

## 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 عالم طور پر تعلقات عامہ کا باقاعدہ نقطہ آغاز 1948 کے اس دور کو قرار دیتے ہیں جب ریاست ہائے متحده 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 ہے پرانی ہے حتیٰ قدم کہ بنی انسان کی تمدنی تاریخ ہے۔ تعلقات عامہ یا اس سے قریب طریقہ ہائے کار کی افادیت کے حوالہ 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 ہوتا ہے کہ ”تعلقات عامہ“ کا آغاز تجاتی اور حکومتی پیغامات کی ترسیل یا تبادلے کے لئے ہوا۔ بعد کے انوار میں اسے باقاعدہ ایک پیشہ یا فن کے حیثیت لئے دی گئی۔

1925ء میں سب سے پہلے برطانوی حکومت نے اپنی صحت، پنشن یا ہائوسنگ سکیموں کے پروگراموں کے اعلانات کے لئے تعلقات عامہ کے شعبے کا سہارا لیا۔ اس کے بعد اس نوع کی ضروریات بڑھنی گئی اور زیاد سے زیاد 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 تقدیم میں اپنے ہاں تعلقات کے اداروں کی بنیاد ڈالی اور انھیں مستحکم بنیادوں پر جاری رکھنے کی مساعی کرنے لگے۔ رکھنے 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 ہوئے مختلف اداروں میں تعلقات عامہ کا عمل دخل بہت بڑھ گیا 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 لئے ابلاغ عامہ کی ابتدائی اصناف قرار دے سکتے ہیں۔

تعلقات عامہ کے فرائض منصبوی

تعلقات عامہ کے فرائض منصبوی کو تین واضح حصوں میں تقسیم کیا جا سکتا ہے ان میں سب سے پہلے ادار 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 دو طرفہ 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 کھلاتا ہے اس ضمن میں جو چیز چیزہ امور مدنظر رکھے جاتے ہیں وہ یہ ہیں:

تحقیق

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

علام اقبال اور پن یونیورسٹی کی تمام کلاسز کی حل شدہ اسائنس، گیس پپر زفری میں ہماری و بہباد سائنس سے ڈائی ان لوڈ کریں ہاتھ سے لکھی ہوئی اور آن لائن ایل ایم ایس کی مشقیں دیتباہ ہیں۔

کسی بھی ادارے کو درست معلومات کی فراہمی کے لئے تحقیق ایک لازمی امر ہے تعلقات عامہ سے منسلک افراد کا فرض ہوتا ہیکے 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 جانیوالے پروگراموں سے متعلق مواد فراہم کرتے ہیں تاکہ پیش کردہ پروگرام موثر، زود اثر اور بہرپور ہو۔ ادارے کے مفادات کو مدنظر رکھتے ہوئے نشریاتی مواد کی فراہمی تعلقات عامہ کے فرائض میں شامل ہیں۔

**صارفین کے لئے سوالنامہ** تعلقات عامہ کا شعبہ اپنے ادارے یا محکمے کے بارے میں مختلف رجحانات اور حالات کو مدنظر رکھتے ہوئے وقتاً فوقتاً سوالنامہ 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 لائقہ عمل مرتب کرنے میں مدد ملتی اخباری تراشے

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

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

(ج) کاروباری مقابلے کے اس بیوں میں ادارے کی خدمات 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 نویت کے اداروں شمار بھی یہم پہنچاتا ہے کہ ادارے کے ساتھ کتنے اور کس قسم کے لوگوں کو دلچسپی ہے اور یہ دلچسپی کس طرح برقرار رکھی جاسکتی ہے یا اس میں کس حد تک اور کن ذرائع سے اضافہ کیا جا سکتا ہے۔

## 2.7 معلوماتی پمپلٹ

تعلقات عامہ کا شعبہ عوامی رد عمل معلوم کریں کے بارے میں معلوماتی پمپلٹ وغیرہ شائع کرتا ہے اور اس طرح انہیں ادارے کی خدمات اور افلاحت سے متعارف کرتا ہے۔  
فلموں کی نمائش

تعلقات عامہ کا شعبہ اپنے ادارے کے بارے میں معلوماتی مستاویزی 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 پوسٹر، 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 منظمهں کو بروقت آگاہ کرتے رہتے ہیں جن کی بناء پر ادارے کی مصنوعات اور خدمات کے معیار کو بلند کرکے مصنوعات کی فروخت میں اضافہ کیا جاسکتا 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 ائرن شپ رپورٹس، پروپوزل، پراجیکٹ اور تحسیز وغیرہ بھی آرڈر پر تیار کیے جاتے ہیں۔

علام اقبال اور پن یونیورسٹی کی تمام کلاسز کی حل شدہ اسمگٹش، گیس پپر زفری میں ہماری ویب سائٹ سے ڈاؤن لوڈ کریں ہاتھ سے لکھی ہوئی اور آن لائن ایل ایم ایل کی مشقیں دستیاب 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 کافن 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 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:** ماهرین تعلقات عامہ عوام 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 لا 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 اس کوئی مخصوص نام نہیں دیا گیا تھا اگر ہم غور کریں تو محسوس ہو گا کہ تعلقات عامہ کی تاریخ اتنی ہی پرانی ہے حتیٰ قدمی کہ بنی انسان کی تمنی تاریخ ہے۔ تعلقات عامہ یا اس سے قریب قریب طریقہ 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 ہوتا ہے کہ ”تعلقات عامہ“ کا آغاز تجاتی اور حکومتی پیغامات کی ترسیل یا تبادلے کے لئے ہی ہوا۔ بعد کے ادوار میں اسے باقاعدہ ایک پیشہ یافن کے حیثیت دی ہی گئی۔

1925ء میں سب سے پہلے برطانوی حکومت نے اپنی صحت، پنشن یا ہائوسنگ سکیموں کے پروگراموں کے اعلانات کے لئے تعلقات عامہ کے شعبے کا سہارا لیا۔ اس کے بعد اس نوں کی ضروریات بڑھتی گئی اور زیاد سے زیاد 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 تقليید میں اپنے ہاں تعلقات کے اداروں کی بنیاد ڈالی اور انھیں مستحکم بنیادوں پر جاری رکھنے کی مساعی کرنے لئے۔ رک्तہ 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 ہوئے 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 لئے 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 زرائے ابلاغ: آج کی معاشری، سماجی اور سیاسی زندگی میں ایک دوسرے پر انحصار بہت بڑھ چکا ہے۔ دنیا کی تمام یونیورسٹیز کے لیے ائرن شپ رپورٹس، پروپوزل، پراجیکٹ اور تھیسیز وغیرہ بھی آرڈر پر تیار کیے جاتے ہیں۔

علام اقبال اور پنیونیورسٹی کی تمام کلاسز کی حل شدہ اسائنس، گیس پپر زفری میں ہماری ویب سائٹ سے ڈاؤن لوڈ کریں ہاتھ سے لکھی ہوئی اور آن لائن ایل ایم ایم کی مشقیں دستیاب ہیں۔

اور ادارہ اس امر کے لیے کوشش 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 مشاهدات 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 گرفتاری 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 اچھاتاش پیدا کر سکتا ہے جو ابلاغ عامہ کے ذرائع کو چاپک دستی سے استعمال کر سکتا ہو۔

### اقسام۔

تعلقات عامہ میں ابلاغ عامہ کی اہمیت اور افایت 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 پہیہ حرکت میں آتا ہے تعلقات عامہ کو موثر اور بہترین و جاندار 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۔

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 رسان ہوتا ہے اور خود ہی پیغام وصول کرنے والا بھی۔ کویا وہ خود کلامی کے عمل سے گزر کر اپنے آپ کو کچھ سمجھا رہا ہوتا ہے مثلاً سوچ بچار کرنا، تقریر کرنا، یہرسل کرنا، آئینے میں اپنے چہرے کے اتار چڑھائی اور حرکات و سکنات کا جائزہ لینا۔

### بین الشخصی ابلاغ۔

اعلان کے اس عمل میں پیغام رسان اور وصول کنندہ آمنے سامنے ہوتے ہیں اور پیغام رسان 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 الشخصی اور کثیر گروہی ابلاغ کے درمیان کی شکل ہے یادو سے الفاظ میں ہم یہ کہہ سکتے ہیں کہ وہ خاصی حد تک بین الشخصی ابلاغ کی حدود کے پھیلانو کا نام ہے۔ مثلاً کلاس روم کا ابلاغ، گروپ ڈسکشن، فورم، مباحثہ، مذاکرہ، سیمینار، پنجائیت وغیرہ قلیل گروہی ابلاغ کی صورتیں ہیں۔

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

علام اقبال اور پنیونیورسٹی کی تمام کلاسز کی حل شدہ اسمگنٹس، گیس پپر زفری میں ہماری ویب سائٹ سے ڈاؤن لوڈ کریں ہاتھ سے لکھی ہوئی اور آن لائن ایل ایم ایل کی مشقیں دیتے ہیں۔

## کثیر گروہی ابلاغ

اسے میکرو گروپ کا ابلاغ بھی کہا جاتا ہے اور پیغام رسان ایک بڑے ہجوم سے خطاب کرتے ہوئے براہ راست ان تک اپنا پیغام پہنچاتا ہے اور گروپ کے ارکان کے مابین ایک دوسرے کے ساتھ پیغام اور جوابی پیغام کا عمل اور رد عمل واضح ہو کر سامنے آتا ہے۔ مثلاً کوئی لیڈر جسلہ گاہ میں بہت بڑے اجتماع سے خطاب کرتا ہے۔ سامعین میں اس کی تقریر کے دوران میں خاص خاص موقعوں پر نعرے لگائے جاتے ہیں اور تالیاں پیٹھی جاتی ہیں۔ یہی جوابی پیغامات ہیں جو خیال اور عمل پر اثر انداز ہوتے ہیں۔

## پریس اور تعلقات عامہ :

تعلقات عامہ میں موثر ابلاغ کے لیے سب سے اہم ذریعہ پریس میڈیا ہے۔ مطبوعہ ذرائع سے مراد پیغام، مواد یا اطلاعات ہیں جو طبع ہو رکر قارئین تک پہنچیں۔ اسی اشاعتی ذرائعی ابلاغ میں روزنامہ، ہفت روزہ، ماهانہ رسائل، جرائد، ضمیمے وغیرہ شامل ہیں اس کے علاوہ پریس ریلیز اور خبر نامہ بھی مطبوعہ ذرائع کے زمرے میں آتے ہیں۔

سوال 4 بین الاقوامی تعلقات عامہ کے ارتقاء اس کی اہمیت اور مسائل پر بحث کریں۔  
جواب۔

یہ محض کہنے کی بات نہیں بلکہ ٹھوس حقیقت ہے کہ ہم نہایت تیز رفتار تبدیلیوں کے عہد میں جی رہے ہیں۔ سابقہ بیسیوں صدی نے دو عالمی جنگیں اور متعدد علاقائی جنگیں دیکھی ہیں ایٹھی قوت 1929 سے 1939 تک کے سنیگن عالمی اقتصادی بحران اور جنگ عظیم یوم کے بعد ہونے والے ایجادات بالخصوص توانائی سے چلنے والی تیز رفتار سواریاں، جہاز، سیاروں کے مابین مواصلاتی رابطے، بین البراعظمی میزائل، کمپیوٹر تیکنالوجی کی خیرہ کن ترقی اور ان سب پر مستزاد آبادی میں خوفناک اضافے نے دینا کافی ہے بلکہ رکھ دیا ہے جبکہ تو نائیکے بعض اہم وسائل اور دوسرے قدرتی وسائل سمٹنے دکھائی دیتے ہیں لیکن جس چیز نے انسان کو جہاں جہاں کر رکھ دیا ہے وہ ذرائع ابلاغ و مواصلات کی خیرہ کن ترقی ہے۔ ان کی بدولت لوگوں کے فکر و عمل میں بے پنا تبدیلیاں ہوئی ہیں۔ لوگ آج جس انداز میں سوچتے ہیں اسی سے اس بات کا تعین ہو گا کہ کہاں کا رویہ کیا ہو گا۔ تیری سے سستی ہوئی دنیا میں یہ بات بڑی اہمیت کی حامل ہے۔  
عالمی جنگوں کے اثرات۔

اس بنیادی تبدیلی کا آغاز پہلی جنگ عظیم کے بعد ریڈیو کی ایجاد سے ہوا۔ سفر کے تیز رفتار ذرائع نے اس ذہنی تبدیلی کی رفتار کو تیز تر کیا۔ دونوں عالمی جنگوں کے دوران فوجیوں اور سول آبادی کی نہایت تیز منتقلی اور حرکت پذیری نے اس عمل کو مزید تیز کیا۔ ٹیلی ویژم کی ایجاد نے فاصلوں کو اور بھی سمیٹ دیا۔ اخبارات، جرائد اور کتابوں کی بہت بڑی پیمانے پر اشاعت اور ترسیل کی جدید نظام میں بھی اپنا کردار ادا کیا ہے۔ دور برآز دیہات میں آباد لوگ بھی ہزاروں سال تک اپنے محدود ماحول میں بند رہنے کے بعد عالمی پیمانے پر رونما ہونے والی تبدیلیوں سے آگاہ ہو گئے جس سے ان کی خواہشوں کی حدود بہت پھیل گئی ہیں۔ مثال کے طور پر 1914ء سے قبل ہندوستان کے کسی گاؤں کے لوگوں کا انداز فکر و نظر وہی تھا جو ہزاروں برس سے چلا آ را تھا لیکن ذرائع مواصلات و ابلاغ کی ترقی سے گویا بوتل میں مقید جن باہر نکل آیا۔ ریڈیو، اخبارات جرائد اور کتب کے پھیلاء کی بدولت، نیز تیر رفتار سواریوں کے باعث دیکھتے ہی دیکھتے سب کچھ تبدل ہو گیا اور ایس بلکہ پہلی جیسی صورت کبھی لوٹ کر نہیں آئی۔  
سماجی انتشار اور یہ چینی کے اثرات۔

بلاغ و مواصلات کے جیدی ذرائع کی بدولت لوگوں کے ذہنوں میں نئی توقعات کی جت جگا دینا جتنا آسان ہے ان کی جاگی ہوئی امیدوں کی تسلیم یقیناً اتنی آسان نہیں۔ کسی دور دراز علاقے میں ریڈیو، اخبارات اور کتب کا پنچنا اور ند لوگوں کا پڑھنے لکھنے کی صلاحیت حاصل کر لینا معمولی بات ہے جب کہ کہیتی باڑی کے جدید طریقوں کو رائج کرنا معدنیات اور دوسرے قدرتی وسائل کو ترقی دینا، ٹرانسپورٹ کا جدید نظام قائم کرنا اور کارخانے وغیرہ لگانا بہت مشکل کام ہے مادی اسیات کی کمی اور اس بڑھتے ہوئے سماجی شعور کے بامیں تضاد کے باعث انتشار، یہ چینی اور دنیا کی تمام یونیورسٹیز کے لیے ائرن شپ رپورٹس، پروپوزل، پراجیکٹ اور تحسیز وغیرہ بھی آرڈر پر تیار کیے جاتے ہیں۔

علام اقبال اور پنیونیورسٹی کی تمام کلاسز کی حل شدہ اسمائیش، گیس پپر زفری میں ہماری ویب سائٹ سے ڈاؤن لوڈ کریں ہاتھ سے لکھی ہوئی اور آن لائن ایل ایم ایل کی مشقیں دستیاب ہیں۔

سیاسی افراطی کا پیدا ہونا قادر تی بات ہے۔

جهان دنیا میں ایک طرف مختلف پیمانوں کی اشتراکیت، مغربی انداز کی جمهوریت، آمری، نیم آمریت، نیم جمهوریت 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 یہ چینی اور افراطی میں اضافہ ہو رہا ہے کیونکہ تیسری دنیا کے ترقی پذی ممالک میں خاص طور پر پیداواری قوتیں اتنی ترقی یافتہ نہیں کہ بڑھتی ہوئی خواہنشوں اور امیدوں کا ساتھ ہے 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 سرمائی 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 آکئے 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 کار پوریشنز 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 بڑھتی 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۔

هر معاشرے کی اپنی اقدار جذبات اور احساسات ہوتے ہیں غیر ملکیوں کے باعث میں قدرتی طور پر شک و شبہ کی گنجائش موجود ہوتی ہے تیسری دنیا کی 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 و رسوخ کے مالک بن جائیں اور ان کے اندر ہونے والے معاملات و مسائل پر اثر انداز ہونا شروع کر دیں وہ اس بات کو بھی پسند نہیں کرتے کہ ان کے ہاں سے سرمایہ دوسرا ممالک میں منتقل ہو۔ صنعتی طور پر ترقی یافتہ ممالک میں بھی باہمی رقبتیں پائی جاتی ہیں یورپی برائیری کے ممالک جاپان اور امریکہ کے اقتصادی غلبے سے خائف ہیں۔ امریکہ میں چینی اور جاپانی مصنوعات کی ایسہا دہنہ درآمد مسئلہ بنی ہوئی ہے بالکل معمول کے حالات میں بھی اندونہن ملک تیار کردہ مصنوعات کو درآمد کردہ سازوں سامان پر ترجیح دی جاتی ہے ان سب حقائق سے واضح ہوتا ہے کہ ان گوناگون پہچیدگیوں 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 سمحہ 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 معلوم ہنا چاہیے کہ ان کی مشروط امداد، جارحانہ اقتصادی پالیسیوں اور شوسرے ملکوں کے اندر ہونے والے 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 برعک جاپان کا صنعتی اور تجارتی اثر و رسوخ 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 ائرن شپ رپورٹس، پروپوزل، پراجیکٹ اور تحسیز وغیرہ بھی آرڈر پر تیار کیے جاتے ہیں۔

علام اقبال اور پن یونیورسٹی کی تمام کلاسز کی حل شدہ اسائنس، گیس پپر زفری میں ہماری ویب سائٹ سے ڈاؤن لوڈ کریں ہاتھ سے لکھی ہوئی اور آن لائن ایل ایم ایل کی مشقیں دیتباہ ہیں۔

جواب۔

**تعلقات عامہ کے فرائض منصبی:** تعلقات عامہ کے فرائض منصبی کو تین واضح حصوں میں تقسیم کیا جاسکتا 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 دو طرفہ 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 کھلاتا 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 ہیکے 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 جانیوالے پروگراموں سے متعلق مواد فراہم کرتے ہیں تاکہ پیش کردہ پروگرام موثر، زود اثر اور بہرپور ہو۔ ادارے کے مفادات کو مدنظر رکھتے ہوئے نشریاتی مواد کی فراہمی تعلقات عامہ کے فرائض میں شامل ہیں۔

**صارفین کے لئے سوالنامہ**

تعلقات عامہ کا شعبہ اپنے ادارے یا محکمہ کے بارے میں مختلف رجحانات اور حالات کو مدنظر رکھتے ہوئے وقتاً فوقتاً سوالنامہ 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 کھلائے لائھے عمل مرتب کرنے میں مدد ملتی۔

**اخباری تراشہ**

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 تشهیر ہو گئی ہے (ب) ادارے کے بارے میں عوام کے مختلف طبقوں کی ردائی 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 بھم پہنچاتا ہے کہ ادارے کے ساتھ کتنے اور کس قسم کے لوگوں کو دلچسپی ہے اور یہ دلچسپی کس طرح برقرار رکھی جاسکتی ہے یا اس میں کس حد تک اور کن ذرائع سے اضافہ کیا جاسکتا ہے۔

**معلوماتی پمپلٹ**

تعلقات عامہ کا شعبہ عوامی رد عمل معلوم کرنے کے لئے ادارے کی کارکردگی کے بارے میں معلوماتی پمپلٹ 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 ائرن شپ رپورٹس، پروپوزل، پراجیکٹ اور تھیسیز وغیرہ بھی آرڈر پر تیار کیے جاتے ہیں۔

میرک سے لیکر ایم اے ایم ایس کی ایم فل شکن تھام کا سرکی راغوں سے لیکر گری کے حصول تک کی تھام معلومات منتہ میں حاصل کرنے کے لیے ہاری ویب سائٹ کا ذرا بزرگ

علماء قابل اور پن یونیورسٹی کی تمام کلاسز کی حل شدہ اسائنس، گیس پپر زفری میں ہماری ویب سائٹ سے ڈاؤن لوڈ کریں ہاتھ سے لکھی ہوئی اور آن لائن ایل ایم ایس کی مشقیں دیتباہ ہیں۔

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

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 پوسٹر، 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 منظمهین کو بروقت آگاہ کرتے رہتے ہیں جن کی بناء پر ادارے کی مصنوعات اور خدمات کے معیار کو بلند کرکے مصنوعات کی فروخت میں اضافہ کیا جاسکتا ہے یہ تجاویز تحقیقی معاملات اور جدید ٹیکنیکل اختراعات اور ایجادات کے ضمن میں بھی ادارے کی معاونت کرتی ہیں۔



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