

ماطرات
روایت عمومی

بابک نعمتی سقرلو

ما در تمام واحدهای روابط عمومی تولید محتوا می کنیم، اخلاق حرفه ای را ارج می نهیم و در همه آنها با مخاطبان خود برخورد عوامی می کنیم. اما شکل مخاطبان، نحوه برخورد، نوع محتوای مورد نیاز در هر کدام از این سازمان ها متفاوت است.

این تفاوت شاید برای کسی که برای اولین بار وارد یک سازمان می شوید، مانع نباشد. اما برای مثال به مرور زمان در می یابیم که در روابط عمومی گسری بیشتر از هر چیز دیگر به عکس و فیلم نیاز داریم. بنابراین گرایش تولید محتوای خودمان را بر همان اساس تنظیم می کنیم.

بهترین کاری که می تواند در کسب و استفاده از دانش ضمنی به ما کمک کند، نوشتن خاطرات است. نگارش خاطرات، ضمن اینکه خشکی دانش را در خود ندارد، باعث می شود که بعد از مدتی بتوانیم مواردی را بیرون بکشیم که پیش از نگارش در ذهن ما نداشتیم.

مثلا پی می بریم که رئیس یا مدیر سازمان ما سبک خبری را بیشتر می پسندد یا اینکه کدام اخبار ما بیشتر پوشش خبری دریافت می کنند. آنوقت به مواردی می رسیم که می توان آنها را به صورت ۱، ۲، ۳ و... بر شمرد. همین دانش می تواند در کتابچه ای جدای از کتابچه خاطرات روابط عمومی نگهداری شود. در صورتی که حتی نتوانستید از آن کتابچه ای منتشر کنید، می توانید آن را برای

گروه های بعدی خود باقی بگذارید. این تجارب می توانند در قالب یک وبلاگ نیز درآیند.

فایده نگارش خاطرات روابط عمومی در وبلاگ این است که شما بازخورد دریافت می کنید و می توانید مفاهیم خود را تصحیح و رتعریف کنید. البته در این مورد دقت داشته باشید که هیچ گاه نباید محتوای جذاب شما منتشر شود که بیان سازمان را زیر سوال ببرد. یا به نوعی نشان دهنده ضعف شما در سازمان باشد.

تمامی بدای عمومی ها دارای ضعف های بی شماری هستند اما مرور آنها توسط خود شما برای سازمان بازتاب بدی دارد. با توجه به این نکته و سعی در عمومی سازی محتوایتان می توانید با خیال راحت خاطرات خود را در فعالیتهای روابط عمومی منتشر کنید.