



Third International Conference on New Approaches to Public Relations in Iran

روزنامه‌های نوین روابط عمومی ایران



هنر و روابط عمومی

نام و نام خانوادگی نویسنده اول (مژگان نادری)^۱

درجه علمی: کارشناس ارشد علوم ارتباطات اجتماعی

محل کار: دانشگاه علوم پزشکی اصفهان

محل تحصیل: دانشگاه آزاد اسلامی تهران مرکز

Email: naderi@rehab.mui.ac.ir

^۱-نویسنده مسئول: مژگان نادری، کارشناس ارشد علوم ارتباطات اجتماعی از دانشگاه آزاد اسلامی تهران مرکز- کارشناس روابط عمومی دانشگاه علوم پزشکی اصفهان



روزنامه‌های لزوم روابط عمومی ایران



Third International Conference on New Approaches to Public Relations in Iran

چکیده

در این مقاله ارتباط هنر و روابط عمومی و ضرورت و اهمیت ارتباط روابط عمومی و هنر مورد مطالعه قرار گرفته است. هدف از این مطالعه الزام وجود هنر در روابط عمومی همچنین لزوم روابط عمومی در هنر و جدایی ناپذیر بودن و در ارتباط بودن آنهاست. روش تحقیق در این مطالعه جستجو در پایگاه‌های مختلف، کتب، نظریه‌ها و مطالعات صورت گرفته می‌باشد. در این تحقیق نتیجه می‌گیریم علم و هنر جدایی ناپذیر است و یک متخصص روابط عمومی برای رسیدن به اهداف خود باید از هر دو بهرمنند باشد. در واقع روابط عمومی به عنوان یک رشته ارتباطات هیچ مرزی ندارد.

واژه‌های کلیدی: روابط عمومی، هنر، ارتباطات، هنرمند، متخصص روابط عمومی، متقاعد سازی

Third International Conference on New Approaches to Public Relations in Iran

مقدمه

روابط عمومی چگونه می‌تواند در یک رویداد هنری کمک کننده باشد:

برگزاری نمایشگاه‌های جدید و جذاب، پروژه‌های جدید، مستند از زندگی هنری، اهداء جوایز به مخاطبان فعال، همکاری موثر، پوشش مطبوعاتی، اطلاع رسانی و تبلیغات از طریق رسانه های اجتماعی و اخبار

از دیگر الزاماتی که در برگزاری یک رویداد می‌تواند بسیار حائز اهمیت باشد، سناریو نویسی^(a) قبل از برگزاری هر رویداد است. قبلا روال بر این بود که با یک برنامه‌ی استراتژیک مشخص یک رویداد مدیریت و برگزار می‌شد و چه بسیار شاهد اشکالاتی در برگزاری آن رویداد همچین اتفاقاتی ناخواسته که شاید حتی برنامه را به تعویق یا به طور کلی حذف می‌کرد بوده‌ایم. امروزه باید سناریوهای مختلفی را برای رسیدن به یک هدف یا برگزاری یک رویداد، چشم انداز، طرح و ... در نظر گرفت تا برنامه در نظر گرفته شده بدون استرس و بحران پیش برود. وقتی در خصوص یک برنامه، سناریویی مختلفی نگاشته می‌شود، در صورت وقوع هر اتفاقی از راه‌های دیگری که قبلا پیش‌بینی شده استفاده و از بحران به راحتی گذر خواهیم کرد. دانستن اینکه هدف چیست یا چه در نظر دارید و چه زمانی باید صورت پذیرد، بسیار کلیدی و از مهمترین قسمت‌های یک رویداد می‌باشد. در زمان اجرا گاهی اتفاقاتی می‌افتد که اصلا انتظارش را نداریم و در این زمان است که اگر روابط عمومی سناریوهای مختلفی را نگاشته و در دست داشته باشد می‌تواند به راحتی از بحران گذر

چه چیزی روابط عمومی را به یک هنر تبدیل می‌کند؟ به عنوان یک حرفه‌ای روابط عمومی، در موقعیت‌های مختلف یک متخصص روابط عمومی باید مردم را مجذوب خود کند تا از این راه مخاطبین خود را متقاعد کند. این به تنهایی برای تعریف روابط عمومی به عنوان یک هنر کافی است. همانطور که روابط عمومی را به عنوان هنر هشتم نیز نام نهاده اند.^(a) حال اینکه چرا هنر به روابط عمومی و روابط عمومی به هنر نیاز دارد؟ برای مثال: «چه چیزی می‌تواند ساده تر و پیچیده تر، واضح تر و عمیق تر باشد به جز یک پرتره» همانطور که میدانید مردم همیشه کنجکاو هستند تا آخرین اخبار را کشف کنند، با تلفن، لپ‌تاپ، تلویزیون، برنامه‌ها و ...^(b) امروزه مردم می‌توانند با یک کلیک به رسانه‌ها دسترسی پیدا کنند. دنیا برای شنیدن چیزهای جدید بسیار تشنه است و این هنر شماست که موجب می‌شود مردم در مورد شما صحبت یا به کامنت‌ها و پیام‌های شما توجه کنند. برخی از تکنیک‌هایی که یک متخصص روابط عمومی برای ترویج هنر می‌تواند به کار ببرد عبارتند از: ارتباط با رسانه‌های کثیرالانتشار که مخاطبان آنها هنرمندان و علاقمندان به هنر هستند، ارتباط با خبرنگاران در حوزه هنر، مدیریت و تعامل هدفمند افزایش مخاطبان آنلاین از طریق رسانه‌های اجتماعی، توسعه روابط با مجموعه داران، متصدیان، خریداران، دوستداران هنر و سایر علاقمندان و مدیریت رویداد و همکاری.

Third International Conference on New Approaches to Public Relations in Iran

ناداو کندر (Nadav kinder)^(d)

مسئلاً یکی از تأثیرگذارترین عکاسان پرتره، سبک ناداو، سبک معاصر را با کلاسیک ترکیب می‌کند و این دو را به یک لذت مستند ادغام می‌کند. او که به خاطر سریال «مردم اوباما» شهرت داشت، توانست یک فیلم مستند از تیم نخبه رئیس جمهور ایالات متحده بسازد که نگاهی اجمالی به زندگی در کاخ سفید داشت. ناداو به جزئیات نگاه دقیقی دارد و شاید این دلیل موفقیت‌های بزرگ او باشد. *Driver, Salt Lake, Utah* یکی از مجموعه‌های ارزشمند او در سال 1997 است که کارش را از عکاسی پرتره معاصر آغاز کرد.

پیتر هوگو (Peter Hugo)^{(h(g)f)}

عکاس جوانی که آثارش متأثر از مسائل معاصر است. مستندسازی هنرها، سنت‌ها، تاریخ و زندگی روزمره جوامع آفریقایی در عصر مدرن. هوگو به بررسی تفاوت‌های فرهنگی جوامع می‌پردازد و از طریق عکاسی خود در واقع صدایی به مردم آفریقا داده است.

در سال 2011، هوگو با مایکل کلیری همکاری کرد و موزیک ویدئو با نام "او کنترل خود را از دست داد" کارگردانی کرد. برای این ویدئو، هوگو برنده جایزه کارگردان جوان در جشنواره بین‌المللی خلاقیت شیرهای کن شد.⁽ⁱ⁾

آنی لیبویتز (Annie Leibovitz)^(j)

آنی اخیراً با پرتره‌های انحصاری‌اش از جنر (به طور رسمی بروس جنر، برنده مدال طلا در مسابقه قهرمان هفت گانه آمریکا) که پس از تغییر جنسیت اخیرش به شهرت رسید.

کند. حال اینکه حتی سناریو نویسی هم یکی از ارکان هنر است.

از دیگر مواردی که باید روابط عمومی‌ها آگاهی داشته باشند: دقیقاً بدانند مخاطبانشان چه کسانی هستند و چگونه می‌توانند ارتباط با مخاطبان را افزایش دهند، چگونه و با چه هنری از طریق پیام برند را توسعه دهند، یک جدول زمانی از اهداف مورد نظر داشته باشند، چندین سناریو برای رسیدن به آن اهداف داشته باشد.

مواد و روش‌ها

مواد و روش‌های استفاده شده در این مطالعه از موتور جستجوی اینترنتی از جمله گوگل، پایگاه‌های معتبر اطلاعاتی، کتب، جستجو در مطالعات انجام شده، مصاحبه با هنرمندان و ...

نتایج و بحث

در اینجا به یک مطالعه موردی در خصوص هنرمندان پرتره که توانسته‌اند از طریق هنر و ارتباطات به موفقیت‌های بزرگی دستیابند می‌پردازیم:

نمونه‌ای از مزایای هنر روابط عمومی از طریق نقاشان و عکاسان پرتره معاصر و موفق به‌ویژه کسانی که سوژه‌هایشان افراد مشهور هستند یا دوست دارند چهره‌های معروف را به تصویر بکشند، نشان داده می‌شود. در اینجا بهترین هنرمندان پرتره که از روابط عمومی خود در افزایش مخاطبان و دستیابی به نمایشگاه‌ها و پوشش مطبوعاتی متعدد استفاده کرده‌اند به چند نمونه اشاره می‌کنیم:

Third International Conference on New Approaches to Public Relations in Iran

لینت (Lynette Yiadom-Boakye)^(m)

این مهارت و تکنیک بی عیب و نقص است که لینت را به عنوان یک هنرمند تحسین کرده است که معروف به کار بسیار سریع است. او می‌تواند یک نقاشی را در یک روز تمام کند. موضوعات او گهگاه زاینده تخیل او هستند که با چیزی جز یک قلم مو و بوم نقاشی خلق می‌شود. در دنیای هنر معاصر هنرمند از طریق نصب و هنر مفهومی مرزها را جابجا می‌کنند. دیدن سادگی آثار او که هیچ ابزار یا ترفندی ندارند بسیار با طراوت و پر معناست. او از جذابیت خاصی نزد مردم برخوردار است.

به گفته‌ی شارل بودلر امروزه بسیاری از هنرمندان بدون کمک یک متخصص روابط عمومی جرات برگزاری نمایشگاه را ندارند. زیرا اکنون هنر روابط عمومی ابزار فوق‌العاده‌ایست که هنرمندان بتوانند با تبلیغات و جذابیت و ... بیشتری هنر خود را در معرض دید همگان قرار دهند. شاید بتوان به جرات گفت که هنر و روابط عمومی هرگز تا این حد به هم مرتبط نبوده‌اند.

اگر عمیق‌تر به بحث روابط عمومی و هنر بپردازیم، یک حرفه‌ای روابط عمومی، باید در موقعیتی باشد که مردم را مجذوب خود کند تا متقاعدسازی انجام شود این به تهنایی برای تعریف روابط عمومی به عنوان یک هنر کافی است. چرا؟ زیرا شما نمی‌توانید یاد بگیرید که چگونه کاریزماتیک⁽ⁿ⁾ باشید. روابط عمومی در ارتباط با مردم یا افرادی که سروکار دارد، نیاز به ایجاد احساسات در بین مخاطبان خود دارند و این یک هنر است.

متخصصان روابط عمومی مدت‌هاست که در مورد اینکه روابط عمومی یک هنر است یا یک علم بحث می‌کنند.

وی توانست زمان مهمی برای جامعه تراجنسیتی‌ها ثبت کند. بروس یک قهرمان در انظار عمومی به حساب می‌آید و گفته می‌شود که حضور او به بسیاری از تراجنسیتی‌ها الهام‌بخش بوده است که در مورد خودشان صادق و باز باشند.

لیبویتز مجموعه‌ای از تصاویر نمادین دارد، به عنوان عکاس ارشد سابق رولینگ استون و اکنون به عنوان مشارکت‌کننده در Vanity Fair با مشهورترین افراد جهان کار می‌کند.

رهن (Rehahn)^(k)

وقتی سخن از عکاسی پرتره معاصر رهن می‌شود، از او به نام هنرمندی خاموش یاد می‌شود که اغلب در پس‌زمینه آثارش گم می‌شود. او بهترین عکاس پرتره جهان در نظر گرفته می‌شود و مسئول برخی از بزرگترین عکس‌هایی است که زیبایی را در سراسر هند، ویتنام و کوبا به نمایش می‌گذارد. او فرهنگ‌های مختلف را در پرتره‌هایش پوشش می‌دهد، اما همیشه معنای عمیق‌تری را از طریق عکس‌هایش می‌گوید.

جورج اچ. لوئیس (George H. Lewis)^(l)

جورج اچ. لوئیس، هنرمند بریتانیایی الاصل، که در شهر نیویورک زندگی می‌کند اما شهرت او جهانی است. او به بیش از 80 کشور در سراسر جهان سفر کرده است. جورج یک پایگاه کلکسیون پرتره دارد که به افراد مشهور، سران ایالات و افراد سلطنتی مانند بیر گریلز، تی لونی (Tea Leoni)، HRH دوشس (HRH The Duchess)، پپا میدلتون (Pippa Middleton)، والتینو (Valentino)، شاهزاده حسن اردن، سلطان عمان، مهاراجه جودپور و اولوسگون اوباسانجو رئیس‌جمهور سابق نیجریه جمع‌آوری شده است.

Third International Conference on New Approaches to Public Relations in Iran

قانع کننده و جذاب باشد، حتی اگر اطلاعاتی که باید بدهند نسبتاً ضعیف باشد. یا خسته کننده

به عنوان مثال، گفتن داستانی که عمدتاً شامل آمار است، به خلاقیت زیادی نیاز دارد، و رک و پوست کنده، اگر کسی بتواند آن اعداد را به مخاطبان فوق العاده جلوه دهد هنر کرده است و یک روابط عمومی حرفه‌ای است.

همچنین در نظر داشته باشید که برندهای زیادی در بازار وجود دارد، که متمایز شدن از بین حجمی از برندها بسیار سخت است. به همین دلیل متخصصان روابط عمومی اغلب باید خلاق باشند تا بتوانند محتوای خود را در انتشارات مطبوعاتی، پست‌های رسانه‌های اجتماعی و مشتریان خود برجسته کنند.

اینجاست که جنبه هنری روابط عمومی واقعاً مطرح می‌شود. هیچ آمار و داده‌ای مردم را متقاعد نمی‌کند مگر هنری که روابط عمومی در بیان آن محتوا در متقاعد کردن مخاطب به کار می‌برد.

هیچ چیز "معمولی" هرگز عالی نخواهد بود. برای رسیدن به چیزهای خارق العاده، به استعداد نیاز است. اینجاست که هنر وارد می‌شود.

نتیجه گیری

ما معمولاً نتایج را تنها از طریق داده‌ها انتقال نمی‌دهیم بلکه در حوزه‌های روابط عمومی چگونگی، نتیجه‌گیری و خروجی‌هایمان را به صورت داستان بیان می‌کنیم و داستان‌گویی یک هنر است.

روابط عمومی یک صنعت بسیار پیچیده و هیجان‌انگیز است که به متخصصان روابط عمومی نیاز دارد تا روش‌های مختلفی را به کار گیرند تا بیشترین بهره را از شغل خود ببرند.

شغل در روابط عمومی شامل وظایف مختلفی از جمله نوشتن، مدیریت بحران‌ها، تحقیق، شکل‌دهی به افکار عمومی و موارد دیگر است. ماهیت پویای صنعت مردم را به این بحث سوق داده است که آیا روابط عمومی یک هنر است یا یک علم؟

برخی روابط عمومی را صرفاً یک کار علمی و کاربردی می‌دانند، زیرا می‌توانید نتایج را به صورت عددی اندازه‌گیری کنید.

با این حال، برخی روابط عمومی را یک شکل هنری می‌دانند زیرا ناملموس است. این چیزی است که شما احساس می‌کنید، مانند توانایی کسی برای متقاعد کردن شما به اعتماد به یک برند خاص.

اینجاست که این سؤال پیش می‌آید که روابط عمومی یک هنر است؟ یک علم است؟ یا شاید هر دو؟

مایکل تورنی می‌گوید: «هرچه روابط عمومی‌ها با کاری پیچیده‌تر، خاص‌تر و انسانی‌تر رو به رو شوند، باید هنری‌تر، ظریف‌تر و مؤثرتر با آن برخورد کنند.»

یک متخصص ارتباطات به این معنی است که باید بتواند از اطلاعات و پیشنهاداتی که از مشتریان دریافت می‌کند استفاده کند و آن‌ها را به گونه‌ای بگوید که برای مخاطبانش

Third International Conference on New Approaches to Public Relations in Iran

- g) https://en.wikipedia.org/wiki/Pieter_Hugo#cite_note-16
- h) [“Texx and the City interview Dookoom about ‘Dirty’ music video \(directed by Pieter Hugo\)”. 20 October 2015.](#)
- i) <http://www.artnet.com/artists/annie-leibovitz/>
- j) <https://www.rehahnphotographer.com/biography-rehahn/>
<https://b2n.ir/r37762>
- k) [file:///C:/Users/R-sabz/Downloads/6007113932414%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/R-sabz/Downloads/6007113932414%20(3).pdf)
- l) <https://arakmu.ac.ir/file/download/page/1611075320-scenario-nevisi.pdf>
- m) <https://www.nadavkander.com/portraits>
- n) <https://www.lensculture.com/articles/nadav-kander-advice-for-portrait-photographers-learning-from-nadav-kander>
- o) <http://www.artnet.com/artists/pieter-hugonaud%C3%A9/>
- p) https://en.wikipedia.org/wiki/Pieter_Hugo#cite_note-16

در نتیجه یک متخصص روابط عمومی باید علاوه بر سواد آکادمیک، استعداد و هنر نیز داشته باشد تا بتواند به نحو احسن مخاطبان خود را متقاعد و حرفه‌ای عمل نماید. در روابط عمومی علم و هنر جدایی ناپذیر است و یک متخصص روابط عمومی برای رسیدن به اهداف خود باید از هر دو بهره‌مند باشد. در واقع روابط عمومی به عنوان یک رشته ارتباطات هیچ مرزی ندارد.

تشکر و قدردانی

با تشکر از راهنمایی‌های جناب آقای دکتر هادی زمانی

منابع مورد استفاده

- a) <https://b2n.ir/r37762>
- b) [file:///C:/Users/R-sabz/Downloads/6007113932414%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/R-sabz/Downloads/6007113932414%20(3).pdf)
- c) <https://arakmu.ac.ir/file/download/page/1611075320-scenario-nevisi.pdf>
- d) <https://www.nadavkander.com/portraits>
- e) <https://www.lensculture.com/articles/nadav-kander-advice-for-portrait-photographers-learning-from-nadav-kander>
- f) <http://www.artnet.com/artists/pieter-hugonaud%C3%A9/>



روزنامه‌های نوین روابط عمومی ایران



Third International Conference on New Approaches to Public Relations in Iran



q) “Texx and the City interview Dookoom about ‘Dirty’ music video (directed by Pieter Hugo)”. 20 October 2015.

r) <http://www.artnet.com/artists/annie-leibovitz/>

<https://www.rehahnphotographer.com/biography-rehahn>

چکیده انگلیسی

Art and Public Relations

In this article, the relationship between art and public relations and the necessity and importance of the relationship between public relations and art have been studied. The purpose of this study is to require the existence of art in public relations as well as the need for public relations in art and their inseparability and relevance. The research method in this study is a search of various databases, books, theories and studies.

In this study, we conclude that science and art are inseparable and a public relations specialist must benefit from both to achieve his goals. In fact, public relations as a field of communication has no boundaries.

(Key Words): Public Relations, Art, Communication, Artist, Public Relations Specialist, Persuasion



روزانه‌های نوین روابط عمومی ایران

Third International Conference on
New Approaches to Public Relations in Iran

