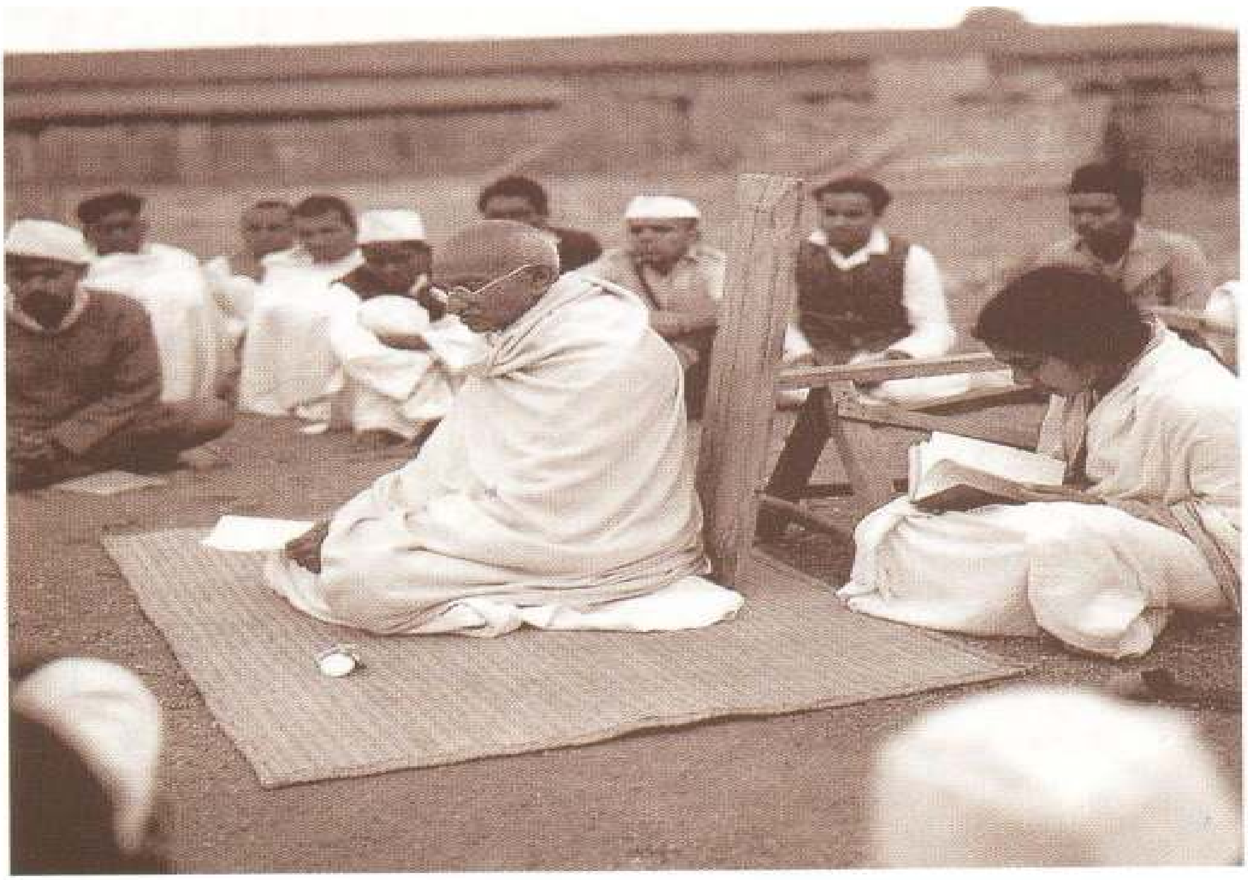
महात्मा गांधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय
Mahatma Gandhi Antarrashtriya Hindi Vishwavidyalaya
(संसद द्वारा पारित अधिनियम 1997, क्रमांक 3 के अंतर्गत स्थापित केंद्रीय विश्वविद्यालय)
(A Central University established by Parliament by Act No. 3 of 1997)
जनसंपर्क विभाग- Ph./Fax: 07152-252651 मो.9960562305 ईमेल-bsmirgae@gmail.com

---

गांधी : जनसंपर्क की सफलता का ब्रांडिंग मॉडल



महात्मा गांधी सेवाग्राम आश्रम में 1939 में अपने कार्यकर्ताओं से संवाद स्थापित करते हुए।

(पब्लिक रिलेशन्स सोसाइटी ऑफ इंडिया का 33वां अखिल भारतीय जनसंपर्क सम्मेलन दिनांक 23,24 और 25 दिसंबर 2011 को नागपुर एवं वर्धा में सम्पन्न होने जा रहा है। 'पब्लिक रिलेशन्स इन ब्रांडिंग' इस मुख्य विषय को लेकर होने वाले सम्मेलन के तहत दि. 24 दिसंबर को वर्धा स्थित महात्मा गांधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय में 'महात्मा गांधी और जनसंपर्क' विषय पर चर्चा-सत्र का आयोजन किया जा रहा है। इस आयोजन के बारे में बता रहे हैं जनसंपर्क अधिकारी बी. एस. मिरगे)

महात्मा गांधी को केवल राजनीतिक चश्मे से देखना, उनके व्यक्तित्व और कृतित्व के अन्य महत्वपूर्ण आयामों से अनभिज्ञ रह जाना है। इतने समय बित जाने के बाद भी

उनके विशाल वटवृक्ष के बहुत से ऐसे पहलू अछूते रह गये हैं जिसे खोजना, जानना और मूल्यांकन करना वर्तमान संदर्भ में प्रासंगिक होता चला जा रहा है। गांधी विचार वाड़मय से बहुत कुछ देश और दुनिया ने लिया है फिर भी आज जन-समन्वय में आयी गिरावट ने गांधी के विशाल जन-संपर्क को समेटने के लिए जन भागीदारी की आवश्यकता महसूस की जा रही है। यह आवश्यकता जीवन के विविध धर्मी कर्मों में समाहित है। बिना जन-भागीदारी जन-समन्वय या जन-संपर्क के बहुआयामी कार्य की सम्पन्नता संदिग्ध-सी लगती है। गांधी अपने व्यक्ति में और अपने कर्म में समन्वय, सहयोग और जन-संपर्क के पुरोधा बन चुके थे। गर ऐसा नहीं होता तो गांधी को इतनी बड़ी दुनिया सफलता का मिसाल नहीं बनाती। उनका समन्वय, सहयोग ओर सम्पर्क उस युग की धर्मिता के लिए एक ब्रांड बन चुका था। गांधी का जन-सम्पर्क उस काल की अवधारणा के अनुरूप जन-सम्पर्क का एक ब्रांड बन चुका था। आज उस समन्वयधर्मिता का जन-सम्पर्क महसूसा जा रहा है और यह स्थापित हो चुका है कि जन-सम्पर्क की भूमिका एक ब्राण्ड-रोल की तरह विविध धर्मी कर्मों की सफलता में सहयोगी होती है। इस अवधारणा को मद्देनजर रखते हुए अखिल भारतीय जन-सम्पर्क अधिवेशन के 33 वें सम्मेलन के नागपुर चैप्टर ने अपना विमर्श विषय ‘रोल ऑफ पब्लिक रिलेशन्स इन ब्रांडिंग’ रखा है, जिसमें जन-सम्पर्क, पत्रकारिता और विज्ञापन की त्रिआयामी तारतम्यता कैसे किसी भी ब्रांण्ड को व्यावहारिक बना देती है इस बात पर विशेष चर्चा के सत्र सम्मिलित हैं।

महात्मा गांधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय, वर्धा का प्रशासनिक भवन

यहां तक कि अधिवेशन ने 23-25 दिसंबर तक के नागपुर आयोजन से एक दिन 24 दिसंबर 2011 को वर्धा स्थित देश का एकमात्र हिंदी विश्वविद्यालय 'महात्मा गांधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय, वर्धा' को चुना है जहां 'महात्मा गांधी एवं जनसम्पर्क' विषय पर चर्चा-सत्र का आयोजन महत्वपूर्ण सोद्देश्य की पूर्ति है। ध्यातव्य हो कि वर्धा संतों की वही कर्मभूमि है जहां से गांधी ने स्वतंत्रता की सफलता के लिए अपने जन-सम्पर्क की विश्वासधर्मिता के हेतु एक ब्राण्ड दिया था महानगर मुंबई में जाकर- करो या मरो। और यह ब्राण्ड सफलता का सूत्र बना।

सम्मेलन की इस महत्वपूर्ण श्रृंखला में महात्मा गांधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय ने 'गांधी की पत्रकारिता और वर्तमान संदर्भ' विषय पर दिनांक 21 दिसंबर 2011 को निबंध प्रतियोगिता का आयोजन किया। यह आयोजन सम्मेलन की श्रृंखला में एक महत्वपूर्ण कड़ी का कोलाहल भी है क्योंकि गांधी की पत्रकारिता की मिशनरी भावना को आज का ब्राण्डिंग मीडिया भी महसूस कर रहा है, भले ही वर्तमान युगधर्मिता उसे व्यवहार में लाने हेतु बाधा

बन रही हो। इस तरह से यह सम्मेलन ब्राण्ड और व्यवहार की आधारशीला स्थापित करेगा।

महात्मा गांधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय, वर्धा का प्रवेश द्वार