لائف لائن پروڈکشن مینوئل

انسانی ہنگامی حالات سے مُتاثرہ افراد کی مدد کیلئے پروگرام بنانے کا ہدایت نامہ

BBC MEDIA ACTION

TRANSFORMING LIVES THROUGH MEDIA AROUND THE WORLD

مُصنف
جیکولن ڈالٹن

ڈیزائنر
لانس بیلـرس

ترجمہ (اردو): ارم بلوچ

مُترجم تھیوڈورا ھانیڈیس اور لیزا رابنسن کا اپنی رائے فراہم کرنے پر شُکر گُزار ہے.

مصنف اس ترجمہ کے سلسلے میں مدد کے لیے گلوبل نیٹ ورک آف سول سوسائٹی آرگنائزیشنس فار ڈیساسٹر ریڈکشن (GNDR) کا بھی شکرگزار ہے۔

سرورق
بذریعہ *کنیکشن ہیتی، بی بی سی*
ورلڈ سروس نے 2010 کے
زلزلے کے بعد ہر روز نشریات
جاری کیں جِس میں مُتاثرین کو
قیمتی معلومات فراہم کی گئیں۔
لیزا رابنسن/ بی بی سی میڈیا ایکشن

فہرست مشمولات

لائف لائن پروگرامنگ کا کیا مقصد ہے؟	4
یہ کس طرح تبدیلی لا سکتی ہے؟	4
لائف لائن پروگرامنگ اور خبروں کی پروگرامنگ میں کیا فرق ہے؟	4
انسانی بحرانی حالات سے مُتاثر افراد کو کیا جاننے کی ضرورت ہے؟	6
راحت رسانی کی کوششوں میں تعاون	8
لائف لائن کی معلومات کی ترسیل	10
کوئی نُقصان نہ پہنچائیں	12
نشریات کے فارمیٹ کے اختیارات	14
آپس میں بات چیت اور میل جول	17
لائف لائن کیلئے انٹرویوز	20
اضافی وسائل	23
اختتامی یادداشت	24
کِتابیات	25

"زندگی بچانے کے ساتھ ساتھ، معلومات آفات کے بعد کے مصائب کو بھی کم کرتی ہیں۔ گُمشُدہ اہل خاندان اور دوستوں کو ڈُھونڈنا، یہ جاننا کہ آپ کتنے معاوضے کے حقدار ہیں یا آپ کہاں رہیں گے، یہ سمجھنا کہ آفت کیوں آئی: زندہ بچ جانے والے بے گھر اور صدمہ زدہ افراد کیلئے ایسی معلومات نہایت قیمتی ہوتی ہیں۔"

مارگو نیسکالا، سیکریٹری جنرل انٹرنیشنل فیڈریشن آف ریڈ کراس اینڈ ریڈ کریسنٹ سوسائٹی (IFRC)

لائف لائن پروگرامنگ کا کیا مقصد ہے؟

لائف لائن پروگرامنگ کا مقصد انسانی بحرانی حالات سے مُتاثرہ افراد کیلئے ایسا مواد تیار کرنا ہے جو اُنکی زندگی بچانے اور اُن کے مصائب کو کم کرنے میں مدد کرے۔

یہ کس طرح مُثبت تبدیلی لا سکتی ہے؟

انسانی ہنگامی صورتِ حال کے تناظُر میں، لوگوں کو کُچھ بُنیادی سوالات کے جوابات جاننے کی ضرورت ہوتی ہے جیسے کہ: کیا ہوا؟ ہم کہاں خوراک، عارضی پناہ گاہ اور پانی حاصل کر سکتے ہیں؟ ہم خُود کو کیسے محفوظ رکھ سکتے ہیں؟ ہم زخمی افراد کی کیسے مدد کر سکتے ہیں؟ ہم بیماریوں کے پھیلنے کی روک تھام کیسے کر سکتے ہیں؟ گھر کے کسی فرد کی گُمشُدگی کی صورت میں ہمیں کیا کرنا چاہئے؟

معلومات اور رابطے کی کمی دُشواریوں کو بڑھا سکتی ہے اور زندگی کے امکانات کو کم کر سکتی ہے۔

ذرائعِ ابلاغ لوگوں تک آسانی سے اور وسیع پیمانے پر پُہنچتا ہے، افراتفری کے دوران زندگی بچانے والی معلومات فراہم کرتا ہے، مُتاثرہ افراد کی مدد کر کے بحالی کے عمل کو مضبوط کرتا ہے تاکہ وُہ سمجھ سکیں کہ کیا ہو رہا ہے اور یہ اپنی مدد آپ کیسے کر سکتے ہیں۔

ثبوتوں[1] سے پتہ چلتا ہے کہ لائف لائن پروگرامنگ کے ذریعے، ذرائعِ ابلاغ کمیونیٹیز کو مُتحد کرنے میں، مُتاثرہ افراد کو ایک دوسرے سے اور امدادی کارکنوں اور رہنُماؤں سے جوڑنے میں اہم کردار ادا کر سکتا ہے۔ اِس طرح مُتاثرہ افراد امدادی اداروں کو جوابدہ بنا سکتے ہیں، ساتھ ہی ان کے ساتھ اپنے نظریات اور ضروریات اور مسائل کا حل شیئر کرسکتے ہیں، جس سے ان میں اپنی زندگی کو بحال کرنے کا جذبہ اور یقین پیدا ہوتا ہے۔

لائف لائن پروگرامنگ اور خبروں کی پروگرامنگ میں کیا فرق ہے؟

لائف لائن پروگرامنگ کو روایتی خبریں جمع کرنے اور نشر کرنے کے بجائے ایک مُختلف طرح کی رسائی کی ضرورت ہے۔ اِس میں عملی، قابل عمل معلومات کی فراہمی شامل ہے تاکہ سامعین ان کا استعمال اپنی حالت بہتر کرنے کیلئے کر سکیں، اور اس سے انہیں حوصلہ ملتا ہے اور خود اعتمادی بحال ہوتی ہے۔ یہ مُتاثرہ افراد *کیلئے* رپورٹنگ کے بارے میں ہے نہ کہ اُن کے بارے میں۔ اِس میں حفاظت، خوراک، پانی، عارضی پناہ گاہ، صحت، صفائی، صدمہ اور بُہت سی چیزیں شامِل ہو سکتی ہیں۔ اچھی، ذمہ دارانہ صحافت کے بنیادی اصول بدستور وہی رہیں گے۔ اقدار جیسے کہ درستگی، غیر جانبداری، اداریے کی دیانت داری اور آزادی ہمیشہ کی طرح آ پ کے کام کی بنیاد ہونی چاہیے۔

عملی لائف لائن معلومات

سامعین کو فراہم کردہ معلومات اُن کے موجودہ حالات سے ضرور مُطابقت رکھتی ہوں۔ ہنگامی حالت میں کسی کہانی کے مُختلف پہلوؤں کو ضرور سمجھیں:

خبر

تقسیمی مقامات پر افراتفری... کیا امداد مناسب طور پر فراہم کی جارہی ہے...؟ کیا خوراک ضروریات پوری کرنے کیلئے کافی ہے...؟

یہ ایسی ٹھوس اور عملی معلومات فراہم نہیں کرتیں جسے متاثرہ سامعین مدد حاصل کرنے اور اپنی مدد کرنے کے فیصلے کرنے میں استعمال کرسکیں۔

لائف لائن معلومات

"خوراک کی تقسیم میں اپنا حصہ پانے کیلئے، آپ کو واؤچر کی ضرورت ہوتی ہے۔ آپ اندراج کرواسکتے ہیں... واؤچر نہ خریدی جا سکتیں ہیں اور نہ ہی فروخت یا ان کی تجارت کی جاسکتی ہے... خوراک کے راشنوں میں شامل ہوں گے..."

سامعین تقسیم کے طریقہ کار کی پیروی کرکے اِن معلومات پر عمل کرسکتے ہیں اور جان سکتے ہیں کہ وُہ کونسی امداد وصول کرنے کے حقدار ہیں۔ یہ بد عُنوانی کم کرنے میں بھی مددگار ثابت ہو سکتی ہے۔

خبریں

"جلد ہی آنے والے برسات کے موسم کے دوران کیمپ میں رہنے والے ہزاروں افراد ہیضے کی وباء سے مر سکتے ہیں..."

یہ معلومات سامعین کو با اختیار نہیں کرتیں کہ وُہ اپنی حالت کو بہتر کرنے کیلئے کوئی اقدامات کر سکیں۔

لائف لائن معلومات

"ہیضے کی بیماری باعث بنتی ہے... یہ پھیلتی ہے... آپ ہیضے سے بچ سکتے ہیں... امدادی ادارے پانی کو صاف کرنے والی گولیاں تقسیم کر رہے ہیں... گولیوں کا ذائقہ مزے دار ہو سکتا ہے لیکن... بیت الخلا بنانا اور اُنکو قابلِ استعمال رکھنا ضروری ہے کیونکہ... بیت الخلا بنانے کے مُختلف طریقوں میں شامِل ہیں..."

یہ اُس طرح کی معلومات ہیں جسے لوگ استعمال کر سکتے ہیں!

کیا یہ تھوڑی بیزار کُن نہیں ہے؟

اور اُن سامعین کے بارے میں کیا جو مُتاثر نہیں ہیں؟

یہاں دو چیزیں اہم ہیں:

1. اگر آپ کسی بحرانی حالت میں پھنس جائیں اور کسی بیماری، غذائیت کی کمی اور موت کا خطرہ لاحق ہو جائے، تو اِس طرح کی معلومات آپ کیلئے سُننا نہایت اہم ہو جائے گا۔
2. یہ اُتنی ہی بیزار کُن ہیں جتنی آپ اسے بنائیں گے!

ساتھ ساتھ زندگی بچانے اور آفت میں پھنسے لوگوں کی نکلنے میں مدد کرنے کے حوالے سے، بہترین طور پر تیارکردہ لائف لائن پروگرامنگ بُہت سے سامعین کو سُننے پر مجبور کر سکتی ہے، جن کے ذریعہ وُہ مُتاثرین کے روزمرہ زندگی سے جُڑے مسائل، جِن کا وُہ سامنا کر رہے ہیں، کے بارے میں اور یہ جانیں گے کہ وُہ کیسے اِن مسائل سے نمٹ رہے ہیں۔

تمام روزمرہ کے اختیارات و مواقع برائے تخلیقی و حقیقی پروگرامنگ بدستور موجود ہیں- بہت سے معاملات میں، یہ صِرف اِس لئے ہیں کہ آپ سمجھ سکیں کہ نہایت اہم زندگی بچانے والی معلومات کو اپنی رپورٹنگ یا نشریاتی مواد میں کیسے شامل کرنا ہے۔

انسانی بحرانی حالات سے مُتاثرہ افراد کو کیا جاننے کی ضرورت ہے؟

یہ معلومات، یقیناً، بحران کی نوعیت اور مرحلے کے مُطابق مُختلف ہوتی رہیں گی۔ مفروضے قائم کرنے کے بجائے مزید آگے بڑھیں اور دیکھیں کہ لوگوں کو کیا جاننے کی ضرورت ہے۔ لوگوں کی ضروریات جاننے کا سب سے آسان طریقہ سامعین سے معلومات حاصل کرنا ہے۔ مثال کے طور پہ، آپ، اُنہیں دعوت دے سکتے ہیں کہ وُہ آپ کےسوشل میڈیا/ ٹیلیفون پر آپ سے رابطہ کر کے بتائیں کہ وُہ سب سے زیادہ کن مسائل کے بارے میں سُننا چاہتے ہیں۔ یاد رکھیں کہ مُختلف افراد کی مُختلف ضروریات ہونگی، لہذا اپنی تحقیق میں مرد، عورتیں اور مُختلف نسلی گروہوں کو شامل کریں۔ آپ متاثرہ علاقے میں موجود امدادی کارکنوں سے بھی پوچھ سکتے ہیں کہ انہوں نے کس قسم کی معلومات کی ضرورت کی شناخت کی ہے اور کِس چیز کو ترجیح دی جانی چاہئے۔

مندرجہ ذیل عمومی مسائل کی چند مثالیں ہیں جِن کے بارے میں سامعین کو معلومات کی ضرورت ہوسکتی ہے:[2]

آفات کے فوراً بعد

اِس مرحلے پر عموماً افراتفری اور الجھن پھیلی ہوتی ہے، اور راحت رسانی کی منظم کوششیں نہیں ہوتی ہیں۔ لوگ صِرف وُہی جان سکتے ہیں جو وُہ اپنے ارد گرد دیکھتے ہیں، اور ذرائع ابلاغ اُنہیں بحران کی نوعیت اور حد کو سمجھانے اور محفوظ رہنے کے بہتر طریقوں کو جاننے میں مدد کر سکتا ہے۔ وُہ شاید جاننا چاہتے ہوں کہ:

- کیا ہو رہا ہے؟ کیوں؟ کہاں؟
- اب کون سے خطرات باقی ہیں؟
- میں خود کو اور اپنے گھر والوں کو کیسے محفوظ رکھ سکتا ہوں؟
- میں جِس علاقے میں ہوں کیا وہاں رہنے میں کوئی خطرہ ہے؟ اگر ہاں، تو میں محفوظ رہنے کیلئے کہاں جاؤں؟
- کِس قسم کی مدد دستیاب ہے، کہاں سے اور کیسے میں یہ (مدد) حاصل کر سکتا ہوں؟
- اس بحران کے کتنے عرصے تک رہنے کا امکان ہے؟
- میں مزید معلومات کہاں سے حاصل کر سکتا ہوں؟
- اپنے بچوں کو صدمے سے بچانے کیلئے میں کیسے اُنکی مدد کر سکتا ہوں؟

وسائل

ذرائع ابلاغ کے لیے انسانی مسائل پر بہ لحاظ عنوان ہدایات نامہ

بی بی سی میڈیا ایکشن نے ہنگامی حالات میں مختلف انسانی مسائل پر بہ لحاظ عنوان ہدایات نامے تیار کئے ہیں۔ ملاحظہ کریں:

www.bbcmediaactionilearn.com/lifelineprogramming

اور "ذرائع ابلاغ ٹولز" کے تحت دیکھیں

پھیلی ہوئی نُقصان دِہ جھوٹی خبروں پر نظر رکھنا اور اُنہیں ٹھیک کرنا بھی ضروری ہے۔ پچھلے بحرانوں میں، زلزلوں کے لیے ایٹمی حملوں کی افواہ پھیل گئی، جس نے بڑے پیمانے پر خوف و ہراس پھیلایا، اور سونامی کے آنےکی جھوٹی خبروں کی وجہ سے بھگدڑ مچی، جس میں لوگ مر سکتے ہیں۔

واقعہ کے کافی دِن بعد

کمیونٹی کافی حد تک مُنظم ہو چُکی ہوگی اور بعض سہولیات بحال ہو کرکام کر رہی ہونگی۔ کُچھ امداد سرکار یا مقامی تنظیموں کی طرف سے پُہنچ چُکی ہوگی (حالانکہ راحت رسانی کی بڑی کوششوں پر عمل در آمد میں عموماً ایک سے دو ہفتے لگ جاتے ہیں)۔

اہم سوالات میں مندرجہ ذیل شامل ہو سکتے ہیں:

- کیا خوراک/ پانی/ عارضی پناہ گاہ دستیاب ہے اور میں اِنہیں کیسے حاصل کر سکتا ہوں۔
- میں کس طرح اندراج کرا کے امدادی اداروں سے تقسیم ہونے والی مُتعلقہ اشیاء حاصل کر سکتا ہوں؟
- صحت کی کونسی سہولیات فراہم کی گئی ہیں؟ میں کہاں سے یہ سہولیات حاصل کر سکتا ہوں؟
- کونسی تنظیمیں مدد کر رہی ہیں (تنظیموں کے نشان، اُنکی پہچان کا طریقہ، مُہیا کی جانے والی سہولیات)؟
- یہاں کون سے صحت کے خطرات ہیں اور میں اپنے آپ کو ان (خطرات)سے کیسے بچا سکتا ہوں؟
- ہمیں فُضلے کو کیسے ضائع کرنا چاہئے؟
- وہاں تحفُظ کے کون سے خطرات ہیں؟ میں خطرات کو کیسے کم کر سکتا ہوں؟
- میرے گھر کا ایک فرد لاپتہ ہے – مُجھے کیا کرنا چاہیے؟
- رابطے کی کون سی سہولیات قابلِ استعمال ہیں؟
- نقل و حمل کے کون سے راستے کُھلے ہیں؟
- کیا اب گھر لوٹنا محفوظ ہوگا؟

اسے درست کریں!

اگر خبروں کی نشریات میں، معلومات غلط یا نامُکمل سمجھی جاتی ہے، تو ناشر اپنے سامعین کا یقین کھو دے گا اورکُچھ اچھا کرنے کی بجائے نُقصان ہو سکتا ہے۔

انسانی ہنگامی حالات میں، یہ اس سے بھی بڑا واقعہ بن جاتا ہے۔ غلط معلومات پریشانیاں بڑھا سکتی ہیں اور لوگوں کی جان تک جا سکتی ہے۔ سوچیں، گاؤں کے لوگوں کو خوراک کی امداد کل آنے کی یقین دِہانی کرانےکا کیا نتیجہ ہو سکتا ہے، جو ابھی بھی کافی دور ہے، یا اپنا گھر خالی کرنے والے افراد کو غلط طور پر یہ بتانے کا کیا نتیجہ ہوسکتا ہے کہ اُنکا گھر واپس جانا اب محفوظ ہے جبکہ ایسا نہ ہو۔

اگر غلط معلومات نشر ہو جائے، تو جتنی جلدی مُمکِن ہو اُسے درست کریں اور مُتعلقہ حکام یا اداروں کو آگاہ کریں تاکہ وُہ اُس کے نتائج کو محدود کرنے کیلئے عمل کریں۔

آفت کے ہفتوں یا مہینوں بعد

بحالی اور تعمیرِ نو کے دوران مزید طویل مُدتی مسائل سامنے آئیں گے، جیسے کہ تعلیم، گھر، صدمے سے نمٹنا، اور مُلازمت اور روزی روٹی کا مسئلہ۔ لوگوں کو بحالی کے عمل اور اس بارے میں معلومات کی ضرورت ہوگی کہ اُن کی زندگی دوبارہ بحال کرنے کیلئے کون سے اختیارات اور سہولیات دستیاب ہیں۔

پھر ذمہ داری کے سوالات بھی ہو سکتے ہیں: کیا سرکار کی اور امدادی تنظیموں کی کوشِشیں لوگوں کی ضروریات کو پورا کر رہی ہیں؟ کیا امداد کی رقم صحیح طریقے سے خرچ کی گئی ہے؟ ان طویل مُدتی موضوعات کی عکاسی کرنے کیلئے پروگرامنگ کی ترتیب کو تبدیل کرنا مُناسب ہو سکتا ہے (ترتیب کے نمونے نیچے مُلاحظہ فرمائیں)۔

بحالی کی کوشِشوں میں شامِل ہونا

مؤثر لائف لائن پروگرامنگ کیلئے امدادی کاوِشوں کے ساتھ مُسلسل رابطے اور ہم آہنگی کی ضرورت ہے۔ اپنے کام میں جتنی جلدی مُمکن ہو، آپ کو بین الاقوامی اور مقامی تنظیموں، ساتھ ہی سرکاری اداروں کےساتھ بھی رابطے بنانے چاہئیں، تاکہ پتہ چل سکے کہ کیا کُچھ ہو رہا ہے اور آپ اپنے سامعین کے لیے مفید معلومات کی شناخت کرسکیں۔

اگر موجود ہوں تو، **رابطہ کاری کے میکانزم** جیسے کہ اقوامِ مُتحدہ کا دفتر برائے رابطہ انسانی امور (OCHA) یا مقامی اداروں کی تشکیل کردہ ہنگامی ردِعمل کی کمیٹی سے رابطہ کریں۔

مثالی طور پر، امدادی تنظیمیں اور مقامی ادارے لوگوں کے ساتھ شیئر کی جانے والی اہم معلومات پر آپس میں اتفاق کریں گے اور آپ اسے لوگوں تک پُہنچانے میں، اپنی معمول کی ادارتی صوابدید کو استعمال کرتے ہوئے اور درستگی، غیر جانبداری اور معتبریت کا خیال رکھتے ہوئے اپنا کردار ادا کرسکتے ہیں۔

وسیع تر تناظر

ایسے سامعین کے بارے میں بھی سوچیں جو کہ آفت سے براہِ راست تو مُتاثر نہیں ہیں لیکن کسی دوسرے طریقوں سے متاثر ہو سکتے ہیں۔ مثال کے طور پہ، اگر آپ کی پروگرامنگ کیمپوں میں رہنے والے بے گھر افراد کیلئے ہے، تو میزبان کمیونٹی کے بارے میں سوچیں، جن کی زندگیاں اور وسائل اچانک آنے والے لوگوں کی وجہ سے متاثر ہوئے ہوں گے۔ ایسے حالات اکثر کشیدگیاں پیدا کر دیتے ہیں۔ آپ ان کو یہ سمجھانےمیں کیسےمدد کر سکتے ہیں کہ کیا ہو رہا ہے اور وہ کیا کر سکتے ہیں؟ یا، پناہ گزینوں کے بارے میں کیا کرنا چاہئے؟ وہ لوگ جو یہ جانتے ہیں کہ متاثرہ افراد اکثر اہم معلومات منتقل کرنے میں مدد کر سکتے ہیں، یا وہ یہ جاننا چاہتے ہیں کہ کیا وہ کسی بھی طریقے سے مددگار بن سکتے ہیں۔

بدقسمتی سے، یہ سامعین کیلئے غیر معمولی بات نہیں ہے کہ اُن پر متضاد پیغامات کی بھرمار کر دی جائے کہ اُنہیں کیا کرنا چاہیے، جو انہیں پہلے سے بھی زیادہ الجھن میں ڈال دیتا ہے۔ کُچھ معاملات میں، متاثرہ افرادکے ساتھ بات چیت راحت کے ایجنڈے میں شاید ہی نظر آتی ہے اور لوگوں کو اندھیرے میں چھوڑ دیا جاتا ہے کہ انہیں کیا کرنا ہے اور کیا امداد آ رہی ہے۔ معلومات کی کمی افواہوں اور قیاس آرائیوں کیلئے جگہ چھوڑ دیتی ہے، جو کہ کافی نُقصان دِہ ثابت ہو سکتی ہے۔

اگر ایسا لگتا ہو کہ متاثرہ افراد کے ساتھ مواصلت ایجنڈے میں نہیں ہے، تو اسے بدلنے کی کوشِش کریں! راحت کے منتظمین کو یاد دلائیں کہ معلومات کی فراہمی امدادی کاوشوں کو مضبوط کرےگی اور مفید معلومات کی نشان دہی کیلئے ان سے پوچھیں۔

انسانی کمیونٹی پر یہ واضح کردیں کہ آپ لائف لائن پروگرامنگ کر رہے ہیں، نہ کہ معیاری خبروں کی رپورٹنگ۔ عموماً عوامی معلومات کے افسران *مُتاثرہ* افراد کے بجائے ذرائع ابلاغ کیلئے معلومات فراہم کرنے پر توجہ مرکوز رکھتے *ہیں*۔ اگر آپ یہ بتائیں کہ آپ کے کام کا مقصد امدادی کوششوں کی مدد کرنا ہے، تو قوی امکان ہے کہ آپ کو وُہ معلومات مِل جائیں جن کی آپ کو ضرورت ہے۔ ضروری معلومات حاصِل کرنے کیلئے آپ کو کسی ایسے شخص سے مُلاقات کرنی چاہئے جو اُسی علاقے میں امدادی کاروائیاں سر انجام دے رہا ہو۔

اقوامِ مُتحدہ کا کلسٹر سسٹم

انسانی ہمدردی کے نظام کو "کلسٹرز" میں مُنظم کیا گیا ہے۔ کلسٹر انسانی امدادی کارروائی کے اہم شعبوں میں سے ہر ایک میں انسانی تنظیموں کے گروپ ہیں، مثلاً پانی، صحت، تعلیم، تغذیہ۔

کلسٹرز امدادی اداروں کی مدد کرنے کا ایک طریقہ ہیں تاکہ وہ ایک دوسرے کے ساتھ رابطے میں رہیں اور معلومات کا تبادلہ کریں۔

آپ کو ان کلسٹرز میں سے ہر ایک کے اندر تکنیکی ماہرین کو تلاش کرنا چاہئے جو کہ آپ کو اپنے کلسٹر کے موضوع کے مطابق سامعین کیلئے معلومات اور مشورہ فراہم کر سکتے ہیں۔

مثال کے طور پر،اگر آپ سامعین کو صاف پانی تک رسائی حاصل کرنے کے بارے میں بتانا چاہتے ہیں، تو آپ پانی، صفائی اور حفظانِ صحت (WASH) کے کلسٹر سے ملیں گے۔

بڑے ہنگامی حالات کے لئے، آپ کو اکثر ذیل کے پتے پر متعلقہ ملک کے صفحے پر جا کر کلسٹر رابطہ کار کی تفصیلات مل سکتی ہیں:

www.humanitarianresponse.info

آپ کلسٹر سسٹم کے بارے میں مزید معلومات یہاں سے حاصل کر سکتے ہیں:

www.humanitarianresponse.info/about-clusters/what-is-the-cluster-approach

لائف لائن معلومات کی مواصلت

- **کلیدی** معلومات باقاعدگی سے دُہراتے رہیں، خاص طور پر ابتدائی مرحلوں میں۔ یہ ذہن نشین کر لیں کہ جب لوگ صدمے میں ہوتے ہیں، تو انہیں معلومات کو سنبھال کر رکھنے میں دشواری ہوسکتی ہے۔
- معلومات کو **سادہ، صاف طریقے سے** پیش کریں۔ آپ ایک صحافی ہیں، لہٰذا آپ پہلے سے جانتے ہیں کہ یہ اہم ہے، لیکن لائف لائن پروگرامنگ یہ خاص طور پر اہم ہے۔ لوگ آپ کی معلومات پر عمل کر رہے ہونگے اور الجھن کے وقت انہیں زیادہ شفافیت کی ضرورت ہے۔
- سامعین کو صرف مسائل کے بارے میں بتانے کے بجائے **مسائل کے حل بتائیں**۔ لوگوں کو مُثبت مثالیں اور مشورے دیں۔
- جہاں تک ممکن ہو، معلومات کو **ان پر عمل کرنے کی درخواست** کے طور پر پیش کریں – اکثر انسانی ہنگامی حالات کے بعد امداد لینے والوں کو غیر فعال کے طور پردیکھا جاتا ہے، جو کہ صرف بیٹھ کر مدد وصول کرنے کے انتظار میں ہوتے ہیں۔ لیکن، تھوڑی سی رہنُمائی سے، وُہ لوگ اپنے حالات کو زیادہ بہتر بنا سکتے ہیں۔
- یقینی بنائیں کہ آپ جو مشورہ دے رہے ہیں وہ **حقیقت پر مبنی ہے** – لوگوں کو پینے کا پانی اُبالنے کیلئے نہ کہیں اگر اُن کے پاس ایندھن ہی نہیں ہے۔ امدادی ماہرین سے ایسے حل ڈھونڈنے کیلئے بات کریں جو قابلِ عمل ہوں اور ماحول سے مُطابقت رکھتے ہوں۔
- لوگوں کو اپنے گھر والوں، رشتہ داروں اور علاقے کے دوسرے افراد کے ساتھ معلومات **شیئر کرنے** کی حوصلہ افزائی کریں۔
- مزید معلومات کیلئے **رابطہ کارکی تفصیلات** فراہم کریں – ویب سائٹ، پتے، فون نمبر، سروس دینے والی دُکانیں۔
- **سنسنی مت پھیلائیں۔** ("یہ سب سے زیادہ تباہ کن آفت ہو گی!") صرف حقائق سے سروکار رکھیں۔
- ایسے لوگوں پر توجہ دیں جو **خصوصی ضروریات** رکھتے ہیں۔ ہنگامی انسانی بحران میں اکثر عورتیں، بچے، بُزرگ اور معذور افراد کو زیادہ چیلنجز در پیش ہوتے ہیں۔
- **ذرائع کا حوالہ۔** بحرانی حالات کے دوران ہر قسم کی افواہیں جنم لے سکتی ہیں۔ حقائق کو دوبارہ چیک کریں اور بتائیں کہ یہ کہاں سے اکٹھے کئے گئے ہیں۔
- **اتحاد کا جذبہ پیدا کریں۔** سامعین کو زیادہ سے شرکت کرنے کے لیے مدعو کریں۔ اگر لوگ یہ سمجھیں گے کہ وہ اکیلے نہیں ہیں تو انہیں مصیبت کم محسوس ہوگی۔
- **حقیقی زندگی کی مثالیں استعمال کریں** کہ لوگ کس طرح آفات سےنمٹ رہے ہیں تاکہ دوسرے لوگوں کی حوصلہ افزائی ہو سکے۔
- امید کو فروغ دیں – سادہ سی چیزیں جیسے کہ حوصلہ افزائی، بھروسہ پیدا کرنے والا لہجہ فرق لا سکتا ہے۔

عمل کیلئے درخواست کی مثالیں

"معاشرتی کمیٹیاں بنانے کی ضرورت ہوتی ہے تاکہ کیمپ کی زندگی کے مختلف پہلوؤں پر ان کی مدد کی جا سکے، جیسے کہ پانی، عارضی پناہ گاہ اور تعلیم۔ مزید معلومات کیلئے XXX سے رابطہ کریں۔"

"اگرآپ زخمی ہو گئے ہیں، تو اپنے زخموں کو صاف رکھیں اور جتنی جلدی مُمکن ہو علاج کروائیں۔ قریبی ہسپتال کا پتہ حاصل کرنے کیلئے XXX پر کال کریں۔"

"انسانی امداد مُفت ہے! کسی کو بھی یہ حق حاصل نہیں ہے کہ امداد کے بدلے میں وہ آپ کو چھونے یا کسی جنسی اعمال کا مطالبہ کرے۔"

"بزرگ اور معذور افراد کو ہر کسی سے پہلے پناہ ملنی چاہئے۔ اس بات کا یقین کر لیں کہ وہ پانی کی تقسیم کے مقامات، بیت الخلا اور باورچی خانے کی سہولیات، اور کسی مرکزِ صحت کے قریب ہیں۔ کیمپ کے ایک رہائشی کے ناطے، آپ اس بات کو یقینی بنائیں کہ وہ اپنے آپ کو الگ تھلگ یا غیر محفوظ محسوس نہیں کرتے ہیں، اوریہ کہ وہ آسانی سے اپنی عارضی پناہ گاہوں کو خالی کر سکتے ہیں۔"

"اگر آپ کی عصمت دری ہوئی ہے یا جنسی حملہ کیا گیا ہے، تو جتنی جلدی ممکن ہو اپنے مقامی مرکزِ صحت پر جائیں۔ اس طرح آپ کا ایچ آئی وی سمیت جنسی طور پر منتقل ہونے والی بیماریوں کا علاج کیا جا سکتا ہے. آپ ہنگامی مانعِ حمل دوائیاں بھی لے سکتی ہیں تاکہ غیر مطلوبہ حمل کو روکا جا سکے اور مدد اور مشورہ بھی حاصل کر سکتی ہیں. یہ علاج رازداری میں کیا جاتا ہے۔"

CDAC نیٹ ورک کی آن لائن پیغامی لائبریری سے لیا گیا۔

کوئی نقصان نہ پہنچائیں

معلومات ایک طاقت ہے، اور آپ نادانستہ طور پر اپنے سامعین کو بہت سے طریقوں سے نقصان پہنچا سکتے ہیں، چاہے آپ ان کی مدد کیلئے پرعزم ہوں۔ اس لئے آپ جو مواد نشر کررہے ہیں ان کے بارے میں بہت احتیاط سےکام لینے کی ضرورت ہے۔ کیا آپ نے اِن حالات کے بارے میں سوچا ہے۔

مثال 1

آپ ایک قدامت پسند اقدار والے علاقے میں ایک مقامی ریڈیو صحافی کے طور پر کام کرتے ہیں۔ حال ہی میں، مسلح گروہوں کے درمیان شدید لڑائی کی ایک لہر چل رہی ہے اور عصمت دری کو جنگ کے ایک ہتھیار کے طور پر استعمال کیا جا رہا ہے۔ آپ کو ایک طبی رفاہی ادارے کا پتہ چلا ہےجو جنسی حملے کے متاثرین کے علاج کیلئے ایک موبائل کلینک قائم کر رہا ہے اور آپ لوگوں کی مدد کرنے کیلئےلائف لائن پروگرام پر ایک آئٹم چلانے کا فیصلہ کرتے ہیں تاکہ آپ لوگوں کو بتا سکیں کہ ان کو مدد کیلئے کہاں جانا چاہیے اگر ان پر جنسی حملہ ہوا ہے۔ آئٹم میں علاج کرانے کی اہمیت پر زور دینا چاہئے۔

سوال:

اگرآپ تنظیم کا نام اور مرکزِصحت کا پتہ نشرکریں تو کیا یہ معلومات کسی کو نقصان دینے کا سبب بن سکتی ہیں؟

جواب:

اگرآپ تنظیم کا نام اور مرکزِصحت کا پتہ وسیع پیمانے پر نشرکریں تو آپ متاثرین اور (مرکزِصحت کے) عملے دونوں کی حفاظت کو خطرے میں ڈال سکتے ہیں، خاص طور پر آپ کے سامعین میں عصمت دری کی کارروائیوں کا ارتکاب کرنے والے لوگ بھی شامل ہو سکتے ہیں۔ ایسے لوگ جو مرکزِصحت جاتے ہوئے دیکھےگئےہیں اُنہیں یا تو رُسوا کیا جا سکتا ہے یا اُن پر ایک بار پھر حملہ کیاجا سکتا ہے، ۔

یہ مشورہ دینا زیادہ محفوظ ہو گا، مثال کے طور پہ، کہ صحیح مدد حاصل کرنے کے طریقے سے متعلق مزید معلومات کیلئے سامعین مقامی صحت کے مرکز سے رابطہ کریں۔ اس دوران امدادی اور صحت کے کارکن صحت کے مرکز کے بارے

میں معلومات زیادہ بہتر طریقے سے پھیلا سکتے ہیں، مثال کے طور پر خواتین کے گروپوں کے ساتھ مل کے یا مختلف ہسپتالوں میں معلوماتی کتابچے رکھ کر۔

دوسری صورت میں، کم غیر مستحکم حالات میں صحت کے مرکز کا پتہ نشر کرسکتے ہیں، لیکن ہمیشہ خدمت فراہم کرنے والے ادارے سے پوچھ لیں کہ آیا ان کی سرگرمیوں کی تفصیلات شیئرکرنے میں کوئی حرج تو نہیں ہے،اوریہ بھی پوچھ لیں کہ کونسی تفصیلات بتانی ہیں۔

محاوروں کے استعمال کے بارے میں بھی احتیاط سے سوچیں۔ "عصمت دری" ایک سخت لفظ ہو سکتا ہے – خدمات کی وضاحت کرنے کے لئے کم راست زبان استعمال کرنا زیادہ بہتر ہو سکتا ہے۔

مثال 2

آپ 5 لاکھ افراد کی آبادی والے ایک قحط زدہ خطے میں اپنی نشریات چلارہے ہیں۔ آپ کو پتہ چلتا ہے کہ ایک امدادی ایجنسی کل پانچ دیہاتوں میں خوراک تقسیم کرنے کا ارادہ رکھتی ہے۔ آپ اپنے سامعین کو امداد کی ترسیل کے مقامات اور اوقات بتانا چاہتے ہیں تاکہ اُنہیں اس تک رسائی حاصل کرنے کا طریقہ معلوم ہو۔

سوال:

کیا اس طرح کی معلومات نشر کرنے میں کوئی خطرات ہیں؟

جواب:

بُہت حد تک مُمکن ہے۔ پورے متاثرہ علاقے میں ایک منتخب گروپ کے لئے واحد، چھوٹی سی تقسیم کے بارے میں معلومات نشر کرنا نقصان کا سبب بن سکتا ہے۔ لوگوں کی ایک بڑی تعداد تقسیم کےمقام پر پُہنچ سکتی ہے جس کی وجہ سے افراتفری ہو سکتی ہے اور ممکنہ طور پر تشدد کا باعث بن سکتی ہے۔
جنگ سے متاثرہ علاقوں میں، ٹرکوں پر قبضہ کیا جا سکتا ہے اور امداد کہیں اور چلی جاتی ہے۔ کچھ حالات میں، خوراک کی تقسیم کے بارے میں معلومات شیئرکرنا ٹھیک ہو سکتا ہے، لیکن سبھی خطرات کو ملحوظ رکھتے ہوئے اور امدادی ایجنسیوں سے پہلے پوچھ لیں۔

غیر جانبداری

لائف لائن پروگرامنگ کو جانبداری کے خطرہ کے طور پر دیکھا جاسکتا ہے، خاص طور پر اگر انسانی بحران کا تعلق تنازعات سے ہو۔ لائف لائن معلومات اکٹھی، تقسیم اور اس کا ہدف متعین کرتے وقت انتہائی لگن کے ساتھ غیر جانبدار اور نیوٹرل رہیں۔

ایسے افراد کے ذریعہ گمراہ کرنے کی کوشش سے ہوشیار رہیں جو اپنے سیاسی یا فرقہ وارانہ مفادات کو آگے بڑھانے کی خاطِر بحران کو استعمال کرنا چاہتے ہیں۔

مثال کے طور پہ، ایک سیاستدان یہ بیان دے سکتا ہے کہ: " ہیضہ XXX نسلی گروپ کے ذریعہ علاقے میں لایا گیا ہے"

مثال کے طور پہ: آپ کی توجہ آپ کے سامعین کیلئے مفید معلومات (اکٹھی کرنے) پر ہونی چاہئے۔ "مُتعلقہ علاقے میں ہیضہ کی وباء پھیلنے کی تصدیق سرکاری طور پر وزارتِ صحت کی طرف سے کر دی گئی ہے۔ اگر آپ کو مسلسل پتلا اسہال یا قے ہوتی ہے، تو آپ کو فوراً ڈاکٹر یا قریبی ہسپتال جانا چاہئے۔ فوری علاج مؤثر ہے اور آپ کی زندگی بچا سکتا ہے۔"

نشریات کے مُختلف ذرائع/ طریقے

لائف لائن پروگرامنگ کیلئے مختص سب سے زیادہ مناسب ترتیب اور نشریاتی وقت کی رقم بہت سے عوامل پر انحصار کرے گی، جس میں بحران کے مرحلے، بحران کی وسعت اور شدت، نشریاتی چینل (مثلاً ایک مقامی (نشریاتی) سٹیشن ایک بہت ہی مخصوص علاقے کا ہدف رکھتا ہو بمقابلہ ایک ایسے چینل کے جو پورے ملک پر مُحیط ہو، جہاں تمام سامعین بحران سے متاثر نہیں ہونگے)، اور موجودہ پروگراموں اور سامعین کی ترجیحات میں سےکیا بہترین رہتا ہے۔

لائف لائن معلومات کو رائے کے خصوصی لائف لائن حصے کے بطور خاص طور پر نمایاں کیا جا سکتا ہے، یا موجودہ پروگراموں میں مزید کو ضم کیا جاسکتا ہے،مثال کے طور پر اسے (موجودہ) صورت حال پر معیاری خبر کی رپورٹ یا میگزین پروگرام میں ڈالا جا سکتا ہے۔ لائف لائن معلومات کو اس ذریعے سے پیش کیا جا سکتا ہے:

- **معلوماتی خبریں** – ایک پیش کنندہ صرف یہ وضاحت کرتا ہے کہ کیا ہوا ہے اور آگے کیا کرنا ہے، پر واضح ہدایات فراہم کرتا ہے۔ یہ اکثر اچانک بڑی ہنگامی صورتِحال کے فوراً بعد اکثرموزوں رہتا ہے۔
- **انٹرویوز** – موزوں مضامین میں امدادی سرگرمیوں میں شامل انسانی ہمدردی کے ماہرین، ڈاکٹر، ماہرین نفسیات، ہو سکتے ہیں۔ اگر مناسب ہو تو براہ راست متاثر ہونے والوں کی آوازوں کو شامل کیا جا سکتا ہے (آگے دیکھیں "لائف لائن کیلئے انٹرویوز")۔
- **مثالوں پر مُشتمل خبریں** – بشمول فیلڈ رپورٹیں، پیکجز اور انٹرویوز۔
- **عوامی خدمت کے اعلانات** – واحد موضوعات پر لائف لائن معلومات کے مختصر طبقات، جو کہ باقاعدہ پروگراموں کے درمیان میں رکھ دیے گئے ہیں۔
- **میگزین پروگرام** – مندرجہ بالا مثالوں کے دائرہِ کے ساتھ، اگر مُناسب ہو تو فون کال وصول کرنے کے ساتھ ۔
- **ڈرامے** – پیچیدہ اور حساس موضوعات سے نمٹنے کیلئے ایک مفید وسیلہ، عام طور پر بحران کے بعد کے مراحل میں طویل مدتی پروگراموں کیلئےموزوں ہے۔
- **بحث مُباحثے والے پروگرام** – ایک بار پھر، بحران کے بعد کے مراحل کیلئے بہترین، یہ امداد اور تعمیر نو کے ذمہ داروں کے احتساب کیلئے فائدہ مند ہو سکتے ہیں۔

شکلیں – کیس سٹڈی: نیپال زلزلے پر ردِعمل

نیپال میں 7.8 کی شدت کا زلزلہ اپریل 2015 میں آیا، جس میں ہزاروں لوگ ہلاک اور بہت سے لوگ گھر ہو گئے۔ لائف لائن پروگرامنگ کی یہ کیس سٹڈی بتاتی ہے کہ انسانی ہنگامی حالت کے مختلف مراحل میں مختلف ضروریات کو پورا کرنے کے لیے پروگراموں کی مختلف شکلیں کیسے استعمال کی جا سکتی ہے۔

ہنگامی نشریات

سب سے پہلے، لوگوں کو فوری طور پر زندگی بچانے کیلئے عملی معلومات کی ضرورت تھی،لہذا زلزلے کے کُچھ گھنٹوں بعد، بی بی سی میڈیا ایکشن نے اپنی لائف لائن کی نشریات شروع کر دی جو نئی قائم کردہ شارٹ ویو فریکوئنسی ساتھ ہی بی بی سی نیپالی اور کئی سو پارٹنر اسٹیشنوں سے بھی نشر کی گئی۔ ان میں (زلزلے) کے واقعے کے بارے میں بتایا گیا اور لوگوں کو مزید نقصان سے بچنے کیلئے فوری اقدامات بتائے گئے (مثال کے طور پر،بعد میں آنے والے جھٹکوں سے خطرات، تباہ شدہ عمارتوں سے دور رہنا اور گرے ہوئے بجلی کی تاروں سے دور رہنا، وغیرہ)۔

مِلی جُلی نیپالی – میگزین شو

زلزلے کے دنوں اور ہفتوں بعد، معلومات کی زیادہ گہرائی میں جانے اور مسائل کو جاننے، اور متاثرہ لوگوں کو ایک ایسی جگہ فراہم کرنے کی ضرورت تھی جہاں وہ دوسروں کے ساتھ اپنی کہانیاں شیئر کرتے اور مسائل کے حل بتا سکتے۔ لہذا بی بی سی میڈیا ایکشن نے *مِلی جُلی نیپالی* (نیپال کے ساتھ) – 15 منٹ ریڈیو میگزین پروگرامز شروع کیے جو دِن میں دو بار نشر کیے جاتے تھے۔ ہر پروگرام میں لوگوں کو بقا اور بحالی کیلئے جامع **عملی، قابل عمل معلومات – عارضی پناہ گاہ، صفائی، خوراک، پانی، صحت اور روزگار پر فراہم کی گئیں۔** *مِلی جُلی نیپالی* کے پروڈیوسروں نے بھی ملک میں سفر کیا تاکہ امید، آفات سے نمٹنے اور کمیونٹی کے جذبوں کی کہانیاں اکٹھی کر سکیں اور سامعین کے ساتھ انہیں شیئر کر سکیں۔ تحریک انگیز خصوصیات میں ڈھولکا کا ایک مقامی انجینئر، جس نے زلزلہ کی مزاحمت والے گھر بنانے کیلئے مُفید مشورے دیے، ضلع ریمیچھاپ سے تعلق رکھنے والا ایک درزی، جس نے اپنی پرانی دُکان تباہ ہونے کے صرف ایک ہفتے میں ایک نئی دکان دوبارہ کھول لی، اور ایک حاملہ شامل ہیں جس کا بچہ اُس کی ساس اور ہمسائی کی مدد سے ایک عارضی پناہ گاہ میں پیدا ہوا۔

کتھا مال – ڈرامہ

ردِعمل کے بعد کے مراحل میں، بی بی سی میڈیا ایکشن نےپارٹنرز کے ساتھ مِل کر ایک ریڈیو ڈرامہ *کتھامالا* (کہانیوں کی مالا) شروع کی۔ مرکزی کردار، مالا، زلزلے میں زندہ بچ جانے والی ایک لڑکی تھی۔ زلزلے کے بعد، وہ زلزلے سے متاثرہ افراد کو دودھ بیچ کر اپنا گُزر بسر کر رہی تھی۔ ایک ضرب المثل"بدبودار پڑوسی" میں اس (مالا) نے لوگوں کے گھروں میں یا عارضی پناہ گاہوں میں اپنے دن گزارے اور اُن کے ساتھ مفید اور عملی روائتی قصے اور مشوروں کا اشتراک کیا تاکہ لوگوں کو عارضی پناہ گاہوں، پانی اور صفائی سے جُڑے مسائل سے نمٹنے میں مدد مل سکے۔ ڈرامہ کا مقصد لوگوں کی حوصلہ افزائی کرنا تھا تاکہ وہ بہتر طریقے سے آفت کے بعد کے مسائل سے نمٹ سکیں اور مانسون اور موسم سرما کی سختیوں کیلئے تیاریاں کر لیں۔ ڈرامہ سامعین کو مصروف رکھنے اور ان کی حوصلہ افزائی کرنے کیلئے ایک مفید ذریعہ تھا تاکہ وہ ایسے اپنے جیسے کرداروں کو سن کر اپنے حالات پر قابو پا سکیں جب وہ خود کو منظم کررہے ہوں اور اپنے مسائل کا حل ڈھونڈ رہے ہوں۔

ساجھا سوال – ٹی وی اور ریڈیو کا مُباحثاتی شو

اس کے علاوہ، آفت کے بعد والے ہفتوں اور مہینوں میں، زلزلے سے متاثرہ افراد کے ایسے سوالات اور خدشات تھے جن کے بارے میں وہ فوری طور پر ملک کے حکام کے ساتھ بات کرنا چاہتے تھے۔

2007 میں شروع کیا جانے والا بی بی سی میڈیا ایکشن کا *ساجھا سوال* (عمومی سوالات) ایک ہفتہ وار سیاسی بحث مُباحثے کا پروگرام، ریڈیو اور ٹی وی پر نیپال بھر میں نشرکیا گیا،جو کمیونٹی کے نمائندوں، بشمول پسماندہ گروہوں کے لوگوں کو ان کے رہنماؤں سے سخت سوالات پوچھنے کا موقع دیتا ہے۔

زلزلے کے بعد راحت اور بحالی کے عمل پر مرکوز خصوصی اقساط ترتیب دی گئی تھیں۔ عام لوگوں کو جگہ دی گئی کہ وہ اپنے رہنماؤں کو چیلنج کرسکیں اور مسائل کے بارے میں اپنے خدشات اُٹھائیں، جیسے کہ ان کے بچوں کی اسکول واپسی، ان کی روزی روٹی کی بحالی کیلئے نئی فصلوں کی کاشت، اور سیاحت کی صنعت کی بحالی۔

آپس میں بات چیت

لائف لائن پروگرامنگ صرف معلومات کی فراہمی نہیں ہے۔ اسے بحران سے متاثرہ افراد کو اپنی آواز اُٹھانے کیلئے جگہ دینی چاہئے۔ یہ درج ذیل کی وجہ سے ضروری ہے:

- زندہ بچ جانے والوں کی ہمت بندھاناکہ وہ اپنی ضروریات اور خدشات کا اظہارکر سکیں، تاکہ ان کے مسائل بہتر سمجھے اور حل کئے جائیں۔
- ایسے مسائل جو آپ کے سامعین کیلئے اہم ہیں اُن کی شناخت میں آپ کی مدد کر تا ہے، تاکہ آپ ان (سامعین) کی مُناسبت سے متعلقہ مواد تیار کر سکیں۔
- لوگوں کو اس قابل بنانا کہ وہ حل شیئر کریں (اکثر سب سے بہترین اور سب سے زیادہ قابل عمل حل متاثرہ افراد ہی پیش کرتے ہیں – نہ کہ امدادی ماہرین)
- لوگوں میں مُتحد ہونے اور آپس میں جڑے ہونے کا احساس پیدا کریں، تا کہ اُنہیں تنہائی کا کم احساس ہو۔
- لائف لائن پروگراموں کو اپنا ماننے کے احساس کو مضبوط کریں، تاکہ سُننے والوں کا دائرہ وسیع ہو سکے۔
- ردِعمل میں رہ جانے والے خلل کی نشاندہی کرنا، اور سرکاری اور امدادی اداروں کا احتساب کرنا۔
- غلط معلومات اور گردش کرتی افواہوں کی نشاندہی اور اُن کی اصلاح کرنے میں مدد کرنا۔

آپس میں بات چیت کے کُچھ اختیارات

مُتاثرہ علاقوں سے – بالکُل، لوگوں سے آمنے سامنے بات چیت کرنے اور متاثرہ علاقے میں جا کے سب سے پہلی معلومات اکٹھی کرنے کا کوئی نعم البدل نہیں ہو سکتا۔ لائف لائن پروگرامنگ کو ذہن نشین کر لیں اوراس بات پر توجہ مرکوز رکھیں کہ سامعین کیلئے کیا مفید ثابت ہو گا۔

ایس ایم ایس، ای میل اور صوتی پیغامات – آپ لوگوں کو اپنے ایس ایم ایس یا صوتی پیغامات چھوڑنے کیلئے ایک مخصوص نمبر پر مدعو کر سکتے ہیں۔

براہِ راست فون کرنا – بحران کے پہلے چند دنوں میں یہ کام کرنا مناسب نہیں ہوگا،کیونکہ لائنیں کام نہیں کر رہی ہوں گی، یا آپ کو انتہائی تکلیف، پریشانی اور مایوسی کی حالت میں پھنسے لوگوں کی طرف سے کالز موصول ہونے کا زیادہ امکان ہو جائے گا۔ فون کرنے کا عمل بعد کے مراحل یا ایک بحران سے بحالی کے مرحلے

کے لئے زیادہ مناسب ہو سکتا ہے، یہ لوگوں کے لیے ان کے حالات پر غور کرنے اور بحالی کی کوششوں کا احتساب کرنے کا صحیح وقت ہوتا ہے۔

سوشل میڈیا کے آلات – فیس بُک، ٹوئٹر، واٹس اپ، وائبر اور دوسرے طریقے معلومات اکٹھی کرنے اور بانٹنے کا تیز اور سستا ذریعہ بن سکتے ہیں۔

آپس میں بات چیت – غور طلب مسائل

- حالات کی صورتِ حال کی بنیاد پرآپس میں بات چیت کے مختلف اختیارات کی مناسبت کے بارے میں سوچیں۔ جو (اختیار) ایک تناظر میں اچھی طرح کام کرتا ہو، وُہ دوسرے کیلئے مکمل طور پر نامناسب ہو سکتا ہے۔ اس میں درج ذیل کو ملحوظ رکھنا شامل ہوسکتا ہے:
  - کون سی ٹیکنالوجی/بنیادی ڈھانچہ کام کر رہا ہے؟
  - اس نقطہ نظر کو منظم کرنے کیلئے کن وسائل کی ضرورت ہو گی؟
  - کیا اہدافی سامعین تعلیم یافتہ ہیں؟
  - کیا لوگ موبائل کا استعمال ایس ایم ایس یا صرف بات کرنے کیلئےکرتے ہیں؟
  - کون سے دو طرفہ چینلز سے سامعین پہلے سے ہی واقف ہیں: مثال کے طور پر کیا فون کرنے والا عمل یا سوشل میڈیا کی سائٹس مقبول ہیں؟ کون سے ذرائع سب سے زیادہ الگ تھلگ اور کمزور (لوگوں) تک پہنچنے میں مؤثر رہیں گے؟
- غیر حقیقی توقعات پیدا کرنے سے بچیں۔ اگرآپ لوگوں کو ان کے خدشات کے ساتھ آپ سے رابطہ کرنے کی دعوت دے رہے ہیں تو، اُن پر واضح کر دیں کہ آپ ان کو ان کی ضروریات کا اظہار کرنے کا موقع فراہم کر رہے ہیں، لیکن آپ ان کے مسائل براہ راست حل کرنے یا امداد دلوانےکے قابل نہیں ہیں۔
- آپ کو موصول ہونے والی معلومات میں سے بعض ردعمل میں مصروف حکام یا امدادی اداروں کیلئے قابل قدر ہو سکتی ہیں۔ اگر آپ کے وسائل ہیں، تو سوچیں کہ آپ کس طرح سامعین کی طرف سے آنے والے اہم مسائل کو ترتیب دے کر نظریہ قائم کر سکتے ہیں اور اسے (لوگوں کے ساتھ) شیئر کر سکتے ہیں۔
- ایسی حوصلہ افزاء مثالوں کو جمع کریں اور شیئر کریں جس میں لوگ ایک ماڈل کے طور پر خدمت کرنے اور دوسروں کو تحریک دینے کے لیے جمع ہورہے ہیں۔
- آپ کے کالوں یا پیغامات میں گم ہو جانے کا خطرہ ہے۔ لوگوں کو آپ سے رابطہ کرنے کی دعوت دینے سے پہلے، احتیاط سے سوچ لیں کہ آپ معلومات کا ڈھیر رکھنے کا انتظام کیسے کریں گے اور اس بات کو یقینی بنائیں کہ آپکے پاس معلومات جمع اور اسے منظم کرنےکاایک نظام ہو، ساتھ ساتھ کافی لوگ موجود ہوں جو اسے ٹھیک کریں گے۔

- اگر آپ سوشل نیٹ ورکنگ کی سائٹس کو استعمال کرنے کا انتخاب کرتے ہیں، تو آپ اس بارے میں احتیاط سے سوچ لیں کہ مواد کو کس طرح معتدل بنائیں گے۔ اس طرح کی سائٹس لوگوں کو ان کی ضروریات بتانے کا ایک انتہائی مفید پلیٹ فارم پیش کرتی ہیں، آپ کے صفحات پر غلط معلومات لگانے والے لوگوں کے خطرات کے بارے میں غور کریں۔

آپس میں بات چیت – کیس سٹڈی: مغربی افریقہ میں ایبولا پر ردِعمل

2014–15 میں مغربی افریقہ میں ایبولا کے پھیلنے کے دوران، بی بی سی میڈیا ایکشن نے سیرالیون اور لائبیریا کیلئے خصوصی لائف لائن پروگرامنگ کرنے کیلئےشراکت داروں کے ساتھ کام کیا، جس میں میگزین شو کِک ایبولا، ریڈیو ڈرامہ اور عوامی خدمت کے اعلانات بھی شامل ہیں۔ انہوں نےفوری طور پر پیغام دینے والی اپلی کیشنز واٹس اپ، فیس بک، فون کرنے اور ایس ایم ایس سروس استعمال کیں تاکہ سامعین کے ساتھ معلومات کا تبادلہ ہو، لوگوں کو بحران کی حالت میں ایک دوسرے کی مدد کرنے کی آزادی دی اور سوالات اور خدمات پیش کرنے کا موقع دیا۔

نشریات کے وقت، کک ایبولا کے فیس بک صفحے کے 11.697 پیروکار تھے،جو کہ لائبیرینز کیلئے سب سے بڑا فیس بک خبروں کا گروپ تھا۔
واٹس اپ کی سروس،جو سیرالیون کے پروگرام کیلئے بنائی گئی تھی، کے 15،000 پیروکار تھے۔

پروگرامنگ میں تحقیق سے ظاہر ہوا ہے کہ:

- سوشل میڈیا سامعین کی آواز اُبھارنے میں انتہائی مؤثر رہا اور اس نے پروگرام کو بروقت طور پر ابھرتے ہوئے مسائل اور خدشات کو حل کرنے کا موقع دیا۔
- لوگوں نے عام لوگوں کی آواز سننے کے قابل ہونے اور مقامی ریڈیو سٹیشنوں میں شراکت کے قابل ہونے کی تعریف کی (لوگ فون کے کریڈٹ کے اخراجات کے باوجود اس طرح کے پروگرام میں فون کرنے کے لئے تیار تھے)۔
- اکثریت (تقریباً 85٪) لوگوں نے اس بات پر اتفاق کیا کہ کک ایبولا نے سامعین کو اپنے خدشات کا اظہار کرنے کا موقع دیا۔
- سامعین نے محسوس کیا کہ اپنی رائے اور خدشات امدادی کارکنوں کے ساتھ شیئرکرنے سے ان کے مسائل کی بہتر تصویر اُجاگر ہوئی۔
- پروگرام ساز لوگوں کے لیے اہم مسائل اور ایسے مقبول عام مفروضوں کی نگرانی کرنے کے اہل تھے، جنہیں بعد میں آن لائن اور ریڈیو پرحل کیا جا سکتا ہو۔

لائف لائن کیلئے انٹرویوز

جب آپ انٹرویو دینے والے لوگوں اور سوالات کا انتخاب کر رہے ہوتے ہیں، تو یاد رکھیں کہ لائف لائن پروگرامنگ کا حتمی مقصد متاثرین کو فائدہ پہنچانا ہے ان کے بارے میں معلومات فراہم کرنا نہیں۔ ایسے لوگوں کو انٹرویو میں شامل کریں جو مفید معلومات فراہم کر سکتے ہوں، یاکسی قسم کی ہدایت یا حوصلہ افزائی کی پیشکش کر سکتے ہوں۔ یاد رکھیں لوگ مجروح اور خطرے کی زد میں ہو سکتے ہیں۔ کُچھ حالات میں – خاص طور پر جنگوں میں – ایسے لوگوں کی آوازیں شامل کرنا مناسب نہیں ہو سکتا جو براہ راست متاثر ہوئے ہوں اور اس سے اُن کی زندگی بھی خطرے میں پڑ سکتی ہے۔

لائف لائن سے ایسے سوالات پوچھیں جس کے جوابات میں متاثرہ لوگوں کو حل ملے یا یا ان کی حوصلہ افزائی ہو۔ یہاں مفید اور غیر مفید سوالات کی کچھ مثالیں دی گئی ہیں:

غیر مفید سوالات

زندہ بچ جانے والوں سے:

آپ نے اپنے بچوں کو کھو دیا ہے، آپ تو بالکل تباہ ہو گئے؟

جب آپ کا گھر منہدم ہوا اس وقت آپ کو کیسا لگا؟

امدادی ماہرین سے:

انسانی امدادی ردِعمل کیلئے کتنے پیسوں کی ضرورت ہے؟

(اس طرح کے سوالوں کا جواب ایسا ہونے کا امکان نہیں ہے جس پر براہ راست متاثر ہوئے افراد رد عمل دے سکتے ہیں.)

کیا یہ بدترین بحران ہے جو کہ آپ نے آج تک دیکھا ہے؟

مُفید سوالات

زندہ بچ جانے والوں سے:

آپ کن طریقوں سے اپنے اوپر گزرنے والی تکالیف سےنمٹنے کی کوشِش کی ہے؟

اپنی نئی عارضی پناہ گاہ کے بارے میں بتائیں جو آپ نےتعمیر کی ہے اور آپ نے اسے مضبوط اور محفوظ بنانے کیلئے کیا کیا؟

امدادی ماہرین سے:

ابھی لوگ محفوظ اور صحت مند رہنے کیلئے کیا کرسکتے ہیں؟

لوگوں کو کیا کرنا چاہئے اگر وہ اپنےخاندان کے ایک فردکو تلاش نہیں کرپاتے ہیں؟

آپ ایسے لوگوں کو کیا مشورہ دیں گے جن کویہ لگتا ہے کہ وہ نفسیاتی صدمے سے دوچار ہیں؟

لائف لائن انٹرویوز کے کُچھ کرنے اور نہ کرنے والی باتیں

انٹرویو دینے والے صحیح فرد کا انتخاب کریں۔ ایسے ماہرین کے استناد کی جانچ پڑتال کریں جن سے آپ بات کر رہے ہوں اور یہ یقین کرلیں کہ وہ اچھے مقررین ہیں،اور سامعین کو واضح طور پر خیالات اور مشورے دینےکے قابل ہیں۔

انٹرویو میں بغیر تیاری کے مت جائیں۔ موضوع پر پہلے اچھی طرح تحقیق کر لیں، اور دیکھ لیں کہ آپ اپنے سامعین کو انٹرویو کے ذریعے کیا بتاناچاہتے ہیں (مثلاً "میں چاہتا ہوں کہ وہ سیکھیں کہ پینے کے پانی کو کیوں اور کیسے محفوظ کیا جائے")، اور یہ بھی سوچ لیں کہ ان معلومات کو پوچھنے کیلئے کون سے سوالات کرنے ہیں؟

انٹرویو دینے والے پر واضح کریں کہ آپ اُن کا انٹرویو کیوں کر رہے ہیں اور آپ کو اس انٹرویو میں سے کونسی معلومات چاہئیں – اگر آپ ان باتوں پر عمل کریں گے تو قوی اُمید ہے کہ آپ کو مطلوبہ معلومات مِل جائیں گی۔

ماہرین سےانکی مہارت کے دائرے سے باہر کے سوالات مت پوچھیں۔

ایک وقت میں ایک کرکے، واضح اور سادہ سوالات پوچھیں۔

جوابات کو نظر انداز نہ کریں. انٹرویو دینے والے کو پوری طرح سنیں اور دلچسپ یا اہم بات پر مزید بات کریں – کبھی کبھی صحافی حضرات بولنے والے کی بات سننا چھوڑ دیتے ہیں کیونکہ وہ اگلے سوال پر توجہ مرکوز کرنے میں مصروف ہوجاتے ہیں۔

انٹرویو دینے والے کے جوابات میں سے اہم معلومات کو دُہرائیں / اعادہ کریں، تاکہ وضاحت میں اور سامعین کے ساتھ پیغام کو مضبوط بنانے میں مدد ملے (مثال کے طور پر، "مزید وضاحت کیلئے، آپ نے کہا کہ اگر ایبولا کی علامات ظاہر ہو رہی ہیں، جیسے کہ تیز بخار، تو لوگوں کو 111 پر کال کرنا چاہیے...")

انٹرویو دینے والے کو ناقابل فہم اصطلاحات یا الجھن پیدا کرنے والی معلومات دینے کی اجازت نہ دیں۔ اگر آپ کو غیر واضح یا غیر متعلقہ جواب مل رہے ہیں تو، انٹرویو دینے والے کو روکیں اور واضح جواب دینے کو کہیں، یا سامعین سے متعلقہ معلومات پر زیادہ توجہ مرکوز کرنے کو کہیں۔ اگر آپ پری ریکارڈنگ کر رہے ہیں تو آپ فوراً انٹرویو روک سکتے ہیں، بتائیں آپ کو کس طرح کی معلومات کی ضرورت ہے، اور سوال دوبارہ پوچھیں۔

اگر آپ کو انٹرویو سے ملنے والی کسی معلومات پر یقین نہیں ہے تو اسکی حقیقت پتہ (فیکٹ چیک) کروائیں۔

امدادی کارکنوں اور یونیفارم میں لوگوں کیلئے یہ مفروضہ نہ رکھیں کہ یہ لوگ ذاتی طور پر بحران سے متاثر نہیں ہیں۔ انہوں نے بھی شاید اپنے پیاروں یا ساتھیوں کو کھو دیا ہو، یا مصائب میں گھرے لوگوں کو دیکھ کر وہ جذباتی طور پر کمزور ہو گئے ہوں۔

بحران سے متاثر افراد کا انٹرویو کرنا

- انٹرویو کرنے سے پہلے ان کی اجازت طلب کریں، انٹرویو کا مقصد واضح کریں اور بتائیں کی یہ کہاں نشر کی جائے گی۔ اگرآپ کو "نہیں" کہا جاتا ہے تو اصرار نہ کریں۔ کچھ افراد کیلئے، ان کی کہانی دوسروں کو بتانا علاج ہو سکتا ہے، جبکہ دوسروں کے لیے یہ نقصان دہ بھی ہو سکتا ہے۔
- اپنے آپ سے پوچھیں: اگرچہ یہ شخص بات کرنے کیلئے تیار ہے،لیکن کیا اب بھی انٹرویو کرنے میں ان کو کسی قسم کا کوئی نقصان پہنچنےکا خطرہ ہے؟
- ایسی جگہ تلاش کریں جہاں وہ پُر سکون ہوں۔
- اپنی ہمدردی ظاہر کریں۔
- ان پر سوالات کی بھر مار نہ کریں۔
- شائستگی سے بولیں، غور سے سنیں اور صبر رکھیں۔ جو لوگ صدمہ زدہ ہیں اُنہیں معلومات کی فراہمی میں مشکل پیش آ سکتی ہے-اُنہیں طویل خاموشی کی اجازت دیں اور اگر ضروری ہو تو شائستگی سے اپنے سوالات دُہرائیں۔
- اپنے جسمانی انداز پر غور کریں: ذہنی دباؤ کے حالات میں، لوگوں کو یہ محسوس کرنے کی ضرورت ہوتی ہے کہ اُنکی بات سنی اور سمجھی جا رہی ہے۔ اپنے جسمانی انداز سے اس کی عکاسی کرنے کی کوشش کریں۔
- کھلے جوابات والے سوالات پوچھیں۔
- وُہ آپ سے اُن کی صورتحال بہتر کرنے کیلئے براہ راست مدد کے لئے پوچھ سکتے ہیں – تو آپ اُن سےمدد کے بارے میں جھوٹے وعدے نہ کریں اگر آپ ایسا (امداد کا) ارادہ نہیں رکھتے ہیں۔
- بچوں کا انٹرویو کرنے کیلئے والدین / سرپرست کی اجازت مانگیں۔
- بچوں کو کسی تکلیف دہ تجربے کو بیان کرنے کیلیے نہ کہیں۔ یہ اضافی جذباتی صدمے کا باعث ہو سکتے ہیں۔
- المختصر، خود اپنی صحت کو نظر انداز نہ کریں۔ اپنا خیال رکھیں۔ سوئیں، کھانا کھائیں اور مدد حاصل کریں اگر آپ کی جسمانی یا نفسیاتی بہبود مُتاثر ہو رہی ہے تو۔ dartcenter.org آفات کی خبریں دینے والے صحافیوں کے لئے مشورے اور وسائل فراہم کرتی ہے۔

اضافی وسائل

بی بی سی میڈیا ایکشن www.bbcmediaactionilearn.com/lifelineprogramming
امدادی ایجنسیوں اور ذرائع ابلاغ کیلئے لائف لائن مواصلات کی سائٹ بمع ٹولز اور وسائل۔

بی بی سی میڈیا ایکشن www.bbcmediaactionilearn.com/course/view.php?id=46
ذرائع ابلاغ کیلئے لائف لائن پروگرامنگ پر آن لائن کورس۔

انسانی ردِعمل www.humanitarianresponse.info
یو این OCHA کے زیر قیادت آن لائن پلیٹ فارم جو ہر ملک کی مخصوص بنیادی معلومات اور رابطے اکٹھا کرتا ہے۔ یہاں پر تازہ ترین انسانیت پر مبنی رپورٹیں، مختلف کلسٹرز کے ملاقات کے نظام الاوقات، اور ماہرین کے ساتھ رابطے کی تفصیلات شامل ہیں۔

سی ڈی اے سی نیٹ ورک www.cdacnetwork.org/tools-and-resources/
معلومات، وسائل اور قدرتی آفات سے متاثرہ لوگوں کے ساتھ بات چیت پر تحقیق۔

ریلیف ویب www.reliefweb.int
انسانیت پسندی سے متعلق معلومات اور تجزیے، انسانی بحران کی نمائندگی کرتے نقشے اور گرافکس

آئی آر آئی این www.irinnews.org
انسانی بحرانی حالات اور مسائل پر خبریں اور تجزیے۔

انٹرنیشنل کرائسس گروپ www.crisisgroup.org
بحران پر نظر، ایک ماہانہ قبل از وقت انتباہی بلیٹن دنیا بھر میں تصادم والے حالت پر تازہ معلومات پر مشتمل ہے۔

دی اسفیئر ہینڈ بک انسانیت پسندی کا منشور اور انسانی ردعمل میں کم از کم معیار
www.sphereproject.org/handbook/ Sphere
کتابچہ معیاری انسانی ہمدردی کے ردعمل کی کارروائی کیلئے عام اصولوں اور عالمگیر پیمانے کے کم از کم معیار کے طور پر وسیع پیمانے پر جانا جاتا ہے اور بین الاقوامی سطح پر تسلیم شدہ سیٹس میں سے ایک ہے۔ کئی امدادی ادارے اسے اپنے کام کی رہنمائی کیلئے استعمال کرتے ہیں۔

ڈارٹ سنٹر dartcenter.org
مقالات، ماہرین کے انٹرویوز، صحافی بہ صحافی مشورہ، مُفید مشورے اور صحافیوں کیلئےدیگر وسائل بشمول تشدد اور سانحات کا احاطہ۔

اختتامی یادداشتیں

[1] ھنیڈیس، ٹی۔ (2015) *ہنگامی حالات میں انسانیت نواز نشریات: جائزے کے نتائج کا ایک تجزیہ*۔ بی بی سی میڈیا ایکشن کی تحقیقی رپورٹ [آن لائن]۔ یہاں دستیاب ہیں: http://downloads.bbc.co.uk/mediaaction/pdf/research/humanitarian-broadcasting-in-emergencies-2015-report.pdf

[2] ان کو یہاں سے لیا گیا ہے: انٹر نیوز (2010) *پاکستان میں انسان دوستی پر رپورٹنگ: صحافیوں کا دستی کتابچہ* [آن لائن]۔ یہاں دستیاب ہیں: http://internews.org/sites/default/files/resources/HumanitarianReporting_JournalistsHandbook_Pakistan_.pdf

کتابیات اور پڑھنے کیلئے مزید پس منظر

آسٹریلوی ریڈ کراس (2011) *آفات سے بحالی میں مواصلت* [آن لائن]۔ یہاں دستیاب ہیں:
http://www.redcross.org.au/communicating-in-recovery.aspx

بی بی سی میڈیا ایکشن (2008) *وہ جنہیں اندھیروں میں چھوڑ دیا گیا: ہنگامی حالات میں معلومات حاصل کرنے کی انتہائی ضروریات* [آن لائن]۔ یہاں دستیاب ہیں:
http://downloads.bbc.co.uk/worldservice/trust/pdf/humanitarian_response_briefing.pdf

بی بی سی میڈیا ایکشن (2012) *وہ جو ابھی تک اندھیروں میں ہیں؟ لوگ ہنگامی حالات میں زندہ رہنے کیلئے مواصلات کو کس طرح استعمال کرتے ہیں – اور کس طرح انسانیت نواز ایجنسیاں مدد کرسکتی ہیں* [آن لائن]۔ یہاں دستیاب ہیں:
http://downloads.bbc.co.uk/mediaaction/policybriefing/bbc_media_action_still_left_in_the_dark_policy_briefing.pdf

ھنیڈیس، ٹی۔ (2015) *ہنگامی حالات میں انسانیت نواز نشریات: تشخیص کے نتائج کی ترکیب* ۔ بی بی سی میڈیا ایکشن تحقیقی رپورٹ [آن لائن]۔ یہاں دستیاب ہیں:
http://downloads.bbc.co.uk/mediaaction/pdf/research/humanitarian-broadcasting-in-emergencies-2015-report.pdf

ہئیبر، ایل۔ (2001) *لائف لائن ذرائع ابلاغ: بحرانوں میں پھنسے لوگوں تک رسائی* [آن لائن]۔ میڈیا ایکشن انٹرنیشنل یہاں دستیاب ہیں:
http://www.unisdr.org/files/636_10303.pdf

ہوبفول، ایس۔ای۔ اور دیگر (2007) فوری اور وسط مدتی مجموعی صدمےکے علاج کے پانچ ضروری عناصر: تجرباتی ثبوت [آن لائن]۔ *طبِ نفسیات* 70:4. یہاں دستیاب ہیں:
http://cde.state.co.us/sites/default/files/Article_FiveEssentialElementsofImmediate.pdf

انٹر نیوز (2010) *پاکستان میں انسانیت دوستی پر رپورٹنگ: صحافیوں کا دستی کتابچہ* [آن لائن]۔ یہاں دستیاب ہیں:
http://internews.org/sites/default/files/resources/HumanitarianReporting_JournalistsHandbook_Pakistan_.pdf

انٹر نیوز (2014) *انسانی بحرانی حالات پر رپورٹنگ – تربیت کاران اور صحافیوں کیلئے ایک ہدایت نامہ اور امدادی کارکنوں کیلئے ایک تعارف* [آن لائن]۔ یہاں دستیاب ہیں:
https://www.internews.org/sites/default/files/resources/IN140220_HumanitarianReportingMANUAL_WEB.pdf

نیلسن، اے۔ اور نیلسن، ڈی۔ (2008) تباہی والے حالات کو کور کرنے والے صحافیوں کیلئے عملی تجاویز [آن لائن]۔ *ijnet* 27 جون۔ یہاں دستیاب ہیں:
http://ijnet.org/en/blog/practical-suggestions-journalists-covering-catastrophe

یونیسیف (2006) *ہنگامی حالات میں روئیوں کی تبدیلی پر مواصلات: آلات کا دستہ* [آن لائن]۔ یہاں دستیاب ہیں:
www.unicef.org/ceecis/BCC_full_pdf.pdf

یہ کتابچہ یوکے ڈپارٹمنٹ آف انٹرنیشنل ڈیولپمنٹ کی طرف سے مالی امداد کے ذریعہ تیار کیا گیا ہے، جو کہ بی بی سی میڈیا ایکشن کی انسانی بنیادوں پر کیے جارہے کام کی حمایت کرتا ہے۔ اس کتابچے کا مواد بی بی سی میڈیا ایکشن کی ذمہ داری ہے اور رفاہی کام کی حمایت کرنے والے کسی بھی عطیہ دہندہ کے خیالات کی نمائندگی نہیں کرتا۔

© 2017 بی بی سی میڈیا ایکشن

مزید معلومات کے لیے براہ کرم رابطہ کریں:

ٹیلیفون +44 (0) 20 7481 9797

فیکس +44 (0) 20 7488 9750

ای میل media.action@bbc.co.uk

ویب bbcmediaaction.org

رجسٹرڈ دفتر

بی بی سی میڈیا ایکشن
براڈکاسٹنگ ہاؤس
پورٹ لینڈ پلیس
لندن W1A 1AA
یونائیٹڈ کِنگڈم

رجسٹرڈ چیریٹی نمبر (انگلینڈ اور ویلز): 1076235

UKaid from the British people

GNDR

BBC MEDIA ACTION
TRANSFORMING LIVES THROUGH MEDIA AROUND THE WORLD