

تعلقات عامہ

COURSE CODE: 9263

ASSIGNMENT : 01

SEMESTER: SPRING 2025

سوال 1- تعلقات عامہ سے کیا مراد ہے نیز اس کی اہمیت اور افادیت بیان کریں۔

جواب:

ماہرین تعلقات عامہ عام طور پر تعلقات عامہ کا باقاعدہ نقطہ آغاز 1948 کے اس دور کو قرار دیتے ہیں جب ریاست ہائے متحدہ امریکہ میں امریکی تعلقات عامہ سوسائٹی اور برطانیہ کے تعلقات عامہ کے ادارے کا قیام عمل میں لایا گیا تھا لیکن اس امر کو بھی نظر انداز نہیں کیا جا سکتا ہے کہ غیر محسوس طریقے سے تعلقات عامہ کے عمل کا آغاز اس سے کہیں پہلے ہو گیا تھا اگرچہ اسے کوئی مخصوص نام نہیں دیا گیا تھا اگر ہم غور کریں تو محسوس ہو گا کہ تعلقات عامہ کی تاریخ اتنی ہی پرانی ہے جتنی قدیم کہ بنی انسان کی تمدنی تاریخ ہے۔ تعلقات عامہ یا اس سے قریب قریب طریقہ ہائے کار کی افادیت کے حوالے ہمیں پنی مذہبی اور الہامی کتابوں سے بھیدستیاب ہیں یوں کہہ سکتے ہیں کہ انسان نے شعوری سطح پر جب ایک دوسرے کے ساتھ رابطہ کا آغاز کیا تو گویا تعلقات عامہ کا عمل بھی شروع ہو گیا۔

جدید دور کی تاریخ پر اگر نظر ڈالیں تو اندازہ ہوتا ہے کہ ”تعلقات عامہ“ کا آغاز تجارتی اور حکومتی پیغامات کی ترسیل یا تبادلے کے لیے ہی ہوا۔ بعد کے ادوار میں اسے باقاعدہ ایک پیشہ یا فن کے حیثیت سے دی گئی۔

1925ء میں سب سے پہلے برطانوی حکومت نے اپنی صحت، پنشن یا ہائوسنگ سکیموں کے پروگراموں کے اعلانات کے لیے تعلقات عامہ کے شعبے کا سہارا لیا۔ اس کے بعد اس نوع کی ضروریات بڑھتی گئی اور زیادہ سے زیادہ لوگ تعلقات عامہ کے عمل سے متعلق سوچتے چلے گئے۔ تعلقات عامہ کی اہمیت و افادیت کے پیش نظر جگہ جگہ تعلقات عامہ کے باقاعدہ ادارے قائم ہونے لگے دنیا کے تقریباً سبھی ممالک نے اس کی تقلید میں اپنے ہاں تعلقات عامہ کے اداروں کی بنیاد ڈالی اور انہیں مستحکم بنیادوں پر جاری رکھنے کی مساعی کرنے لگے۔ رکتہ رفتہ تعلقات عامہ کے فن نے باقاعدہ تحریک کی صورت اختیار کر لی اور کم و بیش ہر اہم ادارہ لازمی طور پر نہ صرف انتظامیہ کا جزو قرار پایا گیا بلکہ اسے بنیادی اہمیت دی جانے لگی۔ ہوتے ہوتے مختلف اداروں میں تعلقات عامہ کا عمل دخل بہت بڑھ گیا ہے اور اس نے ابلاغ عامہ کے تمام ذرائع کو بھی غیر محسوس طریقے سے اپنے کام کا سلسلہ میں جملہ امور کو سرانجام دینے کے لیے استعمال میں لانا شروع کر دیا اگر ہم عملی نقطہ نظر سے دیکھیں تو ہم بلا خوف تردید، علاقائی رسائل، جرائد اور دستاویزی فلموں کو تعلقات عامہ کے لیے ابلاغ عامہ کی ابتدائی اصناف قرار دے سکتے ہیں۔

تعلقات عامہ کے فرائض منصبی

تعلقات عامہ کے فرائض منصبی کو تین واضح حصوں میں تقسیم کیا جا سکتا ہے ان میں سب سے پہلے ادارے کے لئے خدمات آتی ہیں دوسرے نمبر پر ابلاغ عامہ کے لئے تگ و دو اور آخر میں ادارے سے متعلق عوام کے لئے خدمات شامل ہیں۔

معلومات کی فراہمی

تعلقات عامہ دوطرفہ ابلاغ کا نظام ہے اس کا مقصد یہ ہوتا ہے کہ ادارے کے بارے میں متعلقہ افراد اور عوام کے بارے میں ادارے کو معلومات مہیا کرے یہی عمل معلومات کی فراہمی کہلاتا ہے اس ضمن میں جو چیدہ چیدہ امور مدنظر رکھے جاتے ہیں وہ یہ ہیں:

تحقیق

دنیا کی تمام یونیورسٹیز کے لیے انٹرن شپ رپورٹس، پروپوزل، پراجیکٹ اور تھیسز وغیرہ بھی آرڈر پر تیار کیے جاتے ہیں۔

کسی بھی ادارے کو درست معلومات کی فراہمی کے لئے تحقیق ایک لازمی امر ہے تعلقات عامہ سے منسلک افراد کا فرض ہوتا ہے کہ وہ مارکیٹ کی تحقیق کے علاوہ متعلقہ صارفین کے رجحانات، رویوں نظریات اور خیالات کے بارے میں ادارے کو مطلع کریں۔

نشری مواد

تعلقات عامہ کے افراد ادارے کی جانب سے ریڈیو یا ٹیلی ویژن وغیرہ پر دیئے جانے والے پروگراموں سے متعلق مواد فراہم کرتے ہیں تاکہ پیش کردہ پروگرام موثر، زود اثر اور بھرپور ہو۔ ادارے کے مفادات کو مدنظر رکھتے ہوئے نشریاتی مواد کی فراہمی تعلقات عامہ کے فرائض میں شامل ہیں۔

صارفین کے لئے سوالنامے تعلقات عامہ کا شعبہ اپنے ادارے یا محکمے کے بارے میں مختلف رجحانات اور حالات کو مدنظر رکھتے ہوئے وقتاً فوقتاً سوالنامے مرتب کرتا ہے اور متعلقہ لوگوں سے ان کے جوابات حاصل کرتا ہے جن کی بناء پر ادارے کی طرف سے عوام کو مہیا کی گئی خدمات یا سہولتوں کے معیار کا اندازہ ہوتا ہے اور مستقبل کے لئے لائحہ عمل مرتب کرنے میں مدد ملتی اخباری تراشے

تعلقات عامہ سے منسلک افراد کے بارے میں شائع ہونے والے تمام تر مواد پر نظر رکھتے ہیں اور اسے تراشوں کی صورت میں ریکارڈ کے طور پر محفوظ کر لیتے ہیں ان تراشوں کی بنیاء پر معلوم کیا جا سکتا ہے کہ (الف) ادارے کے بارے میں مہیا کئے گئے مواد کی کس حد تک تشہیر ہو گئی ہے۔

(ب) ادارے کے بارے میں عوام کے مختلف طبقوں کی رائے کیا ہے۔

(ج) کاروباری مقابلے کے اس دور میں ادارے کو معلوم ہو جاتا ہے کہ اس جیسے دوسرے ادارے کیا کر رہے ہیں اور انہیں کس حد تک اہمیت دی جا رہی ہے۔

شماریاتی جائزہ

تعلقات عامہ کا شعبہ اپنے ادارے کے لئے اس نوعیت کے اعداد و شمار بھی بہم پہنچاتا ہے کہ ادارے کے ساتھ کتنے اور کس قسم کے لوگوں کو دلچسپی ہے اور یہ دلچسپی کس طرح برقرار رکھی جا سکتی ہے یا اس میں کس حد تک اور کن ذرائع سے اضافہ کیا جا سکتا ہے۔

2.7 معلوماتی پمفلٹ

تعلقات عامہ کا شعبہ عوامی ردعمل معلوم کرنے کے لئے ادارے کی کارکردگی کے بارے میں معلوماتی پمفلٹ وغیرہ شائع کرتا ہے اور اس طرح انہیں ادارے کی خدمات اور افادیت سے متعارف کراتا ہے۔

فلموں کی نمائش

تعلقات عامہ کا شعبہ اپنے ادارے کے بارے میں معلوماتی دستاویزی فلموں کی تیاری کے لئے ضروری مواد فراہم کرتا ہے اور ان کو عوام کی دلچسپی سے قریب تر کرنے کے لئے اپنی عملی اور مشاہداتی قوتیں صرف کرتا ہے۔

معلوماتی مواد

تعلقات عامہ کا شعبہ اپنے ادارے کی مصنوعات یا خدمات کو مارکیٹ میں لانے سے قبل ایک تعارفی مہم تیار کرتا ہے تاکہ متعلقہ صارفین قبل از وقت ادارے کی کارکردگی سے آگاہ ہو سکیں یہ معلوماتی مواد پوسٹرز، سلائیڈز وغیرہ پر مشتمل ہوتا ہے۔

شکایات، تجاویز

تعلقات عامہ سے منسلک افراد ادارے کے بارے میں متعلقہ عوام کی آراء اور شکایات سے ادارے کے منتظمین کو بروقت آگاہ کرتے رہتے ہیں جن کی بناء پر ادارے کی مصنوعات اور خدمات کے معیار کو بلند کر کے مصنوعات کی فروخت میں اضافہ کیا جا سکتا ہے یہ تجاویز تحقیقی معاملات اور جدید ٹیکنیکل اختراعات اور ایجادات کے ضمن میں بھی ادارے کی معاونت کرتی ہیں۔

سوال 2- تعلقات عامہ کا مختصر تاریخی پس منظر بیان کریں۔

دنیا کی تمام یونیورسٹیز کے لیے انٹرن شپ رپورٹس، پروپوزل، پراجیکٹ اور تھیسز وغیرہ بھی آرڈر پر تیار کیے جاتے ہیں۔

جواب: تعلقات عامہ کا مفہوم: ”تعلقات عامہ“ کے معانی وہی ہیں جو ان الفاظ سے براہ راست اخذ ہوتے ہیں یعنی یہ عوام پر اثر انداز ہونے اور ان کے ساتھ تعلقات استوار رکھنے کا فن ہے تاہم اس کے معروف، سادہ اور کم و بیش مکمل معانی کچھ یوں بیان کئے جاتے ہیں کہ عام لوگوں یا پبلک کیساتھ کسی ادارے یا فرد کے تعلقات کو ”تعلقات عامہ“ کہتے ہیں اس امر کی تشریح یوں کی جاتی ہے کہ معلومات کی بناء پر جملہ امور سے متعلق آگاہی حاصل کرنے کے لئے ”تعلقات عامہ“ سے ابلاغ کے ایک ذریعے کا کام لیا جاتا ہے جب حکومت کو اپنے عوام سے مخاطب ہونا ہو، کسی کمپنی کو اپنی مصنوعات کی ترسیل کے لئے اپنے صارفین کے ساتھ ابلاغ کی ضرورت ہو، اداروں نے اپنے متعلقین کو اطلاعات فراہم کرنی ہوں یا کسی صنعت کار کو اپنے ملازمین کے ساتھ گفت و شنید کرنی ہو تو تعلقات عامہ کے ادارے رابطے کا موثر ترین وسیلہ ثابت ہوتے ہیں۔ تعلقات عامہ کی اس تعریف کا کسی بھی نوع کے ادارے پر اطلاق ہو سکتا ہے چاہے وہ ادارہ پیشہ وارانہ ہو، غیر پیشہ وارانہ ہو، سرکاری ہو یا نیم سرکاری یا نجی ہو۔ اور چاہے وہ ادارہ دنیا کے کسی بھی خطے میں قائم کیا گیا ہو گویا کسی بھی نوعیت کے ادارے کو اپنے متعلقہ عوام کے ساتھ موثر اور بہتر افہام و تفہیم کے لئے اور اسی تعلق کے استحکام و فروغ کیلئے ایسے متحرک اور مستعد افراد کی ہمیشہ ضرورت رہتی ہے جو تعلقات عامہ سے متعلق امور سے آگاہی رکھتے ہوں اور یہی ان کا فریضہ منصبی ہو ان افراد کے لئے ضروری ہے کہ ادارے کے لئے معلومات حاصل کرنے کے ساتھ ساتھ ادارے کے لئے اچھی شہرت اور بہتر ساکھ کو بھی اپنا مقصد سمجھیں، معلومات کے حصول اور فراہمی کے لئے عقل و فہم کو اس انداز سے استعمال میں لائیں کہ ان کی شعوری کوششوں کی بناء پر وہ ادارہ بلند معیار کی خصوصیات کا حامل محسوس ہو۔

تاریخی پس منظر: ماہرین تعلقات عامہ عام طور پر تعلقات عامہ کا باقاعدہ نقطہ آغاز 1948ء کے اس دور کو قرار دیتے ہیں جب ریاست ہائے متحدہ امریکہ میں امریکی تعلقات عامہ سوسائٹی اور برطانیہ کے تعلقات عامہ کے ادارے کا قیام عمل میں لایا گیا تھا لیکن اس امر کو بھی نظر انداز نہیں کیا جا سکتا ہے کہ غیر محسوس طریقے سے تعلقات عامہ کے عمل کا آغاز اس سے کہیں پہلے ہو گیا تھا اگرچہ اسے کوئی مخصوص نام نہیں دیا گیا تھا اگر ہم غور کریں تو محسوس ہو گا کہ تعلقات عامہ کی تاریخ اتنی ہی پرانی ہے جتنی قدیم کہ بنی انسان کی تمدنی تاریخ ہے۔ تعلقات عامہ یا اس سے قریب قریب طریق ہائے کار کی افادیت کے حوالے ہمیں پنی مذہبی اور الہامی کتابوں سے بھی دستیاب ہیں یوں کہہ سکتے ہیں کہ انسان نے شعوری سطح پر جب ایک دوسرے کے ساتھ رابطے کا آغاز کیا تو گویا تعلقات عامہ کا عمل بھی شروع ہو گیا۔

جدید دور کی تاریخ پر اگر نظر ڈالیں تو اندازہ ہوگا ہے کہ ”تعلقات عامہ“ کا آغاز تجارتی اور حکومتی پیغامات کی ترسیل یا تبادلے کے لے ہی ہوا۔ بعد کے ادوار میں اسے باقاعدہ ایک پیشہ یافتہ کے حیثیت دے دی گئی۔

1925ء میں سب سے پہلے برطانوی حکومت نے اپنی صحت، پنشن یا ہائوسنگ سکیموں کے پروگراموں کے اعلانات کے لے تعلقات عامہ کے شعبے کا سہارا لیا۔ اس کے بعد اس نوع کی ضروریات بڑھتی گئی اور زیادہ سے زیادہ لوگ تعلقات عامہ کے عمل سے متعلق سوچتے چلے گئے۔ تعلقات عامہ کی اہمیت و افادیت کے پیش نظر جگہ جگہ تعلقات عامہ کے باقاعدہ ادارے قائم ہونے لگے دنیا کے تقریباً سبھی ممالک نے اس کی تقلید میں اپنے ہاں تعلقات عامہ کے اداروں کی بنیاد ڈالی اور انہیں مستحکم بنیادوں پر جاری رکھنے کی مساعی کرنے لگے۔ رگتہ رفتہ تعلقات عامہ کے فن نے باقاعدہ تحریک کی صورت اختیار کر لی اور کم و بیش ہر اہم ادارہ لازمی طور پر نہ صرف انتظامیہ کا جزو قرار پایا گیا بلکہ اسے بنیادی اہمیت دی جانے لگی۔ ہوتے ہوتے مختلف اداروں میں تعلقات عامہ کا عمل دخل بہت بڑھ گیا ہے اور اس نے ابلاغ عامہ کے تمام ذرائع کو بھی غیر مہسوس طریقے سے اپنے کام کا سلسلہ میں جملہ امور کو سرانجام دینے کے لیے استعمال میں لانا شروع کر دیا اگر ہم عملی نقطہ نظر سے دیکھیں تو ہم بلا خوف تردید، علاقائی رسائل، جرائد اور دستاویزی فلموں کو تعلقات عامہ کے لے ابلاغ عامہ کی ابتدائی اصناف قرار دے سکتے ہیں۔

سوال -3 کون کون سے ذرائع ابلاغ کے استعمال سے تعلقات عامہ کے مقاصد حاصل کیے جاتے ہیں۔

جواب

تعلقات عامہ اور زرائع ابلاغ: آج کی معاشی، سماجی اور سیاسی زندگی میں ایک دوسرے پر انحصار بہت بڑھ چکا ہے۔

دنیا کی تمام یونیورسٹیز کے لیے انٹرن شپ رپورٹس، پروپوزل، پراجیکٹ اور تھیسز وغیرہ بھی آرڈر پر تیار کیے جاتے ہیں۔

اور ادارہ اس امر کے لیے کوشاں ہے کہ کسی طرح وہ اپنا نقطہ نظر دوسروں تک بہتر طریقے سے پہنچائے اور ان کا تعاون حاصل کرے۔ چنانچہ افراد اور اداروں کے ایک دوسرے پر بڑھتے ہوئے اس انحصار، باہمی مفاد اور تحفظ کی ضرورت نے ایک نئے فلسفے کو جنم دیا ہے جسے تعلقات عامہ کہتے ہیں آسان الفاظ میں تعلقات عامہ کسے ادارے اور متعلقہ عوام کے درمیان ہم آہنگی پیدا کرنے اور اسے قائم رکھنے کے لیے ایک سوچی سمجھی منظم اور مسلسل کوششوں کا نام ہے۔ یہ ایک پیچیدہ علم ہے بعض لوگ اسے لوگوں کی حمایت حاصل کرنے کا فن قرار دیتے ہیں۔ جب کہ بعض اسے ہر وہ طریقہ استعمال کرنے کا فن قرار دیتے ہیں جو موثر رائے عامہ کی تشکیل کا ضامن ہو۔ رائے عامہ کی موثر تشکیل کے لیے تعلقات عامہ کے ماہر مختلف ذرائع ابلاغ کو استعمال میں لاتا ہے۔ اس سلسلے میں ماہر تعلقات عامہ کے لیے جن ابلاغ سے مکمل واقفیت بہت ضروری ہے تعلقات عامہ کے مقاصد کے حصول کے لیے موثر ابلاغ بنیادی اور لازمی شرط ہے۔

ذرائع ابلاغ کا استعمال :

تعلقات عامہ کا ماہر ابلاغ کے مختلف ذرائع استعمال کرتا ہے جس کا واحد مقصد فرد واحد، گروپ یا ادارے کے لیے متعلقہ افراد کے دل میں نرم گوشہ پیدا کرنا ہوتا ہے۔ تاکہ بوقت ضرورت اسے کام میں لایا جائے ماہر تعلقات عامہ کو ابلاغ کے ذرائع کے استعمال کے فن سے مکمل آگاہی ہونی چاہیے ماہر تعلقات عامہ کی مثال ایک سرجن کی سی ہوتی ہے جس کے لیے صرف یہ کافی نہیں کہ وہ مرض کی تشخیص کرے بلکہ اس سے یہ توقع بھی کی جاتی ہے کہ وہ مرض کو جڑ سے اکھاڑنے کے لیے کامیاب آپریشن کر سکے۔ اس فن کو سائنس بھی کہا جاتا ہے اس کی وجہ یہ ہے کہ مشاہدات اور تجربات کی بنیاد پر اس فن کا استعمال کیا جاتا ہے محض ایک خوش لباس اور خوش گفتار افسر تعلقات عامہ وقتی طور پر تو عوام کو اپنا گرویدہ بنا سکتا ہے لیکن وہ اپنے ادارے کے متعلق عوام میں خوشگوار اور دیر پا تاثر نہیں چھوڑ سکتا۔ صرف وہی افسر تعلقات عامہ عوام میں اچھا تاثر پیدا کر سکتا ہے جو ابلاغ عامہ کے ذرائع کو چابک دستی سے استعمال کر سکتا ہو۔

اقسام۔

تعلقات عامہ میں ابلاغ عامہ کی اہمیت اور افادیت اپنی جگہ پر قائم ہے یعنی اس بات کو بڑے وثوق کے ساتھ کہا جا سکتا ہے کہ ابلاغ عامہ کے بدولت تعلقات عامہ کا پھیلاؤ حرکت میں آتا ہے تعلقات عامہ کو موثر اور بہترین وجہ بنانے کے لیے ابلاغ عامہ کا سرگرم رہنا بہت ضروری ہے ابلاغ عامہ سے تعلقات عامہ مختلف ذرائع سے اپنا تعلق قائم کیے رکھتی ہے۔ ابلاغ عامہ کی چیدہ چیدہ اقسام کچھ یوں ہیں۔

اپنے آپ سے ابلاغ سے مراد شعوری یا غیر شعوری طور پر اپنے آپ سے ابلاغ کرنا ہے۔ اس صورت میں کوئی بھی فرد خود ہی پیغام رسانی کرتا ہے اور خود ہی پیغام وصول کرنے والا بھی۔ گویا وہ خود کلامی کے عمل سے گزر کر اپنے آپ کو کچھ سمجھا رہا ہوتا ہے مثلاً سوچ بچار کرنا، تقویر کرنا، پھرسل کرنا، آئینے میں اپنے چہرے کے اتار چڑھائو اور حرکات و سکنات کا جائزہ لینا۔

بین شخصی ابلاغ۔

ابلاغ کے اس عمل میں پیغام رسانی اور وصول کنندہ آمنے سامنے ہوتے ہیں اور پیغام رسانی جوابی پیغام بھی فوری طور پر وصول کر رہا ہوتا ہے اس طرح سامع کے رویے میں بھی تبدیلی لائی جاتی ہے۔ اس کے کئی مراحل ہوتے ہیں جن میں شخصی ابلاغ، پیغام بھیجنے والا، لانے والا اور وصول کرنے والے کا کردار اہم ہوتا ہے۔

قلیل گروہی ابلاغ۔

ایک دانشور کے نزدیک ایک قلیل گروہی ابلاغ دراصل مائیکرو گروپ صورتحال کا نام ہے۔ یہ ابلاغ بین شخصی اور کثیر گروہی ابلاغ کے درمیان کی شکل ہے یا دوسرے الفاظ میں ہم یہ کہہ سکتے ہیں کہ وہ خاصی حد تک بین شخصی ابلاغ کی حدود کے پھیلاؤ کا نام ہے۔ مثلاً کلاس روم کا ابلاغ، گروپ ڈسکشن، فورم، مباحثہ، مذاکرہ، سیمینار، پنچائیت وغیرہ قلیل گروہی ابلاغ کی صورتیں ہیں۔

دنیا کی تمام یونیورسٹیز کے لیے انٹرن شپ رپورٹس، پروپوزل، پراجیکٹ اور تھیسز وغیرہ بھی آرڈر پر تیار کیے جاتے ہیں۔

سیاسی افراتفری کا پیدا ہونا قدرتی بات ہے۔

جہاں دنیا میں ایک طرف مختلف پیمانوں کی اشتراکیت، مغربی انداز کی جمہوریت، آمری، نیم آمریت، نیم جمہوریت وغیرہ کی نمائندگی کرنے والے مختلف نظاموں کے مابین کشمکش جاری ہے وہاں ذرائع ابلاغ و مواصلات کے پیدا کردہ اس انقلاب کی وجہ سے بھی بے چینی اور افراتفری میں اضافہ ہو رہا ہے کیونکہ تیسری دنیا کے ترقی پزیر ممالک میں خاص طور پر پیداواری قوتیں اتنی ترقی یافتہ نہیں کہ بڑھتی ہوئی خواہشوں اور امیدوں کا ساتھ دے سکیں۔ اگرچہ صنعتی اعتبار سے ترقی یافتہ ممالک میں بھی یہ مسئلہ اپنی جگہ پر موجود ہے۔

بین الاقوامی صنعت و تجارت کا فروغ۔

ابلاغ و مواصلات کے ذرائع میں اس انقلاب کے باعث بین الاقوامی پیمانے پر صنعت کاری، تجارت اور مالیاتی سرمائے کی برآمد کا کام بہت آسان ہو گیا ہے۔ ہوائی سفر، بحری اور ہوائی کارگو سروس، ٹیلی فون اور ٹیلی فیکس اور کمپیوٹر کی سہولتوں نے اس کام کو بے حد آسان کر دیا ہے۔ مالیات بنکنگ کے اعلیٰ ادارے وجود میں آگئے ہیں۔ اشتہار بازی اور تعلقات عامہ نے بھی اس ضمن میں اپنا کردار ادا کیا ہے صنعت اور مالیات کے عالمی نظام اور ذرائع ابلاغ و مواصلات کی ترقی نے بین الاقوامی پیمانے پر تعلقات عامہ کو فروغ دیا ہے۔

بین الاقوامی کاروبار میں تعلقات عامہ۔

جب مختلف ممالک کے مابین تجارت ہوتی ہے یا کثیر لاقومی کارپوریشنز مختلف ملکوں میں اپنی صنعت و تجارت کو پھیلاتی ہیں یا مشترکہ یورپی منڈی اور اوپیک جیسی تنظیمیں قائم ہوتی ہیں تو بین الاقوامی تعلقات عامہ کی ضرورت اور اہمیت بہت بڑھ جاتی ہے جب کوئی جاپانی کمپنی برطانیہ میں کوئی پلانٹ خریدتی ہے یا نئی سرمایہ کاری کر کے کوئی صنعتی پلانٹ لگاتی ہے تو نئے ملک میں ممکنہ حد تک خوشگوار تعلقات عامہ قائم کرنے کی ضرورت پیدا ہوتی ہے۔ ایسی صورت میں جاپانی سرمایہ کار کمپنی کو دیکھنا ہو گا کہ برطانیہ کی سماجی و ثقافتی روایات اور اقدار کو ملحوظ رکھتے ہوئے نئے ماحول میں اپنے لئے خیر مقدمی جذبات پیدا کرے۔

بین الاقوامی تعلقات عامہ کی اہمیت۔

ہر معاشرے کی اپنی اقدار جذبات اور احساسات ہوتے ہیں غیر ملکوں کے بارے میں قدرتی طور پر شک و شبہ کی گنجائش موجود ہوتی ہے تیسری دنیا کے ممالک کے عوام خاص طور پر ترقی یافتہ صنعتی ممالک کے اقتصادی غلبے کے بارے میں شدید ذہنی تحفظات رکھتے ہیں انہیں ڈر ہوتا ہے کہ ایسا نہ ہو کہ غیر ملکی سرمایہ کار ان کے ملک میں بہت زیادہ قوت اور اثر ورسوخ کے مالک بن جائیں اور ان کے اندرونی معاملات و مسائل پر اثر انداز ہونا شروع کر دیں وہ اس بات کو بھی پسند نہیں کرتے کہ ان کے ہاں سے سرمایہ دوسرے ممالک میں منتقل ہو۔ صنعتی طور پر ترقی یافتہ ممالک میں بھی باہمی رقابتیں پائی جاتی ہیں یورپی برادری کے ممالک جاپان اور امریکہ کے اقتصادی غلبے سے خائف ہیں۔ امریکہ میں چینی اور جاپانی مصنوعات کی آمد دھندلے ہوئی ہے بالک معمول کے حالات میں بھی اندرون ملک تیار کردہ مصنوعات کو درآمد کردہ ساز و سامان پر ترجیح دی جاتی ہے ان سب حقائق سے واضح ہوتا ہے کہ ان گونا گوں پھچیدگیوں کے باعث بین الاقوامی صنعتی و تجارتی تعلقات میں تعلقات عامہ کی بے حد ضرورت ہوتی ہے۔

اسی طرح مثال کے طور پر امریکیوں کو اس بات کی سمجھ نہیں آتی کہ تیسری دنیا کے بے شمار ملکوں کے لیے ان کی امداد اور قرضے بھی ان ممالک میں انہیں عوام کی سطح پر دوست مہیا نہیں کرتے انہیں مولوم ہونا چاہیے کہ ان کی مشروط امداد، جارحانہ اقتصادی پالیسیوں اور شوسرے ملکوں کے اندرونی معاملات میں مداخلت کا نتیجہ ہے کہ عوام انہیں پسند نہیں کرتے ہیں ہم اس بات کو یوں بھی کہہ سکتے ہیں کہ ان کی بین الاقوامی تعلقات عامہ کمزور ہے۔ اس کے برعکس جاپان کا صنعتی اور تجارتی اثر ورسوخ تیسری دنیا کے ملکوں میں ہی نہیں پھیلا اس نے امریکہ اور یورپ کی اقتصادیات میں بھی دراڑیں ڈال دی ہیں اس کی وضاحت اس طرح سے کی جا سکتی ہے کہ جاپانی صنعت کار تعلقات عامہ کے میدان میں زیادہ کامیاب ہیں۔

سوال 5- سرکاری تعلقات عامہ کی تنظیم اور فرائض کا جائزہ لیں۔

دنیا کی تمام یونیورسٹیز کے لیے انٹرن شپ رپورٹس، پروپوزل، پراجیکٹ اور تھیسز وغیرہ بھی آرڈر پر تیار کیے جاتے ہیں۔

جواب۔

تعلقات عامہ کے فرائض منصبی: تعلقات عامہ کے فرائض منصبی کو تین واضح حصوں میں تقسیم کیا جا سکتا ہے ان میں سب سے پہلے ادارے کے لئے خدمات آتی ہیں دوسرے نمبر پر ابلاغ عامہ کے لئے تگ و دو اور آخر میں ادارے سے متعلق عوام کے لئے خدمات شامل ہیں۔

معلومات کی فراہمی

تعلقات عامہ دوطرفہ ابلاغ کا نظام ہے اس کا مقصد یہ ہوتا ہے کہ ادارے کے بارے میں متعلقہ افراد اور عوام کے بارے میں ادارے کو معلومات مہیا کرے یہی عمل معلومات کی فراہمی کہلاتا ہے اس ضمن میں جو چیدہ چیدہ امور مدنظر رکھے جاتے ہیں وہ یہ ہیں:

تحقیق

کسی بھی ادارے کو درست معلومات کی فراہمی کے لئے تحقیق ایک لازمی امر ہے تعلقات عامہ سے منسلک افراد کا فرض ہوتا ہے کہ وہ مارکیٹ کی تحقیق کے علاوہ متعلقہ صارفین کے رجحانات، رویوں نظریات اور خیالات کے بارے میں ادارے کو مطلع کریں۔

نشری مواد

تعلقات عامہ کے افراد ادارے کی جانب سے ریڈیو یا ٹیلی ویژن وغیرہ پر دیئے جانے والے پروگراموں سے متعلق مواد فراہم کرتے ہیں تاکہ پیش کردہ پروگرام موثر، زود اثر اور بھرپور ہو۔ ادارے کے مفادات کو مدنظر رکھتے ہوئے نشریاتی مواد کی فراہمی تعلقات عامہ کے فرائض میں شامل ہیں۔

صارفین کے لئے سوالنامے

تعلقات عامہ کا شعبہ اپنے ادارے یا محکمہ کے بارے میں مختلف رجحانات اور حالات کو مدنظر رکھتے ہوئے وقتاً فوقتاً سوالنامے مرتب کرتا ہے اور متعلقہ لوگوں سے ان کے جوابات حاصل کرتا ہے جن کی بناء پر ادارے کی طرف سے عوام کو مہیا کی گئی خدمات یا سہولتوں کے معیار کا اندازہ ہوتا ہے اور مستقبل کے لئے لائحہ عمل مرتب کرنے میں مدد ملتی۔

اخباری تراشے

تعلقات عامہ سے منسلک افراد کے بارے میں شائع ہونے والے تمام تر مواد پر نظر رکھتے ہیں اور اسے تراشوں کی صورت میں ریکارڈ کے طور پر محفوظ کر لیتے ہیں ان تراشوں کی بنیاء پر معلوم کیا جاسکتا ہے کہ (الف) ادارے کے بارے میں مہیا کئے گئے مواد کی کس حد تک تشہیر ہو گئی ہے (ب) ادارے کے بارے میں عوام کے مختلف طبقوں کی رائے کیا ہے (ج) کاروباری مقابلے کے اس دور میں ادارے کو معلوم ہو جاتا ہے کہ اس جیسے دوسرے ادارے کیا کر رہے ہیں اور انہیں کس حد تک اہمیت دی جا رہی ہے۔

شماریاتی جائزہ

تعلقات عامہ کا شعبہ اپنے ادارے کے لئے اس نوعیت کے اداد و شمار بھی بہم پہنچاتا ہے کہ ادارے کے ساتھ کتنے اور کس قسم کے لوگوں کو دلچسپی ہے اور یہ دلچسپی کس طرح برقرار رکھی جا سکتی ہے یا اس میں کس حد تک اور کن ذرائع سے اضافہ کیا جا سکتا ہے۔

معلوماتی پمفلٹ

تعلقات عامہ کا شعبہ عوامی ردعمل معلوم کرنے کے لئے ادارے کی کارکردگی کے بارے میں معلوماتی پمفلٹ وغیرہ شائع کرتا ہے اور اس طرح انہیں ادارے کی خدمات اور افادیت سے متعارف کراتا ہے۔

فلموں کی نمائش

تعلقات عامہ کا شعبہ اپنے ادارے کے بارے میں معلوماتی دستاویزی فلموں کی تیاری کے لئے ضروری مواد فراہم کرتا

دنیا کی تمام یونیورسٹیز کے لیے انٹرن شپ رپورٹس، پروپوزل، پراجیکٹ اور تھیسز وغیرہ بھی آرڈر پر تیار کیے جاتے ہیں۔

علامہ اقبال اوپن یونیورسٹی کی تمام کلاسز کی حل شدہ اسائنمنٹس، گیس پیپرز فری میں ہماری ویب سائٹ سے ڈاؤن لوڈ کریں ہاتھ سے لکھی ہوئی اور آن لائن ایل ایم ایس کی مشقیں ویب سائٹ پر ہیں۔

ہے اور ان کو عوام کی دلچسپی سے قریب تر کرنے کے لئے اپنی عملی اور مشاہداتی قوتیں صرف کرتا ہے۔
معلوماتی مواد

تعلقات عامہ کا شعبہ اپنے ادارے کی مصنوعات یا خدمات کو مارکیٹ میں لانے سے قبل ایک تعارفی مہم تیار کرتا ہے تاکہ متعلقہ صارفین قبل از وقت ادارے کی کارکردگی سے آگاہ ہو سکیں یہ معلوماتی مواد پوسٹرز، سلائیڈز وغیرہ پر مشتمل ہوتا ہے۔

شکایات، تجاویز

تعلقات عامہ سے منسلک افراد ادارے کے بارے میں متعلقہ عوام کی آراء اور شکایات سے ادارے کے منتظمین کو بروقت آگاہ کرتے رہتے ہیں جن کی بناء پر ادارے کی مصنوعات اور خدمات کے معیار کو بلند کر کے مصنوعات کی فروخت میں اضافہ کیا جا سکتا ہے یہ تجاویز تحقیقی معاملات اور جدید ٹیکنیکل اختراعات اور ایجادات کے ضمن میں بھی ادارے کی معاونت کرتی ہیں۔

کاشان اکبر می
0334-5504551
Download Free Assignments from
Solvedassignmentsaiou.com

دنیا کی تمام یونیورسٹیز کے لیے انٹرن شپ رپورٹس، پروپوزل، پراجیکٹ اور تھیسز وغیرہ بھی آرڈر پر تیار کیے جاتے ہیں۔

میٹرک سے لیکر ایم اے ایم ایس سی ایم فل تک تمام کلاسز کی داخلوں سے لیکر گری کے حصول تک کی تمام معلومات مفت میں حاصل کرنے کے لیے ہماری ویب سائٹ کا وزٹ کریں

میٹرک ایف اے آئی کام بی اے بی ایف، بی ایف، بی ایس ایم اے ایم ایف ایم ایس سی کی پی ڈی ایف اسائنمنٹس ویب سائٹ سے مفت میں ڈاؤن لوڈ کریں ہاتھ سے لکھی ہوئی اور ایل ایم ایس کی انفرادی امتحانی مشقوں کے لیے اکیڈمی کے نمبرز پر رابطہ کریں