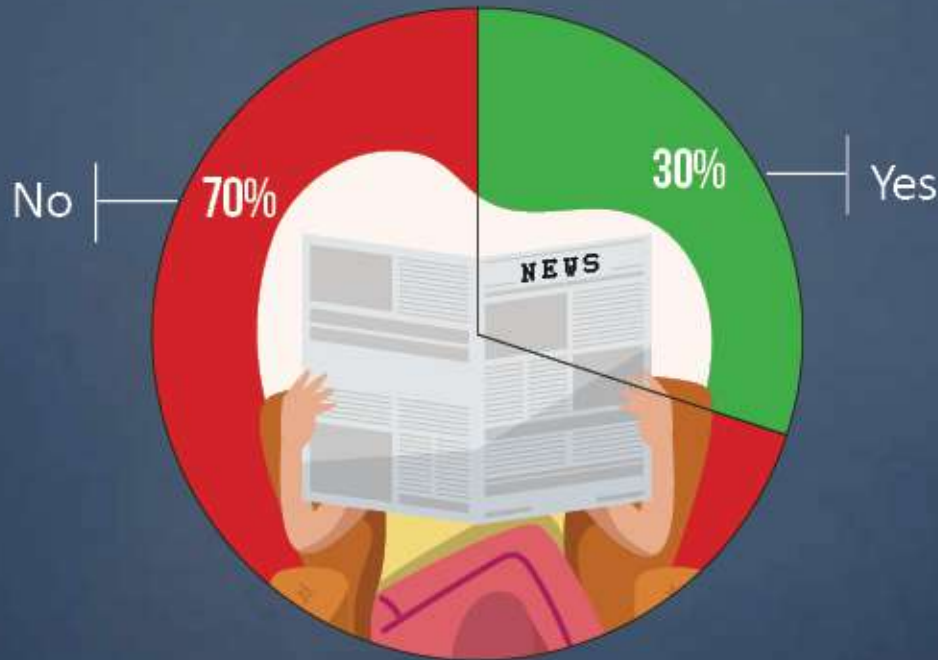


28th August, 2024

ONLY 30% OF PAKISTANIS HAVE READ MATRIMONIAL ADS IN NEWSPAPERS OR OTHER SOURCES; MEN AND URBAN RESIDENTS MORE LIKELY TO HAVE DONE SO: GALLUP & GILANI PAKISTAN

صرف 30% پاکستانیوں نے بتایا کہ انہوں نے اخبارات یا دیگر ذرائع سے شادی/ضرورتِ رشتہ کے اشتہارات پڑھے ہیں۔ ضرورتِ رشتہ کے اشتہارات پڑھنے کے حوالے سے شرح مرد حضرات اور شہری علاقوں میں رہنے والے افراد میں زیادہ پائی گئی۔

Question: Have you ever read marriage/matchmaking advertisements in newspapers or anywhere else?



پریس ریلیز رائے عامہ سروے ذاتی معلومات از واجبی حیثیت

شادی اور سماجی رویے پر پریس ریلیز کی سیریز کا پانچواں حصہ

صرف 30% پاکستانیوں نے بتایا کہ انہوں نے اخبارات یا دیگر ذرائع سے شادی/ضرورتِ رشتہ کے اشتہارات پڑھے ہیں۔ ضرورتِ رشتہ کے اشتہارات پڑھنے کے حوالے سے شرح مرد حضرات اور شہری علاقوں میں رہنے والے افراد میں زیادہ پائی گئی۔

(گیلپ & گیلانی پاکستان)،

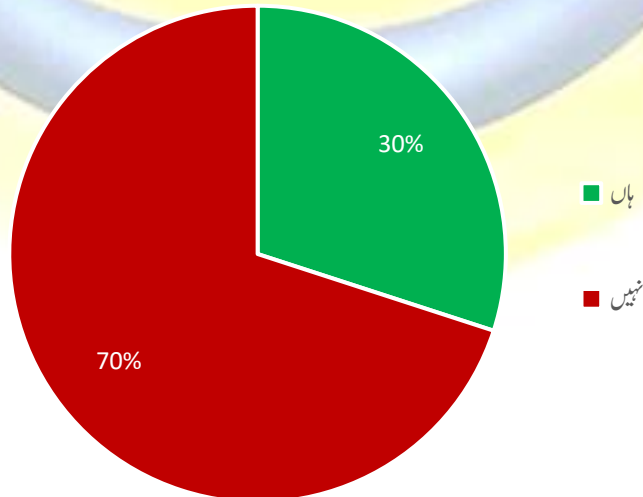
(اسلام آباد)، 28 اگست، 2024

گیلپ & گیلانی پاکستان کے ایک حالیہ سروے کے مطابق، صرف 30% پاکستانیوں نے بتایا کہ انہوں نے اخبارات یا دیگر ذرائع سے شادی/ضرورتِ رشتہ کے اشتہارات پڑھے ہیں۔ سروے کے نتائج سے یہ سامنے آیا ہے کہ ضرورتِ رشتہ کے حوالے سے اشتہارات دیکھنے کی شرح خواتین کی نسبت مرد حضرات میں 12% زیادہ پائی گئی۔ اسی طرح، دیہی علاقوں میں رہنے والے افراد کی نسبت شہری علاقوں میں رہنے والے افراد میں بھی ایسے اشتہارات دیکھنے یا پڑھنے کی شرح 5% زیادہ پائی گئی۔

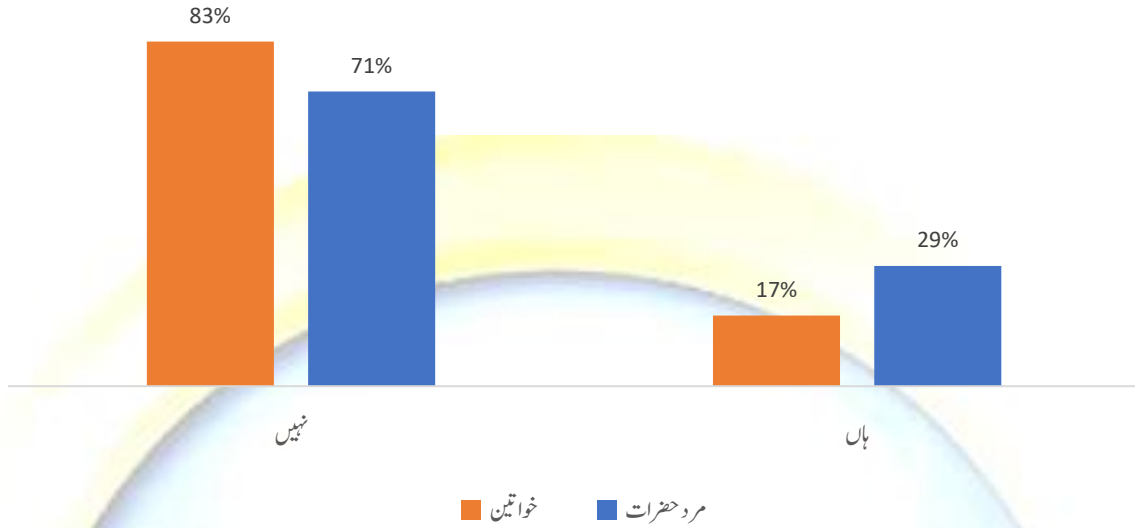
یہ پریس ریلیز گیلپ پاکستان کی جانب سے شادی اور سماجی رویے کے موضوع پر جاری ہونے والی پریس ریلیز کی سیریز کا حصہ ہے۔ اس پریس ریلیز کی سیریز کی پچھلی رپورٹ تک رسائی حاصل کرنے کیلئے برائے مہربانی [یہاں](#) کلک کریں۔

سروے میں ملک بھر سے شماریاتی طور پر منتخب خواتین و حضرات سے یہ سوال پوچھا گیا تھا کہ "کیا آپ نے کبھی اخبار میں یا کہیں اور شادی/ضرورتِ رشتہ کے اشتہارات پڑھے ہیں؟"۔ اس سوال کے جواب میں 30% جوابدہندگان کے مطابق "ہاں" انہوں نے کبھی اخبارات میں یا کہیں اور شادی/ضرورتِ رشتہ کے حوالے سے اشتہارات پڑھے ہیں، جبکہ 70% جوابدہندگان کے مطابق "نہیں" انہوں نے کبھی اخبارات میں یا کہیں اور شادی/ضرورتِ رشتہ کے حوالے سے اشتہارات نہیں پڑھے ہیں۔

"کیا آپ نے کبھی اخبار میں یا کہیں اور شادی/ضرورتِ رشتہ کے اشتہارات پڑھے ہیں؟"

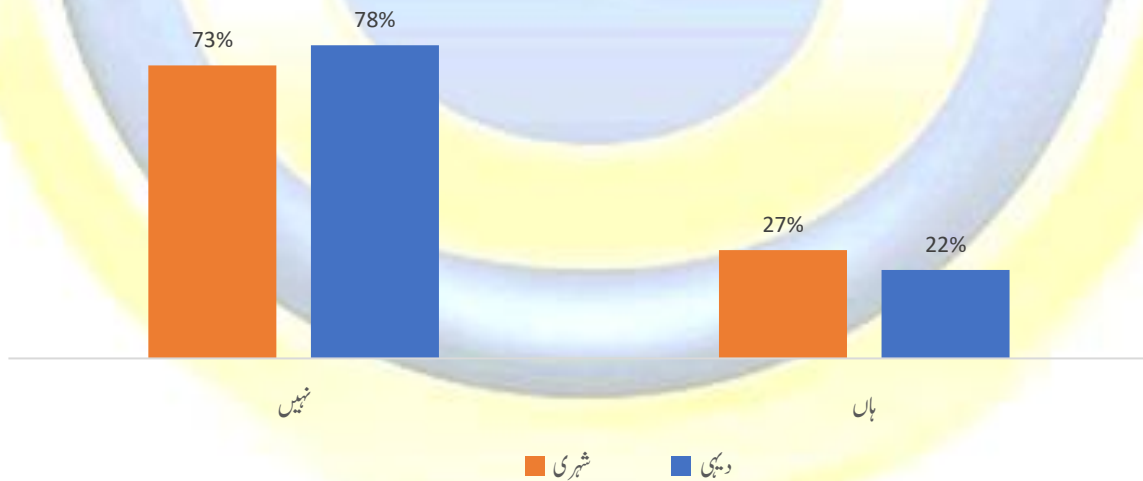


جنس کے اعتبار سے: پاکستانی خواتین (17%) کی نسبت، پاکستانی مرد حضرات کی 12% زیادہ شرح نے اخبارات میں یا کہیں اور شادی/ضرورتِ رشتہ کے اشتہارات پڑھنے کے حوالے سے بتایا۔



Source: Gallup & Gilani Pakistan
(www.gallup-international.com; www.gallup.com.pk, www.gilanifoundation.com)

علاقوں کے اعتبار سے: دیہی علاقوں میں رہنے والے (22%) افراد کے مقابلے شہری علاقوں میں رہنے والے افراد میں شادی/ضرورتِ رشتہ کے حوالے سے اشتہارات پڑھنے کی شرح 5% زیادہ پائی گئی۔ شہری علاقوں کی نسبت دیہی علاقوں میں ضرورتِ رشتہ کے اشتہارات پڑھنے یا دیکھنے میں کمی کی وضاحت دیہی علاقوں میں پڑھے لکھے ہونے کی شرح میں فرق یا اس تک رسائی میں درپیش مسائل سے کی جاسکتی ہے۔



Source: Gallup & Gilani Pakistan
(www.gallup-international.com; www.gallup.com.pk, www.gilanifoundation.com)

گیلانی ریسرچ فاؤنڈیشن کا حالیہ سروے گیلپ انٹرنیشنل سے منسلک گیلپ اور گیلانی پاکستان کی مدد سے کیا گیا۔ یہ سروے پاکستان کے چاروں صوبوں کی دیہی و شہری آبادی کے 755 مرد و خواتین سے 28 جون تا 10 جولائی 2024 میں کیا گیا ہے۔ غلطی کے امکان کا تخمینہ شماریاتی طور پر 95% اعتماد کے ساتھ تقریباً $\pm 3-2\%$ لگایا گیا ہے۔ اس سروے میں ڈیٹا اکٹھا کرنے کا طریقہ فون انٹرویو تھا۔

شادی اور سماجی رویے پر 2024 میں جاری ہونے والی پریس ریلیز کی سیریز

2024 میں پاکستان میں شادیوں اور اس پر سماجی رویے پر گیلپ پاکستان کی جانب سے جاری کی جانے والی پریس ریلیز کی سیریز تک رسائی حاصل کرنے کیلئے آپ مندرجہ ذیل لنک پر کلک کر سکتے ہیں۔

پریس ریلیز 1: ازواجی حیثیت – <https://gallup.com.pk/post/37262>

پریس ریلیز 2: والدین کی پسند کی شادی (Arranged Marriage) یا اپنی پسند کی شادی (Love Marriage) –

<https://gallup.com.pk/post/37276>

پریس ریلیز 3: شادی کا عرصہ / سال – <https://gallup.com.pk/post/37288>

پریس ریلیز 4: شادی کے حوالے سے رشتوں کی تلاش – <https://gallup.com.pk/post/37293>





Opinion Poll from Gallup Pakistan
*The Pakistani Affiliate of Gallup
International*



GILANI RESEARCH
FOUNDATION

Wednesday, 28th August, 2024

(4 Pages, Urdu version only)

Gilani Research Foundation is a not-for-profit public service project to provide social science research to students, academia, policy makers and concerned citizens in Pakistan and across the globe.

Gilani Research Foundation is headed by Dr. Ijaz Shafi Gilani who pioneered the field of opinion polling in Pakistan and established Gallup Pakistan in 1980. Currently Dr. Gilani, who holds a PhD from the Massachusetts Institute of Technology (MIT) and has taught at leading universities in Pakistan and abroad, is Chairman of Gallup Pakistan.

If you have any further questions regarding this poll, please feel free to contact us.

*Best Regards,
Gallup Pakistan*

Disclaimer: Gallup Pakistan is not related to Gallup Inc. headquartered in Washington D.C. USA. We require that our surveys be credited fully as Gallup Pakistan (not Gallup or Gallup Poll). We disclaim any responsibility for surveys pertaining to Pakistani public opinion except those carried out by Gallup Pakistan, the Pakistani affiliate of Gallup International Association. For details on Gallup International Association see website: www.gallup-international.com



Daily Gilani Poll
2024



of Gallup Pakistan
(1980-2024)