسپیسز کے آگاہی کو، غیر سوشل میڈیا کو نسبتاً اعلیٰ سطح کا اعتماد دینے کی وجہ قرار دیا ہے۔

۲/۶ کمیونٹیز کے ساتھ دو طرفہ مواصلت

روایتی طور پر میڈیا کی محدود مثالیں ہیں جو فون انز phone-ins اور فیلڈ میں کام کرنے والے رپورٹرز کے علاوہ پاکستان میں کمیونٹیز سے دو طرفہ مواصلات اور تاثرات فراہم کرتی ہیں۔ پھر بھی، تیزی سے، میڈیا صارفین کے تاثرات کی حوصلہ افزائی کر رہی ہے اور سوشل میڈیا پلیٹ فارمز کے ذریعے معلومات طلب کر رہی ہے۔ سوشل میڈیا پلیٹ فارمز کوئیڈ-۱۹ وبائی امراض کے دوران کمیونٹیز اور حکام کے درمیان دو طرفہ کمیونیکیشن کو آسان بنانے میں کامیاب رہا ہے۔ حکام عام طور پر رجحان ساز موضوعوں یا عوامی تشویش کے مسائل کو بغور سنتے ہیں اور ساتھ ہی ساتھ پیغامات کو عوام تک پہنچانے کے خواہشمند ہوتے ہیں۔

موبائل فون، خاص طور پر ایس ایم ایس پر مبنی کمیونیکیشن، بہت سے معاملات میں، حکومت اور شہریوں کے درمیان کوئیڈ-۱۹ ویکسین سے متعلق معلومات کے لیے کمیونیکیشن کی اہم شکل رہا ہے۔ سرکاری پورٹلز نے ویکسین کی رجسٹریشن اور رہنمائی کے لیے نادرا ڈیٹا بیس کے ساتھ مربوط SMS سسٹم استعمال کیا ہے۔ اس SMS ڈیٹا کا تجزیہ مخصوص آبادی کے بارے میں تفصیلات فراہم کر سکتا ہے، جیسے کہ شہری بمقابلہ دیہی علاقوں میں لوگوں کی تعداد جو ویکسین کے لیے رجسٹر ہو رہے ہیں یا ایسے علاقوں میں جہاں ویکسین کی کم مقدار ہے۔^{۳۹}

اگرچہ پرنٹ میڈیا میں دو طرفہ کمیونیکیشن محدود ہے، پاکستان میں زیادہ تر اخبار ایڈیٹرز کو ریڈر کے خطوط شائع ہوتے ہیں۔ اخباروں کی ایک خاصی تعداد اب ڈیجیٹل ورژن چلاتی ہے جس میں ان کی سائٹوں پر تبصرہ کے حصے شامل ہیں۔ تنظیمیں اپنے آفیشل سوشل میڈیا پر عوامی تبصروں کا شاذ و نادر ہی جواب دیتی ہیں، لیکن رپورٹرز، ایڈیٹرز اور مصنفین اپنا سوشل میڈیا چلاتے ہیں اور بعض اوقات، لوگوں کو ان کے خبروں اور تحریروں پر تبصروں کا جواب دیتے ہیں۔

تقریباً تمام ریڈیو اسٹیشن فون کالز، SMS پیغامات اور اپنے سوشل میڈیا پلیٹ فارمز کے ذریعے دو طرفہ کمیونیکیشن کی حوصلہ افزائی کرتے ہیں۔ یہ پیغامات پروگرامنگ کے دوران اکثر ماہرین کے ذریعہ زیر بحث آتے ہیں۔ مباحثے اکثر صحت کے مسائل پر بیداری پیدا کرتے ہیں — جیسے چھاتی کے کینسر اور پولیو کے لیے — اور سامعین کو کال کرنے اور ویکسین، حفاظتی ٹیکوں، اور روک تھام وغیرہ کے بارے میں سوالات کرنے کی اجازت دیتے ہیں۔

^{۳۴} <https://ideas.repec.org/a/aaw/gprjrn/v5y2020ilp172-181.html>

^{۳۵} <https://www.thenews.com.pk/tns/detail/621169-radios-grim-prospects>

^{۳۶} <https://drive.google.com/file/d/1atFfXjKAmMcjCQ0MO7HY9cTKeLj68Ar/view>

^{۳۷} <https://www.digitalrightsmonitor.pk/wp-content/uploads/2020/12/MMfD-Public-Trust-Media-Covid-1.pdf>

^{۳۸} <https://mediamatters.pk/publications/>

^{۳۹} <https://www.dawn.com/news/1607576>



سیکشن ۳ ڈیزاسٹر ریسپانس میں میڈیا کا استعمال اور کوویڈ-۱۹ وبائی مرض کے دوران

پاکستان قدرتی ڈیزاسٹر اور تنازعات سے متاثر ہے۔ یہ زلزلے، موسمی سیلاب، خشک سالی، لینڈ سلائڈنگ اور برفانی تودے کا شکار ہے۔ کوویڈ-۱۹ نے پاکستان میں میڈیا کے لیے ایک انوکھا چیلنج پیش کیا، اور موجودہ آفات کے ردعمل کے تناظر میں میڈیا کے کردار کو سمجھنے کا ایک موقع دیا ہے۔

۳/۱ بیک گراؤنڈ

پاکستان میں ہر سال کم از کم ۳ ملین افراد قدرتی خطرات سے متاثر ہوتے ہیں۔ ایک حالیہ مثال شدید خشک سالی ہے جس نے ۲۰۱۸-۱۹ میں زراعت کے شعبے کو تباہ کر دیا تھا، خاص طور پر سندھ اور بلوچستان میں ۵/۵ ملین افراد متاثر ہوئے تھے۔ قدرتی آفات کی تیاری، انتباہات اور ہنگامی ردعمل اور امداد کے ارد گرد بروقت کمیونیکیشن خاص طور پر پسماندہ اور بے گھر گروہوں کے لیے اہم ہے۔

انسانی ہمدردی کے امداد میں، پاکستان نے ۱/۴ ملین سے زیادہ افغان مہاجرین کی میزبانی کی ہے - UNHCR کے مطابق، ۶۸٪ شہری علاقوں میں اور ۳۲٪ پناہ گزین دیہاتوں (کیمپوں) میں رہتے ہیں۔ ۴۰٪ اکثریت خیبر پختونخوا اور بلوچستان میں رہتی ہے۔

۲۷ ستمبر ۲۰۲۱ تک کوویڈ-۱۹ سے، WHO کے اعداد و شمار کے مطابق پاکستان میں ۱/۲۴ ملین تصدیق شدہ کوویڈ-۱۹ کیسز اور ۲۷,۳۶۶ اموات ہو چکی ہیں۔ حکومت پاکستان کی ویب سائٹ سے پتہ چلتا ہے کہ سندھ میں سب سے زیادہ کیسز سامنے آئے ہیں، اس کے بعد پنجاب، خیبر پختونخوا اور اسلام آباد میں تھے۔ پاکستان میں کوویڈ-۱۹ ویکسین کی ۵ ملین سے زیادہ خوراکیں فراہم کی جا چکی ہیں۔ UNICEF کے اعداد و شمار سے پتہ چلتا ہے کہ خواتین کے مقابلے میں تقریباً دو گنا زیادہ مردوں نے پہلی اور دوسری دونوں خوراکیں حاصل کی ہیں (۳۶٪ خواتین کے مقابلے میں ۶۴٪ مرد ہیں)۔

۳/۲ میڈیا کا کردار

اگرچہ پاکستان قدرتی آفات کا شکار ہے لیکن پاکستانی میڈیا قدرتی آفات کے خطرے کے انتظام یا قدرتی آفات سے قبل آفات کے مرحلے میں کوئی خاطر خواہ کردار ادا نہیں کرتا۔ سکول آف کمیونیکیشن سٹڈیز کی ایسوسی ایٹ پروفیسر لبنا ظہیر Lubna Zaheer اپنے تجزیے میں کہتی ہیں کہ قدرتی آفات کی مؤثر میڈیا کوریج کو یقینی بنانے کے لیے ایک کوڈ آف کنڈکٹ وضع کرنا ضروری ہے۔^{۴۱} PEMRA میڈیا کے لیے وقتاً فوقتاً ایڈوائزری جاری کرتا ہے، لیکن اس کے پاس مخصوص ہدایات نہیں ہیں کہ یہ ڈیزاسٹر پر کیسے بحث کرے یا اسے کور کتیں، گائیڈ لائنز کے علاوہ جیسے کہ گرافک امیجز نہ دکھانا۔ کئی انٹرویو لینے والوں نے اسلام آباد اور دیگر اہم شہروں پر توجہ مرکوز کرنے پر مین اسٹریم کے میڈیا کو تنقید کا نشانہ بنایا جبکہ دیہی اور کم قابل رسائی علاقوں میں جو کچھ ہو رہا ہے اسے نظر انداز کر دیا ہے۔

ٹیلی ویژن نیوز میڈیا اکثر ڈیزاسٹر کے موقع پر سب سے پہلے پہنچتا ہے، بعض اوقات ڈیزاسٹر ریسپانس ٹیموں سے بھی پہلے پہنچتا ہے۔ انٹرویو لینے والوں کا خیال ہے کہ یہ پاکستان کے نیوز میڈیا کے 'بریکنگ نیوز' کلچر اور 'سب سے پہلے موقع پر' ہونے پر

<https://www.unhcr.org/pk/> ۴۰

http://pu.edu.pk/images/journal/pols/pdf-files/12%20-%20LUBNA%20ZAHEER.v23_1.I6.pdf ۴۱

زور دینے کی وجہ سے ہے۔ ایسی بے شمار مثالیں ہیں جہاں ٹی وی رپورٹنگ کے جواب میں امدادی کوششیں فراہم کی گئیں یا انہیں تقویت ملی۔ ٹیلی ویژن نیوز میڈیا فعالی طور پر سوشل میڈیا پلیٹ فارمز، خاص طور پر ٹویٹر اور فیس بک سے معلومات حاصل کرتا ہے۔ ایسے بے شمار واقعات ہوئے ہیں جہاں متاثرہ کمیونٹی کے کسی رکن کے ٹویٹ نے ٹیلی ویژن کی خبروں کی سرخیاں بنائی، یا سوشل میڈیا پلیٹ فارمز پر ابتدائی طور پر رپورٹ ہونے والے واقعے نے خبروں کو اٹھایا اور حکام کی جانب سے خلا یا مسئلہ کو دور کرنے کے لیے ردعمل پیدا کیا۔

سوشل میڈیا کا تناسبی طور پر بہت بڑا اثر ہوتا ہے جب ڈیزاسٹر ان علاقوں میں پیش آتی ہیں جو شاذ و نادر ہی ٹیلی ویژن کے ذریعے کور کی جاتی ہے، جیسے کہ غیر شہری یا دیہی علاقوں میں ٹیلی ویژن کی وجہ سے شہری مراکز پر توجہ دی جاتی ہے۔ پاکستان میں ہونے والے مطالعے سے ظاہر ہوتا ہے کہ ڈیزاسٹر کے دوران سوشل میڈیا کے استعمال میں اضافہ ہوتا ہے جب لوگوں کو فوری اور تفصیلی معلومات کی ضرورت ہوتی ہے، سوشل میڈیا کا استعمال صارفین کے لیے جذباتی اور نفسیاتی بہبود کو بھی بہتر بنا سکتا ہے۔^{۴۲}

پناہ گزینوں کے جواب میں میڈیا: پاکستان ۴۰ سالوں سے افغانستان کے پناہ گزینوں کی میزبانی کر رہا ہے، اور پاکستان دنیا میں پناہ گزینوں کی دوسری بڑی آبادی والا ملک ہے۔ پناہ گزینوں کے ساتھ کمیونیکیشن کے موثر ذرائع ضروری ہیں اگر وہ خدمات تک رسائی حاصل کرنا چاہتے ہیں (بشمول صحت اور تعلیم)۔ اچھی کمیونیکیشن پسماندگی کے مسائل اور تحفظ، وطن واپسی اور بے وطنی کے بارے میں خدشات کو بھی حل کر سکتی ہے۔ میڈیا میں مہاجرین کی نمائندگی اور شرکت کو محدود کر دیا گیا ہے۔ UNHCR اور ان کے شراکت دار پناہ گزینوں کے ساتھ مختلف مواصلاتی سرگرمیوں میں مصروف ہیں۔ وہ سوشل میڈیا (ٹویٹر، فیس بک)، شکایت اور فیڈ بیک باکس، بڑے پیمانے پر معلوماتی مواد، ریڈیو اور ٹی وی، ہیلپ لائنز، ای میلز اور کمیونٹی میٹنگز کا استعمال کرتے ہیں اور شورے کے اجلاسوں اور مذہبی ریمماؤں کے ذریعے بات چیت کرتے ہیں۔ وہ پناہ گزین برادریوں اور رہنماؤں کو اپنی امدادی سرگرمیوں کے بارے میں معلومات فراہم کرتے ہیں۔^{۴۳} تاریخی طور پر، UNHCR نے خاص طور پر مہاجرین کے لیے پروگرام اور مواد تیار کرنے کے لیے ریڈیو پاکستان جیسے ریڈیو اسٹیشنوں کے ساتھ کام کیا ہے۔ اس میں UNHCR کی رضاکارانہ وطن واپسی اسکیم کے بارے میں تازہ معلومات اور گھر میں زندگی کے بارے میں معلومات فراہم کرنا شامل ہے۔ UNHCR کے ترجمان نے کہا ہے کہ وہ Deewa ریڈیو، Mashal ریڈیو، Ashna ریڈیو، Khyber ٹیلی ویژن، اور Mashriq ٹیلی ویژن کے ساتھ بھی کام کرتے ہیں، جن کی نشریات پشتو میں ہوتی ہیں۔

ایک معیاری مطالعہ (۲۰۲۱) ۴۲ 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 Da Wakh اور پروین رحمتی کا FM ۹۹/۴ سے پشتو اور دری پروگرام سنتے ہیں۔ جن کے پاس ٹی وی ہیں (تقریباً ۲۰ فیصد ہیں) وہ PTV نیوز اور PTV بوم (ٹیریسٹرل، سرکاری ٹی وی) تک رسائی حاصل کرتے ہیں - 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)، شمال (افغانستان) اور جیو (پاکستان) ہیں۔ دو طرفہ کمیونیکیشن میں حصہ لینے کی شرائط میں، مہاجرین (عام طور پر بزرگوں کی نمائندگی کرتے ہیں، یا اساتذہ جیسے اعلیٰ شخصیت والے) اپنی آواز سننے کے لیے پشاور یا ہری پور کے پریس کلبوں میں جاتے ہیں۔ پناہ گزینوں کے فیڈ بیک کے مطابق، ان کی ضروریاتی معلومات، ترجیحی طور پر افغانستان میں ان کے گائوں اور قصبوں کی صورتحال، صحت کے مسائل، تعلیم، خواتین کے مسائل اور عام آگاہی کے بارے میں معلومات ہیں۔ مطالعہ تجویز کرتا ہے کہ موبائل اور سوشل میڈیا پر دستیاب ہونے کے لیے ان پروگراموں کو ڈیجیٹل فارمیٹس - پوڈ کاسٹ اور ویڈیو میں بنایا جانا چاہیے۔ پناہ گزینوں کو مشغول کرنے کے لیے ڈیجیٹل ٹیکنالوجیز، جیسے کہ پناہ گزینوں سے متعلق خدشات کے لیے ایک مختص فیس بک پیج بنانا، اور ریڈیو اسٹیشن کے ساتھ مسائل کا اشتراک کرنے کے لیے ایک واٹس ایپ گروپ تجویز کیا گیا ہے۔

قبائلی نیوز نیٹ ورک کی طرف سے خیبر پختونخواہ کے پشاور اور کوہاٹ اضلاع میں سامعین کی تحقیق،^{۴۵} دکھاتا ہے کہ ٹی وی اور سوشل میڈیا پلیٹ فارمز، خاص طور پر فیس بک، ۷۸٪ افغان مہاجرین کے لیے خبروں اور معلومات کا بنیادی ذریعہ ہیں، اور ۵۰٪ معلومات کے لیے ریڈیو بنیادی ذریعہ ہے۔ کوہاٹ (۴۳٪) کے مقابلے میں پشاور (۵۷٪) کے اخبارات زیادہ مقبول ہیں۔ سوشل میڈیا پشاور اور کوہاٹ کے اضلاع میں افغان مہاجرین کے لیے مرد اور خواتین دونوں کے لیے خبروں اور معلومات کا بنیادی ذریعہ ہے۔ اس کی وجہ یہ ہے کہ سوشل میڈیا پر کسی بھی وقت ریکارڈ شدہ خبروں اور معلوماتی پروگراموں تک رسائی حاصل کی جا سکتی ہے۔

انٹرویوز سے پتہ چلتا 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 بجے سے رات ۹ بجے تک، ۲۲٪ صبح ۶ بجے سے پہلے، ۱۱٪ رات ۹ بجے سے رات دیر تک، ۶٪ صبح ۶ بجے سے ۹ بجے تک اور ۶٪ دوپہر (۱۲ سے ۳ بجے تک) کو ترجیح دیتے ہیں۔ مطالعہ سے ظاہر ہوتا ہے کہ بین الاقوامی میڈیا ذرائع کو مستند محسوس کرتا ہے، افغانوں کے بارے میں صحیح اور درست خبروں اور معلومات کا اشتراک کرتا ہے۔ اس

۴۲ http://pu.edu.pk/images/journal/pols/pdf-files/12%20-%20LUBNA%20ZAHEER_v23_1_16.pdf

۴۳ UNHCR operational اپ ڈیٹ جون ۲۰۲۱، Covid external اپ ڈیٹ ستمبر ۲۰۲۰، Community-Based Protection اپ ڈیٹ اکتوبر ۲۰۲۰

۴۴ پناہ گزینوں کی آوازوں کو فعال اور مضبوط کرنا، پاکستان میں افغان مہاجرین اور میڈیا - خدشات، ترجیحات اور چیلنجز، POWER99 فائونڈیشن، (۲۰۲۱)

۴۵ افغان پناہ گزینوں کی آئینز ریسرچ، ٹرانسل نیوز نیٹ ورک (TNN) اکیڈمی DW کے تعاون سے، (اپریل ۲۰۲۱)

نے پایا کہ ۲۷٪ افغان مہاجرین بین الاقوامی میڈیا کے ذرائع میں دلچسپی رکھتے ہیں، ۱۷٪ کو افغانستان کے میڈیا کے ذرائع میں دلچسپی ہے، ۱۱٪ سوشل میڈیا میں دلچسپی رکھتے ہیں، اور ۹٪ پاکستان کی ملکیت والے میڈیا ذرائع میں دلچسپی رکھتے ہیں۔ BBC پشتو، Mashal ریڈیو، اور Deewa ریڈیو جیسے ذرائع ابلاغ کو اچھا محسوس کیا جاتا ہے کہ وہ افغان مسائل پر اچھی رپورٹنگ کرتے ہیں۔

تحقیق میں بتایا گیا ہے کہ ۶۷٪ فیصد افغان مہاجرین کو "میڈیا کے ذرائع تک آسان رسائی نہیں ہے"، جب کہ ۵۶٪ فیصد کے لیے "متعلقہ پروگرام تلاش کرنا مشکل" ہے۔ فیڈ بیک نے تجویز کیا ہے کہ افغان میڈیا آؤٹ لیٹس کو کیبل آپریٹرز (سیٹلائٹ ٹی وی چینلز کے بجائے) کے ذریعے نشریات کی اجازت دی جائے اور افغان پروگرامنگ کے لیے مزید وقت مختص کیا جائے۔ مزید افغان پریزیڈنٹز اور رپورٹرز کی ضرورت ہے اور مختلف پروگراموں میں سننے والوں کی حوصلہ افزائی کی جانی چاہیے۔ مواد کے لحاظ سے، ۹۴٪ شرکاء نے تعلیم، ۵۰٪ صحت اور ۲۸٪ کھیلوں کے موضوعات میں دلچسپی رکھتے ہیں۔ تقریباً ۱۰۰٪ افغان مہاجرین روزانہ کی بنیاد پر "نیوز" کا استعمال کرتے ہیں، اور ۸۳٪ شرکاء نے کہا کہ میڈیا ذرائع "انہیں باخبر اور خبروں سے تازہ رکھتے ہیں"۔ خبروں اور معلوماتی پروگرامنگ کے لیے پشتو اور دری افغان مہاجرین کی ترجیحی زبانیں ہیں۔

کوویڈ-۱۹ کے دوران میڈیا: وبائی مرض کے آغاز میں میڈیا کوویڈ-۱۹ کے پیمانے پر صحت کے بحران کی رپورٹ کرنے کے لیے تیار نہیں تھا۔ ایک مطالعہ نے بیان کیا: 'وبائی مرض پر کمیونیکیشن اور میڈیا آؤٹ پٹس میں فرق کی ایک بنیادی وجہ ڈاکٹروں اور محققین کے ساتھ کافی حد تک رسائی نہیں تھی' اور یہ کہ 'سیاسی مسائل کو نیوز رومز میں ہمیشہ ترجیح دی جاتی ہے... جیسا کہ ٹاک شو کے میزبانوں کے لیے، وائرس کے بارے میں بات کرنے میں بے چینی کی ایک سطح تھی۔' صحافیوں نے کوویڈ-۱۹ سے متعلق خبروں بشمول قابل اعتماد اور قابل تصدیق ڈیٹا کی عدم فراہمی کی رپورٹنگ میں مختلف چینلوں کی شکایت کی۔ ابتدائی طور پر، میڈیا نے زیادہ تر تعداد پر توجہ مرکوز کی، ٹیسٹوں کی تعداد، انفیکشنز، اموات، زندہ بچ جانے والوں اور وبائی مرض کا انسانی چہرہ اتنی نمایاں طور پر ظہار نہیں کیا گیا۔ یہ جزوی طور پر ہوسکتا ہے کیونکہ وائرس کو ممنوعیت کے طور پر دیکھا گیا تھا اور متاثرہ خاندان اپنے تجربات بنانے سے گریزاں تھے۔ زیادہ انسانی توجہ کے نقطہ نظر کی ضرورت کو جزوی طور پر بالآخر صحافیوں نے اپنے تجربے سے متعلق درست کیا تھا۔ جو صحافی وائرس کا شکار ہوئے، انہوں نے عوامی طور پر اپنے تجربات کو پیش کیا، ممنوعیت کو توڑ کر معلومات کا اہم ذریعہ بننا شروع کر دیا۔ مین اسٹریم کے اخبارات میں شائع ہونے والے مضامین سے،^{۴۷} انسٹاگرام پر پوسٹ کیے جانے والے وائرس کے ساتھ جنگ کے روزانہ اکاؤنٹس پر،^{۴۸} کوویڈ-۱۹ میں مبتلا صحافیوں نے اپنے تجربات کو دوسروں کو تعلیم دینے کے لیے استعمال کیا۔

اس تحقیق کے لیے انٹرویو کیے گئے ماہرین کی اکثریت اس بات پر متفق ہے کہ پاکستانی میڈیا اور حکومت بالآخر کوویڈ-۱۹ پر بات چیت کرنے اور صحت عامہ کے پیغامات کو پھیلانے میں زیادہ ماہر ہو گئے۔ ایک سینئر نیوز ایڈیٹر نے بیان کیا: 'صحت عامہ کی معلومات کی ترسیل کے معاملے میں، میڈیا اور حکومت دونوں نے مل کر کوویڈ-۱۹ کے ارد گرد مواصلات میں عمدہ کردار ادا کیا۔' ایک سروے، کوویڈ-۱۹ کے دوران میڈیا پر اعتماد کو دیکھتے ہوئے، پتہ چلا کہ: "عوام نے عام طور پر کورونا وائرس وبائی مرض کی پاکستانی نیوز میڈیا کے کوریج کی منظوری دی۔ زیادہ تر جواب دہندگان نے اتفاق کیا کہ کوویڈ-۱۹ کی خبروں کی کوریج نے بڑی حد تک درست معلومات فراہم کی ہیں اور میڈیا نے عوام کے فائدے کے لیے کام کیا ہے۔ اس تحقیق میں پتا چلا ہے کہ، "لوگوں نے مین اسٹریم کے میڈیا کو کوویڈ-۱۹ کی خبروں اور معلومات کا سب سے قابل اعتماد ذریعہ پایا، جس میں ۵۷٪ فیصد نے اعتماد کا اظہار کیا۔ پچپن فیصد جواب دہندگان نے کہا کہ انہوں نے کوویڈ-۱۹ کے بارے میں خبریں اور معلومات حاصل کرنے کے لیے ٹی وی کا استعمال کیا۔"^{۴۹}

کوویڈ-۱۹ پر پاکستان کے ردعمل کی کامیابی کا ایک اہم عنصر رسک کمیونیکیشن اینڈ کمیونٹی انگیجمنٹ (RCCE) ٹاسک فورس کی تشکیل تھی۔^{۵۰} اس پلیٹ فارم نے کمیونیکیشن کے مواقع کو زیادہ سے زیادہ کرنے کے لیے تنوعی تکنیکوں کا استعمال کیا ہے۔ ان میں الیکٹرانک اور سوشل میڈیا پر پبلک سروس میسجنگ (۴۳ ملین فیس بک صارفین میں سے ۸۵٪ NHSRC پیج تک رسائی)، ہیلتھ ورکرز کے شوپڈو کی بازی، مذہبی اسکالرز اور مشہور شخصیات کے ذریعے کمیونیکیشن اور غلط معلومات اور جعلی خبروں کے لیے میڈیا کی نگرانی شامل ہیں۔ UNICEF^{۵۱} پاکستان نے مین اسٹریم اور سوشل میڈیا پر پیغام رسانی کو فروغ دیا ہے، دونوں میں کوویڈ-۱۹ کے ردعمل اور ویکسینیشن کے پروگرام کو فروغ دیا ہے۔ انہوں نے فیس بک کو بہترین کارکردگی کا مظاہرہ کرنے والا سوشل میڈیا پلیٹ فارم پایا ہے۔ ویکسینز کی COVAX کی ترسیل سے متعلق سوشل میڈیا پوسٹس کو بہت زیادہ انگیجمنٹ موصول ہوئی، خاص طور پر فیس بک پر۔^{۵۲}

ڈیجیٹل میڈیا نے پوری وبا کے دوران معلومات کی فراہمی میں کلیدی کردار ادا کیا ہے۔ ایک انٹرویو لینے والے نے بیان کیا: 'میرے خیال میں ڈیجیٹل میڈیا نے مین اسٹریم کے مقابلے میں وبائی مرض کو کور کرنے کا بہتر کام کیا ہے کیونکہ یہ صارفین کو مزید گہرا جانے کی اجازت دیتا ہے۔' اگرچہ عام طور پر صارفین نے سوشل میڈیا کو میڈیا کی دوسری شکلوں کے مقابلے میں کم سطح پر اعتماد یا معلومات کی درستگی فراہم کی۔ اس کے باوجود، وسائل کو متحرک کرنے اور برادری کا احساس پیدا کرنے کے لیے

^{۴۶} <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/pakistan/17234.pdf>

^{۴۷} <https://www.geo.tv/latest/317006-i-tested-positive-for-coronavirus-here-is-my-experience>

^{۴۸} <https://www.instagram.com/tv/CA-DeTXgzla/>

^{۴۹} <https://www.digitalrightsmonitor.pk/wp-content/uploads/2020/12/MMfD-Public-Trust-Media-Covid-1.pdf>

^{۵۰} ریسپانس کے ابتدائی مرحلے میں وزارت نیشنل ہیلتھ سروسز ریگولیشنز اینڈ کوارنٹینیشن (NHSRC) کی جانب سے قائم کی گئی ٹاسک فورس، جس میں صحت، لائن ڈپارٹمنٹس، WHO اور UNICEF کے تعاون سے ترقیاتی شراکت داروں سمیت مختلف وزارتوں کے اراکین شامل تھے۔

^{۵۱} <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC8325877/>

^{۵۲} <https://www.unicef.org/media/105586/file/Pakistan%20Humanitarian%20Situation%20Report%20No.27%2031%20>

سوشل میڈیا کو مؤثر طریقے سے استعمال کیا گیا ہے۔ متحرک ہونے کی ابتدائی اور مؤثر کوششوں میں سے ایک فیس بک گروپ، کورونا ریکورڈ اور اینرز کی شکل میں سامنے آئی، جو کہ پلازما کے عطیات کو مربوط کرنے کے لیے قائم کیا گیا تھا اور ماہرین کو کمیونٹی کے اراکین سے وائرس کے بارے میں بات کرنے کی اجازت دی گئی تھی۔^{۵۳}

Dawn.com کی ویب سائٹ نے کوویڈ-۱۹ کے معلومات کو پھیلانے کے لیے 'تین الگ الگ حسب ضرورت موادی کیٹیگریز' کا آغاز کیا، چیف ڈیجیٹل اسٹریٹیجسٹ اور ایڈیٹر کے مطابق "یہ تینوں سلسلے، میڈیا گروپس کے دیگر سوشل میڈیا اکاؤنٹس میں فیڈ کرتے ہوئے، بے پناہ ٹریفک پیدا کر رہے ہیں، جو کہ کوویڈ ۱۹ کے پاکستان میں آنے سے پہلے کے مقابلے میں چھ گنا بڑھ گیا ہے۔" یہ پلیٹ فارمز ذیل ہیں: لائیو کورونا وائرس کی تازہ خبریں - خبروں اور معلومات کا لائیو ٹیبولیشن، مزید معلومات کے لنکس کے ساتھ - اور پاکستان کورونا شماریات ڈیش بورڈ جس میں وفاقی اور صوبائی حکومتوں کے شماریاتی اپ ڈیٹس شامل ہیں۔ مین اسٹریم کی کوریج پر حاوی ہونے والی خوفناک کہانیوں سے دور جانے میں مدد کے لیے Dawn بھی اپنے انسٹاگرام پر #coronagoodnews کے ہیش ٹیگ کو استعمال کرتا ہے۔ Humsb ایک آن لائن میڈیا پلیٹ فارم ہے جو رائے اور معلومات کے پورٹل کے طور پر کام کرتا ہے اور ملک میں سٹیزن بلاگز کا سب سے بڑا ذخیرہ ہے۔ اس نے وبائی مرض کے آغاز کے بعد سے روزانہ سبیشنز میں دوگنا اضافہ دیکھا ہے۔ پلیٹ فارم کے ایڈیٹر عدنان خان کاکڑ نے بیان دیا ہے کہ: "ایسا لگتا ہے کہ معاشرے کے وہ حصے جو حکومت کی طرف سے اپنے سرکاری کوویڈ-۱۹ ردعمل میں نظر انداز کیے جا رہے ہیں، توجہ کے لیے پکار رہے ہیں۔ انہیں مین اسٹریم کے میڈیا میں آواز نہیں مل رہی ہے، لیکن وہ Humsb پر ایک پلیٹ فارم تلاش کر رہے ہیں جو پورے پاکستان میں پھیلے ہوا ہے۔" اس نے محسوس کیا کہ Humsb خواتین، اقلیتوں، ماہرین، عام شہریوں اور رائے سازوں کی آواز کو بڑھانے میں مدد کرتا ہے۔^{۵۴}

وقت گزرنے کے ساتھ ساتھ سوشل میڈیا پلیٹ فارمز کو سرکاری اداروں نے معلومات کو منتشر کرنے کے لیے استعمال کیا۔ کوویڈ-۱۹ پورٹل - <https://covid.gov.pk/> - حکومت کی طرف سے قائم کیا گیا تھا اور اعداد و شمار کا اشتراک کرنے کے بنیادی وسائل کے طور پر استعمال کیا جا رہا ہے۔ نیشنل کمانڈ اینڈ کنٹرول سینٹر (NCOC) مارچ ۲۰۲۰ کے آخر میں قائم کیا گیا تھا، تاکہ وفاقی اور صوبائی لیولز کے درمیان ہم آہنگی اور ردعمل کو وسیع کیا جا سکے۔ معلومات پھیلانے کے لیے ایک آفیشل ٹویٹر اکاؤنٹ قائم کیا گیا تھا۔ وزارت قومی صحت خدمات کا ٹویٹر اکاؤنٹ بھی کوویڈ-۱۹ سے متعلق معلومات کا اشتراک کرنے کے لیے استعمال ہوتا ہے^{۵۵} جیسے کہ ویکسین لگوانے کی اہمیت پر پبلک سروس میسجنگ۔^{۵۶} حکومت نے صحت عامہ کی درست معلومات کی اہمیت پر تبادلہ خیال کرنے اور کوویڈ-۱۹ کے بارے میں غلط معلومات کا مقابلہ کرنے کے لیے خاص طور پر مقبول پلیٹ فارم TikTok پر اثر انداز کرنے والوں کو شامل کیا ہے۔ انہوں نے نوجوان متاثر کن افراد کو بیماری سے بچاؤ کی اہمیت کو اجاگر کرنے والا مواد تیار کرنے کی بھی حوصلہ افزائی کی ہے۔ 'EhtiyatCorona' کے نام سے ایک پروگرام وزیر اعظم کے دفتر نے بنیادی طور پر وائرس کی غلط معلومات سے لڑنے کے لیے فراہم کیا تھا۔^{۵۷}

اخبارات نے کوویڈ-۱۹ کی روک تھام، تخفیف اور ویکسین کے بارے میں پیغامات پہنچانے میں ایک اہم کردار ادا کیا ہے، ابتدائی طور پر بڑے پیمانے پر نیشنل کمانڈ اینڈ کنٹرول سینٹر (NCOC) کی طرف سے منعقدہ پریس بریفنگ کے ذریعے حاصل کیا جاتا ہے۔ ان بریفنگ کو سیاسی بیانات اور گہرائی کی کمی پر تنقید کا نشانہ بنایا گیا ہے۔ کچھ اخبارات کے ایڈیٹوریلز نے حکومت کے ردعمل پر آزادانہ تبصرہ پیش کیا۔ جیسے ہی بعد میں مزید خبریں آئیں، پرنٹ میڈیا کی کوریج مزید متنوع ہو گئی اور اخباروں نے وبائی امراض اور اس کے اثرات کی مزید گہرائی سے تصویر پیش کرنا شروع کر دی۔ انگریزی اور اردو پریس کے ذریعے اس موضوع کو جس طرح پیش کیا گیا ہے اس میں فرق دیکھا گیا ہے۔ انگریزی اور اردو کے دو مقبول ترین مقالوں کے ماہرانہ طور پر پیش کیے گئے صفحات کا موازنہ ظاہر کرتا ہے۔ تعداد، رجحانات اور سیاسی پیش رفت کو دیکھتے ہوئے اردو زبان کی کوریج بہت سیدھی ہے۔

ٹیلی ویژن کی خبروں نے کوویڈ-۱۹ کے ردعمل میں اہم کردار ادا کیا ہے اور اس کی رپورٹنگ نے ردعمل کی کوششوں کو تقویت دی ہے۔ اس کی ایک مثال پشاور میں آکسیجن سلنڈر کی کمی کے دوران تھی، جس کی وجہ سے ۷ کوویڈ-۱۹ مریضوں کی موت واقع ہوئی۔ اس کہانی کے ختم ہونے کے فوراً بعد، آکسیجن کی فراہمی کے لیے وسائل کو متحرک کیا گیا۔^{۵۸} اس کے بعد، زیادہ تر مین اسٹریم کے ذرائع ابلاغ نے خطے میں آکسیجن کی فراہمی کی صورتحال کی نگرانی جاری رکھی۔^{۵۹} ٹیلی ویژن چینلز بھی سوشل میڈیا پلیٹ فارمز پر پوسٹس اور کمنٹری کے ذریعے کوویڈ-۱۹ کے اثرات کے بارے میں معلومات کو اکٹھے کر رہے تھے۔ ریڈیو روایتی طور پر پاکستان کے دیہی اور دور دراز علاقوں میں صحت عامہ کے پیغام رسانی میں اہم کردار ادا کرتا ہے۔^{۶۰} کوویڈ-۱۹ پر مختصر پیغام رسانی کو شامل کرنا ریڈیو اسٹیشنوں پر پروگرامنگ کا ایک اہم حصہ بن گیا ہے۔ مثال کے طور پر، FM89 میں اپنے تمام پروگراموں میں ماسک پہننے، سینیٹائز کرنے اور سماجی فاصلہ رکھنے کے بارے میں معلومات شامل ہیں۔

کوویڈ-۱۹ پیغام رسانی کے لیے استعمال ہونے والے دیگر میڈیا میں کوویڈ-۱۹ کے دوران خودکار ٹیلی مارکیٹنگ (مختلف پلیٹ فارمز بشمول فرنٹ لائن SMS کا استعمال) اور ٹیلی میسجنگ کے طریقے شامل ہیں۔ ایک مثال اپنی مرضی کے مطابق 'ڈائل ٹون' ہے جسے

<https://cn.reuters.com/article/us-health-coronavirus-pakistan-facebook-idUSKBN2412E2> ۵۳

<https://www.mediasupport.org/media-in-pakistan-responding-to-Covid-19-challenges-with-innovation/> ۵۴

<https://twitter.com/nhsrcofficial> ۵۵

<https://twitter.com/nhsrcofficial/status/1430439811442118657?s=20> ۵۶

<https://www.dawn.com/news/1542602> ۵۷

<https://www.thenews.com.pk/latest/754585-seven-coronavirus-patients-die-due-to-lack-of-oxygen-in-peshawars-khyber-teaching-hospital> ۵۸

<https://tribune.com.pk/story/2297562/doctors-fear-oxygen-shortage-in-k-p> ۵۹

https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3864416 <http://ojs.rjsser.org.pk/index.php/rjsser/article/view/194> ۶۰

تمام موبائل سروس آپریٹرز کوئیڈ-۱۹ کی روک تھام کے حوالے سے پیغامات پہنچانے کے لیے استعمال کرتے ہیں۔^{۶۱}

پروپیگنڈا اور غلط معلومات: کوئیڈ-۱۹ سے متعلق غلط معلومات، اور معلومات کی تصدیق پاکستانی نیوز میڈیا کے لیے ایک بہت بڑا چیلنج رہا ہے، جو سوشل میڈیا پلیٹ فارمز سے باقاعدگی سے خبروں اور معلومات کا ذریعہ بنتا ہے۔ پھر بھی، جب کہ میڈیا کے پیشہ ور افراد نے اس تحقیق کے لیے انٹرویو کیے، اس بات پر اتفاق کیا گیا کہ میڈیا نے بڑے پیمانے پر ایک ذمہ دارانہ کردار ادا کیا ہے، اب بھی کئی اخبارات میں کوئیڈ-۱۹ ویکسین کے بارے میں غلط معلومات شائع ہو رہی ہیں، جیسے کہ ایک اردو اخبار کی یہ تصویر جس میں دعویٰ کیا گیا ہے کہ جن لوگوں کو کوئیڈ-۱۹ کی ویکسین ملی ہے۔ ۱۹ ویکسین دو سال کے اندر مر جائیں گے۔ ایک اور اخبار نے دعویٰ کیا کہ چکن کھانے سے لوگوں کو کوئیڈ-۱۹ کا خطرہ لاحق ہو جاتا ہے۔

غلط معلومات سے متعلق ایک تحقیق میں، ۳۹٪ جواب دہندگان کا خیال تھا کہ سوشل میڈیا پلیٹ فارم ہمیشہ غلط معلومات کو شیئر کرنے کے لیے استعمال ہوتے ہیں اور ۲۲٪ کا خیال تھا کہ واٹس ایپ اس سلسلے میں مجرم ہے۔^{۶۲} سوشل میڈیا صارفین کا خیال تھا کہ سیاست دان اور نمائندے بھی کوئیڈ-۱۹ سے متعلق غلط معلومات کے ذمہ دار ہیں۔^{۶۳ ۶۴}



<https://www.pta.gov.pk/en/media-center/single-media/pta-directs-cmos-to-replace-ring-back-tone-with-awareness-ones-270320> ۶۱

<https://drive.google.com/file/d/1atF1FjKAmMjcQOM07HY9cTKeLj68Ar/view> ۶۲

<https://twitter.com/desmukh/status/1268177509687885825?s=20> ۶۳

<https://twitter.com/desmukh/status/1268177509687885825?s=20> ۶۴

میڈیا کا جائزہ

یہ سکیشن پاکستان میں میڈیا کے موجودہ لینڈ اسکیپ کا ایک جائزہ پیش کرتا ہے: ڈیجیٹل میڈیا پلیٹ فارم، سوشل میڈیا، ٹیلی ویژن، ریڈیو، پرنٹ اور کمیونیکیشن کی روایتی شکلیں۔ اس کا مقصد ایک مکمل جائزہ دینا نہیں ہے، بجائے یہ دستیاب ڈیٹا اور مطالعے کا استعمال کرتے ہوئے ہر زمرے کے لیے مرکزی میڈیا کے فراہم کنندگان پر توجہ مرکوز کرتا ہے۔

۴/۱ ڈیجیٹل میڈیا پلیٹ فارمز

ڈیجیٹل میڈیا پلیٹ فارم پاکستان میں معلومات کا تیزی سے مقبول ہوتا ہوا ذریعہ بنتا جا رہا ہے، خاص طور پر خبروں اور حالات حاضرہ پر تبصرے کے لیے۔ حالیہ برسوں میں، اس شعبے میں کافی سرمایہ کاری ہوئی ہے اور بہت سے نئے آؤٹ لیٹس سامنے آئے ہیں۔ ملک میں ڈیجیٹل میڈیا آؤٹ لیٹس کی تعداد کا اندازہ لگانا ناممکن ہے، کیونکہ ڈیجیٹل میڈیا کو فی الحال لائسنسنگ یا رجسٹریشن کی ضرورت نہیں ہے۔ سوشل میڈیا کی مقبولیت سے فائدہ اٹھانے کے لیے، طویل عرصے سے قائم پرنٹ اور براڈکاسٹ آؤٹ لیٹس نے ایک فعال ڈیجیٹل اور سوشل میڈیا کی موجودگی کو تیار کیا ہے اور ڈیجیٹل اسپیس میں معلومات کا ایک اہم ذریعہ ہیں۔ صرف ان آن لائن آؤٹ لیٹس کی ڈیجیٹل رسائی کا اندازہ لگانا مشکل ہے کیونکہ وہ بیک وقت اپنی ویب سائٹس، موبائل ایپلیکیشن، سوشل میڈیا پلیٹ فارمز اور لیگیسی میڈیا آؤٹ لیٹس کے ذریعے مواد شائع کر رہے ہیں۔

عام طور پر، ڈیجیٹل میڈیا جو کسی قابل اعتماد گروپ سے وابستہ ہے، یا بین الاقوامی سطح پر تسلیم شدہ میڈیا تنظیم جیسے کہ Independent، BBC، یا DW سے وابستگی میں مواد تیار کرتا ہے، جس کو صارفین عام طور پر معلومات کے لیے قابل اعتماد ذریعے کے طور پر تصور کرتے ہیں۔ ویب سائٹس Dawn، BBC Urdu، Geo News، Express Tribune، Independent Urdu، Urdu News، اور ARY News کو قابل اعتماد مواد کے طور پر شمار کیا جاتا ہے۔ ورائٹی میڈیا آؤٹ لیٹس میں Dawn، Jang اور The News کی ویب سائٹس کافی مقبول ہیں۔ Saama ڈیجیٹل ویب سائٹ اور Express Tribune بھی توجہ مبذول کراتے ہیں۔ معروف نیوز چینلز Geo news اور ARY news کی ویب سائٹس بھی بڑے پیمانے پر استعمال کی جاتی ہیں۔ زیادہ تر ڈیجیٹل میڈیا آؤٹ لیٹس سوشل میڈیا پلیٹ فارمز کے ذریعے خبروں کے مواد کو فعالی طور پر پھیلاتے ہیں، اور Facebook، Twitter، اور YouTube پر اپنی ٹھوس موجودگی برقرار رکھتے ہیں۔ یہاں پر Daily Pakistan اور Urdu point جیسے صرف ڈیجیٹل میڈیا آؤٹ لیٹس کی بڑھتی ہوئی تعداد موجود ہے۔ یہ آؤٹ لیٹس خبروں، معلومات اور تفریحی مواد کو یکجا کرتا ہے۔

ویڈیو آن ڈیمانڈ سٹریمنگ سروسز کو پاکستان میں اکثر Over The Top (OTT) پلیٹ فارم کہا جاتا ہے۔ Netflix اور iFlix فی الحال دو سب سے زیادہ مقبول سٹریمنگ سروسز ہیں۔ iFlix سٹریمنگ سروس قومی ٹیلی کمیونیکیشن کمپنی Pakistan Telecommunication Company Ltd (PTCL) کی جانب سے خدمات کے ایک ہنڈل کے حصے کے طور پر پیش کی جاتی ہے جب صارفین کو سمارٹ ٹی وی کنکشن ملتا ہے۔

ڈیجیٹل پلیٹ فارمز کی مقبولیت کا اندازہ مشاہدے، ان کی ویب ٹریفک، ان کے سوشل میڈیا کے فالورز اور تجزیاتی ویب کمپنیوں جیسے Alexa اور SimilarWeb کی درجہ بندی سے لگایا جا سکتا ہے۔ سامعین کی تعداد ضروری طور پر اعتماد اور اعتبار میں ٹرانسلیٹ نہیں ہوتی، یہ خاص طور پر صرف ڈیجیٹل پلیٹ فارمز کے لیے درست ہے جو ٹریفک بڑھانے کے بنیادی مقصد کے ساتھ مواد تخلیق کرتے ہیں۔ ذیل میں سے زیادہ تر ڈیٹا ستمبر ۲۰۲۱ میں فیس بک کو دیکھتے ہوئے (بفہ وار ریچ ڈیٹا) سے جمع کیا گیا تھا جب تک کہ دوسری صورت میں نوٹ نہ کیا گیا ہو:

صرف ڈیجیٹل سائٹس

« Urdu Point موضوعاتی مسائل کی ایک حد پر خبریں اور تبصرے تیار کرتا ہے۔ مواد اردو (زیادہ تر مواد) اور انگریزی دونوں میں ہے اور ذیلی ڈومینز پر اس تک رسائی حاصل کی جاتی ہے urdupoint.com اور urdupoint.com/english۔ مواد کو اس کے سوشل میڈیا پر استعمال کرنے کے لیے ڈیزائن کیا گیا ہے اور معیاری صحافت کے برعکس زیادہ سے زیادہ مصروفیت حاصل کرنے پر توجہ مرکوز کی گئی ہے۔

شماریات: YouTube چینل کے سبسکرائبرز: ۵/۷۱ ملین، ٹویٹر کے پیروکار: ۱۹۰,۰۰۰ کے قریب، فیس بک کے پیروکار: تخمینہ ۱۳ ملین، ہفتہ وار پہنچ: ۱۷/۹ ملین

« Independent Urdu معلومات کا ایک اہم اور معتبر ذریعہ سمجھا جاتا ہے اور بنیادی طور پر خبریں اور تبصرے تیار کرتا ہے۔ یہ آؤٹ لیٹ انسانی حقوق اور سماجی ناانصافیوں سمیت موضوعاتی مسائل کی ایک وسیع رینج پر رپورٹ کرتا ہے، اور باقاعدگی سے فیچر کہانیاں، اور رائے دینے کے چھوٹے خبروں کو شائع کرتا ہے۔

شماریات: YouTube چینل کے سبسکرائبرز: ۱۱۹,۰۰۰، ٹویٹر فالورز: ۱۲۱,۰۰۰ پیروکار، فیس بک کے پیروکار: تخمینہ ۱/۷ ملین ہفتہ وار پہنچ: ۳/۶ ملین

« Hamariweb.com معلومات کا ایک مقبول ترین ذریعہ ہے اور کھیل اور سفر سمیت موضوعاتی شعبوں کی ایک وسیع رینج پر معلومات اور براڈ کاسٹ مواد پیش کرتا ہے۔

شماریات: YouTube چینل کے سبسکرائبرز: ۸۰,۰۰۰ ٹویٹر فالورز: ۴,۸۰۰ فیس بک کے پیروکار: تخمینہ ۲ ملین ہفتہ وار پہنچ: ۸/۷ ملین

« Urdu News موضوعاتی علاقوں کی ایک وسیع رینج پر رپورٹ کرتا ہے اور سوشل میڈیا پلیٹ فارمز کے لیے تیار کردہ ملٹی میڈیا مواد کے ساتھ روایتی ویب فارمیٹ کے مطابق مواد تیار کرتا ہے۔

شماریات: Twitter کے پیروکار: ۵۰,۰۰۰ فیس بک کے پیروکار: تقریباً نصف ملین، تخمینہ ہفتہ وار پہنچ: ۳۷۰,۰۰۰
« **BBC Urdu BBC World Service** آن لائن کا حصہ ہے اور اسے معلومات کا ایک معتبر ذریعہ سمجھا جاتا ہے، خاص طور پر خبروں اور تبصروں کے لیے۔^{۶۵} یہ فیچر کہانیاں اور چھوٹے خبروں اور سوشل میڈیا پلیٹ فارمز پر دوبارہ اشتراک کرنے کے لیے مواد شائع کرتا ہے، بشمول لائیو کہانیاں، بحث اور ملٹی میڈیا مواد کی دیگر اقسام۔

شماریات: YouTube چینل کے سبسکرائبرز: ۱/۸۹ ملین، ٹویٹر کے پیروکار: ۳/۲ ملین، Facebook کے پیروکار: تخمینہ ۹ ملین، ہفتہ وار پہنچ: ۶/۱ ملین

ڈیجیٹل - ہائیڈ آؤٹ لیٹس (بنیادی طور پر پرنٹ یا براڈکاسٹ، لیکن ابھی کافی ڈیجیٹل موجودگی رکھتا ہے)

« **Jang Media Group** یہ ملک کا سب سے بڑا میڈیا گروپ ہے اور تین لیڈنگ میڈیا پلیٹ فارمز کا مالک ہے: ملک کے معروف نیوز چینلز اور ڈیجیٹل پلیٹ فارمز Geo News، انگریزی زبان کا ایک مقبول روزنامہ The News، اور پاکستان کا اردو زبان کا معروف روزنامہ Daily Jang۔ ان کی ویب سائٹس ملک میں خبروں اور براڈ کاسٹ مواد کے مقبول ڈیجیٹل ذرائع ہیں۔

* **Geo.TV:** یوٹیوب سبسکرائبرز: ۹/۹۱ ملین، Twitter فالورز: ۳/۲ ملین، Facebook کے پیروکار: ۱۷ ملین

* **The News:** Twitter کے پیروکار: ۶۵۰,۰۰۰ سے زیادہ، Facebook کے پیروکار: ۴۲۶,۰۰۰

* **The Daily Jang:** Twitter کے پیروکار: ۸۰۰,۰۰۰، Facebook کے پیروکار: ۸۱۰,۰۰۰

« **Dawn.com** ڈان میڈیا کا ذیلی ادارہ ہے اور ڈیجیٹل میڈیا پلیٹ فارمز میں سے ایک ہے۔ بنیادی طور پر انگریزی زبان کے اخبار کے لیے جانا جاتا ہے، Dawn کو ملک کے سب سے معتبر خبروں کے ذرائع میں سے ایک سمجھا جاتا ہے۔ Dawn.com خبریں اور فیچر کہانیاں، چھوٹی خبریں اور ایڈیٹوریلز پیش کرتا ہے۔ Dawn.com سوشل میڈیا پلیٹ فارمز، خاص طور پر ٹویٹر پر بھی طاقت کی موجودگی برقرار رکھتا ہے۔ Dawnnews.tv ڈان کے ٹیلی ویژن نیوز چینل کی ویب سائٹ ہے۔

* **Dawn.com:** Twitter: ۱/۱ ملین، Facebook کے پیروکار: تخمینہ ۲/۸ ملین، ہفتہ وار پہنچ: ۱/۳ ملین۔

* **Dawnnews.tv:** YouTube چینل کے سبسکرائبرز: ۶۴۰,۰۰۰، ٹویٹر فالورز: ۲ ملین

* **Facebook کے پیروکار:** تخمینہ ۵/۲ ملین، ہفتہ وار پہنچ: ۲/۴ ملین

« **The Express Media Group** تین مشہور ڈیجیٹل نیوز پلیٹ فارمز کے مالک ہیں: ایکسپریس ٹریبیون (ET) انگریزی زبان کا ایک مقبول پلیٹ فارم، Express.com.pk (Express News TV کی ویب سائٹ) اور Express.com.pk (Express's Urdu daily newspaper) کی ویب سائٹ۔ ET سوشل میڈیا کے استعمال کے لیے ملٹی میڈیا مواد تیار کرتا ہے - بنیادی طور پر یوٹیوب اور فیس بک کے لیے۔ دونوں آؤٹ لیٹس ایک فعال سوشل میڈیا کی موجودگی کو برقرار رکھتے ہیں۔

* **ایکسپریس ٹریبیون (ET):** یوٹیوب چینل کے سبسکرائبرز: ۶۱,۰۰۰ سے کچھ زیادہ، ٹویٹر کے پیروکار: ۱ ملین

* **Facebook کے پیروکار:** تخمینہ ۲/۴ ملین، ہفتہ وار پہنچ: ۱/۲ ملین

* **Express News TV (express.pk):** YouTube چینل کے سبسکرائبرز: ۳/۱ ملین، ٹویٹر کے پیروکار: ۳/۳ ملین،

Facebook کے پیروکار: ۱۶ ملین، رسائی ڈیٹا دستیاب نہیں ہے

* **Express Urdu YouTube TV:** Express Urdu کے درمیان مشترکہ ہے۔ Daily، ٹویٹر کے پیروکار: ۵۰۰,۰۰۰ فیس

بک کے فالورز: ۱/۱ ملین کو رسائی ڈیٹا دستیاب نہیں ہے

« **Daily Pakistan** پاکستان گروپ کا حصہ ہے اور خبریں اور تبصرے تیار کرنے والا ایک مقبول ڈیجیٹل پلیٹ فارم ہے۔ اس کی سوشل میڈیا پلیٹ فارمز، YouTube، Twitter، اور Facebook پر ایک فعال موجودگی ہے، اور اس کا زیادہ تر مواد سوشل میڈیا پلیٹ فارمز پر استعمال کرنے کے لیے ڈیزائن کیا گیا ہے۔ ڈیلی پاکستان اردو پوائنٹ کی طرح مواد کے ماڈل کی پیروی کرتا ہے، اور زیادہ تر مواد جو سب سے زیادہ ٹریفک حاصل کرتا ہے، خاص طور پر سوشل میڈیا پلیٹ فارم پر، کلک بیت کے طور پر ڈیزائن کیا گیا ہے۔

شماریات: YouTube چینل کے سبسکرائبرز: ۲/۶۱ ملین، Twitter فالورز: ۲۸۵,۰۰۰، Facebook کے فالورز: ۱۶ ملین۔

« **Arynews.tv** معروف براڈکاسٹ میڈیا آؤٹ لیٹس میں سے ایک کی ویب سائٹ ہے اور ایک اہم اور مقبول ڈیجیٹل میڈیا پلیٹ فارم ہے۔ ویب سائٹ خبریں، معلومات، تفریحی اور تبصرے کا مواد پیش کرتی ہے، بنیادی طور پر ARY News TV سے، اور سوشل میڈیا پلیٹ فارمز سمیت ڈیجیٹل جگہ میں استعمال کے لیے ملٹی میڈیا مواد بھی تیار کرتی ہے۔

شماریات: YouTube چینل کے سبسکرائبرز: ۷/۷ ملین، Twitter کے پیروکار: ۱/۷ ملین، Facebook کے پیروکار: Facebook پر

تخمینہ ۲۱ ملین ہفتہ وار رسائی: ۲۵ ملین

۶۵ <https://www.bbc.com/Urdu>

۶۶ <https://twitter.com/dawn.com>

شکل ۶ سامعین کا ڈیٹا ڈیجیٹل آؤٹ لیٹس ۲۷

| وب ٹریفک | مقبولیت (جولائی ۲۰۲۱ سے لیا گیا ڈیٹا) | رسائی |
|------------------------------|---|--|
| Urdu Point | ۶۰,۳٪ وب ٹریفک سرچ انجن کے ذریعے، (مطلوبہ الفاظ تلاش کرنے والے: 'خبریں'، یا 'موسم')۔ ۳۳,۵۹٪ براہ راست ٹریفک ہے۔ ۴,۵۱٪ ٹریفک سوشل میڈیا پلیٹ فارمز کے راستے سے روٹ کی جاتی ہے۔ زائرین وب سائٹ پر اوسطاً ۳ منٹ رہتے ہیں اور تقریباً ۳ صفحات کو تلاش کرتے ہیں۔ | موبائل فون ایپلیکیشن ۱۰۰,۰۰۰ سے زیادہ ڈاؤن لوڈ کی گئی۔ پاکستان سے ۶۶,۱٪ وب سائٹ کے دیکھنے والے اور ۴٪ انڈیا سے۔ |
| Independent Urdu | ۴۸,۹٪ وب ٹریفک سوشل میڈیا کے ذریعے، ۱۷٪ سرچ انجنوں سے مطلوبہ الفاظ کی تلاش (جیسے "Urdu news" اور "Pakistan news") کے ذریعے روٹ کیا گیا۔ زائرین اس وب سائٹ پر تقریباً ۲ منٹ تک رہتے ہیں اور تقریباً ۱,۸ صفحات برآمد کرتے ہیں۔ | موبائل فون ایپلیکیشن کو مجموعی طور پر ۱۰۰,۰۰۰ سے زیادہ ڈاؤن لوڈ کیا گیا۔ ۷۹٪ پاکستان سے (۷۹٪) اور امریکہ سے (۴,۳٪) دیکھنے والے۔ |
| Hamari Web | سرچ انجن کے ذریعے ۷۷,۵٪ وب ٹریفک کی ورڈ کی تلاش، اور ٹوٹل ٹریفک کا صرف ۱۶٪ براہ راست ہے۔ زائرین ۱ منٹ ۳۰ سیکنڈ تک رہتے ہیں اور ۱,۵ صفحات کو ڈھونڈتے ہیں۔ | Alexa پر پاکستان میں ۵ویں نمبر پر زیادہ درج کیا گیا۔ اس کے ٹوٹل ۲۰ ملین دیکھنے والے تھے۔ |
| Urdu News | ۵۸,۷۷٪ وب ٹریفک براہ راست URL رسائی کے ذریعے، ۳۱,۱٪ سرچ انجن کے ذریعے مطلوبہ کیورڈ کے ذریعے، اور ۹,۷٪ سوشل میڈیا پلیٹ فارمز سے ریفرلز کے ذریعے۔ زائرین اوسطاً ۳ منٹ ۳۰ سیکنڈ تک رہتے ہیں اور تقریباً ۲,۹ صفحات ڈھونڈ نکالتے ہیں۔ | ٹوٹل ۱,۰۰۲ ملین دیکھنے والے |
| (Geo News (geo.tv) | ۵۶٪ کیورڈز کو تلاش کر کے وب ٹریفک سرچ انجن کے ذریعے، ۳۶,۸٪ براہ راست ہے۔ زائرین وب سائٹ پر ۱ منٹ ۳۸ سیکنڈ صرف کرتے ہیں، اور ۱,۷ صفحات کو ڈھونڈ نکالتے ہیں۔ | ٹوٹل ۱۸,۳ ملین دیکھنے والے |
| The News | ڈیٹا دستیاب نہیں | ٹوٹل ۷ ملین دیکھنے والے |
| The Daily Jang | ڈیٹا دستیاب نہیں | تقریباً ہیں وب سائٹ پر ۶,۶ ملین وزٹس |
| (Daily Express (Urdu) | ڈیٹا دستیاب نہیں | ۸۰٪ ٹریفک پاکستان سے، ۴,۲٪ متحدہ عرب امارات سے، اور ۲,۹٪ سعودی عرب سے |
| Express Tribune | ڈیٹا دستیاب نہیں | پاکستان میں ۳۷ ویں سب سے زیادہ وب سائٹ کی درجہ بندی پر درج ہے۔ Express Tribune کی وب سائٹ کو کل ۳,۵ ملین وزٹ ملے |
| Daily Pakistan | ڈیٹا دستیاب نہیں | جولائی ۲۰۲۱ میں کل ۳,۴ ملین وزٹس Alexa نے وب سائٹ کو پاکستان میں ۱۵ ویں سب سے زیادہ درجہ دیا ہے۔ |
| Arynews.tv | ڈیٹا دستیاب نہیں | Alexa سے ذریعہ پاکستان میں ۷ ویں سب سے زیادہ درجہ بندی کے طور پر درج ہوا مجموعی طور پر ۱,۸ ملین وزٹس ملے |
| ڈان نیوز (dawn.com) | ۴۲,۶٪ ٹریفک URL تک رسائی کے ذریعے، تقریباً ۲,۸٪ سرچ انجن کے ذریعے دیکھنے والے وب سائٹ پر ۹ منٹ ۳۰ سیکنڈ صرف کرتے ہیں، ۳,۴ صفحات کو تلاش کرتے ہیں۔ Dawn.com کے صفحہ نے ۲ بقیے کے عرصے میں ۱۵۰,۰۰۰ سے زیادہ کشش پیدا کیے۔ | پاکستان کے اندر سے سب سے زیادہ ٹریفک (۵۶,۶٪)، انڈیا (۱۲,۴٪)، اور امریکہ (۱۰,۲٪) |

۶۷ Alexa سے تاریخ (اگست ۲۰۲۱) اور SimilarWeb اور SEMRUSH (DataReportal) سے لیا گیا، جنوری ۲۰۲۱)۔ نوٹ کریں کہ وب تجزیاتی ڈیٹا متحرک ہے اور اکثر بدل سکتا ہے۔

۴/۲ سوشل میڈیا پلیٹ فارمز

جنوری ۲۰۲۱ میں ڈیٹا رپورٹل کے شائع کردہ اعدادوشمار کے مطابق، پاکستان میں Facebook، YouTube، Snapchat، اور LinkedIn، Instagram سمیت پلیٹ فارمز پر سوشل میڈیا صارفین کی تعداد ۴۶ ملین ہے۔ ان اعداد و شمار میں پاکستان کے دوسرے مقبول سوشل میڈیا پلیٹ فارمز، جیسے TikTok، Bigo Live، SnackVideo، Likee اور ڈیٹنگ ایپلی کیشنز کی ایک وسیع رینج کے سبسکرائبرز شامل نہیں ہیں۔ جیسے کہ بنیادی طور پر تفریح کے لیے استعمال ہوتے ہیں، یہ پلیٹ فارم معلومات تک رسائی اور پھیلانے کے لیے بھی استعمال ہوتے ہیں۔ ملک نے صارفین میں بڑھتی ہوئی تعداد کا تجربہ کیا ہے اور یہ اشارے ہیں کہ بڑھوتری کی یہ شرح جاری رہے گی۔ سوشل میڈیا صارفین کی اکثریت، ۹۹/۱٪ موبائل ڈیوائسز جیسے کہ اینڈرائیڈ فونز، آئی فونز، ٹیبلیٹ وغیرہ کے ذریعے پلیٹ فارم تک رسائی حاصل کرتی ہے۔^{۶۸} پاکستان میں سوشل میڈیا کے استعمال سے متعلق سرکاری اعداد و شمار کی کمی ہے، کیونکہ اسے پاکستان کے ٹیلی کام ریگولیٹر، پاکستان ٹیلی کمیونیکیشن اتھارٹی کے ذریعے براہ راست جمع نہیں کیا جاتا ہے۔ نتیجتاً، یہ گائیڈ خود پلیٹ فارمز کی طرف سے فراہم کردہ ڈیٹا، یا اعداد و شمار کے خودمختار کیوریٹرز کے ذریعے ڈیٹا پر انحصار کرتا ہے۔ اگوریسی کو یقینی بنانے کے لیے، اس ڈیٹا کو متعدد ذرائع کے ڈیٹا کے ساتھ ٹراننگولیت کیا گیا ہے۔

پاکستان میں سوشل میڈیا صارفین کی کافی تعداد اردو میں بات چیت کرتی ہے - خاص کر Facebook پر۔ تاہم، تقریباً تمام سوشل میڈیا پلیٹ فارمز پر اردو اور انگریزی دونوں متن استعمال ہوتے ہیں۔ Twitter پر مقامی مسائل پر بڑی تعداد میں گفتگو اردو میں کی جاتی ہے۔ ڈیجیٹل کمیونیکیشن میں اردو زبان کے استعمال میں اضافہ دیکھا گیا ہے، اس حقیقت کی بدولت کہ موبائل فون اردو میں بھی ٹائپنگ کو سپورٹ کرتی ہے اور پاکستان میں زیادہ تر صارفین موبائل ڈیوائسز کے ذریعے سوشل میڈیا پلیٹ فارم تک رسائی حاصل کرتے ہیں۔ Facebook اور Twitter کے علاوہ، بصری کمیونیکیشن کی اجازت دینے والے پلیٹ فارمز بھی تیزی سے مقبول ہو رہے ہیں، جیسے کہ TikTok اور SnackVideo ویڈیو۔

statcounter کے مطابق، نومبر ۲۰۲۱ میں، سب سے زیادہ استعمال ہونے والے سوشل میڈیا نیٹ ورک ڈیل میں تھے: Facebook، ۹۰٪،

Twitter ۷/۴۹٪، YouTube ۰/۷۵٪، Instagram ۰/۶۸٪، Pinterest ۰/۵۶٪، reddit ۰/۴۶٪،^{۶۹} نومبر ۲۰۲۱ کے napoleoncat کے اعداد و شمار سے پتہ چلتا ہے کہ Facebook کے ۵۱,۸۹۰,۹۰۰ صارفین تھے - جو پوری آبادی کا ۲۳/۹٪ تھے۔ ان میں زیادہ تر مرد (۷۷/۳٪) تھے، جن میں ۱۸ سے ۲۴ سال کی عمر کے لوگ سب سے بڑے صارف گروپ تھے۔ Instagram کے ۱۳,۲۰۴,۱۰۰ صارفین، ۴۳,۲۶۵,۰۰۰ Messenger اور ۷,۸۵۷,۰۰۰ LinkedIn صارفین ہیں۔^{۷۰}

« پاکستان سے Facebook کی تقریباً ۹۱/۹ فیصد ٹریفک موبائل ڈیوائسز کے ذریعے آتی ہے۔^{۷۱} Facebook گروپس بنیادی طور پر سوشل نیٹ ورکنگ، ای کامرس، معلومات تک رسائی اور تبادلے (بشمول خبریں اور حالات حاضرہ) اور تفریح کے لیے استعمال ہوتے ہیں۔ سب سے بڑے گروپ کا ممبرشپ ۳/۴ ملین صارفین ہے۔^{۷۲} صحافی Facebook کو ایک اہم معلوماتی ذریعہ اور سیاسی اینگیجمنٹ اور کمیونٹی کو متحرک کرنے کے لیے ایک وسیلی کے طور پر بھی استعمال کرتے ہیں۔

« YouTube پاکستان میں ۳۶/۱ ملین تک رسائی کے ساتھ 'سامعین کی رسائی' کے لحاظ سے دوسرا سب سے بڑا سوشل میڈیا پلیٹ فارم ہے۔^{۷۳} تاہم YouTube کی ویب سائٹ کو ویب ٹریفک کے لحاظ سے Facebook سے زیادہ درجہ دیا گیا ہے جو پاکستان میں دوسرے نمبر پر ہے۔^{۷۴} تجزیے کے مطابق، پلیٹ فارم بنیادی طور پر تفریح، خبروں اور تبصروں، اور تعلیم اور سیکھنے کے لیے استعمال ہوتا ہے۔^{۷۵}

« Instagram کو مظاہروں کے دوران سیلفیز اور تصاویر شیئر کرنے کے ذریعے سیاسی سرگرمیوں کے بارے میں بیانات دینے کے لیے استعمال کیا جاتا ہے، اور مواد ایک خاص سماجی اثر و رسوخ رکھتا ہے۔

« TikTok کے فی الحال ۳۳ ملین صارفین ہیں جو اسے ملک میں تیسرا سب سے زیادہ استعمال ہونے والا سوشل میڈیا پلیٹ فارم ہے۔^{۷۶} اسے 'short-form' ویڈیو شیئرنگ اور اسٹریمنگ ایپلی کیشنز کے لیے لیڈنگ پلیٹ فارم سمجھا جاتا ہے۔ یہ بنیادی طور پر انٹرتینمنٹ/تفریح اور مطلع کرنے کے لیے استعمال کیا جاتا ہے اور کچھ اثر انداز ہونے والے افراد آمدنی پیدا کرنے کے لیے بھی استعمال کرتے ہیں۔ اس میں سیاسی طنز بھی شامل ہے، اور انتہائی مقبول ہونے کے باوجود، پچھلے دو سالوں میں اس پر متعدد پابندیاں لگائی گئی ہیں۔

« Twitter رسائی اور ویب ٹریفک کے لحاظ سے سب سے کم استعمال ہونے والا پلیٹ فارم ہے۔^{۷۷} تاہم، اس کا استعمال حکومتی عہدیداروں، سیاسی جماعتوں، پولیس حکام اور قانون نافذ کرنے والے اداروں، اور دیگر سول سوسائٹی گروپس سے کیا جاتا ہے، جو اس کو نہ صرف صارفین کی نشاندہی بلکہ اسے زیادہ اثر و رسوخ فراہم کرتا ہے۔ یہ پلیٹ فارم بنیادی طور پر خبروں، حالات حاضرہ اور سیاسی بحث سمیت مختلف امور پر معلومات کے تبادلے کے لیے استعمال ہوتا ہے۔ اس کا استعمال متحرک کرنے

۶۸ <https://datareportal.com/reports/digital-2021-pakistan>

۶۹ <https://gs.statcounter.com/social-media-stats/all/Pakistan>

۷۰ <https://napoleoncat.com/stats/social-media-users-in-pakistan/2021/1/>

۷۱ <https://datareportal.com/reports/digital-2021-pakistan>

۷۲ <https://toplistinpk.com/top-10-largest-facebook-groups-of-pakistan-with-1-million-plus-members/>

۷۳ <https://datareportal.com/reports/digital-2021-pakistan>

۷۴ <https://www.alexa.com/topsites/countries/PK>

۷۵ <https://datareportal.com/reports/digital-2021-pakistan>

۷۶ <https://techcrunch.com/2021/03/11/pakistan-blocks-tiktok-again-over-immoral-and-objectionable-videos/>

۷۷ <https://www.alexa.com/topsites/countries/PK>

اور مہم چلانے کے لیے ہوتا ہے، اور کمیونٹیز، میڈیا اور حکام کے درمیان گورننس، صحت عامہ، اور پولیسنگ سمیت وسیع پیمانے پر مسائل پر دو طرفہ کمیونیکیشن کو آسان بنانے کے لیے کیا جاتا ہے۔ یہاں تک کہ اگر مواد دوسرے پلیٹ فارمز (جیسے TikTok اور Facebook) پر شروع کیا گیا تھا، تو اس میں ہیڈ لائنز بنانے کی صلاحیت ہے، جس میں معروف برائڈکاسٹ اور پرنٹ میڈیا آؤٹ لیٹس باقاعدگی سے Twitter کو معلومات فراہم کرنے (بشمول کوئیڈ-۱۹ پر) کے لیے استعمال کیا جاتا ہے۔

شکل ۷ سننے والوں کا ٹیٹا سوشل میڈیا پلیٹ فارمز^۸

| ویژنس | رسائی | جنس/عمر |
|---|---|---|
| Facebook ایک دن میں تقریباً ۴۳,۳ ملین وزٹ ہوتے ہیں، جن میں سے ۲,۰۵ ملین منفرد وزٹ ہوتے ہیں۔ صارفین فی وزٹ اوسطاً ۱۵ منٹ اور ۳۶ سیکنڈ خرچ کرتے ہیں۔ | ۵۰ ملین سے زیادہ صارفین، جو کہ آبادی کا تقریباً ایک چوتھائی بنتا ہے۔ پاکستان میں تیسری سب سے زیادہ ریٹیڈ ویب سائٹ، ملک میں دوسری سب سے زیادہ ڈاؤن لوڈ کی جانے والی ایپلیکیشن ہے۔ | ۷۰٪ سے زیادہ صارفین مرد ہیں۔ ۲۵ سے ۳۴ سال کی عمر کے لوگ سب سے بڑا صارف گروپ ہیں۔ |
| YouTube ایک دن میں ۱۶۶ ملین ویژٹس، ۲,۸۳ ملین منفرد ویژٹس ہیں۔ انٹرنیٹ صارفین یوٹیوب پر زیادہ سے زیادہ وقت فی وزٹ اوسطاً ۳۰ منٹ اور ۲۹ سیکنڈ گزارتے ہیں۔ | YouTube پاکستان میں ۳۶,۱ ملین تک رسائی کے ساتھ سننے والوں کی رسائی کے لحاظ سے دوسرا سب سے بڑا سوشل میڈیا پلیٹ فارم ہے۔ | ٹوٹل سننے والوں میں ۳۱,۳٪ خواتین اور ۶۸,۷٪ مرد ہیں۔ |
| TikTok عالمی سطح پر، اوسط صارف TikTok پر روزانہ تقریباً ۴۵ منٹ گزارتے ہیں۔ تاب ۱۰ سب سے زیادہ فالو کیے جانے والے پاکستانی صارفین سبھی بنیادی طور پر تفریحی مواد تیار کرتے ہیں اور ۸ ملین سے ۱۶,۵ ملین تک فالووز رکھتے ہیں، ۴۴۸ ملین لائکس پیدا کرنے والا سب سے زیادہ مقبول۔ | ۳۳ ملین صارفین کے ساتھ تیسرا سب سے زیادہ استعمال ہونے والا سوشل میڈیا پلیٹ فارم سب سے زیادہ متحرک صارفین کے لحاظ سے تیسری سب سے زیادہ ڈاؤن لوڈ کی جانے والی ایپلیکیشن اور چھٹی سب سے زیادہ مقبول ایپلیکیشن۔ پاکستان میں تقریباً ۳۹ ملین بار ڈاؤن لوڈ کیا گیا۔ | تقریباً ۵۰٪ TikTok کے عالمی سننے والوں کی عمر ۳۴ سال سے کم ہے، اور تقریباً ۳۲,۵٪ کی عمریں ۱۰ سے ۱۹ سال کے درمیان ہیں، پاکستان میں بھی اسی طرح کے رجحانات دیکھے گئے ہیں۔ |
| Instagram ۷,۹۱ ملین یومیہ ویژٹس - ۶۷۹,۰۰۰ منفرد ویژٹس ہیں۔ صارفین اوسطاً ۱۵ منٹ ۸ سیکنڈ فی وزٹ خرچ کرتے ہیں | Instagram پاکستان میں ۱۱ ملین صارفین کے ساتھ چوتھا بڑا سوشل میڈیا پلیٹ فارم ہے۔ | پاکستان میں اس کے ۳۳ فیصد سننے والے خواتین اور ۶۷ فیصد مرد ہیں |
| Twitter ملین یومیہ ویژٹس - ۵۰۷,۰۰۰ منفرد ویژٹس ہیں۔ صارفین اوسطاً ۱۵ منٹ ۲۳ سیکنڈ فی وزٹ خرچ کرتے ہیں۔ | Twitter کی موبائل ایپ کو فعال صارفین کے لحاظ سے ملک میں ۹ویں نمبر پر رکھا گیا ہے۔ | Twitter رپورٹ کیا ہے کہ ۱۱,۸٪ صارفین خواتین اور ۸۸,۲٪ مرد کے طور پر شناخت ہوتے ہیں۔ |

۴/۳ ٹیلی ویژن اسٹیشن

ٹیلی ویژن پاکستان میں ذرائع ابلاغ کی اہم شکل ہے، جو ایسے سننے والوں تک پہنچتا ہے جو خواندگی، وسائل یا بنیادی ڈھانچے تک رسائی کی رکاوٹوں کی وجہ سے دوسرے ذرائع تک رسائی حاصل کرنے سے قاصر ہیں۔ ماہرین کا اندازہ ہے کہ تقریباً ۷۵٪ گھرانوں میں ٹیلی ویژن موجود ہیں۔ اس کی ٹرانسلیشن تقریباً ۲۱ ملین گھرانوں اور تقریباً ۱۳۷ ملین افراد میں ہوتا ہے جن کی ٹیلی ویژن سیٹ تک رسائی ہے۔^۹ شہری اور دیہی شعبوں میں ٹیلی ویژن تک رسائی کی ترقی بڑی حد تک یکساں رہی ہے۔ نجی میڈیا لائسنسوں کی پیشکش کے بعد سے، نشریاتی کاروبار ترقی کے دور سے گزرا ہے اور چینلز کی تعداد ڈرامائی طور پر پھیل رہی ہے۔

مختلف خبروں اور ڈائورژن چینلز کی تشخیص کو دیکھتے ہوئے آزادانہ طور پر قابل رسائی ڈیٹا سیٹ نہیں ہے۔ چاہے جیسا بھی ہو، پاکستان میں ایک ٹارگٹ ریٹنگ پوائنٹ (TRP) تنظیم، MediaLogics کے ذریعے مختلف چینلز کے لیے واضح معلوماتی مجموعے تیار اور مالیاتی طور پر قابل رسائی بنائے گئے ہیں۔ جب کسی مخصوص پروگرام نے غیر معمولی اسکور کیا ہو تو چینلز اکثر ان تشخیصات کا اشتراک کریں گے اور اس وجہ سے تفصیلات کو عام طور پر بولنے کی اہمیت کے معروضی نشان کے طور پر نظر نہیں آتا چاہے۔ پاکستان میں ٹی وی سلائس کو دو درجہ بندیوں میں الگ کیا جا سکتا ہے: سرکاری اور نجی، اس کے علاوہ نجی سیٹلائٹ، دنیا بھر میں اسٹیشنز اور لنک اسٹیٹیشن بھی ہیں۔

سرکاری ٹی وی ٹیلی ویژن: پبلک اتھارٹی ارتھ ہاؤنڈ، سیٹلائٹ اور لنک تنظیموں دونوں کے ذریعے بات چیت کرتی ہے۔ صرف ریاست زمینی تنظیموں کے ذریعے بھیج سکتی ہے، جب کہ نجی ٹیلی کاسٹر لنک اور سیٹلائٹ تک محدود ہیں۔ یہ نجی ٹیلی کاسٹروں کو ایک ایسی قوم میں ایک مشکل صورتحال میں ڈالتا ہے جہاں آبادی کی ایک اہم حد صرف زمینی ٹی وی تک پہنچ جاتی ہے۔

۷۸ ذیل میں موجود ڈیٹا خود پلیٹ فارمز سے ہے، SimilarWeb، dataportal، ۲۰۲۰، napoleoncat (اس ویب سائٹ پر پیش کردہ ڈیٹا براہ راست متعلقہ سوشل پلیٹ فارم مارکیٹنگ APIs سے حاصل کیا گیا ہے اور NapoleonCat کے ذریعے مرتب کیا گیا ہے)۔
۷۹ <https://tribune.com.pk/story/1491353/census-2017-family-size-shrinks>

سرکاری طور پر چلنے والے پاکستان ٹیلی ویژن (پی ٹی وی) کے خاندان کو مفت سبسڈی دی جاتی ہے اور وہ چھ اسٹیشن چلاتے ہیں۔ پی ٹی وی نیوز اور تنظیم کے مختلف اسٹیشنز ملک کے اہم زمینی اسٹیشن ہیں اور ہر وقت زمینی اور پرائیویٹ لنک آرگنائزیشنز کے ذریعے رابطے میں رہتے ہیں۔ پی ٹی وی پیمرا کے وارڈ میں نہیں آتا اور نہ ہی اس کی ہدایت کی جاتی ہے۔ ریاستی اور نجی ٹیلی کاسٹروں کے درمیان براہ راست مقابلہ کے مواقع آئے ہیں، خاص طور پر ہوائی کھیلوں کی اجازت کے ارد گرد، جس سے نجی ٹیلی کاسٹروں کے لیے بہاری مالیاتی بدقسمتی سامنے آئی ہے۔

پرائیویٹ سیٹلائٹ براڈکاسٹرز قومی چینلز کے ساتھ علاقائی چینلز چلاتے ہیں جو مخصوص علاقوں، نسلی برادریوں یا زبانوں کے لیے تیار کردہ مواد کے ساتھ ہیں۔ PEMRA، پاکستان کے الیکٹرانک میڈیا کنٹرولر نے مجموعی طور پر ۱۰۶ نجی سیٹلائٹ اسٹیشنوں کو مختلف درجہ بندیوں کے تحت کام کرنے کی اجازت دی ہے: مثال کے طور پر خیبر، ڈائریورژن اور کھیل (۳۱ دسمبر ۲۰۲۰ تک)۔ ان میں سے تقریباً ۳۴ ٹرانسمیشن نیوز اور انفوٹینمنٹ مواد۔ ۳۴ میں سے ۱۴ کو علاقائی اور ۲۰ کو عوامی طور پر ترتیب دیا جائے گا۔

بین الاقوامی چینلز: پیمرا نے پاکستان میں نشریات کے لیے دنیا بھر میں ۴۳ ڈائریکٹس کی اجازت دی ہے، جن میں عالمی ادارے CNN، DW، اور BBC شامل ہیں۔^{۸۱}

کیبل چینلز: پیمرا نے ۴,۰۶۲ لنک نیٹ ورکس کو مجاز نجی ٹی وی چینلز اور سرکاری دعوے والے چینلز دونوں کے لیے مختص کرنے کی اجازت دی ہے۔^{۸۲} کیبل نیٹ ورک سائز اور تقسیم کی صلاحیتوں میں کافی حد تک مختلف ہوتے ہیں۔ پاکستان میں چند سرکردہ کیبل سروس فراہم کرنے والے پی ٹی سی ایل، نیٹیل، ورلڈ کال، اور اسٹورم فائبر ہیں۔ ہر بااختیار لنک ایڈمنسٹریٹر کو ۴ اسٹیشنوں سے رابطہ کرنے کی اجازت ہے (اس مخصوص لنک تنظیم پر واضح طور پر بھیجا گیا ہے)۔ ان چینلز کا ایک بڑا حصہ مواد کو ہوا کا رخ موڑتا ہے، تاہم وہ اسی طرح اشتہارات بھی نشر کرتے ہیں جنہیں محلے کی آبادی کو مطلع کرنے اور ان سے رابطہ کرنے کے لیے ایک مہذب نظام کے طور پر دیکھا جاتا ہے۔

قومی چینلز: جیو نیوز، جنگ گروپ کا ایک معاون، پاکستان کا ڈرائیونگ میڈیا گروپ، اور اے آر وائی نیوز، جو اے آر وائی گروپ کا معاون ہے، کو دو اہم خبروں اور انفوٹینمنٹ آؤٹ لیٹس کے طور پر دیکھا جاتا ہے۔ دونوں اجتماعات میں ڈائریورژن چینلز (جیو انٹرٹینمنٹ، جیو کہانی، اور اے آر وائی ڈیجیٹل) سے متعلق ہیں۔ پاکستان کے مکمل ٹی وی کراؤڈ شیئر کے ۲۶٪ سے زیادہ اجتماع کی ترتیب کو مستحکم کیا۔^{۸۳}

علاقائی چینلز: Kavish Television Network (KTN)، جو KTN گروپ کا ایک معاون ہے، کو بھی ڈرائیونگ کے اعتبار سے ملک کے سب سے بڑے صوبائی میڈیا گروپ کے طور پر دیکھا جاتا ہے۔ KTN گروپ کا براڈکاسٹ ونگ تین ٹی وی چینلز (KTN، KTN نیوز، اور کاشیش) پر مشتمل ہے، جو کہ علاقائی ٹی وی چینلز کے لیے کل سامعین کے ۵۰٪ سے زیادہ حصہ پر مشتمل ہے۔^{۸۴} سب سے زیادہ بجوم والے صوبائی ٹی وی چینلز یہ ہیں: کے ٹی این، اس کے بعد سندھ ٹی وی اور کاش ٹی وی۔

پاکستان میں ٹی وی پر قابل رسائی تازہ ترین معلومات گیلپ کے ذریعہ جمع کی گئیں اور ۲۰۱۹ میں ارورہ نے تقسیم کیں اور یہ ظاہر کرتا ہے کہ عوامی نیوز چینلز کی درجہ بندی میں سب سے زیادہ بجوم کا حصہ جیو نیوز کے پاس ہے، جسے اے آر وائی نیوز اور پی ٹی وی نیوز نے پیچھے چھوڑ دیا ہے۔^{۸۵} اشتہار کی آمدنی مقبولیت کا ایک اور اشارہ ہے۔ ارورہ کے مطابق، پاکستان کے ڈرائیونگ کی تشہیر، نمائش اور میڈیا میگزین، اے آر وائی ڈیجیٹل، جیو نیوز اور جیو انٹرٹینمنٹ نے مالی سال ۲۰۱۹-۲۰ کے لیے آمدنی کو عام کرنے کا سب سے بڑا حصہ حاصل کیا۔^{۸۶} نوٹس کے مطابق خرچ کردہ شیئر کے دیگر معروف چینلز جیو انٹرٹینمنٹ، ہم ٹی وی، اے آر وائی نیوز، پی ٹی وی بوم اور دنیا ٹی وی تھے۔

ارورہ (۲۰۱۷-۱۸) کی طرف سے تقسیم کی گئی معلومات پاکستان میں ٹی وی کے ناظرین کی حد کہیں ۱/۸۲ اور ۲/۳۳ گھنٹے روزانہ ہوتی ہے۔ یہ بہت زیادہ شہری برادریوں میں (۲/۳۳ گھنٹے) اور کم از کم صوبائی علاقوں میں (۱/۸۲ گھنٹے) قابل ذکر ہے۔ وہ ناظرین کی سب سے زیادہ طویل مدت شام ۷ PM سے ۱۱ PM کے درمیان ہے، زیادہ تر ٹی وی سٹیشن اس وقت کے دوران اپنے سب سے زیادہ قابل تعریف پروگرام نشر کرتے ہیں۔ قسم کے لحاظ سے بجوم کا حصہ: تفریحی ۵۵٪، نیوز ۱۹٪ (اس میں اسے مشہور کرنا، گھنٹہ وار خبروں کے اعلانات، موجودہ مسائل، سیاسی سنڈیکیٹڈ پروگرامز اور انفوٹینمنٹ شوز شامل ہیں)، صوبائی چینلز ۴٪، دیگر ۲۲٪ (دیگر پروگرامنگ اور مواد، جیسے سخت چینلز، وغیرہ)۔

^{۸۰} https://pemra.gov.pk/uploads/pub-rep/pemra_annual_report_19-20.pdf

^{۸۱} https://pemra.gov.pk/uploads/pub-rep/pemra_annual_report_19-20.pdf

^{۸۲} https://pemra.gov.pk/uploads/pub-rep/pemra_annual_report_19-20.pdf

^{۸۳} <https://aurora.dawn.com/news/1143363>

^{۸۴} <https://aurora.dawn.com/news/1143363>

^{۸۵} <https://aurora.dawn.com/news/1143363>

^{۸۶} <https://aurora.dawn.com/news/1143946>

شکل ۸ کل ٹی وی سامعین کا سینئر بذریعہ صنف (خصوصی سیٹلائٹ اسٹیشن اور زمینی اسٹیشن) ۸۷

| مواد | سامعین | مقامات | سب سے مشہور نیوز شو |
|---------------------|--|---|--|
| جیو نیوز | ۲۴٪ بھیڑ ٹاپ نیوز چینلز کے درمیان تقسیم ہے | میٹروپولیٹن مقامات پر ڈرائیونگ بنیادی بھیڑ ہے۔ کمپیوٹرائزڈ جگہ میں، جیو نیوز کے بجوم کا ایک بڑا حصہ اپنی بنیادی سائٹ اور فیس بک پیج کے ذریعے جڑتا ہے۔ | 'آج شاہ زیب خانزادہ کے ساتھ' (تجزیاتی) خبریں، پیر سے جمعہ رات ۱۰:۰۵ پر نشر ہوتی ہیں، اور پاکستان کے ایک معروف بصیرت مند کالم نگار شاہ زیب خانزادہ کی طرف سے سہولت فراہم کی جاتی ہیں۔ |
| اے آر وائی نیوز | ٹاپ نیوز چینلز میں ۱۳٪ سامعین کا اشتراک، | ڈرائیونگ میٹروپولیٹن کمیونٹیز اصولی بجوم ہیں، جدید جگہ میں، اے آر وائی نیو کے بجوم کی اکثریت اس کی بنیادی سائٹ اور فیس بک پیج کے ذریعے جڑتی ہے۔ | سر عام، جرائم پر مبنی شو، جمعہ اور ہفتہ کی شام ۷ بجے نشر ہوتا ہے۔ |
| ایکسپریس نیوز | سب سے اوپر نیوز چینلز میں ۴٪ سامعین کا اشتراک، | میٹروپولیٹن مقامات پر ڈرائیونگ بنیادی بھیڑ ہے۔ ڈیجیٹل اسپیس میں، ایکسپریس نیو کے زیادہ تر سامعین اس کی مرکزی ویب سائٹ اور فیس بک پیج کے ذریعے مشغول ہوتے ہیں۔ | کال تک - ایک سیاسی ٹاک شو پیر تا جمعرات رات ۱۰ بجے نشر ہوتا ہے۔ |
| ہم نیوز | خبروں کی تازہ کاری (فکس مائل ہونے کے طور پر دیکھا) | ڈرائیونگ میٹروپولیٹن نیٹ ورکس گروپ کی دلچسپی کے ضروری شعبے ہیں | بریک پوائنٹ وڈ ملکہ پیر تا جمعرات رات ۸ بجے نشر ہوتا ہے |
| سماء ٹی وی | خبروں کی تازہ کاری (دائیں طرف توجہ مرکوز کرنے کے طور پر دیکھا جاتا ہے) | ڈرائیونگ میٹروپولیٹن نیٹ ورکس گروپ کی دلچسپی کے ضروری شعبے ہیں | ندیم ملک لائیو۔ ایک سینئر کالم نگار ندیم ملک کی مدد سے، سیاسی تجزیہ اور موجودہ کاموں پر بحث کو نمایاں کرتا ہے۔ |
| پی ٹی وی نیوز | خبروں کی تازہ کاری | ان علاقوں میں مشہور ہے جہاں سیٹلائٹ ٹی وی تک رسائی یا تو محدود یا غیر موجود ہے۔ بجوم کا بڑا حصہ نیم میٹروپولیٹن اور ملک بے، کم تنخواہ والی بنیاد سے معقول۔ | 'ایسے تو یہ ہے' ایک روایتی سیاسی ٹاک شو اور رات ۱۰ بجے نشر ہوتا ہے |
| KTN New ٹی این نیوز | خبروں کی تازہ کاری/سیاسی بحث | ۳۹٪ سامعین سرکردہ علاقائی نیوز چینلز (KTN/KTN نیوز) | علاقائی KTN نیوز KTN TV کا خبروں اور حالات حاضرہ کا ونگ ہے۔ |
| سندھ ٹی وی نیوز | خبروں کی تازہ کاری/سیاسی بحث | سرفہرست علاقائی چینلز میں ۱۶٪ سامعین کا اشتراک | علاقائی، سندھ ٹی وی نیوز سندھی زبان کا دوسرا سب سے بڑا چینل ہے |
| مہراں ٹی وی | عمومی تفریح / خبروں کی تازہ کاری | معروف علاقائی چینلز میں ۵٪ سامعین کا اشتراک | علاقائی، سندھ زبان کا چینل |

۴/۴ ریڈیو چینلز

سرکاری طور پر چلنے والی پاکستان براڈکاسٹنگ کارپوریشن (PBC) ریڈیو پاکستان پر کام کرتی ہے، جو کہ پاکستان کا سب سے بڑا ریڈیو ادارہ ہے۔ PBC کی AM/SW/FM اسٹیشنوں اور ایجنٹوں کی وسیع عوامی تنظیم پاکستان میں ۹۸٪ آبادی اور ۸۰٪ پورے خطے پر محیط ہے۔^{۸۸} PBC تمام AM ٹرانسمیشنز کا مالک ہے اور اسے چلاتا ہے، نیز FM چینلز پر نشریات، اور نجی براڈکاسٹروں کو AM لائسنس نہیں دیتا ہے۔ یہ تنظیم ملک میں تمام عوامی اور عالمی خبروں کا مواد فراہم کرتی ہے۔ پی بی سی کے اسٹیشنز کا انتظام پیمرا کے زیر انتظام نہیں ہے اور پاکستان براڈکاسٹنگ کارپوریشن ایکٹ ۱۹۷۳ کے تحت دوسری سوچ پر کام کیا جاتا ہے۔

پیمرا نے ۱۷۵ کمرشل،^{۸۹} اور ۶۰ غیر تجارتی،^{۹۰} ریڈیو اسٹیشنوں کو کل ۲۳۵ ایف ایم لائسنس جاری کیے ہیں۔ نجی اسٹیشن بنیادی طور پر تفریحی اور ڈیٹا مواد نشر کرتے ہیں، (مثال کے طور پر، کاروباری اعلانات، فلاح و بہبود اور متعلقہ مسائل پر ذہن سازی کی صلیبی جنگیں، کھیلوں کا تجزیہ، وغیرہ)۔ انہیں اپنی خبریں اور حالات حاضرہ کے پروگرام بنانے کی اجازت نہیں ہے اور وہ پاکستان براڈکاسٹنگ سروس (ریڈیو پاکستان) اور کسی حد تک بی بی سی اردو ساؤنڈ اور وائس آف امریکہ کے ذریعہ فراہم کردہ خبروں کے مواد کو نشر کرنے تک محدود ہیں۔ چند چینل ویسے بھی محلے کی خبریں نشر کرتے ہیں۔

زیادہ تر تجارتی براڈکاسٹرز تفریح پر توجہ مرکوز کرتے ہیں، خبروں اور حالات حاضرہ کو پیچھے چھوڑتے ہیں۔ کچھ اسٹیشن، جو بڑے میڈیا ہاؤسز سے متعلق ہیں، گھنٹے کی خبروں کی خصوصیات پر چلتے ہیں (مثلاً، سما ریڈیو) تاہم وہ شاذ و نادر ہی ان خصوصیات کے بعد کوئی یقینی خبر نشر کرتے ہیں۔ چند ٹیلی کاسٹروں کے پاس تشہیر کی مشقوں کا مسئلہ ہے، جیسے متبادل ادویات اور اصلاح کرنے والے ماہرین، حکیموں اور گہرے علاج کرنے والوں کے ذریعے معاون مواد کی ترسیل۔ اکثر یہ اشتہارات تفریحی پروگرامنگ میں شامل ہوتے ہیں۔ تشہیر کے ضابطہ کے مطابق، ابلاغی میڈیا پر اس طرح کے فریب پر مبنی پروموشنز کی قانونی طور پر اجازت نہیں ہے۔

زیادہ تر غیر کاروباری لائسنسوں کو ریڈیو کو گراؤنڈ کرنے کی اجازت ہے، جس نے ٹیلی کام کی صلاحیتوں کو محدود کر دیا ہے۔ غیر کاروباری ریڈیو نشریات کی مختلف مثالیں وہ ہیں جو سٹی ٹریفک پولیس ہیڈکوارٹر کے ذریعے چلائی جاتی ہیں جو مضافاتی علاقوں میں مشہور ہیں جنہیں درست اور مثالی ٹریفک ریفریش کی ضرورت ہے۔ ۲۰۰۵ کے زلزلے کے بعد PEMRA نے زلزلے کے جھٹکے سے ہونے والی ہلاکتوں کے لیے امداد جمع کرنے کے لیے غیر تجارتی لائسنسوں کا ایک گروپ دیا، چاہے یہ تقریباً کوئی مقامی میڈیا نہیں ہے۔

۲۰۱۸ کے بعد سے پی بی سی کے ڈیجیٹلائزیشن کے ارد گرد بحث میں اضافہ ہوا ہے۔ مارچ ۲۰۲۰ میں، عمران خان کی حکومت نے سرکاری ریڈیو پاکستان کو مکمل طور پر ڈیجیٹل کرنے کے منصوبے کا اعلان کیا۔^{۹۱} ریڈیو پاکستان کے ذریعے کام کرنے والے اسٹیشنوں کا ایک حصہ اب تک سامعین کے اراکین کے لیے آن لائن قابل رسائی بنا دیا گیا ہے اور اس براہ راست نشر کیا جا سکتا ہے <https://www.radio.gov.pk/live-streaming> پر۔

^{۸۸} <https://www.radio.gov.pk/pbc-family>

^{۸۹} https://pemra.gov.pk/uploads/licensing/fm/List_Of_Commercial_FM_Radio.pdf نئی فہرستوں تک رسائی حاصل کرنے کے لیے جیسے ہی وہ اپ

ڈیٹ بوتی ہیں۔ <https://pemra.gov.pk/fm.php>

^{۹۰} https://pemra.gov.pk/uploads/licensing/fm/List_Of_Non_Commercial_FM_Radio.pdf

^{۹۱} <http://www.radio.gov.pk/trainings/12-03-2020/govt-plans-to-fully-digitize-pbc-press-release-11-03-2020>

تصویر ۹ سامعین کا ٹیٹا ٹی وی اسٹیشن

| اسٹیشن | ملکیت | آفیشل سوشل میڈیا آؤٹ لیٹس | ویب لنک |
|---|---------------------|---|---|
| ریڈیو پاکستان | حکومت | https://www.facebook.com/radiopakistannewsofficial , https://twitter.com/RadioPakistan | http://www.radio.gov.pk/ |
| ایف ایم ۹۳ ۱۱ اسٹیشنوں سے نشریات، جس کا برانڈ Truly National Radio 139 ہے | حکومت | https://www.facebook.com/fm93karachi | http://www.radio.gov.pk/ |
| ریڈ ایف ایم ۹۳،۵ | تجارتی یا نجی کمپنی | https://www.facebook.com/redfmindia https://www.youtube.com/c/redfmindia | |
| پلانٹ ایف ایم ۹۴ | تجارتی یا نجی کمپنی | https://www.facebook.com/planet94 , https://www.youtube.com/user/Planet94FM | http://www.planet94.com/ |
| ایف ایم ۱۰۱ FM ۱۰۱ کے ملک بھر میں کل ۱۸ اسٹیشن ہیں۔ | تجارتی یا نجی کمپنی | https://www.facebook.com/FM101karachi سے: https://www.radio.gov.pk/fm-101 (ایپل ایپ، ایپل لوڈیش، آک مار گوریڈ) | http://WWW.FM101.GOV.PK/ |
| ایف ایم ۱۰۰ | تجارتی یا نجی کمپنی | https://www.facebook.com/fm247365 , https://www.youtube.com/c/FM100Pakistanofficial | http://www.fm100pakistan.com/ |
| سما ایف ایم ۱۰۷،۴ | تجارتی یا نجی کمپنی | https://www.facebook.com/samaafm , https://www.facebook.com/samaafmradio | https://www.samaafm.com/ |
| مست ایف ایم ۱۰۳ | تجارتی یا نجی کمپنی | https://www.facebook.com/mastfm103 , https://www.youtube.com/channel/UCzMd0IXkD_Jv5aS9Cb1FK_g | |
| اپنا کراچی ایف ایم ۱۰۷ | تجارتی یا نجی کمپنی | https://www.facebook.com/ApnaKarachi.FM | http://www.apnakarachi107.fm/ |
| سنو ایف ایم ۸۹،۴ | تجارتی یا نجی کمپنی | https://www.facebook.com/sunopakistan | http://www.sunofm894.com/ |
| ایف ایم ۹۱ | تجارتی یا نجی کمپنی | https://www.facebook.com/FM91Pakistan , https://www.youtube.com/channel/UCjwl-BNpE32QdfevlIXWIBQ | https://www.fm91.com.pk/ |
| HOT FM 105 | تجارتی یا نجی کمپنی | https://www.facebook.com/hotfm105 | http://www.hotfm.com.pk/ |
| پاور ۹۹ | تجارتی یا نجی کمپنی | https://www.facebook.com/powerradio99 , https://www.youtube.com/channel/UCipK4LMIQQdbj_vO-lp9b-A | http://www.power99.live/ |
| دھمال ایف ایم ۹۴ | تجارتی یا نجی کمپنی | https://www.facebook.com/dhamaal94 | http://www.dhamaal94.com/ |
| Riphah FM 102.2 | تجارتی یا نجی کمپنی | https://www.facebook.com/FM102.2/ | http://riphahfm.com/ |

۴/۵ پرنٹ

میڈیا میٹرز فار ڈیموکریسی کے زیر قیادت ایک جائزے میں مشاہدہ کیا گیا کہ ۲۴ گھنٹے خبروں کی ترسیل کے ساتھ سیٹلائٹ نیوز سٹیشنز کی ہر جگہ ہونے اور ویب پر مبنی میڈیا مراحل سے قطع نظر، خبروں کے صارفین کاغذات پر سب سے زیادہ اعتماد کرتے ہیں۔^{۹۲} آڈٹ بیورو آف سرکولیشن^{۹۳} ایک عوامی ادارہ ہے جو اخبارات اور رسالوں کے سرکولیشن آڈٹ کرنے کا ذمہ دار ہے۔ اس ملک میں تقریباً ۱۲۰۱ رجسٹرڈ نجی ملکیت اور شائع شدہ اخبارات اور رسائل کی فہرست دی گئی ہے۔^{۹۴} روزناموں، ہفت روزہ اور دیگر رسالوں کا مزید تفصیلی تجزیہ پاکستان بیورو آف سٹیٹسٹکس پر دستیاب ہے۔ ۲۰۱۹ کے تازہ ترین اعداد و شمار کے ساتھ^{۹۵} تمام مصدقہ اشاعتیں شائع نہیں ہوتی۔ لائبرو اشاعتوں کی فہرست آل پاکستان نیوز پیپرز ایسوسی ایشنز (APNS) کی ویب سائٹ پر دیکھی جا سکتی ہے۔ فہرست میں زبان اور اشاعت کا شہر بھی شامل ہے۔^{۹۶}

مختلف اخبارات کی سرکولیشن اور مارکیٹ شیئر کے حوالے سے قابل اعتماد اعداد و شمار عوامی سطح پر دستیاب نہیں ہیں۔ اس کے باوجود، مختلف پرنٹ آؤٹ لیٹس کی مقبولیت کا اندازہ اشتہارات کی آمدنی کے حصہ سے لگایا جا سکتا ہے جسے وہ اپنی طرف متوجہ کرتے ہیں۔ ارورہ کے مطابق، پرنٹ میڈیا پر خرچ ہونے والی اشتہاری آمدنی کا ۳۲ فیصد جنگ اخبار پر گیا۔^{۹۷} دیگر اخبارات جنہوں نے نمایاں اشتہاراتی آمدنی حاصل کی ان میں ڈان، ایکسپریس، دی نیوز، بزنس ریکارڈر، دنیا، ایکسپریس ٹریبیون اور ڈیلی ٹائمز شامل تھے۔ آل پاکستان نیوز پیپر سوسائٹی (اے پی این ایس) کی طرف سے تقسیم کردہ معلومات کے مطابق، پنجاب میں سب سے زیادہ روزنامے، ہفتہ وار اور ماہنامہ تقسیم کیے جاتے ہیں، جن کی تعداد ۱۶۴ ہے اور اس کے آس پاس کا شہر اس کا دارالحکومت لاہور ہے۔ ۸۰ کی رقم کے ساتھ پاکستان کے دارالحکومت اسلام آباد میں کل ۴۲ فہرست اشاعتیں ہیں۔ سندھ میں کل ۱۶۰ مطبوعات ہیں، جن میں سے ۱۳۱ کراچی میں ہیں۔ یہ پاکستان کے کسی ایک شہر میں اشاعتوں کی سب سے زیادہ تعداد ہے۔ حکومت کوئی اخبار نہیں نکالتی۔ تاہم، ایسوسی ایٹڈ پریس آف پاکستان، جو ملک کی بڑی خبر رساں ایجنسیوں میں سے ایک ہے، حکومت کے ذریعے چلائی جاتی ہے۔

« ڈان کا انگریزی زبان کا روزنامہ زندگی کے تمام شعبوں سے تعلق رکھنے والے افراد بڑے پیمانے پر استعمال کرتے ہیں اور اسے حالات حاضرہ پر خبروں اور تبصروں کے سب سے معتبر ذرائع میں سے ایک سمجھا جاتا ہے۔ یہ اس کی ویب سائٹ کے ذریعے بھی قابل رسائی ہے۔ dawn.com جو ملک میں سب سے زیادہ درجہ بند ویب سائٹس میں سے ایک ہے، اور اپنے سوشل میڈیا اکاؤنٹس کے ذریعے۔

« جنگ گروپ پاکستان کا معروف اخباری میڈیا گروپ ہے۔ روزنامہ جنگ، جنگ گروپ کا اردو روزنامہ، ایک مقبول اور معتبر اخبار ہے۔ یہ پاکستان میں خبروں اور معلومات کا ایک اہم ذریعہ ہے، جسے زیادہ تر اینالاگ اور ڈیجیٹل دونوں ذرائع سے خبروں اور حالات حاضرہ پر تبصرے کے لیے استعمال کیا جاتا ہے۔ یہ ملک کا قدیم ترین اخبار ہے۔ روزنامہ جنگ اور دی نیوز انٹرنیشنل کو پاکستان میں خبروں اور معلومات کا ایک اہم ذریعہ سمجھا جاتا ہے اور یہ زیادہ تر اینالاگ اور ڈیجیٹل دونوں ذرائع سے حالات حاضرہ پر خبروں اور تبصروں کے لیے استعمال ہوتے ہیں۔

« ایکسپریس ایک قابل اعتماد میڈیا گروپ بھی ہے اور خبروں اور معلومات کا وسیع پیمانے پر استعمال ہونے والا ذریعہ ہے۔ ایکسپریس ڈیلی (اردو) اور ایکسپریس ٹریبیون (انگریزی) بنیادی طور پر حالات حاضرہ پر خبروں اور تبصروں کے لیے استعمال ہوتے ہیں۔ دونوں اپنے سوشل میڈیا اکاؤنٹس اور ویب سائٹس کے ذریعے مضبوط ڈیجیٹل موجودگی برقرار رکھتے ہیں۔

« نوائے وقت گروپ ملک میں خبروں اور معلومات کا ایک معروف اور قابل اعتماد ذریعہ ہے، اور یہ پانچ صدیوں سے زیادہ عرصے سے کام کر رہا ہے۔ دونوں اخبارات (نوائے وقت، اردو اور دی نیشن، انگریزی) بنیادی طور پر حالات حاضرہ پر خبروں اور تبصروں کے لیے استعمال ہوتے ہیں۔

^{۹۲} <https://drive.google.com/file/d/1atFFxjKAmMqjCQ0MO7HY9cTKelJ68Ar/view>

^{۹۳} abc.gov.pk/Detail/MDczMTZlZmYtNDU4OS00OWI5LWE0ZTAiYTI0ZmQxNWQxZTg3

^{۹۴} ویب سائٹ پر اعداد و شمار درج ہیں کہ آخری بار فروری ۲۰۲۱ میں اپ ڈیٹ کیا گیا تھا

^{۹۵} <https://www.pbs.gov.pk/sites/default/files//tables/rename-as-per-table-type/News%20Paper.pdf>

^{۹۶} https://www.apns.com.pk/member_publication/index.php

^{۹۷} <https://aurora.dawn.com/news/1143946>

تصویر ۱۰ پرنٹ میڈیا کے لیے سامعین کا ڈیٹا^{۹۸}

| ایڈیشنز | زبان | |
|--|---------|---|
| کراچی، لاہور، اسلام آباد، پشاور، ملتان اور کوئٹہ۔ | اردو | روزنامہ جنگ، (پاکستان کا سب سے زیادہ زیر گردش روزنامہ اردو اخبار) |
| کراچی، اسلام آباد، لاہور اور پشاور، | انگریزی | دی نیوز انٹرنیشنل، (ملک میں معلومات کا ایک قابل اعتماد ذریعہ) |
| | اردو | اخبار جہاں، جنگ کا ہفتہ وار تفریحی رسالہ۔ |
| اسلام آباد، کراچی، لاہور اور پشاور | انگریزی | ڈان، پاکستان میں سب سے زیادہ استعمال ہونے والی اور قابل بھروسہ انگریزی زبان روزنامہ، |
| | انگریزی | ہیرالڈ پاکستان سیاست اور حالات حاضرہ پر ڈان گروپ کا ماہانہ میگزین تھا، لیکن حال ہی میں اس کی اشاعت بند ہوگئی، |
| | انگریزی | ارورہ میگزین، ایک مارکیٹنگ اور اشتہاری دو ماہانہ میگزین۔ |
| اسلام آباد، کراچی، لاہور، ملتان، گوجرانوالہ، فیصل آباد، سرگودھا، رحیم یار خان، پشاور، کوئٹہ اور سکھر | اردو | ایکسپریس |
| | انگریزی | ایکسپریس ٹریبیون، انگریزی زبان کا ایک وسیع پیمانے پر استعمال ہونے والا روزنامہ، اور پاکستان کی واحد اشاعت انٹرنیشنل نیویارک ٹائمز سے وابستہ ہے۔ |
| لاہور، اسلام آباد، ملتان اور کراچی۔ | انگریزی | دی نیشن - ڈیلی |
| اسلام آباد، لاہور، ملتان، کراچی، کوئٹہ اور گوجرانوالہ۔ | اردو | روزنامہ نوائے وقت |

۴/۶ روایتی (غیر الیکٹرانک یا ماس میڈیا) مواصلات کی شکلیں

شوریٰ کے روایتی اجلاسوں اور مذہبی رہنماؤں کے ذریعے کمیونٹی کو متحرک کرنے والے اور مواصلات اور معلومات کی فراہمی میں کلیدی کردار ادا کر سکتے ہیں۔ COVID-19 کے ردعمل کے ایک حصے کے طور پر، یونیسف پاکستان نے ۷۴,۴۴۲ مذہبی رہنماؤں کو مصروف اور متحرک کیا، اور مساجد میں، خاص طور پر تہواروں کے دوران صحت عامہ کے پیغامات کی تبلیغ کی گئی۔ آؤٹ ریچ رضاکار اور کمیونٹی موبلائزرز واٹس ایپ اور ٹیلی فون کونسلنگ کے ذریعے COVID-19 کی روک تھام اور حوالہ دینے کے طریقہ کار کے بارے میں معلومات فراہم کرتے ہیں۔ صحت کے کارکنان ۳۵ ملین لوگوں تک پہنچ چکے ہیں، جو مذہبی برادریوں میں، یا نماز کی اذان سے پہلے مساجد میں موٹر سائیکلوں پر موبائل مائیکروفون استعمال کر رہے ہیں۔^{۹۹} پاکستان میں مذہبی پروگرامنگ مقبول ہے اور ملک میں عیسائی اور مسلمان سمیت کم از کم ۲۱ مذہبی ٹی وی چینلز ہیں۔ موبائل پر مبنی صوتی اور ٹیکسٹ سروسز بڑے پیمانے پر مواصلات اور پیغام رسانی کے لیے ایک مقبول ذریعہ بنی ہوئی ہیں۔

^{۹۸} https://aurora.dawn.com/news/1143946?fbclid=IwAR2LfP4g0CtDqHI0jt3yRr6MdGwYrqzIklvHc8OCu_y6wmPWoClqR9vss; <https://www.thenews.com.pk/print/417374-unlicensed-religious-tv-channels-mushrooming-on-cable>; <https://pemra.gov.pk/uploads/pub-rep/pemra/> https://www.opns.com.pk/annual_report_19-20.pdf; <https://www.pta.gov.pk/index.php/en/telecom-indicators> <https://www.unicef.org/media/105586/file/Pakistan%20Humanitarian%20Situation%20Report%20%20No.27%2031%20> ^{۹۹}

۴/۷ میڈیا ٹریننگ کے مواقع

پاکستان میں صحافی بننے کے لیے کوئی لازمی تعلیمی شرط نہیں ہے اور بہت سے میڈیا پریکٹیشنرز، خاص طور پر پرنٹ میڈیا میں، رسمی تربیت نہیں رکھتے۔ کسی بھی صورت میں، ریڈیو اور ٹی وی نیوز کاسٹنگ کی توسیع کے پیش نظر، رسمی اسکولنگ کی ضرورت زیادہ بنیادی ہو گئی ہے۔ ۱۹۴۱ میں لاہور میں پنجاب یونیورسٹی نے برصغیر پاک و ہند میں صحافت کا پہلا شعبہ شروع کیا۔ اب انسٹی ٹیوٹ آف کمیونیکیشن اسٹڈیز کہلاتا ہے، یہ بیچلز، ماسٹرز، ایم فل اور پی ایچ ڈی کی پیشکش کرتا ہے۔ کمیونیکیشن اسٹڈیز میں پروگرام۔ کراچی یونیورسٹی نے ۱۹۵۵ میں صحافت کا شعبہ قائم کیا۔ ۱۹۷۴ میں ڈیرہ اسماعیل خان کی گومل یونیورسٹی میں صحافیوں کے تربیتی پروگرام کا آغاز ہوا اور ۱۹۷۷ میں سندھ یونیورسٹی حیدرآباد میں شعبہ ابلاغ عامہ کا قیام عمل میں آیا۔ فاصلاتی تعلیم علامہ اقبال اوپن یونیورسٹی میں ۱۹۸۶ میں اور بلوچستان یونیورسٹی، کوئٹہ میں ۱۹۸۷ میں شعبہ ابلاغ عامہ کا آغاز ہوا۔ پشاور یونیورسٹی کے شعبہ صحافت اور ابلاغ عامہ نے ۱۹۸۸ میں ماسٹرز پروگرام پیش کرنا شروع کیا اور بہاولدین ذکری یونیورسٹی میں ۱۹۹۱ میں ماسٹرز پروگرام متعارف کرایا گیا۔

اس کے بعد متعدد دیگر سرکاری یونیورسٹیوں اور کالجوں نے صحافت کے شعبے شروع کیے ہیں۔ تقریباً تمام بڑے شہروں میں نجی ادارے صحافت کے کورسز بھی کراتے ہیں۔ تعلیم کا معیار، فیکلٹیز اور نصاب وسیع پیمانے پر مختلف ہیں۔ تمام سطحوں پر موجودہ کورسز کی فہرست eduvison ویب سائٹ پر دیکھی جا سکتی ہے۔^{۱۰۱} تربیت کی پیشکش کرنے والے اہم نجی ادارے نیچے دیے گئے جدول میں درج ہیں (ذکر کردہ کورسز زیادہ تر ایک بار کے ہیں اور ہو سکتا ہے کہ بار بار نہ چلیں)۔

تصویر ۱۲ تربیتی تنظیمیں اور کورسز

| تربیتی تنظیم کا نام | مقام | ویب لنک | پیش کردہ قابلیت کی سطح | پیش کردہ کورسز |
|--|--|--|------------------------|---|
| میڈیا کے معاملات برائے جمہوریت (MMFD) | اسلام آباد | www.mediamatters.pk | سرٹیفیکیٹ | تحقیقاتی اور ڈیٹا جرنلزم، ڈس انفارمیشن کا انسداد اور تفتیش، شہری صحافت، صحافیوں کے لیے ڈیجیٹل سبقتی اور سیکیورٹی، ترقیاتی صحافت (حل پر مبنی صحافت)۔ |
| پاکستان پریس فاؤنڈیشن (PPF) | کراچی | https://www.pakistanpressfoundation.org | | COVID-19 کی اطلاع دینا اور ویکسین کے بارے میں غلط معلومات کا مقابلہ کرنا |
| مرکز برائے امن اور ترقی کے اقدامات (CPDI) | صنفی حساس رپورٹنگ | | | |
| سینٹر فار ایکسی لینس ان جرنلزم (CEJ) | اسلام آباد | https://www.peaceinsight.org/en/organisations/cpdi-pakistan/?location=pakistan&theme | | پسماندہ کمیونٹیز پر اخلاقی رپورٹنگ |
| ڈیجیٹل رائٹس فاؤنڈیشن (DRF) | کراچی | https://cej.iba.edu.pk | | پسماندہ کمیونٹیز پر اخلاقی رپورٹنگ |
| ویمن میڈیا سینٹر (WMC) | لاہور | https://www.pakistanpressfoundation.org | سرٹیفیکیٹ | تحقیقاتی صحافت |
| انسٹی ٹیوٹ فار ریسرچ اینڈ ڈویلپمنٹ (IRADA) | صحافیوں کے لیے جسمانی اور ڈیجیٹل حفاظت کی تربیت۔ | | | |
| | کراچی | http://www.wmcpk.org/wp/home/ | | موضوعاتی صحافت کی تربیت |
| | اسلام آباد | https://www.cpdi-pakistan.org/ | سرٹیفیکیٹ | صحافیوں کے لیے جسمانی تحفظ کی تربیت، معلومات کا حق، آزاد، آزاد اور ذمہ دارانہ رپورٹنگ۔ |

^{۱۰۰} <https://medialandscapes.org/country/pakistan/education/universities-schools>

^{۱۰۱} <https://www.eduvison.edu.pk/institutions-offering-media-studies-with-field-media-studies-at-bachelor-level-in-pakistan-page-1>

یہ گائیڈ میڈیا اینڈ سکیپ گائیڈز کی سیریز میں سے ایک ہے جو مختلف ممالک میں میڈیا کے اینڈ سکیپ کا نقشہ پیش کرتی ہے۔ یہ گائیڈز سی ڈی اے سی نیٹ ورک نے ڈی ڈبلیو اکادمی کے تعاون سے تیار کیے ہیں اور وفاقی وزارت برائے اقتصادی تعاون اور ترقی کے تعاون سے تیار کیے گئے ہیں۔ یہ منصوبہ عالمی اقدام کا حصہ ہے "شفافیت اور میڈیا کی آزادی - وبائی مرض میں بحران سے نمٹنے کی صلاحیت"۔



© CDAC نیٹ ورک ۲۰۲۱۔ ٹیوہ سی ڈی اے سی نیٹ ورک اسٹیک ہولڈرز کے ایک متنوع گروپ کو بلاتا ہے تاکہ اختراعی سوچ، علم کے تبادلے، اور آفات سے متاثرہ کمیونٹیز کے ساتھ رابطہ قائم کرنے اور ان کے درمیان تعاون کو مضبوط بنایا جا سکے۔ کمپنیز ہاؤس، بوکے کے ساتھ رجسٹرڈ: رجسٹریشن نمبر: ۱۰۵۷۱۵۰۱۔ رجسٹرڈ ہو کے چیریٹی نمبر: ۱۱۷۸۱۶۸۔