

تعلقات عامه

COURSE CODE: 9263

ASSIGNMENT : 02

SEMESTER: SPRING 2025

سوال 1 پاکستان میں تعلقات عامہ کی تاریخ پر مفصل نوٹ لکھیں۔
جواب:

پاکستان میں تعلقات عامہ کا تاریخی پس منظر: پاکستان جن علاقوں پر مشتمل ہے ان میں تعلقات عامہ کے فن کی ابتداء کب ہوئی اس بارے میں وثوق سے کچھ نہیں کہا جا سکتا۔ مگر شواہد بتاتے ہیں کہ اس خطے میں کئی ہزار سال پہلے تعلقات عامہ کا کسی نہ کسی رنگ میں وجود رہا ہے یعنی رائے عامہ کو متاثر کرنے کیلئے یہاں ایسے ذرائع یا حربے استعمال کئے جاتے رہے ہیں جنہیں ہم تعلقات عامہ کہہ سکتے ہیں ہزاروں بیشتر برصغیر پاک و ہند کے حکمرانوں نے اپنے احکام، اقوال اور کارنامے لوگوں تک پہنچانے کیلئے لائوں اور چٹانوں کا سہارا لیا۔ مانسہرہ، گلگت اور ملک کے دیگر شمالی علاقوں میں ماضی کے حکمرانوں کے چٹانوں پر کندہ احکامات، اقوال اور کارنامے آج بھی موجود ہیں۔ ان میں بعض محکمہ تحفظ آثار قدیمہ نے موسمی اثرات سے بچانے کے لئے مناسب تدابیر اختیار کر رکھی ہیں ایک ایسی ہی چٹان مانسہرہ کی قریب آج بھی موجود ہے جس پر مہاراجہ اشوک (تقریباً سوا دو سو سال ق م) کے فرمان کندہ ہیں گویا اس سمانہ میں تعلقات عامہ کی صورتیں موجود تھیں لیکن یہ کہنا مشکل ہے کہ یہ شعوری تھی یا غیر شعوری۔

یہ شاہی فرمان بڑی شاہراوں، منڈیوں اور ایسی جگہوں پر نصب کیے جاتے تھے جہاں سے عوام کا کثرت کے ساتھ گزر ہوتا تھا۔ لاٹوں یا چٹانوں پر کندہ ان شاہی فرمانوں کا مقصد عوام کے ساتھ موثر ابلاغ کی کوشش کرنا تھا۔ تعلقات عامہ کے ماہرین موجود دور میں جو خدمات سر انجام دے رہے ہیں ان میں سرفہرست آج بھی یہی کام ہیں یعنی ”ادارے اور اس کے ”عوام“ کے درمیان اعتماد پیدا کرنے کے لیے مسلسل کوشش یا جدوجہد کرنا۔“

تعلقات عامہ کا استعمال اور افادیت: دوسرا بڑا کام ماہرین تعلقات عامہ کو انجام دینا پڑتا ہے وہ اپنے ادارے کو رائے عامہ سے مسلسل آگاہ رکھتا ہوتا ہے۔ تاریخ کے مطالعے سے پتہ چلتا ہے کہ برصغیر میں مسلمان حکمرانوں نے عوام کی خواہشات، خیالات اور حالات وغیرہ سے آگاہ رہنے کیلئے ملک کے کونے کونے میں وقائع نگار و نویس تعینات کر رکھے تھے۔ وقائع نویس اپنے صوبے یا تعیناتی کے علاقے کے حالات سے شہنشاہ کو مکمل آگاہ رکھتے اور پوری طرح باخبر رکھتے تھے۔ وقائع نویس براہ راست مرکز کیلئے ماتحت ہوتے تھے اور ان کی رپورٹوں میں صوبائی عمال کے طرز عمل پر بھی روشنی ڈالی جاتی تھی موجودہ دور میں حکومتیں کچھ اسی نوعیت کا کام محکمہ اطلاعات سے لے رہی ہیں ابوالفضل اپنی شہرہ آفاق کتاب آئین اکبری میں لکھتا ہے کہ ماضی میں وقائع نویس کے عہدے کے بارے میں شواہد ملتے ہیں مگر اس کے اعلیٰ مقاصد کا اعتراف حال ہی میں شہنشاہ اکبر کے دور میں (1558-1605) کیا گیا۔ ان شواہد کی بنا پر ہم کہہ سکتے ہیں کہ پاکستان میں تعلقات عامہ کی تاریخ خاصی پرانی ہے اور اس خطے میں کچھ لوگ سینکڑوں بلکہ ہزار سال سے ایسے کاموں میں مشغول رہے ہیں جن میں سے کچھ آج بھی تعلقات عامہ کے ماہرین انجام دے رہے ہیں۔ لیکن موجودہ زمانے میں تعلقات عامہ کو جس طرح سمجھا جاتا ہے اسکی ابتداء بیسویں صدی کے آغاز میں ہوئی جب کئی تجارت اور صنعتی کمپنیوں نے اپنی اشیاء کی تشہیر کے لیے اس فن کا باقاعدہ استعمال شروع کیا

دوسری جنگ عظیم اور خطہ ہند: دوسری جنگ عظیم کے دوران انگریزوں کو جنگ لڑنے کے لیے برصغیر پاکستان

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

فلموں، سلائیڈوں، دستاویزی فلموں، ثقافتی تقریبوں، پریڈوں وغیرہ کے انعقاد کا انتظام کرتا ہے۔ غرض وہ ابلاغ کا ہر حربہ استعمال میں لاتا ہے۔ پبلک ریلیشن اور تشہیر مترادف اصطلاحات نہیں ہیں۔ تشہیر، پبلک ریلیشن کا ایک حصہ ہو سکتی ہے، بجائے خود اسے پبلک ریلیشن کا عمل نہیں سمجھنا چاہیے۔

سیاسی وابستگی اور استعمال۔

سیاسی طور پر اگر سیاست کو اجاگر کرنے کی ضرورت پیش آئے تو شعبہ تعلقات عامہ کو کس طرح متحرک اور مہارت کا حامل ہونا چاہئے کیونکہ اگر یہ تعلقات عامہ ماہر نہیں ہوں گے تو کوئی بھی حکومت اعلیٰ سے اعلیٰ کارکردگی کے باوجود اپنا امیج عوام کے سامنے بہتر نہیں بنا سکے گی۔ اسلئے حکومت کی کوشش ہوتی ہے کہ میڈیا اور عوام کے ساتھ اس کے تعلقات بہتر ہوں اور اس کا مثبت امیج عوام کے سامنے آئے۔ اس کام میں شعبہ تعلقات عامہ اہم کردار ادا کرتا ہے۔ اگر یہ بہتر اور مضبوط نہ ہو تو اچھی بھلی حکومت کا امیج بھی خراب ہو سکتا ہے۔ اسلئے ہر حکومت اس طرف خاص توجہ دیتی ہے کہ وہ میڈیا کے ساتھ میڈیا یعنی ریڈیو، ٹی وی اور اخبارات کے ساتھ تعلقات مضبوط اور بہتر ہوں۔ اب یہ رابطہ جتنا مضبوط ہو گا اتنا ہی عوام اور حکومت کے درمیان رشتہ مضبوط ہو گا۔

سیاسی تعلقات عامہ ورکر کی ذمہ داریاں۔

پبلک ریلیشن یا تعلقات عامہ ایک ایسا پیشہ ہے جس میں تخلیقیت، تعاون اور کچھ ہٹ کر کرنے کی ضرورت ہوتی ہے۔ جب کوئی پبلک ریلیشن کی ڈگری حاصل کرنے کے بعد عملی زندگی میں آتا ہے تو اسے بہت سے مشوروں سے نوازا جاتا ہے، جن پر عمل کر کے وہ اپنی مہارت میں اضافہ کرتے چلا جاتا ہے۔

☆ سیاسی جماعتوں کے تعلقات عامہ کے ورکرز کی ذمہ داری ہوتی ہے کہ خاص طور پر الیکشن میں تمام تر معاملات کو مانٹیر کرنا ہے اور اس پر تمام تر ٹائم ٹیبل شیڈول دینا شامل ہے۔

☆ سیاسی جماعت کی طرف سے مطبوعہ مواد مہیا کرنے کے لیے تصویروں سے مزین خبری اعلامیے جاری کرنا۔
☆ اپنے ادارے کی طرف سے سیاسی سرگرمیاں میٹنگز، معلوماتی کتابچے، تعارف نامے، ہینڈبل، فولڈر، کیٹلاگ،
ڈائریاں، کیلنڈر اور مطبوعہ خبرنامے یا ادارے کے رسائل و جرائد اور رپورٹ وغیرہ تیار کرنا۔
☆ آڈیو اور ویڈیو مواد کے طور پر ریڈیو ٹی وی پروگرام، تقریروں، مذاکروں، جلسوں اور مباحثوں کا اہتمام کرنا۔
☆ بصری مواد مہیا کرنے کے لیے مظاہروں، نمائش، فلموں، سلائیڈوں، دستاویزی فلموں، ثقافتی تقریبوں، پریڈوں
وغیرہ کے انعقاد کا انتظام کرنا۔

☆ آجکل چونکہ سوشل میڈیا کا دور ہے تو اس حوالے سے سیاسی اور سماجی تعلقات کے پلیٹ فارمز جیسے فیس بک، انسٹا گرام اور ٹوئٹر وغیرہ کو استعمال میں لانا یا اپنے ادارے کی ایپ ڈویلپ کروانا یا پھر فیس بک پیج کو آپ ڈیٹ رکھنا بھی شعبہ تعلقات عامہ کے ذمہ ہوتا ہے۔

☆ سوشل میڈیا پر کمپنی کی حوالے سے صارفین کے فیڈ بیک یا راء کی نگرانی کرنا۔

☆ اپنے پارٹی رہنماؤں کا اچھا امیج اور تاثر عوام کے سامنے لانا۔
☆ بحیثیت ماهرِ تعلقات عامہ آپ کو خبری مواد کی تحریر، رائے عامہ کی تشکیل اور اخبار و رسائل کے اجرا جیسے کام بھی کرنے پڑ سکتے ہیں۔

☆ دیگر ذمہ داریوں میں ادارے کے اندر ملازمین کے درمیان ابلاغ یا اطلاعات کی فراہمی کے لیے میموز نکالنا وغیرہ بھی شامل ہیں۔

انفرادی خصوصیات

سیاسی پبلک ریلیشن یا تعلقات عامہ کے میدان میں آنے والوں کو اعلیٰ شخصیت، تحریر و تقریر پر دسترس، عمدہ اور دلچسپ گفتگو کرنے کی اہلیت، اپنے ادارے یا محکمے سے گہری وابستگی، وفاداری، مجلسی آداب سے آگاہی، ذمہ داری، خوش لباسی اور شگفتہ مزاجی جیسی صفات سے مزین ہونا چاہئے۔ یہ اوصاف ادارے اور عوام میں پی آر آفیسر کو ہر دلچیز شخصیت بنادیتے ہیں۔ الیکشن کے حوالے سے تمام تر ضابطے اور شیڈول دینا بھی شامل ہے۔

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

سیاسی تعلقات عامہ کے ماہر کے طور پر آپ کی ذمہ داری ایک فوجی کی طرح ہوتی ہے، جسے ہر وقت تیار رہنا پڑتا ہے۔ اس کے ساتھ آپ کو مختلف یا پیچیدہ صورتحال کو سنبھالنے کے لیے ابلاغ کا دانشمندانہ استعمال کرنا ہوتا ہے۔

نیٹ ورکنگ

سیاست میں تعلقات عامہ میں بہتر اور خوشگوار تعلقات قائم کرنا ہی کامیابی کی کنجی ہے۔ اگر بحیثیت سیاسی پارٹی کے کارکن آپ چاہتے ہیں کہ آپ کا پیغام سنا جائے تو اس ضمن میں میڈیا میں موجود اہم اداروں سے اپنے بہتر پیشہ ورانہ تعلقات قائم کرنا ہوں گیتاکہ وہ آپ کے پیغام کو ترجیحی دیں اور اسے وسیع پیمانے پر عوام تک پہنچا سکیں۔

مسائل حل کرنیکی صلاحیت

اگر ذرائع ابلاغ سیاسی پارٹی کے لوگوں یا ادارے کی مثبت انداز میں کوریج نہیں کرتا، تو آپ کو اس مسئلے کا خوش اصولوبی سے حل نکالنا ہوگا۔ اس صورتحال میں کرائسس مینجمنٹ اہم کردار ادا کرتی ہے، آپ کو اس تنقید یا منفی پروپیگنڈے کو فوری طور پر ختم کرنے کے لیے اقدامات کرنے ہوتے ہیں۔

تحریری ابلاغ

اپنے سیاسی لیڈر جماعت کے رہنما اور تعلقات عامہ کے ماہر کو ہر قسم کی تحریر لکھنے یا لکھوانے پر دسترس ہونی چاہئے، یہ آپ کی اہم ذمہ داری ہے۔ بہتر تحریری ابلاغ سے ہی آپ اپنی ساکھ بہتر بنا سکتے ہیں اور عوام تک پہنچ سکتے ہیں۔

عوامی تقریر

ایک شخص جو کسی بھی امیج کو قائم یا بہتر کرنے کے پیچھے کار فرما ہے، اسے اپنے افسران یا سیاسی جماعت کے شراکت داروں کے سامنے بات کرنے کا ہنر ادا چاہئے۔ پی آر اسپیشلسٹ سیاسی پارٹی کا چہرہ ہوتے ہیں، اسی لئے انہیں ہر وقت کسی بھی ایشویا مسئلے پر بات کرنے کے لیے تیار رہنا چاہئے۔

سیاسی جماعتیں اور حکومت کا تعلق۔

اس لئے حکومت اور حکومتی اداروں کے شعبہ تعلقات عامہ میں متحرک اور جاندار ماہرین کی موجودگی ہمیشہ حکومت کو کسی بھی مشکل حالات سے نکالنے میں معاون ثابت ہوتی ہے۔ بھرکیف پریس انفارمیشن ڈیپارٹمنٹ کی یہ ایک اچھی اور کامیاب کوشش تھی جس میں میڈیا اور حکومتی اداروں کے درمیان میں اثر تعلقات قائم کرنے میں مدد ملے گی اور اس میں موجود خامیاں دور ہوں گی۔ موجودہ حالات میں جب ایک طرف ہماری بیرونی سرحدوں پر ہمارا دشمن ہمارے دوستوں کو بھی ہمارے خلاف اکسانے میں کامیاب نظر آتا ہے اور اندرون ملک ہمارے گمراہ طبقے دہشت گردوں اور جرائم پیشہ افراد کے ہاتھوں میں کھیل رہے ہیں۔ مذہبی لسانی اور صوبائی تعصبات کو ایک بار پھر ہوا دی جا رہی ہے۔ میڈیا پر بھاری ذمہ داری عائد ہوتی ہے کہ وہ ایسے عناصر پر بھی کڑی نگاہ رکھے جو بھیڑ کی کھال میں چھپے بھیڑیے ہیں۔ میڈیا اگر صرف اپنی ریٹنگ بڑھانے کے چکر میں مذہبی، سیاسی اور لسانی تعصب کو ہوا دیگا تو اس کا سارا اثر ملک پر پڑیگا۔ اسی طرح حکومت بھی اگر اپنی ساری توانائیاں سیاسی جنگ لڑنے میں صرف کرے گی تو اس سے عوام فلاح و بہبود اور ملکی ترقی کے کاموں پر برا اثر پڑے گا۔

سیاست میں تعلقات عامہ میں کیا کرنا ہوتا ہے؟ کرنا یہ ہوتا ہے کہ محکموں، سیاسی جماعتوں اداروں یا تنظیموں کی طرف سے عوام کو یہ بتایا جائے کہ وہ انہیں اپنی کیا خدمات، اشیا اور مصنوعات پیش کرتے ہیں۔ ان خدمات، اشیا، مصنوعات کی نوعیت، معیار اور افادیت کیا ہے وغیرہ۔ دوسری طرف خود خدمات، اشیا اور مصنوعات پیش کرنے والے ادارے اور تنظیموں کو یہ بتانا ہوتا ہے کہ وہ جو خدمات و مصنوعات اور اشیا عوام کے سامنے پیش کر رہے ہیں ان کے بارے میں صارفین کا رد عمل کیا ہے۔ اس طرح دو طرفہ ابلاغ سے مفاہمت کا وہ پل تعمیر ہوتا ہے جس سے اداروں کو اپنی خدمات و مصنوعات کو رائے عامہ کی پسند کے سانچوں میں ڈھالنے کا موقع ملتا ہے اور ان کی کارگزاری میں بہتری اور پیش رفت آتی ہے۔

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

خصوصی مہارتوں کی ضرورت۔

ان امور کے طے ہونے کے بعد اس امر کا تعین کرنا ہوتا ہے کہ اشتہار کا مقصد کیا ہوگا۔ یہ اشتہار کس علاقے کے لیے ہوگا۔ اس کی نفسیاتی رسائی کیا ہوگی؟ یہ معاملات طے پا جائیں تو یہ فیصلہ کرنا ہوتا ہے کہ اس اشتہار کے لیے کون سا ذریعہ • ابلاغ موزوں ہوگا۔ اس فیصلے کا انحصار اس پر ہوتا ہے کہ اشتہار کس طبقے کو پڑھوانا، سنوانا یا دکھانا مقصود ہے اور اس طبقے کے زیر استعمال زیادہ کون سا ذریعہ • ابلاغ رہتا ہے۔ اس فیصلے میں یہ لحاظ بھی شامل ہوتا ہے کہ کون سا ذریعہ • ابلاغ مالی اعتبار سے اشتہار جاری کرنے والے کی مالی استعداد کے مطابق ہوگا۔ ان مراحل کے طے ہونے کے بعد اشتہار کی اصل تیاری کے عمل کا آغاز ہوتا ہے۔ ان تمام مراحل کے خوش اسلوبی سے طے پانے کے بعد ہر مرحلے میں ماہرین کے مشوروں کی ضرورت ہوتی ہے اس طرح اشتہار سازی / بازی ایک ایسا عمل ہے جسے خصوصی مہارتوں اور اہلیتوں کے لوگوں کی ایک ٹیم مشترکہ کوشش سے پایہ تکمیل کو پہنچاتی ہے۔ اس لیے اشتہار سازی / بازی کو اب ایک مسلمہ اور باقاعدہ پیشے کا درجہ حاصل ہو گیا ہے۔

سوال 3 تعلقات عامہ کے آداب اور ضابطہ اخلاق پر روشنی ڈالیں۔

سوال 3 تعلقات عامہ کے آداب اور ضابطہ اخلاق پر روشنی ڈالیں۔

جواب:

تعلقات عامہ کے آداب: تعلقات عامہ کو ایک پیشے کے طور پر امریکی اور یورپی ممالک میں فروغ حاصل ہوا۔ اس لیے وہاں تعلقات عامہ سے متعلق بہت سی انجمنیں بھی وجود میں آئیں۔ ان اداروں نے تعلقات عامہ کے آداب بھی متعین کئے ان میں جو ادارے نمایاں ہیں ان میں پبلک ریلیشنز سوسائٹی آف امریکہ اور انسٹی ٹیوٹ آف پبلک ریلیشنز برطانیہ شامل ہیں۔ 1961ء میں بین الاقوامی انجمن تعلقات عامہ (انٹرنیشنل پبلک ریلیشنز ایسوسی ایشن) نے وینس کے مقام پر اپنی جنرل اسمبلی کے اجلاس میں تعلقات عامہ کے پیشے سے منسلک افراد کے لیے جو آداب (پروٹوکول) متعین کئے ان کی تفصیل درج ذیل ہے اور اسے جدید تعلقات عامہ کے فن کا پہلا ضابطہ اخلاق کہا جاتا ہے۔

تعلقات عامہ کے اہم نکات:

تعلقات عامہ کے اہم نکات:

- ذاتی دیانت سے مراد ہے کہ اعلیٰ اخلاقی اقدار اور بے داغ شہرت کو برقرار رکھا جائے۔
- پیشہ ورانہ دیانت سے مراد ضابطہ اخلاق کی پابندی اور بین الاقوامی انجمن تعلقات عامہ کی آئین اور قواعد و ضوابط کی پاسداری ہے۔
- تعلقات عامہ سے منسلک افراد اپنے ماضی اور حال کے آجروں اور موللوں سے حسن سلوک
- کوئی رکن ایسا کام نہیں کرے گا جس سے اس کی ماضی کے آجریا مؤکل کے مفاد کو نقصان
- اپنے سابق آجروں اور موللوں کے اعتماد کو ٹھیس نہیں پہنچائے۔
- کوئی رکن ایسا کام نہیں کرے گا جس کے ماضی کے آجریا مولک کے مفاد کو نقصان پہنچے۔
- ہر رکن کی پیشہ ورانہ سرگرمیاں مفاد عامہ کے مطابق اور شرف انسانی کے مکمل احترام
- ذاتی دیانت :
- پیشہ ورانہ دیانت :
- کیا آئین اور قواعد و ضوابط کی پاسداری ہے :
- حسن سلوک :
- کو برقرار رکھیں۔
- باہمی احترام :
- پہنچے۔
- اعتماد :
- مفادات کا تحفظ :
- مفاد عامہ :
- پامینی ہوگی۔
- ابلاغ عامہ کی کے وسائل کی بدنامی :
- کوئی رکن ایسی حرکت نہیں کرے گا جس سے ابلاغ عامہ کے وسائل کی
- بدنامی ہو۔
- جھوٹی معلومات :
- کوئی رکن جھوٹے یا گمراہ کن معلومات نہیں پھیلائے گا۔
- مساعی انداز :
- ہر رکن اس انداز سے مساعی کرے گا جس سے اس کی تنظیم کی متوازن اور دیانت دارانہ نمائندگی
- ہو۔

11. تنظیم: کوئی رکن ایسی تنظیم نہیں بنائے گا جس کا ظاہری مقصد حقیقی مقصد سے مختلف ہو اور وہ تنظیم اس کے موکل یا آجر کو کفیتہ طور پر نقصان پہنچائے۔

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

12. نقصان:

کوئی رکن دوسرے رکن یا اسکی تنظیم کی شہرت یا کاروبار کو نقصان نہیں پہنچائے گا۔

13. کوشش:

کوئی رکن ایسی کوشش نہیں کرے گا جس کا مقصد کسی دوسرے رکن یا موکل کو ہٹا کر خود اس

کی جگہ لینا ہو۔

اضابطه اخلاق:

مئی 1965ء میں یونان کے شہر ایتھنز میں بین الاقوامی تعلقات عامہ اور تعلقات عامہ کے یورپی اضابطہ اخلاق:

مرکز کا مشترکہ اجلاس ہوا اور ایک بین الاقوامی ضابطہ اخلاق منظور کیا گیا سے استھنز کا ضابطہ اخلاق کہتے ہیں۔

1. تعلقات عامہ سے منسلک افراد اسے اخلاق اور ثقافت کے فروغ میں مدد دیں، جنہیں انسان کے حقوق کے عالم

منشور میں تحفظ دیا گیا ہے عالمی منشور اقوام متحدہ نے دسمبر 1948ء میں اختیار کیا

2- اطلاع کے عمل کے جوصلہ افزائے کی۔ اور خبروری اطلاعات کی آزاد

ٹیب کا حصہ بنے۔

3 اساطین علیا اختیار کرد

4. انہیں دشمن کے خلاف ایمان، امان، امداد و معاونت کا اعتراف کہ

شہزادان کے لئے ایک نئے دور

شرکاء اسلامی کو سر بلند کرے ہونے یہ تسلیم کرے کہ ہر فرد کو یہ حق حاصل ہے کہ وہ اپنی مرضی اور صلاحیت کے

پہلے رات کا اظہار کر سکتے۔

پہلے رات کا اظہار کر سکتے۔

۵۔ خواتین خواہ کیسے ہی کیوں نہ ہوں متعلقہ فریقین کے مخصوص مفادات کو پیس نظر رکھتے ہوئے اس طرح کا کام

کرے کہ ایک طرف متعلقہ خروہوں کی ضروریات اور خواہشات پوری طرف بنظیم کی اقدار اور احرام بھی قائم رہیں۔

7۔ اپنے وعدے اور قول پر قائم رہے۔ دیانت داری اور وفاداری سے کام کرے ہوتے ہیں سابقہ اور حالیہ اجروں اور

موکلوں کے مفادات کو تحفظ دے اس ضابطہ

اخلاق

(الف)۔ سچا

مبنی ہوں۔

(ج)۔ کسی ایسے کام یا عمل میں مدد نہیں دے گا جس سے انسانی اخلاقی دیانت و عزت و وقار کو نقصان پہنچنے

کے مطابق اپنے حق میں یا دوسروں کے خلاف ابھارا جاسکے پراپیگنڈہ ہوتا ہے۔ لوگوں کے ذہنوں کو متاثر کرنا اور انہیں اپنے مفادات کے تحت ڈھالنا اور موڑنا پروپیگنڈہ کا مقصد ہوتا ہے۔

۲۔ کسی بھی نزاعی یا قبل مباحثہ مسئلے پر بغیر کسی منطق اور پورے پس منظر کے اس طرح اظہار خیال کرنا کہ سننے، دیکھنے یا پڑھنے والا اس سے کوئی اثر قبول کرلے اور بعض صورتوں میں کچھ عمل یا ردعمل کرنے کے لیے تیار ہو جائے تو یہ سرگرمی پروپیگنڈہ ہوگی۔

۳۔ پروپیگنڈا کے جدید ترین معانی کسی دوسرے کی بالادستی یا فوقیت کو بھی منوانا ہے۔ اس بالادستی کو منوانے کے لیے پراپیگنڈہ اپنی وسعت اور دائرہ کار کے با وصف بہت اہمیت حاصل کر گیا ہے۔ پروپیگنڈا ایک ایسا بیج ہے جو ذہنوں کی زرخیز کھیتیوں میں بویا جاتا ہے اور پھر مسلسل پروپیگنڈے سے وہی بیج ایک تناور درخت بن جاتا ہے۔

پروپیگنڈہ کی اہمیت۔

پروپیگنڈا ایک طرح کی غیر مسلح جنگ کا نام ہے جس میں مہلک ہتھیار استعمال نہیں کیے جاتے ہیں بلکہ یہ ایک طرح سے زبان یا کلام کی لڑائی ہوتی ہے۔ پروپیگنڈہ کے ذریعے کسی مسلح تصادم کے بغیر بھی فتح حاصل کی جاسکتی ہے اور بعض صورتوں میں پروپیگنڈے کے ذریعے ایسے حالات پیدا کر دیئے جاتے ہیں کہ جنگیں شروع ہو جاتی ہیں۔ دشمن ممالک پروپیگنڈے کے اس وصف کو خوب نبھاتے ہیں۔

پروپیگنڈہ ایک مقصد۔

پروپیگنڈہ کا چونکہ مقصد ہی یہی ہوتا ہے کہ کوئی شخص کسی دوسرے شخص پر اس ہوشیاری کے ساتھ اپنی رائے ٹھونس دے اور اپنے نظریات یا سوچ کو موثر انداز میں پیش کرے کہ اس پیغام میں ایک طرح کا تاثر چھوڑ سکتا ہو۔ پروپیگنڈے کی اس خوبی سے اشتہار ساز کمپنیاں اور پبلسٹی کے ادارے بھرپور استفادہ حاصل کرتے ہیں۔

رائے عامہ کی ہمواری۔

ابلاغیات کی دنیا میں پروپیگنڈہ اب ایک اہم فن کی حیثیت اختیار کر گیا ہے۔ دنیا کی ہر قوم نے اس کی اہمیت اور نتائج کو محسوس کر لیا ہے اس لیے اب پروپیگنڈہ ہی کے ذریعہ سے بین الاقوامی سیاست کے لیے راہ ہموار کی جاتی ہیں۔ عالمی سطح پر وابستگیاں ظاہر کرنے اور ہمدردیوں کے اظہار کے لیے بھی پروپیگنڈہ ہی سے سہارا لیا جاتا ہے۔ اس ضمن میں ہر ملک کی نشریاتی عالمی سروسز اور غیر ملکی زبانوں میں پیش کئے جانے والے ٹی وی اور ریڈیو کے پروگرام اہم کردار ادا کرتے ہیں۔ یہی وجہ ہے کہ عالمی سطح پر پروپیگنڈے کے لیے نہ صرف خطیر رقم مختص کی جاتی ہے بلکہ بڑی سے بڑی قربانیاں دی جاتی ہیں۔

دخل اندازی۔

پروپیگنڈہ اپنے ملک کے اندر بیٹھ کر کسی ملک کے معاملات میں جدید ذرائع سے مداخلت کرنا ہے۔ یہ مداخلت مثبت بھی ہو سکتی ہے اور منفی بھی۔ ایسی مداخلت سرد جنگ یا نفسیاتی جنگ کے ذریعہ ہوتی ہے۔ آج کی دنیا میں شاید ہی کوئی ملک ہو جو کسی طرح کی سرد جنگ یا نفسیاتی جنگ میں ملوث نہیں یا ان میں سے کسی ایک یا دونوں کا شکار نہ رہا ہو۔ تمام ممالک عالمی سطح پر سرد جنگ اور نفسیاتی جنگ کے عادی ہو چکے ہیں ماہرین کا یہ خیال ہے کہ عالمی پروپیگنڈہ بھر صورت مختلف ممالک کے درمیان عداوت پیدا کرتا ہے اور غلط فہمیوں کو جنم دیتا ہے۔ اس سے عالمی امن بھی درہم برہم ہو جاتا ہے۔

پروپیگنڈہ اور تعلقات عامہ میں فرق۔

تعلقات عامہ اپنی نوعیت کے اعتبار سے ایک مکمل علم اور فن ہے اس کے برعکس پروپیگنڈہ سارے مقاصد کے دنیا کی تمام یونیورسٹیز کے لیے انٹرن شپ رپورٹس، پروپوزل، پراجیکٹ اور تھیسز وغیرہ بھی آرڈر پر تیار کیے جاتے ہیں۔

حصول کے لیے ایک جزو کی حیثیت رکھتا ہے اگرچہ یہ جزو بڑی اہمیت کا حامل ہے تعلقات عامہ میں رائے عامہ کو ہموار کرنے اور تشکیل دینے کے لیے مختلف طریقے اور ذرائع استعمال کئے جا سکتے ہیں جنہیں پروپیگنڈہ ایک ایسا ذریعہ جس سے عوامی رویے کو اپنے حق میں مثبت اور ہمدردانہ بنایا جا سکتا ہے گوئبلز نے کہا تھا کہ ”پروپیگنڈہ کی کوئی پالیسی نہیں ہوتی اس کا ایک مقصد ہوتا ہے“ اس بیان کی رو سے پروپیگنڈا کسی پالیسی کو چلانے کا محض ایک ذریعہ ہے جبکہ تعلقات عامہ ایک طے شدہ پالیسی ہوتی ہے وہ یہ کہ ادارے کے لئے بہتر ساکھ کا حصول کس طرح سے ممکن بنایا جا سکتا ہے۔ حکومت، ادارے، طبقے کی پالیسی میں حالات کے مطابق تبدیلی ہوتی رہتی ہے تاہم اس بدلی ہوئی پالیسی میں بھی تعلقات عامہ اپنی نوعیت کے اعتبار سے ایک مکمل علم اور فن ہے اسکے برعکس پروپیگنڈہ سارے مقاصد کے حصول کے لیے ایک جزو کی حیثیت رکھتا ہے اگرچہ یہ جزو بڑی اہمیت کا حامل ہے تعلقات عامہ میں رائے عامہ کو ہموار کرنے اور تشکیل دینے کے لیے مختلف طریقے اور ذرائع استعمال کئے جا سکتے ہیں جنہیں پروپیگنڈہ ایک ایسا ذریعہ جس سے عوامی رویے کو اپنے حق میں مثبت اور ہمدردانہ بنایا جا سکتا ہے گوئبلز نے کہا تھا کہ ”پروپیگنڈہ کی کوئی پالیسی نہیں ہوتی اس کا ایک مقصد ہوتا ہے“ اس بیان کی رو سے پروپیگنڈا کسی پالیسی کو چلانے کا محض ایک ذریعہ ہے جبکہ تعلقات عامہ ایک طے شدہ پالیسی ہوتی ہے وہ یہ کہ ادارے کے لئے بہتر ساکھ کا حصول کس طرح سے ممکن بنایا جا سکتا ہے۔ حکومت، ادارے، طبقے کی پالیسی میں حالات کے مطابق تبدیلی ہوتی رہتی ہے تاہم اس بدلی ہوئی پالیسی میں بھی پروپیگنڈہ کا بنیاد مقصد نہیں بدلتا ہے۔ پروپیگنڈہ کا مقصد بھی ہوتا ہے کہ پالیسی کے مقاصد کو کس طرح بہتر اور آسان طریقے سے حاصل کیا جا سکتا ہے۔

سوال 5- تعلقات عامہ میں عوام سے کیا مراد ہے نیز عوام کی مختلف اقسام بیان کریں۔

سوال 5- تعلقات عامہ میں عوام سے کیا مراد ہے نیز عوام کی مختلف اقسام بیان کریں۔

جواب:

عوام کی تعریف : تعلقات عامہ میں ”عوام“ کی اصطلاح صرف عوام الناس کے لیے استعمال نہیں کی جاتی بلکہ ”عوام“ سے مراد وہ مخصوص گروہ ہوتے ہیں جنہیں تعلقات عامہ کی سرگرمی کا ہدف مقرر کیا جاتا ہے۔ یا بالفاظ دیگر جن کے ساتھ تعلقات استوار کرنا مقصود ہوتا ہے۔ یہ علاقائی شہری ملازمین، صنعت کار، صارفین، اراکین، انتظامیہ تقسیم کار اور بہت سے دوسرے لوگ بھی ہو سکتے ہیں۔ تعلقات عامہ کے کے ضمن میں ”عوام“ کا لفظ مخصوص معانی کا حامل ہے مہرین نے اس کی تشریح یوں کی ہے کہ کسی بھی پیشہ وارانہ یا غیر پیشہ وارانہ ادارے کو ان لوگوں کے ساتھ بھر حال ایک تسلسل کے ساتھ تعلقات قائم رکھنے ہوتے ہیں جن کا اس کے ساتھ براہ راست تعلق ہو۔ لوگوں کے یہی گروہ عوام کہلاتے ہیں بعد ازاں عوام کے ان مختلف گروہوں کے سلسلے میں بھی ترجیحات متعین کرنا پڑتی ہیں تاکہ ان کے مطابق تعلقات عامہ کے عمل کو جاری رکھا جاسکے یہ ترجیحات بجٹ، افرادی قوت اور دوسرے بے شمار عوامل کی بناء پر وضع کی جاتی ہیں مثال کے طور پر ایک بینک کے عوام کو لیجئے سب سے پہلے دیکھنا ہو گا کہ بینک کی مختلف سرگرمیوں میں عوام کے کون کون سے گروپ شامل ہیں۔ ان میں بینک کا اپنا عملہ۔ اس کے گاہک اور بینک کے مقاصد کو عوام سے متعارف کرانیوالے ادارے وغیرہ شامل ہیں۔ بینک کے فرائض میں لوگوں کی رقوم اور مال وغیرہ کا تحفظ اور عوام کو مختلف اوقات میں مختلف ضروریات کیلئے روپیہ فراہم کرنا ہوتا ہے۔ شعبہ تعلقات عامہ کے فرائض میں شامل ہے کہ وہ عوام کے متعلقہ گروہوں کو یہ بتائے کہ بینک کی انتظامیہ ان امور میں ان کی کس طرح معاونت کر سکتی ہے اور ان کیلئے یہ سہولتیں حاصل کرنے کے لیے طریقہ کار کیا ہے وغیرہ۔

تعلقات عامہ اور اس کے عوام : عام طور پر تعلقات عامہ سے متعلق عوام کو درج ذیل گروپوں میں تقسیم کیا جاتا ہے ۔

(1) مقامی آبادی: یہ عوام کا وہ گروپ ہے جو کسی ایسے ادارے یا شخص کے قرب و جوار میں رہائش پذیر یا مصروف کار ہو جس کیلئے تعلقات عامہ کا عمل سرانجام دینا مقصود ہو۔ فیکٹری، سٹور، دکان، ہوائی اڈے، بندرگاہ، ریسرچ لیبارٹری یا کسی بھی ادارے کو لے لیجئے۔ اس کے گرد و نواح میں لا تعداد لوگ رہتے یا کام کرتے نظر آتے ہیں ان کی اکثریت ادارے کے ساتھ کسی نہ کسی طور پر متعلق ہو تی ہے بعض اداروں کے کام کی جگہ یا دفاتر مختلف علاقوں میں بکھرے ہو تے ہیں۔ اس لحاظ سے ان اداروں کو مختلف نواحی گروپوں سے واسطہ پڑتا ہیاچھے اداروں کو ہمسایوں

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

کے لیے بہتر پالیسی یا حکمت عملی وضع کرنے کی ضرورت ہوتی ہے۔ کیونکہ ان ہی میں سے ادارے کو ملازمین، منت کش، افرادی قوت، گاہک، صارفین اور بھتسے خیر خواہ دستیاب ہوتے ہیں۔

تعلقات عامہ کا شعبہ اپنے ادارے کے انکے ساتھ بہتر تعلقات استوار کرنے کے لیے موثر کردار ادا کرتا ہے۔ بعض اوقات ادارے کا وفود ہی ہمسایوں کے لیے تکلیف دہ ہوتا ہے۔ شور، گرد، بد بو، ہجوم وغیرہ ہمسایوں کیلئے پریشانی کا باعث بنتے ہیں ان تمام امور پر قابو پانے کے لیے بھی تعلقات عامہ ہی کا سہارا لینا پڑتا ہے۔ گویا عوام کا یہ گروپ یعنی مقامی آبادی ادارے کیلئے بنیادی اہمیت کا حامل ہے۔

(2)۔ امکانی ملازمین: کوئی بھی ادارہ اپنے مستقبل کے ملازمین پر اس خیال سے نظر رکھتا ہے کہ آنے والے وقتوں میں اس ادارے کو اپنی استعداد بڑھانے یا برقرار رکھنے کے لیے کہاں کہاں سے بہتر ملازمین حاصل ہو سکتے ہیں امکانی ملازمین میں موجود ملازمین کے رشتہ دار یا دوست، طالب علم اور دوسرے مقامی اداروں کے ملازمین شامل ہیں ان کو ادارے کی جانب مائل کرنے میں تعلقات عامہ کا کردار کسی طرح بھی طظر انداز نہیں کیا جاسکتا۔ نئی اسامیاں مشتہر کی جاتی ہیں ان میں پرکشش سہولتوں اور مراعات کا ذکر کیا جاتا ہے، تعلیم و تربیت کا اہتمام کیا جاتا ہے اور نئی آسامیوں کو انکے لیے دلچسپ ترین سرگرمی ثابت کیا جاتا ہے، اگر عوام کا یہ گروہ ادارے کے لیے اچھی رائے نہ رکھتا ہو تو تعلقات عامہ کے ذریعے ان کی یہ رائے بدلنے کی کوشش کی جاتی ہے۔

(3)۔ ادارے کے ملازمین: تعلقات عامہ کا سب سے پہلا کام ادارے کی انتظامیہ اور اس کے ملازمین کے مابین بہتر تعلقات کو فروغ دینا ہے۔ انتظامہ کو اپنے کارکنوں کے لیے ضروری اور بہتر سہولتیں فراہم کرنے کے لیے آمادہ کرنا محنت کسوں کی ضروریات کا ہمہ وقت دھیان رکھنا اور ان کی ترجیحات مقرر کرنا وغیرہ تعلقات عامہ ہی کے فرائض میں شامل ہے۔ ”عوام“ کے اس گروہ کو مزید حصوں میں بھی تقسیم کیا جاسکتا ہے۔

(1)۔ اعلیٰ انتظامی عہدیدار، (2)۔ سیکشنوں کے سربراہ، (3)۔ دفتری ملازمین، (4)۔ فیلڈ ورکر، (5)۔ فروخت کنندگان، (6)۔ ٹرانسپورٹ ورکرز، (7)۔ ادارے کے بیرونی نمائندے اور ایجنٹ (8)۔ جروقتی کارکن،

(4)۔ رسد کے ادارے: ادارے سے متعلق عوام میں رسد اور سہولتیں فراہم کرنے والے لوگ بھی کسی طرح کم اہمیت کے حامل نہیں ہوتے۔ رسد فراہم کرنے والوں میں خام مال، مشینری، پیکنگ کا سامان، ایندھن اور ٹرانسپورٹ سپلائی کرنے والے شامل ہیں جب سہولتیں فراہم کرنیوالوں میں پیشہ وارانہ سہولتیں (تحقیق، تجارت، کھیت اور فروخت وغیرہ) اور سماجی سہولتیں (صحت، پانی، پولیس وغیرہ) فراہم کرنے والے شامل ہیں، مخصوص نوعیت کے مختلف اداروں میں یہ گروپ بھی مختلف صورتوں میں سامنے آتے ہیں اور ان گروپوں کے ساتھ ابلاغ کے لیے تعلقات عامہ کا شعبہ جرائد، دوروں، فلموں، کانفرنسوں، سیمیناروں اور دوسرے ذرائع کی مدد اور معاونت حاصل کرتا ہے۔

(5)۔ منڈی: تعلقات عامہ کے ارکان ادارے کو منڈی کے بارے میں اور منڈی کو ادارے کے بارے میں مطلوبہ اور متعلقہ معلومات فراہم کرتے ہیں تاریخ کارکردگی، اغراض و مقاصد، دائرہ کار اور لائحہ عمل وہ عوامل ہیں جب سے آگاہی ہر دو کے لیے ضروری ہے۔ ادارے کی اقتصادی ضروریات کو پورا کرنے کے لیے منڈی کے اتار چڑھاؤ سے باخبر رہنا اور اس ضمن میں لائحہ عمل مرتب کرنے میں ادارے کی معاونت کرنا تعلقات عامہ کے فرائض میں شامل ہے۔ عوام کے اس گروہ کو ایک لازم حیثیت سے مدنظر رکھنا تعلقات عامہ کے لیے اہم ہوتا ہے۔

(6)۔ عام صارفین (گاہک): ”عوام“ کا یہ گروہ بھی اہم ترین حیثیت کا حامل ہے یہ وہ لوگ ہیں جو کسی فرم یا ادارے کی مصنوعات یا خدمات کو براہ راست اپنے استعمال میں لاتے ہیں۔ تعلقات عامہ سے منسلک افراد ان لوگوں کے

رجحانات، بیانات، ضروریات اور خواہشوں پر نظر رکھتے ہیں اور اس کے مطابق ادارے کی مصنوعات یا خدمات کو ان سے متعارف کراتے ہیں۔ بعض اوقات عام صارفین کو معلوم بھی نہیں ہوتا کہ ان کی ضروریات کس طرح پوری ہو سکتی ہیں یا ان کی خواہشات کی تشفی کس صورت میں ہو سکتی ہیں تعلقات عامہ کے افراد کا یہ فرض ہے کہ وہ ان لوگوں کو مطلوب معلومات بہم پہنچائیں اور انہیں بتائیں کہ انکے ادارے کی مصنوعات یا خدمات صارفین کے لیے کیسے متعارف کریں۔

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