

公關好幫手 -- 影像運用

趙雅姿

作為企業傳訊部的公關人員，我們花很多時間和精力構思新聞角度、傳播訊息 (key message)、sound bite，但往往會忽略一個很重要的元素 — 影像。

相信你們都可能聽過 – A picture tells a thousand words (一張圖片勝過千言萬語)，拍得好的新聞照片，可以像新聞稿的導言一樣，交代時、地、人、原因等。在這個圖像化的互聯網世代，這個讀者專注力銳減的年代，若新聞稿配上一張精彩的圖相，絕對能放大傳播功效。

新聞相與所謂的「公關相」存在本質上的分歧和矛盾，但若你能明白報紙編輯挑選相片的要求，並聘請一位具新聞攝影(photojournalism)經驗的攝影師，兩種相片的分歧是可以拉近的。一班老闆排排企的相？forget it！若找對了攝影師，他們能為你的公關活動拍出具新聞元素、氣氛和動感的相片，當然他們會盡量將我們最歡喜的 Logo 也巧妙地拍進鏡頭。

有沒有試過被一眾攝記唾罵，投訴你設立的 Event 攝影區不當？我的幾位攝影師老拍檔，不下幾次在重要關頭幫了我很大忙。他們用過來人身份(即攝記的角度)，幫你定出合適的攝影區。若有大型 event，可早一點詢問他們意見，在視覺設計、setting 及光線上作出配合。

台上一分鐘、台下十年功。影像能為你拍下頃刻的精彩，讓傳播力倍增，絕對是值得的投資。我寄望某些仍叫公關人員拍照後發給傳媒的老闆，是時候重新考慮資源的分配了。

- 完 -

撰文：趙雅姿

作者從事公關行業約十年，曾任公關公司及地產發展公司，現職全球最大化工公司亞洲區公關經理