

Универзитет у Нишу, Филозофски факултет –
Департман за новинарство, Ниш

DOI 10.5937/kultura1339041A
УДК 070.11:659.4(497.11)"2013"

прегледни рад

ПРИНЦИПИ САРАДЊЕ НОВИНАРА И ПР СТРУЧЊАКА

Сажетак: У креирању јавног мњења новинарство и ПР службе сваки дан добијају све већи значај. Припадници ових професија упућени су једни на друге, а њихов однос свакодневно поприма нове облике које је неопходно контролисати, јер постоји реална опасност да се изроде у своју супротност. Највећи информативни део штампе, радија и телевизије испуњен је ПР материјалима, а њиховом злоупотребом могу се остварити велике манипулације. Медијима и новинарима није једноставно да увек препознају често и прикривене интересе оних који их снабдевају ПР материјалима. Да би се избегле такве замке потребно је пуно знања, личне храбрости и моралне чврстине. У раду су представљени резултати истраживања о интеракцији новинара и ПР стручњака. Они су засновани на материјалу који је прикупљен на основу дубинских интервјуа са припадницима ове две професије. Циљ истраживања био је да се идентификују проблеми чијим се отклањањем може повећати квалитет комуникације између новинара и ПР стручњака, што све скупа треба да помогне успешности информисања јавности.

Кључне речи: новинари, ПР стручњаци, јавно мњење, сарадња, етика

Увод¹

Новинари и ПР стручњаци су људи који се баве сличним пословима, због тога сарађују, али се, по правилу, не воле

¹ Припремљено у оквиру пројекта *Традиција, модернизација и национални идентитет у Србији и на Балкану у процесу европских интеграција*

превише. У њиховим односима влада динамична напетост, која је “чврсто укорееена у новинарској култури”.² Због тога се слободно може рећи да се ради о “пријатељским непријатељима”.³

Однос између медија и ПР-а стално поприма нове облике и изузетно је важно стално контролисати те међуодносе, јер постоји реална опасност да се они претворе у своју супротност.⁴ Улога ПР непрестано расте, а млади и недовољно искусни новинари некритички прихватају садржаје који им се нуде, па се тако долази до ситуације у којој ПР може готово у потпуности да преузме улогу новинарства. То, наравно, неће бити добро, јер су циљеви једне и друге професије, ма како се то, на први поглед, чинило сличним, ипак у доброј мери различити.

Овај рад покушава да утврди неке од основних принципа на којима почива међусобна сарадња припаднике две, данас, све важније професије, као и да укаже на неке од могућих путева за успостављање таквих односа између новинара и ПР стручњака који ће омогућити да обе стране испуне своје задатке у интересу оних од којих зависе: новинари од читалаца, гледалаца и слушалаца, дакле од јавности, а ПР стручњаци и од јавности, али и од руководиоца тимова у којима делују. Да би стигли до тог циља послужили смо се серијом дубинских интервјуа са припадницима ових професија. Истраживање смо обавили на југоистоку Србије у три града: Нишу, Лесковцу и Врању. У периоду од почетка до краја маја 2013. године урадили смо по 10 дубинских интервјуа са припадницима медија, новинарима (дневне и периодичне новине, радио, телевизија и интернет сајт) и са припадницима ПР служби (политичке странке, јавна предузећа, установе културе). Испитаницима је постављено по 10 идентичних питања везаних за међусобни однос новинара и ПР стручњака.

На основу њихових одговора настао је овај текст који представља мали покушај објашњења међусобних односа који владају између ових професија. У потпуности смо свесни малог броја обављених разговора и због тога нисмо ни

(179074), који финансира Министарство просвете, науке и технолошког развоја Републике Србије.

2 Michael, R. and David, L. M. (1988) Journalists and Public Relations Practitioners: Why the Antagonism, *Journalism Quarterly* 65, № 1, USA, New York, p. 139.

3 Gavranović, A. (2006) *Medijska obratnica*, Zagreb, str. 137.

4 Kuncik, M. (2006) *Odnosi s javnošću*, Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Fakultet prometnih znanosti - Biblioteka politička misao, str. 46.

радили квантитативну анализу прикупљеног материјала, већ се ослањамо на квалитативну анализу, као и на лично, готово, четрдесетогодишње новинарско искуство, које омогућава да наш поглед на стање у односима између новинара и ПР стручњака буде релевантан.

Скуп истих знања

Од првих дана формирања људског друштва човек је имао потребу за комуницирањем. Оно се најпре обављало неартикулисаним покретима и гласовима, да би касније, како то каже амерички антрополог и лингвиста Едвард Сапир (Edward Sapir), “са развојем цивилизације дошло до прогресивног повећања радијуса комуникације”.⁵ Језик је постајао експлицитни облик разумевања, а писање - најпознатија материјална форма. Нико поуздано није утврдио где су и када настале прве новине, па самим тим и новинарство, али се са доста вероватноће може рећи да се настанак новина везује за појаву првих писама у Месопотамији (клинасто писмо) и Египту (хијероглифи), у периоду од 4000. до 3000. године пре Христа. “Отац историје” Херодот (Ἡρόδοτος Ἀλικαρνασσεύς) помиње “сатиричне новине” у Египту. У Риму Цезарове “зидне новине” писали су *actuarii*. У њима су објављиване само вести из Сената, па су их звали Акта Сенатус (*Acta Seanatus*). Ширењем садржаја добиле су назив *Acta diurna* (дневна акта, новине). Сматра се да су *Diurnorum scriptori* претече новинара. Извесно је једино то да су у XIII веку настале прве писане новине и то у Енглеској, Немачкој и Италији, да би касније у XV и XVI веку Венеција, Амстердам, Келн и други градови и државе развили систем преношења информације. Све је, наравно, кулминирало после 1411. године када је Јохан Гутенберг (Johannes Gensfleisch zur Laden zum Gutenberg, право презиме Генсфлајш) изумео штампарску пресу.

Паралелно са појавом новина и новинарства стварана је и потреба за ПР службама. Сматра се да су претече данашњих стручњака за ПР владари старе Грчке и Рима који су на разне начине покушавали да добију подршку својих грађана. У XVII веку, захваљујући Католичкој цркви, појавио се и термин пропаганда. Црква је тада основала “Заједницу за пропагандни рејтинг” (Congregation de propagande fide) која се бавила пропагирањем односно ширењем вере. Тридесетих година прошлог века због снажног индустријског развоја и својеврсне демократизације друштва дошло је до снажне

5 Sapir, E. (1921) *Language: An introduction to the study of speech*, New York: Harcourt, Brace and Company, pp. 24-32.

афирмације ПР и до његовог јаког утицаја на новинарство.⁶ Нешто раније Макс Вебер (Max Weber), у свом есеју “Политика као позив”, саопштеном студентима на Универзитету у Минхену јануара 1919. године поставио је питање о томе како штампа долази до информација које нуди публици и ко су заправо извори вести.⁷ Испоставило се тада, али и касније и то у много оштријој форми да је иницијатива јавног обавештавања са штампе, односно новинара прешла у великој мери на ПР службе и њихова удружења. Заправо, медији су лагано почели да се претварају у апарат који су вешти ПР специјализанти користили за наметање информација, али и коментара који су били у служби различитих политичара, привредника и других које су заступали припадници ПР-а. Наравно, при томе је остало, а и данас јесте, отворено питање: колико нам различите службе државе, политичких странака, привреде или појединаца могу наметнути да мислимо оно што они желе.

Управо због тога занимљив је однос између новинара и ПР стручњака. У нашој пракси усталило се мишљење да новинари на ПР раднике гледају као на додатну препреку у обављању свакодневног посла. Не мали број новинара покушава да заобиђе ПР службе и да успостави директан контакт се особама које се налазе на челу корпорација, политичких странака, државних органа... Истовремено, многи ПР радници у срединама у којима раде шире негативну слику о новинарима. Проглашавају их недобронамерним, некомпетентним особама.

Новинари припадницима ПР служби упућују низ замерки међу којима се посебно истичу оне према којима ПР службеници не знају пренети информацију на најпогоднији начин, јер саопштење за медије не може бити исто ако се ради о штампи, радију или телевизији; такође, по њиховом мишљењу у опису посла ПР-а је прећуткивање важних чињеница; ПР-и новинарима никада нису довољно брзи, нити ажурни, не воде рачуна о медијским роковима, саопштења су им дуга, неписмени су, преписују материјале своје организације, нису креативни, досадни су јер стално зову новинаре и интересују се да ли ће доћи на конференцију за штампу...⁸

6 Сматра се да је термин ПР, код нас преведен као “Односи с јавношћу” најраније коришћен у САД, а употребио га је Томас Џеферсон (Thomas Jefferson) амерички председник у говору у Конгресу 1807. године

7 Weber, M. Politics as a Vocation, (2004) *The Vocation Lectures*, USA Indiana Indianapolis: Hackett Publishing Company pp. 78.

8 Biondić, I. i Cigler, R. (2008) *Inventura odnosa novinar – PR*, *Medianali*, Vol. 2, br. 3, Dubrovnik, str. 39-49.

ПР службеници немају високо мишљење о интелектуалним способностима новинара. Мисле о њима као писцима опште праксе који имају широко али плитко знање, да су недовољно упућени у тему о којој пишу, пристрасни су, ни су самостални, најчешће пишу по упутствима уредничким, власничким или спонзорским, гњаватори су, лењи и умишљени, све желе одмах, а највише од свега сензацију – вест коју нема нико, неодговорни су, ташти и поткупљиви...⁹

Таква размишљања свакако произилазе из делимично различитих циљева које имају припадници ове две професионалне групације. Док је новинарима, теоретски, циљ истинито, објективно, поштено, правовремено, а често и ексклузивно обавештавање јавности, дотле ПР стручњаци имају циљ да створе позитивну слику о организацији или појединцу кога заступају. При том се употребљавају многа средства, од којих се нека налазе с друге стране етике, посебно новинарске. “Обмањивање и прикривање карактеристична су обележја односа с јавношћу. ПР је игра којој је циљ утицати на јавно мњење”.¹⁰

Амерички лингвиста и филозоф Ноам Чомски (Noam Chomsky) сматра да медији САД не доприносе функционисању критичке јавности, већ манипулативној, на техникама ПР-а заснованој, изградњи сагласности у складу са интересима капиталистичког олигопола.¹¹

Рекло би се да се на тај начин ствара слика у којој су медији позитивни, јер служе општем добру, а ПР негативан, јер служи партикуларним интересима. Такав закључак је превише уопштен, али реална опасност од губљења аутономије медија кроз појачани ПР ипак постоји. Несумњиво је да се ове две професије преплићу. Скуп у основи истих знања из новинарства и комуниколошких дисциплина примењује се и у ПР-у. Само од професионалне оспособљености и спремности новинара зависи како ће, односно у ком облику ће на ступцима штампе завршити њему претходно “спакована и презентована” корпорацијска или чак лична прича.¹²

Кредибилитет и репутација

У истраживању које смо обавили дошли, смо до занимљивих одговора који одсликавају тренутно стање односа

9 Исто.

10 Kunczik, M. (decembar 2007) PR – Odnosi s javnošću, *Lider*, Zagreb

11 Čomski, N. (2002) *Mediji, propaganda i sistem*, Zagreb, str. 46.

12 Kljajić, V. (2009) *Novinarstvo u službi PR-a i marketinga, Godišnjak*, Beograd: Univerzitet u Beogradu, Fakultet političkih nauka, str. 383.

између новинара и ПР стручњака. Постављали смо идентична питања припадницима обе професионалне групе и добили следеће одговоре:

1. Како видите однос новинара и ПР стручњака?

Новинари су углавном одговарали да је то однос сарадње, али да никада до краја не верују ПР службама, те да све њихове информације треба проверити, бар из још једног, али поузданог извора. Један број испитаника у први план је истицао контролну улогу коју новинарство има у односу на власт, као и да се она не може остварити слепим преношењем онога што ПР службе саопштавају.

ПР специјалисти су истакли да са новинарима морају да сарађују и да непрекидно покушавају да са мање или више успеха остваре двоструку комуникацију са њима, односно да им увек буду на услузи. Припадници ове професије су истакли да се и они боре против дезинформација, али да то недовољно добро обавештени новинари упркос њиховом труду успевају да протуре у медије, па од тога штету имају и једни и други.

2. Да ли је однос новинара и ПР стручњака до краја отворен и поштен?

Новинари су тврдили да ту нема много поштења, да ПР службе по правилу скривају од њих све информације које на било који начин могу бити негативне по оне организације, фирме или појединце које заступају, а да истовремено ни они нису превише отворени према ПР радницима, јер би на тај начин могли да себи направе невоље које би их стигле у виду политичких и других притисака од различитих моћника које би ПР обавестио о намерама новинара.

ПР стручњаци су истицали да не могу баш увек бити до краја отворени, јер код њима надређених има доста неразумевања за обављање новинарског посла. Многи покушавају да своје слабости прикрију, па због тога захтевају од ПР службе да избегне одговоре на провокативна питања.

3. Шта је у односу новинара и ПР стручњака најважније?

Новинари су већински сматрали да је то кредибилитет извора информисања, односно ПР стручњака, односно поверење које се стиче у међусобном контакту, као и правовременост добијених одговора. Наиме, новинарски посао тесно је повезан са роковима и зато су чести захтеви да им се, у неразумно кратком року, пружи конкретне информације. Она ПР служба која у томе успе, високо је котирана у новинарским круговима.

ПР радници су, такође, истакли поверење као значајну особину новинара, али им је у првом плану компетенција и репутација новинара. Они су оценили да међу новинарима има доста неискусних људи, да се често ради о “универзалним незналицама” и да им је због тога посао знатно отежан. Само добро информисани новинари, зналци професије којој припадају и о којој извештавају имају добру позицију код ПР стручњака и они са њима радо сарађују. Такође, битан је и углед медија у јавности, без обзира на његову тренутну позицију на тржишту мерену тиражом или гледаношћу, односно слушаношћу програма.

4. Да ли саопштења ПР служби олакшавају или не посао новинара?

Новинари су потврдили да је највећи број саопштења, које добијају из ПР служби, написан бирократским а не новинарским стилем и да то отежава процес прилагођавања за објављивање у медијима. Ово се посебно односи на саопштења ПР служби полиције и правосудних органа, који се служе превише уском терминологијом за чије је разумевање потребно бити добар правни стручњак, што највећи број новинара није. Такође, они тврде да многи представници ПР-а најважније ствари које имају да саопште не истичу у први план, па је због тога потребно доста времена да се такво саопштење преради. Препорука новинара је да се саопштења пишу без непознатих скраћеница и техничких израза.

На другој страни, представници ПР тврде да примедбе на њихова саопштења долазе од оних новинара који “желе све на готово” и од оних који нису добри познаваоци нити свог заната, нити области о којој пишу. Они истичу да је давно прошло време свезнајућих новинара и да би упркос општој економској кризи, која је погодила све, па и медијске куће, било потребно да се изврши специјализација новинара. Највећи добитник такве специјализације била би јавност у чијем интересу раде и ПР службе и новинари.

5. Да ли постоје проблеми са цитирањем?

Новинари тврде да је у интересу њихове професије да у медијима има што више цитата саговорника. Тако се повећава аутентичност текстова и јасно указује на изворе информација. Међутим, ПР службе ретко обезбеђују компетентне саговорнике, а сами избегавају да буду цитирани у медијима. Последњих година дошло је до промена такве праксе када се ради о конференцијама за штампу политичких странака, где ПР службеници не скривају свој идентитет, док је ван конференција ситуација другачија - ПР пружа податке, али његови људи и даље инсистирају на анонимности,

па уколико је информација значајна за јавност новинари се позивају на “анонимне и поуздане изворе” или без питања цитирају оне људе из ПР-а са којима дуго сарађују.

Представници ПР тврде да им неовлашћено и нетачно цитирање у медијима доноси проблеме код шефова. Они истичу да многи од шефова немају довољно разумевања за представнике медија и да желе по сваку цену да их избегну. Због тога већина представника ПР-а избегава да даје изјаве новинарима. Неслужбени разговори са новинарима су присутни, али је опште мишљење да их треба избегавати, јер од њих ПР може имати само штету.

6. Да ли сте се некада у комуникацији новинар – ПР служили увредљивим речима и каква је била реакција?

Сви новинари су у интервјуима навели да се они лично никада у комуникацији са ПР службеницима, на јавним скуповима, нису служили увредљивим говором, али да је таквог понашања било онда када је, ван таквог скупа, тражен директни одговор на неко од питања које је поставила редакција, а ПР службе се оглушиле о такав захтев. То се правда недостатком времена да се дође до информације и сталним притиском редакције да се посао обави у одређеном року. “После свега остајали смо пријатељи” навело је неколико новинара, указујући на чињеницу да је код ПР службеника било више толеранције него код новинара.

ПР службеници су нагласили да су у више наврата били суочени са незадовољством, па и грубим речима, новинара због немогућности да им у кратком року обезбеде жељену информацију, али да они таква понашања разумеју, јер им је посао новинара добро познат. Највећи број је истакао да се са новинарима не треба препирати, јер је, ипак, њихова реч последња.

7. Да ли сте као новинари били задовољни добијеним одговорима, а као представници ПР-а потављеним питањима?

Новинари су потврдили да су углавном били задовољни добијеним одговорима на постављена питања, али да, понекад, због краткоће времена предвиђеног за конференције за штампу, не успевају да до краја расветле проблем због кога су дошли на конференцију. Такође, већина је навела да конференцију за штампу не сматра погодним местом за постављање шкакљивих питања, јер се онда много губи на ексклузивитету, до кога је новинарима веома стало.

Представници ПР-а су истакли да су често били у прилици да од новинара добијају недовољно јасна питања и да су због тога принуђени да дају кратке одговоре којима се до

краја не расветљава проблем о коме се ради. Они, такође, истичу да новинари дођу на конференцију за штампу, која има унапред одређену тему, а онда постављају питања везана за сасвим другу тему, што их понекад доводи у ситуацију да морају јавно признати како не знају одговор на постављено питање.

8. Да ли сте некада као новинар, односно представник ПР били на “празним” конференцијама?

Новинари су нагласили да се последњих година усталила пракса, посебно код представника странака на локалном нивоу, да по сваку цену држе конференције за штампу једном недељно и да због тога има случајева да се одржавају такозване “празне” конференције чији је искључиви циљ сликање за медије а не било какво саопштавање, иоле, важније чињенице. Такву праксу они оцењују неприхватљивом.

ПР специјалисти наглашавају да “празних” конференција има, али да за њихову организацију нису они одговорни, већ њихови шефови који не схватају до краја суштину односа с јавношћу. Највећи број представника ПР оценио је да би било далеко боље када би се конференције сазивале само онда кад не би постојали други начини да се медијима на време дотури значајна вест. Конференције су, по њима, оправдане само у сложенијим ситуацијама када одређену тему треба потанко обрадити, односно објаснити.

9. Да ли у односима новинара и ПР стручњака има елемент корупције?

Новинари нису крили податак да је тешка материјална ситуација у држави учинила да многи од припадника њихове професије постану подложни корупцији, а да такву ситуацију вешто користе ПР стручњаци. Позиви на ручкове и вечере, излете, па и дужа путовања све су чешћи. Заузврат, имплицитно, нико не тражи ништа, али према оцени новинара готово да се подразумева благонаклон став према домаћинима, понекад прећуткивање непријатних вести, непостављање провокативних питања... Посебно је занимљиво да су новинари у интервјуима навели да има случајева да ПР службе појединих фирми формирају такозване “базе” новинара. Њих чине специјално одабрани новинари, посебно значајни одређеним ПР службама. Такви новинари имају специјални статус, њима се прво сервирају ексклузивне информације, са њима се договара стратегија наступа у медијима, а њима се неретко чине и значајни поклони, како у виду путовања, тако и у виду новца.

Припадници ПР службе су, у одговорима, ову тему избежавали. Већина њих је навела да приближавања новинарима има, али да се то не може назвати корупцијом, већ пре свега добром пословном праксом.

10. Да ли бисте мењали професију новинара за ПР и обрнуто?

Већински одговор новинара на ово питање био је позитиван. Искључиви разлог томе јесте тешка материјална ситуација у којој се налази српско новинарство, док се оцењује да је ситуација у фирмама, установама и политичким странкама које имају ПР службе знатно боља. То је, наравно, и разлог што је последњих година много новинара прешло у редове ПР-а. Други од разлога који новинари наводе за такву одлуку јесу стални притисци политичара и власника медија на њих, па је тако некада слободна професија која, је контролисала власт, сведена на послушнички ниво у коме стручна знања, креативност и компетентност више не играју битну улогу.

Представници ПР службе су мањински били опредељени за прелазак у новинарске редове. Један број њих већ се огледао у новинарским пословима, па им прелазак у новинаре не представља изазов. Они су истицали да се и њихов рад одвија под притисцима шефова, од којих многи немају везе са задацима службе која се бави односима с јавношћу, али да је то посао у коме су много растерећенији од новинара, у коме су стресне ситуације ређе и који се данас материјално, углавном, више вреднује од новинарског.

Закључна разматрања

На основу свега што је напред речено, а посебно на основу обављеног истраживања, могуће је извући неколико закључака.

Кључне речи које повезују припаднике обе професије, заправо су толеранција и поверење. Толеранција је неопходна, јер је потпуно јасно да новинари и ПР стручњаци делују у узајамно зависном и корисном односу, понекад као противници, а чешће као колеге које сарађују у властитом интересу. Догађа се, понекад, да ПР службеници манипулишу медијима, јер могу контролисати приступ изворима информација, али исто тако, повремено, и медији ометају напоре ПР-а да с неким информацијама доспеју до јавности. Због тога је потребан обојано толерантан однос како би се ситуација смирила и сарадња наставила, пре свега у интересу јавности. Јер и ПР специјалисти и новинари само су посредници у преношењу значајних вести, чији циљ мора

бити: проследити јавности правовремену, прецизну и тачну информацију.

На квалитет извештавања, у крајњем случају, у доброј мери, утичу и односи између новинара и ПР специјалиста. Тачност и правовременост извештавања у медијима није искључиво резултат рада самог новинара. Због тога је од изузетног значаја да између припадника ове две професије буде изграђен однос поверења, разумевања циљева обе професије, заједничко инсистирање на високим стандардима и достојанству посла који обављају.

Припадници обе професије, као посебно значајне одлике новинара и ПР стручњака, истичу информисаност, компетентност и стручни ниво сарадње. То би требало да буде основа интеракције између комуникационих партнера. При том важна улога припада личним квалитетима, како новинара, тако и ПР стручњака, јер од њих зависи потенцијал за комуникацију. Познавање теме, добро знање метода комуникације, активност новинара, значајно увећавају његове шансе за добро обављање посла, док, обрнуто, немар и неспособност у руковању понуђеним информацијама, могу значајно да смање успешност сарадње новинара и ПР-а. Слично томе, и ПР стручњаци могу да поправе своје шансе за успех у послу са медијима уколико поседују неке од наведених квалитета. Главни катализатори овог процеса јесу знање, ефикасност у раду и расположивост за комуникацију.

Обе функције и новинарство и ПР изузетно су значајне. Међутим, њихово стапање се мора спречити, јер би у том случају обе професије биле на губитничкој страни. Медијима се тако одузима део веродостојности, обични људи престају да им верују, а ако се у томе препознају “прсти” ПР-а, онда све то прераста у друштвену аномалију, што није у интересу ни једних, ни других.

Наше је мишљење да новинари и ПР стручњаци морају очувати самосталност у раду и уз велику дозу толеранције и стрпљивости, као и, уз максимално придржавање етичких стандарда обе професије, наставити да сарађују, како би јавност правовремено и истинито била информисана о свим значајним питањима.

ЛИТЕРАТУРА:

- Biondić, I. i Cigler, R., (2008) *Inventura odnosa novinar – PR, Medianali*, Vol. 2, br. 3, Dubrovnik
- Gavranović, A. (2006) *Medijska obratnica*, Zagreb: Sveučilišna knjižarnica
- Kljajić, V. (2009) *Novinarstvo u službi PR-a i marketinga, Godišnjak*, Beograd: Univerzitet u Beogradu, Fakultet političkih nauka
- Kunczik, M. (2006) *Odnosi s javnošću*, Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Fakultet političkih znanosti – Biblioteka Politička misao
- Michael, R. and David, L. M. (1988) *Journalists and Public Relations Practitioners: Why the Antagonism, Journalism Quarterly* 65, N° 1, USA New York
- Sapir, E. (1921) *Language: An introduction to the study of speech*, New York: Harcourt, Brace and Company
- Chomsky, N. (2002) *Mediji, propaganda i sistem*, Zagreb: Što čitaš
- Weber, M. (2004) *Politics as a Vocation, The Vocation Lectures*, USA Indiana Indianapolis: Hackett Publishing Company

Zoran Aracki

University of Niš, Faculty of Philosophy, Niš

JOURNALISTS AND PR EXPERTS
COOPERATION PRINCIPLE

Abstract

Journalists and PR experts daily gain on importance in creating public opinion. Members of these professions are directed to each other and their everyday relationship takes on new forms. These should be controlled since there is a real danger of their degenerating into the very opposite. The greatest part of all informative press, radio and television programs is filled with PR material and by their misuse, heavy manipulations may occur. It is not always easy for the media or the journalist to recognize often hidden interests of those who supply PR materials. In order to avoid such traps it is necessary to have vast knowledge, personal courage and moral stamina. This work presents research results on the interaction of journalists and PR experts. They are based on material collected by in-depth interviews with members of both professions. The research aims to identify the problems that endanger the quality of communication between journalists and PR experts, in order to improve their cooperation and help successful informing of the general public.

Key words: *journalists, PR experts, public opinion, cooperation, ethics*