

Vol 5 Issue 1 Feb 2015

ISSN No : 2230-7850

International Multidisciplinary
Research Journal

*Indian Streams
Research Journal*

Executive Editor
Ashok Yakkaldevi

Editor-in-Chief
H.N.Jagtap

Welcome to ISRJ

RNI MAHMUL/2011/38595

ISSN No.2230-7850

Indian Streams Research Journal is a multidisciplinary research journal, published monthly in English, Hindi & Marathi Language. All research papers submitted to the journal will be double - blind peer reviewed referred by members of the editorial board. Readers will include investigator in universities, research institutes government and industry with research interest in the general subjects.

International Advisory Board

Flávio de São Pedro Filho Federal University of Rondonia, Brazil	Mohammad Hailat Dept. of Mathematical Sciences, University of South Carolina Aiken	Hasan Baktir English Language and Literature Department, Kayseri
Kamani Perera Regional Center For Strategic Studies, Sri Lanka	Abdullah Sabbagh Engineering Studies, Sydney	Ghayoor Abbas Chotana Dept of Chemistry, Lahore University of Management Sciences[PK]
Janaki Sinnasamy Librarian, University of Malaya	Ecaterina Patrascu Spiru Haret University, Bucharest	Anna Maria Constantinovici AL. I. Cuza University, Romania
Romona Mihaila Spiru Haret University, Romania	Loredana Bosca Spiru Haret University, Romania	Ilie Pintea, Spiru Haret University, Romania
Delia Serbescu Spiru Haret University, Bucharest, Romania	Fabricio Moraes de Almeida Federal University of Rondonia, Brazil	Xiaohua Yang PhD, USA
Anurag Misra DBS College, Kanpur	George - Calin SERITAN Faculty of Philosophy and Socio-Political Sciences AL. I. Cuza University, IasiMore
Titus PopPhD, Partium Christian University, Oradea,Romania		

Editorial Board

Pratap Vyamktrao Naikwade ASP College Devrukh,Ratnagiri,MS India	Iresh Swami Ex - VC. Solapur University, Solapur	Rajendra Shendge Director, B.C.U.D. Solapur University, Solapur
R. R. Patil Head Geology Department Solapur University,Solapur	N.S. Dhaygude Ex. Prin. Dayanand College, Solapur	R. R. Yalikar Director Managment Institute, Solapur
Rama Bhosale Prin. and Jt. Director Higher Education, Panvel	Narendra Kadu Jt. Director Higher Education, Pune	Umesh Rajderkar Head Humanities & Social Science YCMOU,Nashik
Salve R. N. Department of Sociology, Shivaji University,Kolhapur	K. M. Bhandarkar Praful Patel College of Education, Gondia	S. R. Pandya Head Education Dept. Mumbai University, Mumbai
Govind P. Shinde Bharati Vidyapeeth School of Distance Education Center, Navi Mumbai	Sonal Singh Vikram University, Ujjain	Alka Darshan Shrivastava Shaskiya Snatkottar Mahavidyalaya, Dhar
Chakane Sanjay Dnyaneshwar Arts, Science & Commerce College, Indapur, Pune	G. P. Patankar S. D. M. Degree College, Honavar, Karnataka	Rahul Shriram Sudke Devi Ahilya Vishwavidyalaya, Indore
Awadhesh Kumar Shirotriya Secretary,Play India Play,Meerut(U.P.)	Maj. S. Bakhtiar Choudhary Director,Hyderabad AP India.	S.KANNAN Annamalai University,TN
	S.Parvathi Devi Ph.D.-University of Allahabad	Satish Kumar Kalhotra Maulana Azad National Urdu University
	Sonal Singh, Vikram University, Ujjain	

Address:-Ashok Yakkaldevi 258/34, Raviwar Peth, Solapur - 413 005 Maharashtra, India
Cell : 9595 359 435, Ph No: 02172372010 Email: ayisrj@yahoo.in Website: www.isrj.org



संस्थान, प्रबंधन तथा जनसंपर्क के अंतःसंबंध : एक विश्लेषण

राज पॉल

पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग, हिमाचल प्रदेश विश्वविद्यालय, क्षेत्रीय केंद्र, धर्मशाला, हि.प्र.

सारांश :- सांगठनिक एवं प्रबंधकीय संकाय के रूप में जनसंपर्क अपेक्षाकृत विस्तृत एवं व्यापक क्षेत्र है। समकालीन परिवेश में व्यवसाय एवं उद्यम के क्षेत्र में इसे एक अवधारणा के रूप में स्वीकार किया गया है। सरकारी व सार्वजनिक संस्थानों के साथ-साथ निजी संस्थानों में भी जनसंपर्क की भूमिका काफी प्रभावी एवं निर्णायक है। ज्ञातव्य है कि उद्योग, व्यवसाय तथा सरकार के उदय से पहले ही आम जीवन में जनसंपर्क किसी-न-किसी रूप में विद्यमान रहा है। वस्तुतः जनसंपर्क किसी व्यक्ति, संस्था या प्रतिष्ठान के कार्यकलापों का ही परिणाम है। इसमें लोगों की प्रतिष्ठान व संगठन के प्रति सोच और प्रतिक्रिया का निरंतर अध्ययन किया जाना अपेक्षित है। अकादमिक संदर्भ में यह गतिहीन या स्थिर क्षेत्र नहीं है, अपितु इसमें निरंतर बदलाव और विकास की संभावनाएं रहती हैं। निश्चित ही अन्य किसी भी क्षेत्र की तरह गलतियों एवं अनिश्चितता की संभावनाएं भी इसमें बनी रहती हैं। क्योंकि, जनसंपर्क किसी संस्थान को मानवीय संवेदनाओं से परिपूर्ण करता है और प्राणहीन प्रतिष्ठान को जीवंतता प्रदान करता है, इसलिए जनसंपर्क में यह ध्यान रखना अत्यंत आवश्यक है कि संबंधित संस्थान या प्रतिष्ठान उन लोगों की प्राथमिक आवश्यकताओं की पूर्ति के लिए कार्य करे जो रोजगार, कमाई, सेवा, अन्य सामाजिक व आत्मिक संतुष्टि के लिए उस संस्थान पर निर्भर है। संस्थान का उद्देश्य व स्वरूप चाहे कुछ भी हो, लेकिन उसकी जनसंपर्क गतिविधियों का आयाम बहुत व्यापक एवं प्रभावी होता है। क्योंकि, संगठन अथवा संस्थान की गतिविधियां उसके उद्देश्यों के इर्द-गिर्द ही घूमती हैं। अस्तु, एक संस्थान में जनसंपर्क प्रणाली को स्थिति की सही जानकारी के साथ-साथ उस परिवेश के बारे में भी जानकारी होनी चाहिए, जिसकी गतिविधियों को अंततः उसे निर्देशित एवं नियंत्रित करना है। व्यापार व उद्यम क्षेत्र, प्रबंध के नए आयामों, कार्मिक नीतियों और उपभोक्ता की ओर झुकाव जैसी वास्तविकताओं और बदली परिस्थितियों से जूझ रहा है। ऐसे में जनसंपर्क प्रणाली ने भी अपनी संस्थागत महत्ता रेखांकित की है। नई सोच अपनाने वाला प्रबंधकीय वर्ग जनसंपर्क को ऐसा जरिया स्वीकार करता है जिसकी सहायता से प्रबंध बाह्य बदलावों पर नज़र रख सकता है और साथ ही जिसके द्वारा समाज भी कार्पोरेट नीति को प्रभावित कर सकता है।

कुंजी शब्द: अकादमिक संदर्भ, संस्थागत महत्ता, सहअस्तित्व, सरप्लस अर्जन, संवर्द्धनात्मक साहित्य, ब्रांड छवि

प्रस्तावना :-

आज के इस तेजी से बदलते समाज में मूल्य भी तेजी से बदल रहे हैं और आकांक्षाएं भी बेहद बढ़ गई हैं। परिणामस्वरूप कई सामाजिक अंतर्द्वंद्व जन्म ले रहे हैं। नागरिक-सरकार, कर्मचारी-मालिक, उपभोक्ता-निर्माता, प्रबंध-शंयर धारकों आदि के बीच उपजी गलतफहमियां और असामंजस्य यदा-कदा मतभेद के रूप में उभर कर सामने आते हैं। ये कुछ चुनौतियां हैं जहां संबंधित संस्थान या संगठन के लिए जनसंपर्क प्रभावी व महत्वपूर्ण भूमिकाओं का निर्वहन कर सकता है। इस परिप्रेक्ष्य में जनसंपर्क प्रणाली द्वारा संस्थान के लोगों का मनोविज्ञान समझकर, समस्या की तह में जाकर, समस्या और मतभेदों को सुलझाने की दक्षता हासिल करना अपेक्षित ही नहीं, अपितु अनिवार्य हो जाता है।

संपूर्ण विश्व में सार्वजनिक निगमों, व्यावसायिक व औद्योगिक कंपनियों, व्यावसायिक संगठनों, गैर लाभकारी व लाभकारी संगठनों आदि में हजारों की तादात में जनसंपर्ककर्मी कार्यरत हैं। इतने विस्तार के बावजूद एक पेशे के रूप में बेहतर एवं प्रभावी प्रबंधन के निहितार्थ विभिन्न निजी एवं सार्वजनिक संस्थानों के संदर्भ में इसकी भूमिका, उद्देश्य, दिशा-निर्देशक नियमों

को बाजार-केंद्रित आधुनिक व्यवस्था तंत्र व समाज सही रूप में नहीं समझ पाता है। अवलोकनार्थ, प्रस्तुत शोध-प्रपत्र के संदर्भानुसार किसी भी संस्थान या संगठन में जनसंपर्क तंत्र के विभिन्न पहलुओं के आलोक में कतिपय उपकल्पनाओं का उल्लेख ध्यातव्य है, यथा—

- ❖ आंतरिक व बाह्य जनता की अपेक्षाओं, नज़रिए, विचारों की व्याख्या व उनका मूल्यांकन और इस मूल्यांकनों के परिणामों यानी प्रतिक्रिया को प्रबंध व संगठनात्मक लक्ष्यों तक पहुंचाना
- ❖ व्यावहारिक जनसंपर्क के आवश्यक घटक की तरह संस्थान द्वारा प्रदत्त सेवाओं, उत्पाद, संगठन की अच्छी छवि प्रस्तुत करना तथा यदि आवश्यक हो तो संगठन व संस्थान की निर्णय प्रक्रिया को प्रभावित करना
- ❖ संस्थान एवं ग्राहक के बीच अपनी प्रतिष्ठा कायम करने के लिए नीति एवं कार्यक्रमों का क्रियान्वयन करना तथा संगठन व ग्राहकों के मध्य सेतु की तरह कार्य करना
- ❖ छोटी, मध्यम तथा दीर्घकालीन जनसंपर्क योजनाओं का स्वरूप बनाना तथा उन्हें संचालित करना ताकि संगठन के ध्येय, गतिविधियों तथा समस्याओं की बेहतर समझ और परख हो सके। इस प्रक्रिया के दौरान संगठन और जनसंपर्क के नित्य संपर्क में आने वाले ग्राहकों के साथ विश्वासपूर्ण व सामंजस्यपूर्ण सहअस्तित्व के लिए वातावरण करने में सहयोग देना।

उद्देश्य एवं महत्त्व :

सामान्यतया: व्यावसायिक संस्थानों में जनसंपर्क के प्रति प्रबंधन की रुचि के प्रभाव और उसके परिणाम को ध्यान में रखा जाना उपयोगी एवं प्रभावी साबित होता है। साथ ही यही मानदंड किसी भी लाभकारी, गैर लाभकारी या अन्य संगठन या प्रतिष्ठान पर भी लागू होंगे। इस संदर्भ में कुछ महत्त्वपूर्ण बिंदुओं का उल्लेख किया जा सकता है, जैसे—

- ❖ किसी भी व्यावसायिक संस्थान के लिए जनसंपर्क की अवधारणा आवश्यक हो गई है। क्योंकि, वर्तमान उद्योग तंत्र में बहुत अधि जटिलता आ गई है, इसलिए व्यावसायिक संस्थानों की आम जनता से दूरियां भी निरंतर बढ़ती जा रही हैं। आम लोगों का लगातार संख्यात्मक फैलाव हो रहा है जिसके चलते कार्पोरेट संचार में भी व्यापक विकृतियों का समावेश हो गया है।
- ❖ मास मीडिया के क्षेत्र में विशेषज्ञता बढ़ने से मीडिया क्रांति आई है और जनसंपर्ककर्मियों से भी विशिष्ट ज्ञान और दृष्टि की अपेक्षा की जानक लगी है। कुछ प्रमुख मुद्दों के लिए प्रतिबद्ध होने के कारण जनसंपर्क संस्थान की नीतियों, कार्यों और प्राथमिकताओं को जनता या लक्षित वर्ग तक पहुंचा सकता है।
- ❖ व्यावसायिक संगठन व समूहों का अचानक उदय होना और जल्दी सिमट जाना, दोनों ही ऐसी स्थितियां हैं जिससे हितों के टकराव और वित्तीय सुधार जुड़े हुए हैं और यही जनसंपर्क के बढ़ते महत्त्व का बड़ा कारण है। असल में अपने अस्तित्व और समृद्धि के लिए मीडिया को जनता की ओर उन्मुख होना चाहिए ताकि वे व्यावसाय, उद्योग तथा स्थापित संस्थानों के व्यवहार की आलोचना कर सकें। इस अर्थ में जनसंपर्क की रचनात्मक भूमिकाओं का उल्लेख भी अत्यंत महत्त्वपूर्ण हो जाता है।
- ❖ विशेषकर तृतीय विश्व के देशों में बढ़ती साक्षरता और शिक्षा के कारण भी यह दबाव बना है कि अभी तक उपेक्षित वर्ग, अपने लोकतांत्रिक अधिकारों के तहत तथ्य और सूचना की मांग करने लगा है।
- ❖ बदलती हुई प्रतियोगी बाजार अर्थव्यवस्था में आधुनिक प्रबंधन ने महसूस किया है कि जनसंपर्क प्रणाली को पारंपरिक भूमिका से हटकर आधारभूत प्रबंधकीय कार्य में तब्दील होना होगा। प्रबंधन में शीर्ष पद पर बैठे लोगों की व्यक्तिगत भागीदारी की आवश्यकता भी महसूस हुई और यह अनुभूत हुआ कि वे कम-से-कम एक चौथाई अपना वक्त जनता से संपर्क में व्यतीत करें।

व्यावसायिक संस्थान का उपकरण : जनसंपर्क :

अपेक्षाओं के स्तर पर देखा जाय तो व्यापार तथा प्रबंध जनसंपर्क को विपणन, उत्पाद या वित्त जैसे व्यावसायिक प्रबंध के उपकरणों की तरह ही समझता रहेगा। स्वभाविक रूप से एक संस्थान जनसंपर्क से कुछ अपेक्षाएं रखता है और यदि जनसंपर्क अपने कार्य में सफल होता है तो ये अपेक्षाएं व मांग बढ़ती जाएंगी। दरअसल एक संगठन अथवा संस्थान में जनसंपर्क इस पर कोई आपत्ति नहीं कर सकता। हालांकि, दूसरी ओर जनसंपर्क समझ, अर्थ और पद के स्तर पर बहुत कुछ प्राप्त करता है। और, प्रबंधन का यही दृष्टिकोण रहता है कि वह अपने व्यावसायिक हितों के लिए जनसंपर्क पर निवेश कर रहा है। बदले में जनसंपर्क को कुछ ऐसी परिसंपत्तियां बनानी पड़ती हैं जो संस्थान की प्रगति और अधिक लाभांश के रूप में परिलक्षित होनी चाहिए। वस्तुतः पर्याप्त अतिरिक्त यानी कि सरप्लस अर्जन संस्थान द्वारा समाज के प्रति अपने ऋण चुकाने का श्रेष्ठ तरीका है। व्यवसाय व संस्थान के अभिन्न अंग के रूप में जनसंपर्क, संस्थान के दृष्टिकोण, नीतियों, सोच तथा प्रदर्शन के संचार में नैतिकता, इमानदारी और सच्चाई से काम ले। जनसंपर्क को प्रबंध के उपकरण के स्थान पर व्यावसायिक संस्थान का उपकरण कहना ज्यादा तर्कसंगत प्रतीत होता है।

क्योंकि, जनसंपर्क को यह स्वीकारना होगा कि विश्व का कोई भी प्रतिष्ठान आदर्शवादी नहीं है तथा जनसंपर्क से उसकी अपेक्षाएं व्यावहारिक एवं उचित हैं। दरअसल इस संदर्भ में सिद्धांत बहुत स्पष्ट है। पेशेवर तौर-तरीका अपनाने वाला प्रबंधन अब जनसंपर्क से भी अधिक अपेक्षाएं रखता है। साथ ही प्रबंधन उनकी सेवाओं के लिए समुचित निवेश के लिए भी अग्रसर रहता है।

इसीलिए जनसंपर्क का यह दायित्व भी हो जाता है कि वे बदलते वक्त की नब्ज़ पर नज़र रखे और प्रबंधन तथा पूरे संस्थान के लिए उसके कान—आंख की तरह कार्य करे। असल में अब वह एक दशक पुरानी अवधारणा पूरी तरह से समाप्त हो चुकी है कि जनसंपर्क प्रबंध का आवश्यक अंग नहीं है। कई उदाहरणों से यह स्पष्ट हो चुका है कि जनसंपर्क आधुनिक प्रबंधन का उपकरण मात्र न होकर उसके अभिन्न अंग की तरह कार्य करता है। निःसंदेह सैम ब्लैक की ‘द रोल ऑफ पी. आर. इन द मैनेजमेंट’ में कही बात आज और भी सार्थक और तर्कसंगत प्रतीत होती है कि प्रतिष्ठान के अन्वेषक, उत्प्रेरक, विवेक और आंतरिक व बाह्य आंख की भूमिका, जनसंपर्क ही निभाता है।

उद्यमी तथा जनसंपर्क:

सामान्यतः उद्यमी के लिए प्रचार—प्रसार जनसंपर्क का सबसे महत्त्वपूर्ण पक्ष है। उद्यमी या किसी व्यापार के मालिक को मार्केटिंग में मदद के लिए जनसंपर्क की आवश्यकता पड़ती है। विवेचनार्थ, जनसंपर्क विज्ञापन कार्य को संभाल सकता है, संवर्द्धनात्मक साहित्य का उत्पादन कर सकता है तथा उत्पादों व सेवाओं के संभावित क्रेताओं में रुचि जागृत कर सकता है। प्रतिष्ठान के ध्येय को प्राप्त करने के लिए लक्षित वर्ग तक पहुंचने के लिए जनसंपर्क मीडिया से भी संबंध स्थापित करता है। वस्तुतः जनसंपर्क के बहुत सारे उद्देश्य हैं जिसमें प्रतिष्ठा और संपूर्ण छवि निर्माण का कार्य शामिल है। विशेष रूप से नया काम आरंभ करने वाले उद्यमी उस जनसंपर्क को तवज़ो देते हैं जो अधिक अपव्ययी न हो तथा साथ ही बाज़ार में जो बाज़ार में उसकी पहचान बनाने में भी मदद कर सके। व्यवसाय किसी भी श्रेणी का हो लेकिन जनसंपर्क का कार्य व तकनीकी हर स्थिति में लगभग समान रहेगी। व्यावहारिक दृष्टिकोण से देखें तो एक उद्यमी की हमेशा यही चाहत रहती है कि निवेश के मुताबिक ही लक्षित परिणाम सामने आए। जनसंपर्क तथा उद्यमी के बीच का संबंध मूलतः इन्हीं लक्ष्यों को प्राप्त करने की क्षमता पर निर्भर करता है। जनसंपर्क को संस्थान और विशेषकर उद्यमी के समक्ष अतुलनीय मद के रूप में अपनी महत्ता स्थापित करने के लिए अपने तत्त्वों का भरपूर अनुपयोग करना चाहिए। यहां ध्यान देने योग्य है कि घरानों द्वारा चलाए जा रहे जनसंपर्कीय तकनीकी व उपकरण की महत्ता स्वीकारने लगे हैं।

दरअसल बड़े निगमीय माहौल ने जनसंपर्क के नए मायने दिए हैं। आलोचनात्मक संदर्भ में जनसंपर्क के पास बाह्य जगत से संपर्क साधने और संगठनात्मक आदेशों के अनुपालन के अतिरिक्त अन्य उल्लेखनीय कार्यों के संपादन का अवसर भी है। निगमीय जगत बहुत विस्तृत व व्यापक क्षेत्र है जो जनसंपर्क के समक्ष कल्पनाशीलता और बुद्धिमत्ता के पूरे दोहन के लिए चुनौती खड़ी करता है और उसके लिए अनुकूल परिस्थितियां भी प्रदान करता है। इस प्रकार जनसंपर्क की परिणामोन्मुखी रचनात्मकता का नया स्वरूप सामने आता है। वर्तमान में भारत सहित अन्य कई देशों की सरकारों, सार्वजनिक उपक्रमों, अर्द्धसरकारी संस्थानों तथा बड़े निजी क्षेत्रों ने जनसंपर्क का मूल्य तथा महत्ता स्वीकारी है। किंतु कई संगठनों में अब भी नवीन परिप्रेक्ष्य में जनसंपर्क प्रकोष्ठों को सुदृढ़ करने और उनमें पर्याप्त संख्या में नियुक्तियों की आवश्यकता है। कहना गलत न होगा कि वर्तमान समय में जनसंपर्क कार्य पहले की तुलना में बहुत विस्तृत एवं व्यापक है। इस प्रक्रिया में जनसंपर्क के दायित्व और मुख्य अधिकारी से उसके संबंधों में विस्तार और विषय वस्तु की दृष्टि से बहुत बदलाव आया है।

जनसंपर्क कार्ययोजना:

आधुनिक प्रबंधन महसूस करने लगा है कि हाल ही के वर्षों में कार्मिकों के महत्त्व के प्रति बदले सोच ने बाज़ार के साथ संपूर्ण कार्य माहौल में क्रांतिकारी परिवर्तन किया है। बदलाव के साथ ढलना भी जरूरी है और संभावित बदलावों का पूर्वानुमान लगाना उससे भी अधिक महत्त्वपूर्ण है। परिवर्तन एजेंट और कार्मिकों के प्रदर्शन व रूख की गहरी समझ रखने वाले व्यक्ति के रूप में जनसंपर्ककर्मी संस्थान में सतत व स्थायी जनसंपर्क के संचालन में विश्वास रखता है।

उदाहरण के तौर पर विक्रय केंद्र तथा प्रबंध के बीच सामंजस्य बढ़ाने के लिए संस्थान व उसके कर्मचारियों के मध्य अच्छे संचार का मूल्य पहचाना गया है। अवलोकनार्थ यह आवश्यक है कि जनसंपर्क आंतरिक व बाह्य लक्ष्य निर्धारित करे ताकि संगठन के कर्मचारियों की क्षमताओं का भरपूर दोहन किया जा सके। इन गतिविधियों के साथ—साथ जनसंपर्क प्रकोष्ठ को दैनिक जनसंपर्क मामलों का निपटारा भी करना चाहिए और भविष्य के संकेतों पर भी नज़र रखनी चाहिए। संगठनों एवं उसके सदस्यों की रुचियां व क्षमताओं के दोहन के लिए जनसंपर्क कार्ययोजना के अंतर्गत निम्नलिखित कार्यों को शामिल किया गया है—

- ❖ प्रतिबद्धता के साथ भविष्य की घटनाओं के बारे में दृष्टि का विकास तथा संस्थान के सभी सदस्यों की भागीदारी ताकि संस्थान के सभी संसाधनों को संसाधित किया जा सके
- ❖ परिवर्तन के लिए इस दृष्टि को कार्यरूप प्रदान करना तथा माहौल में आए परिवर्तनों के साथ सामंजस्य स्थापित करना
- ❖ संस्थान के उद्देश्यों के बारे में कर्मचारियों की समझ को प्रोत्साहित करना
- ❖ समान रुचि का विकास तथा प्रबंधकों, कर्मचारियों, निरीक्षकों, संघ प्रतिनिधियों, अंशधारियों, वितरकों, उपभोक्ताओं समेत संस्थान से संबद्ध सभी वर्गों की अंतर्निर्भरता की पहचान स्थापित करना
- ❖ प्रतिष्ठान की प्रगति में भागीदारी के लिए कर्मचारियों की क्षमताओं का भरपूर दोहन करना
- ❖ संस्थान की प्रगति की समीक्षा तथा प्रतिक्रिया देना

छवि व पहचान कायम करने में जनसंपर्क की भूमिका:

वस्तुतः एक संगठन की छवि प्रापक के मस्तिष्क और दृष्टि से निर्मित होती है। एक संगठन सतत रूप से जनता तक संदेश प्रसारित करता रहता है। संदेश की स्वीकृति ही अंततः इच्छित छवि का निर्माण करती है। सरल शब्दों में संस्थानिक संचार वह प्रक्रिया है जो पहचान को छवि के रूप में परिणित करती है। निश्चित ही इस परिप्रेक्ष्य में प्रत्येक संस्थान व संगठन मिशन भावना से कार्य करती है। इस संदर्भ में मिशन वह आकर्षण है जो संगठन को एक सूत्र में बांधता है। यहां जनसंपर्क व उसकी जनसंचार संबंधी समस्त रणनीतियां उजागर होती हैं। मिशन की और संस्थान के उद्देश्यों की सफलता के लिए संगठन को अल्पकालिक व दीर्घकालिक ध्येय तथा प्रतिष्ठान के संपूर्ण मिशन को उजागर करना चाहिए। यहां अपर्याप्त संचार की परिणति संगठन की अस्पष्ट आंतरिक व बाह्य छवि के रूप में हो सकती है तथा प्रतिष्ठान में कार्यरत अन्य सहायक कारकों का आपसी समन्वय भी इससे बाधित हो सकता है।

उपभोक्ता बाजार के लिए ब्रांड छवि महत्त्वपूर्ण होती है। यही कारण है कि एक संस्थान भी अपने निगमीय छवि के प्रति काफी सजग रहता है। आम उपभोक्ता, निर्माता का नाम भले ही न जाने, लेकिन उपभोक्ता वस्तुओं के ब्रांड को आसानी से पहचानता है। इस संपूर्ण प्रक्रिया में जनसंपर्क निगमीय पहचान कायम करने संबंधी समस्त कार्यक्रमों में विभिन्न स्तरों पर भागीदारी निभाकर इच्छित छवि निर्माण करने की कोशिश करता है। विवेचनार्थ, निगमीय जनसंपर्क के लिए छवि संचार के विभिन्न कार्यों की सूची उपयोगी हो सकती है, जैसे—

- ❖ प्रतिष्ठान का नाम—खण्ड एवं उपखण्ड
- ❖ प्रतीक चिन्ह—इस्तेमाल किए जा रहे प्रतीक
- ❖ विज्ञापन व संवर्द्धन
- ❖ संस्थान का प्रकाशन, जैसे—वार्षिक प्रतिवेदन, गृह पत्रिकाएं आदि
- ❖ संस्थान के आवश्यक कागजात एवं अन्य सामग्री
- ❖ संस्थान प्रतीक—सार्वजनिक स्थानों पर कार्यालयों तथा उत्पादन इकाइयों में
- ❖ पैकेजिंग
- ❖ संस्थान की परिसंपत्तियां, जैसे—व्यवस्थित कार्यालय, उत्पादन इकाइयां, पूंजीगत व गैर पूंजीगत संसाधन
- ❖ बेहतर व प्रभावी संचार प्रबंधन

निष्कर्ष:

विस्तृत एवं व्यापक क्षेत्र तथा व्यस्त कार्यालयी माहौल में दक्षताओं व सामंजस्य की आवश्यकता को समझना आवश्यक है। जनसंपर्क प्रगतिशील क्षेत्र है और व्यावसायिक परिदृश्य में आ रहे बदलावों के साथ उसे भी अपने आपको अलग ढालना होता है। परिवर्तन की इस प्रक्रिया के दौरान उसे कुछ नई खूबियां अपनानी होती हैं तो कुछ पुरानी छोड़ती भी है। हालांकि, इस प्रक्रिया के लिए कोई सामान्य नियम नहीं हैं, क्योंकि, जनसंपर्क अतिरंजना नहीं है अपितु संचार का मंच है। इस संदर्भ में जनसंपर्क के सामने आने वाली चुनौतियों व प्रचलनों पर भी ध्यान देना जरूरी हो जाता है ताकि उनका सामना करने के लिए आगे उपलब्ध अवसरों का दायरा बढ़ाया जा सके। उदाहरण के तौर पर वैश्वीकरण और अंतरराष्ट्रीय अवसरों ने जनसंपर्क और आधुनिक प्रबंधन को नया आयाम दिया है। आज के उथल—पुथल वाले अनिश्चित व उच्च अपेक्षाएं रखने वाले संसार विश्व में जनसंपर्क से अपेक्षाएं भी निरंतर बढ़ रही हैं। यहां तक कि कुशल जनसंपर्ककर्मियों को भी नए परिवर्तनों के बारे में जागरूक होने और अपनी दक्षताओं को अनुकूलित करने की आवश्यकता पड़ रही है। इस परिप्रेक्ष्य में जनसंपर्क तथा संचार में नई सोच वाले कुछ विशिष्ट क्षेत्र उल्लेखनीय हैं—

- ❖ बैच मार्किंग
- ❖ जनसंपर्क प्रक्रिया का नवीनीकरण या पुनर्संरचना
- ❖ परिवर्तन प्रक्रिया का नवीनीकरण
- ❖ ब्रांड छवि परामर्श
- ❖ संगठनात्मक प्रभावशीलता में सुधार
- ❖ नेतृत्व
- ❖ टीम प्रबंधन
- ❖ स्वयं व स्वयं के कार्य का मार्केटिंग
- ❖ छूरसंचार एवं कंप्यूटर अनुप्रयोग

सहायक संदर्भ ग्रंथ सूची

- ❖ सरदाना, प्रो. चंद्रकांत व कस्बेकर, डॉ. सुषमा : जनसंपर्क, राजस्थान हिंदी ग्रंथ अकादमी, जयपुर.
- ❖ डॉ. संजीव व माथुर, क्षिप्रा : जनसंपर्क सिद्धांत और तकनीकी भनावत, राजस्थान हिंदी ग्रंथ अकादमी, जयपुर.

- ❖ गुप्त, डॉ. बलदेवराज : भारत में जनसंपर्क, विश्वविद्यालय प्रकाशन, वाराणसी.
- ❖ वैदिक, डॉ. वेदप्रताप : हिंदी पत्रकारिता—विविध आयाम.
- ❖ Mehta, D.S.: Public Relation in India, Allied Publishers Ret. Ltd., New Delhi.
- ❖ Lesly, Phillip : Leslys Handbook of Public Relations and Communication, Jaco Publication, New Delhi.
- ❖ Basu, Anil : Public Relation in India and Prospects, New Delhi.
- ❖ Kaul, J.M. : Public Relations in India, 2nd Ed., Noya Prakashan, Kolkata.
- ❖ Balan, K.R. : Lectures on Applied Public Relations, S. Chand and Co., New Delhi.
- ❖ Dhenkney, V.M. : Public Relations in Business & Public Administration in India, Vaishali Publication.

पत्र-पत्रिकाएं:

- ❖ नया ज्ञानोदय
- ❖ हंस
- ❖ विचार
- ❖ मीडिया टुडे
- ❖ मीडिया मीमांसा
- ❖ मीडिया विमर्श
- ❖ वसुधा
- ❖ आजकल
- ❖ इंद्रप्रस्थ भारती
- ❖ राष्ट्रीय दैनिक समाचार पत्र

Publish Research Article International Level Multidisciplinary Research Journal For All Subjects

Dear Sir/Mam,

We invite unpublished Research Paper, Summary of Research Project, Theses, Books and Book Review for publication, you will be pleased to know that our journals are

Associated and Indexed, India

- ★ International Scientific Journal Consortium
- ★ OPEN J-GATE

Associated and Indexed, USA

- Google Scholar
- EBSCO
- DOAJ
- Index Copernicus
- Publication Index
- Academic Journal Database
- Contemporary Research Index
- Academic Paper Database
- Digital Journals Database
- Current Index to Scholarly Journals
- Elite Scientific Journal Archive
- Directory Of Academic Resources
- Scholar Journal Index
- Recent Science Index
- Scientific Resources Database
- Directory Of Research Journal Indexing

Indian Streams Research Journal
258/34 Raviwar Peth Solapur-413005, Maharashtra
Contact-9595359435
E-Mail-ayisrj@yahoo.in/ayisrj2011@gmail.com
Website : www.isrj.org