



PR speciālisti un žurnālisti

Priekšstati par profesijām
Sadarbības uzlabošanas iespēju meklējumi

Ievads



Pētījuma mērķi

- ❑ Noskaidrot stereotipus, kas valda saskarsmē starp žurnālistiem un PR speciālistiem.
- ❑ Izprast, kā tie veido saskarsmes dinamiku un kas būtu jāizdara, lai uzlabotu saskarsmes kvalitāti.



Pētījuma veikšana

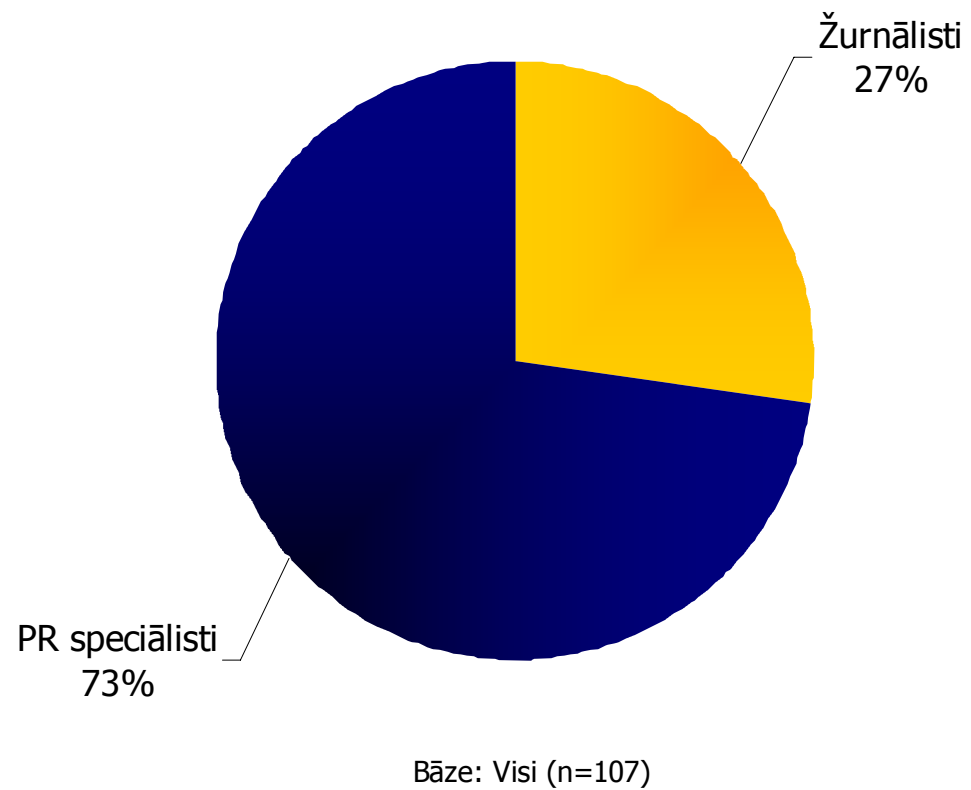
- ❑ **Aptaujas veikšanas laiks:** 22.03.2007. – 29.03.2007.;
- ❑ **Informācijas iegūšanas metodes** – Interneta aptauja;
- ❑ **Mērķa grupa** – PR speciālisti un žurnālisti;
- ❑ **Pilnās intervijas, kas iekļautas analizē** – 107.



Pamatinformācija



Izlasses struktūra

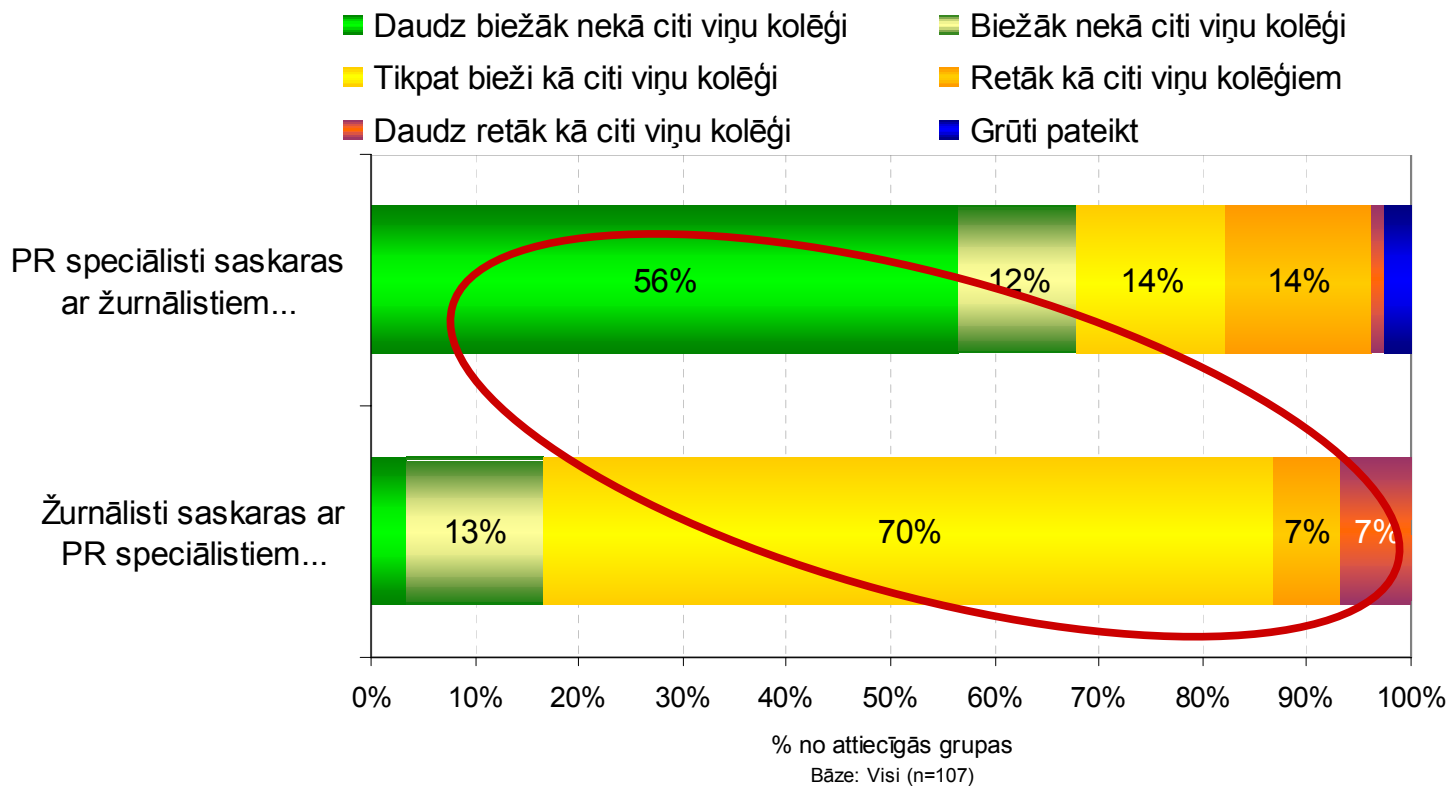


Ievads

6



Saskarsmes biežums



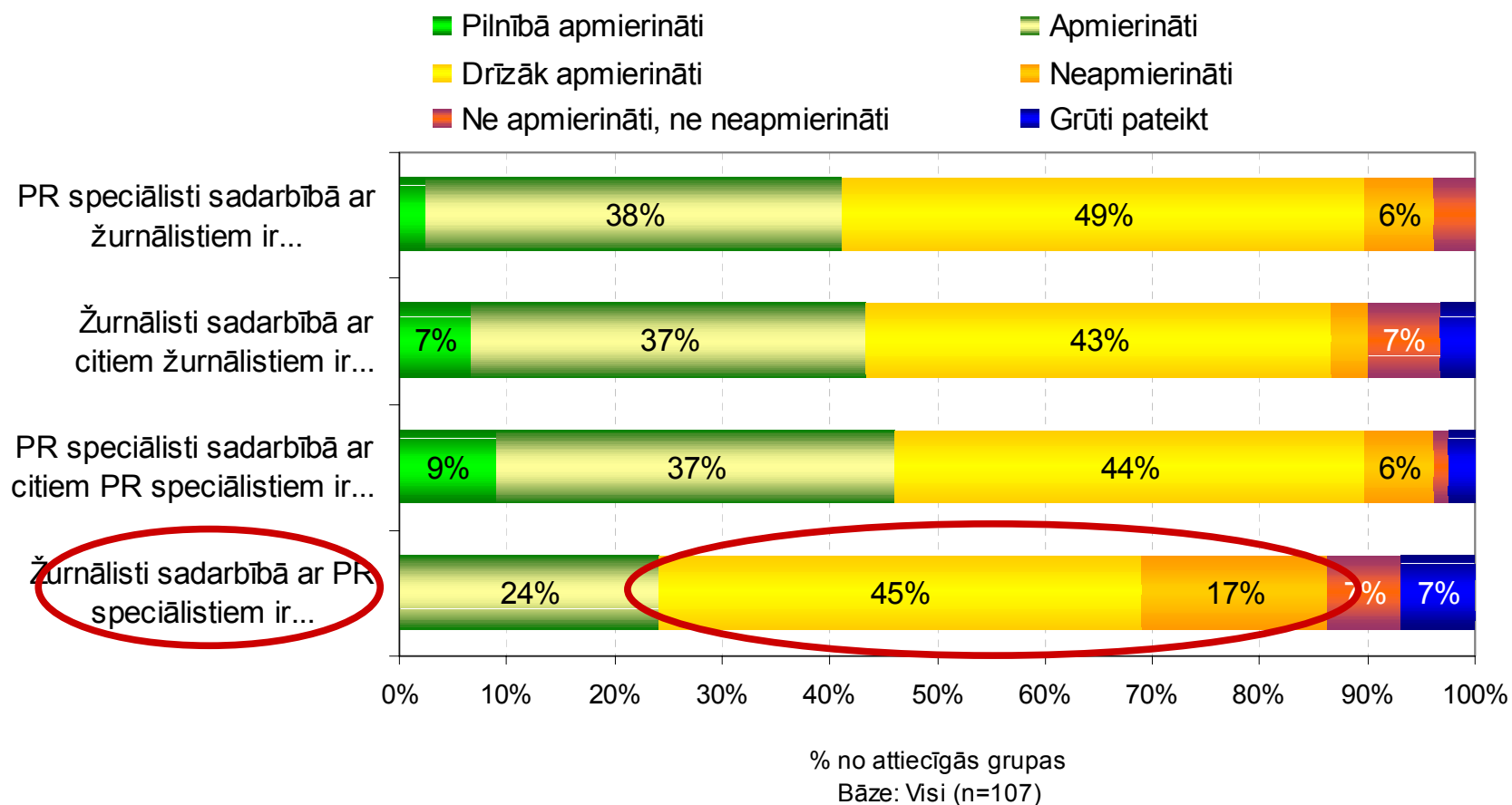
PR speciālistiem liekas, ka viņus "neciena" un viņiem ir biežāk jāstrādā ar žurnālistiem nekā citiem šajā nozarē strādājošajiem speciālistiem. To var skaidrot ar to, ka PR speciālisti vairāk izjūt atgriezeniskās saites trūkumu saistībā ar viņu preses relizēm, konferencēm utt. Rezultātā viņi izjūt konkurenci par žurnālistu uzmanību.

Savukārt žurnālistu attieksmē jūtams līdzsvars – viņi ar PR speciālistiem nekomunicē vairāk vai mazāk nekā citi žurnālisti.

Ievads



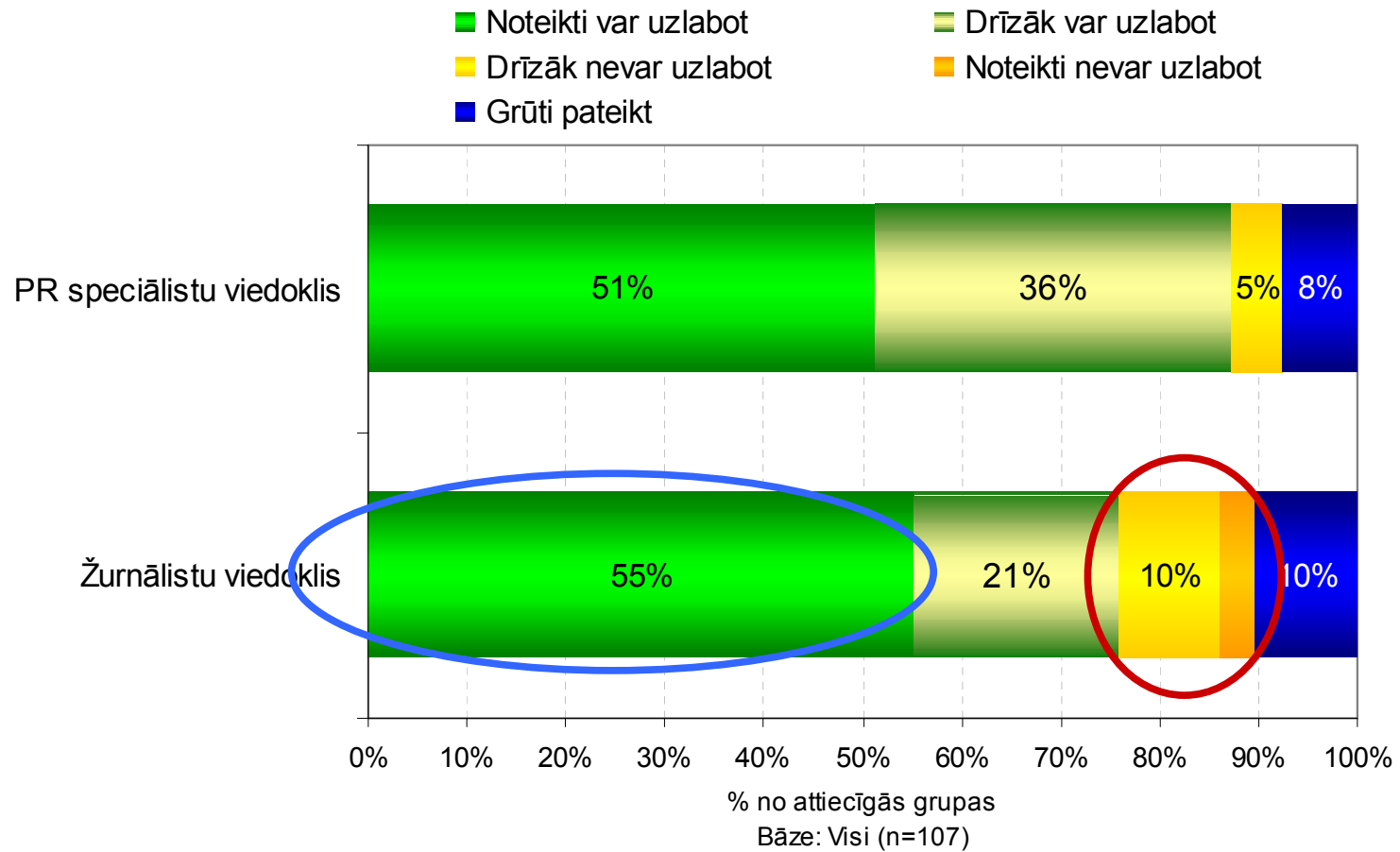
Apmierinātība ar sadarbību



Žurnālistu apmierinātība sadarbībā ar PR speciālistiem ir viszemākā. Iespējams, tas ir saistīts ar lielāku komunikācijas intensitāti no PR speciālistu puses – konkurences dēļ viņi saskarsmē rada lielāku spriedzi, nekā žurnālistiem šķiet pieņemami. Rezultātā žurnālisti biežāk paliek neapmierināti.

Ievads

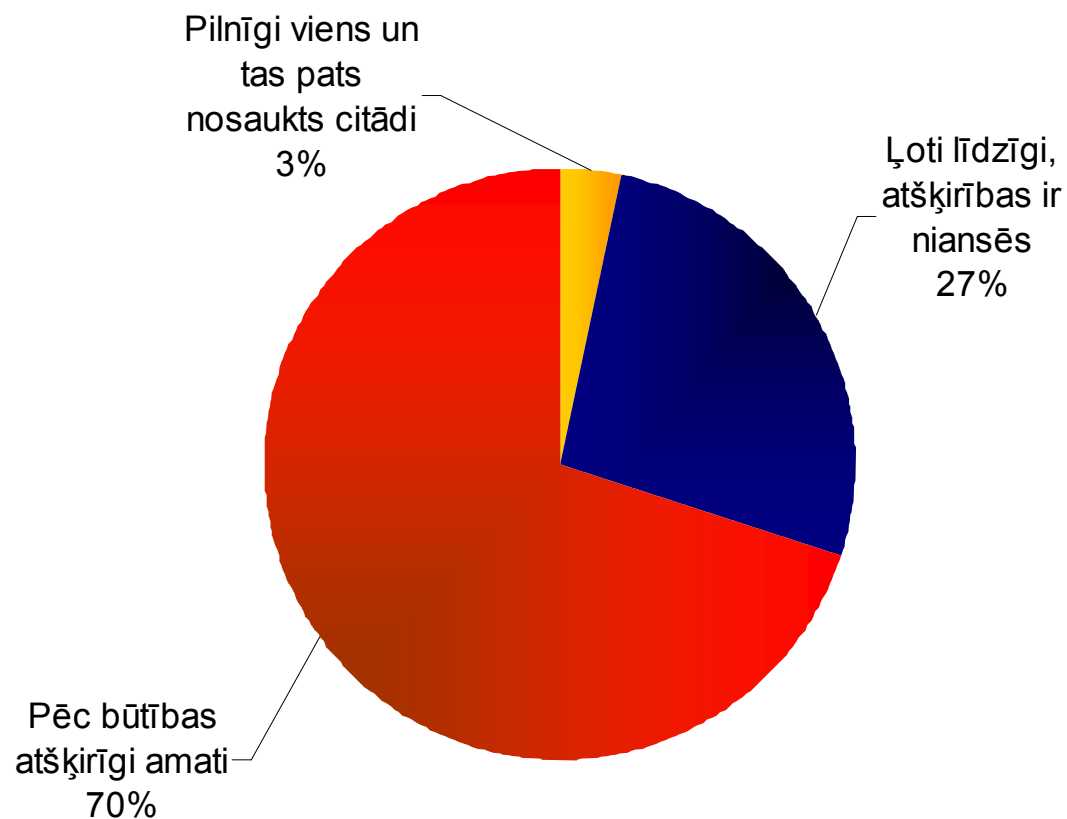
Vai sadarbību var uzlabot?



Ievads

Abām grupām ir pozitīvs skatījums uz sadarbības perspektīvām. Tomēr starp žurnālistiem skeptiķu ir vairāk.

Vai žurnālisti atšķir PR speciālistu un preses sekretāru?



Bāze: Žurnālisti (n=29)

Ievads

10



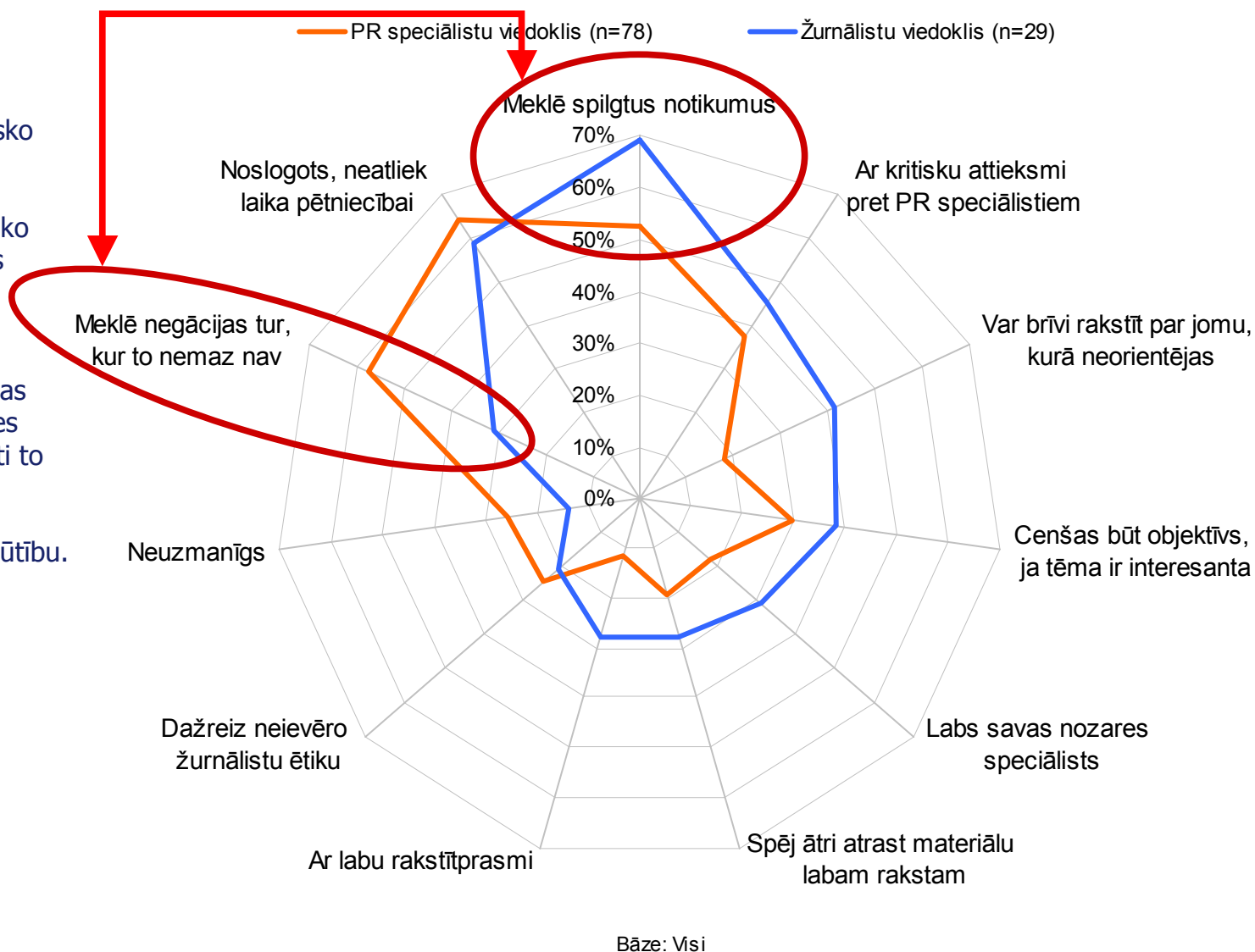
Žurnālistu un PR speciālistu tēli



Žurnālista tēls

Salīdzinot žurnālistu un PR speciālistu iespaidus par tipisko žurnālistu, var redzēt, ka vislielākās nesaskaņas rodas jautājumā par to, kas ir tas, ko žurnālists īsti dara vai arī kas viņam būtu jā dara?

Žurnālisti uzsver savas tiesības patstāvīgi meklēt un izvēlēties informāciju. Bet PR speciālisti to bieži uztver kā "negāciju meklēšanu" – t.i. žurnālistu neizpratni par informācijas būtību.



Žurnālistu un PR speciālistu tēli



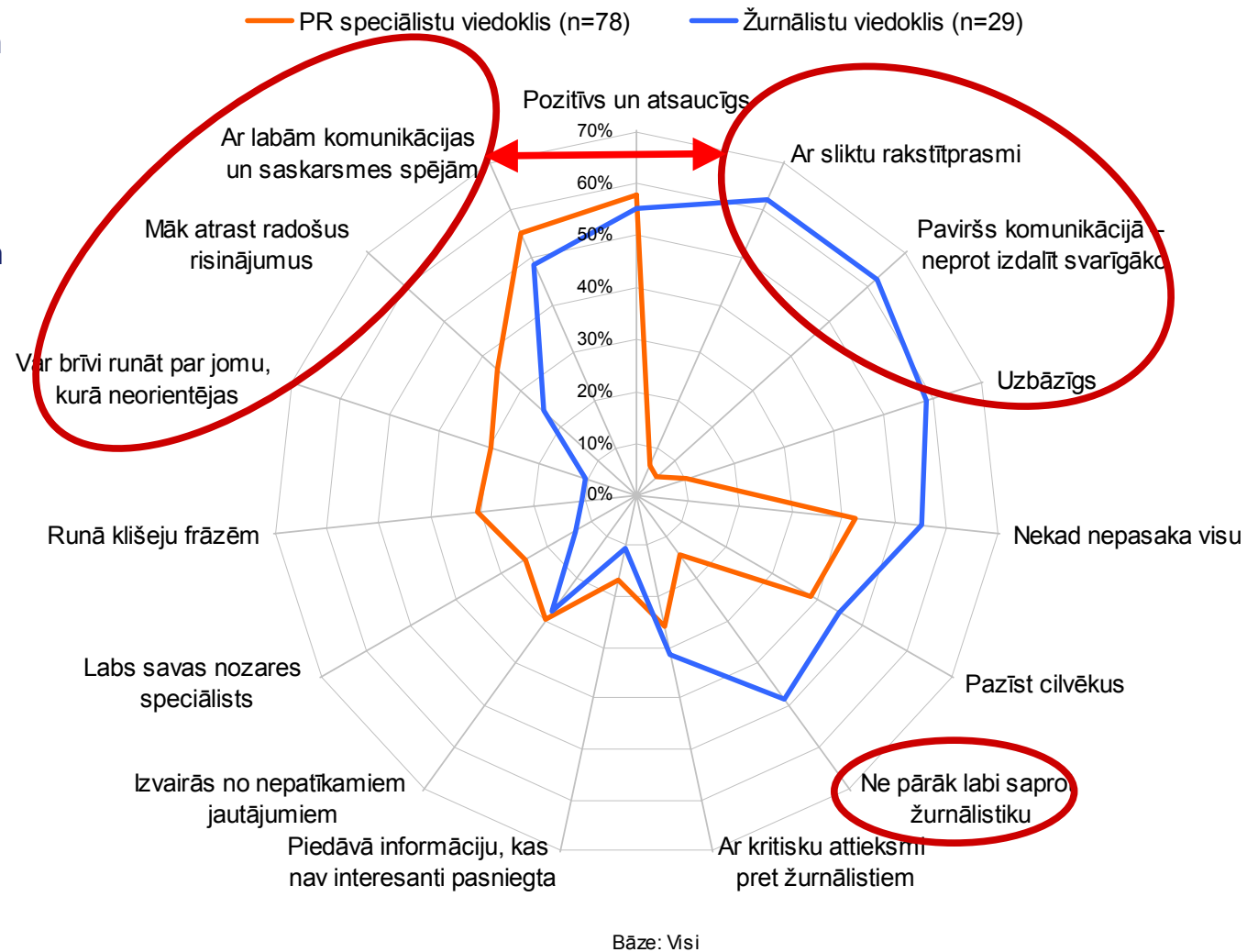
PR speciālistu tēls

Atšķirības PR speciālistu vērtējumā starp PR speciālistiem un žurnālistiem rada galvenokārt priekšstati par sadarbības un sniegtās informācijas kvalitāti.

Žurnālisti uzskata, ka PR speciālistiem piemīt sliktas rakstiskas un mutiskas komunikācijas prasmes – viņu vērtējums ir krasi negatīvs. Pašiem PR speciālistiem arī nav stingras pārlicības par savām komunikācijas prasmēm, tomēr viņu vērtējums ir pozitīvāks.

Protams, tā kā šo informāciju ir snieguši žurnālisti, viņu vērtējums apriori ir pareizs. Tomēr, ņemot vērā tik radikālu starpību, var pieņemt, ka žurnālisti un PR speciālisti pārprot viens otru attiecībā uz PR speciālista darbu. Līdz ar to rodas ekspektāciju konflikts.

Žurnālistu un PR speciālistu tēli



Tēlu veidošanās

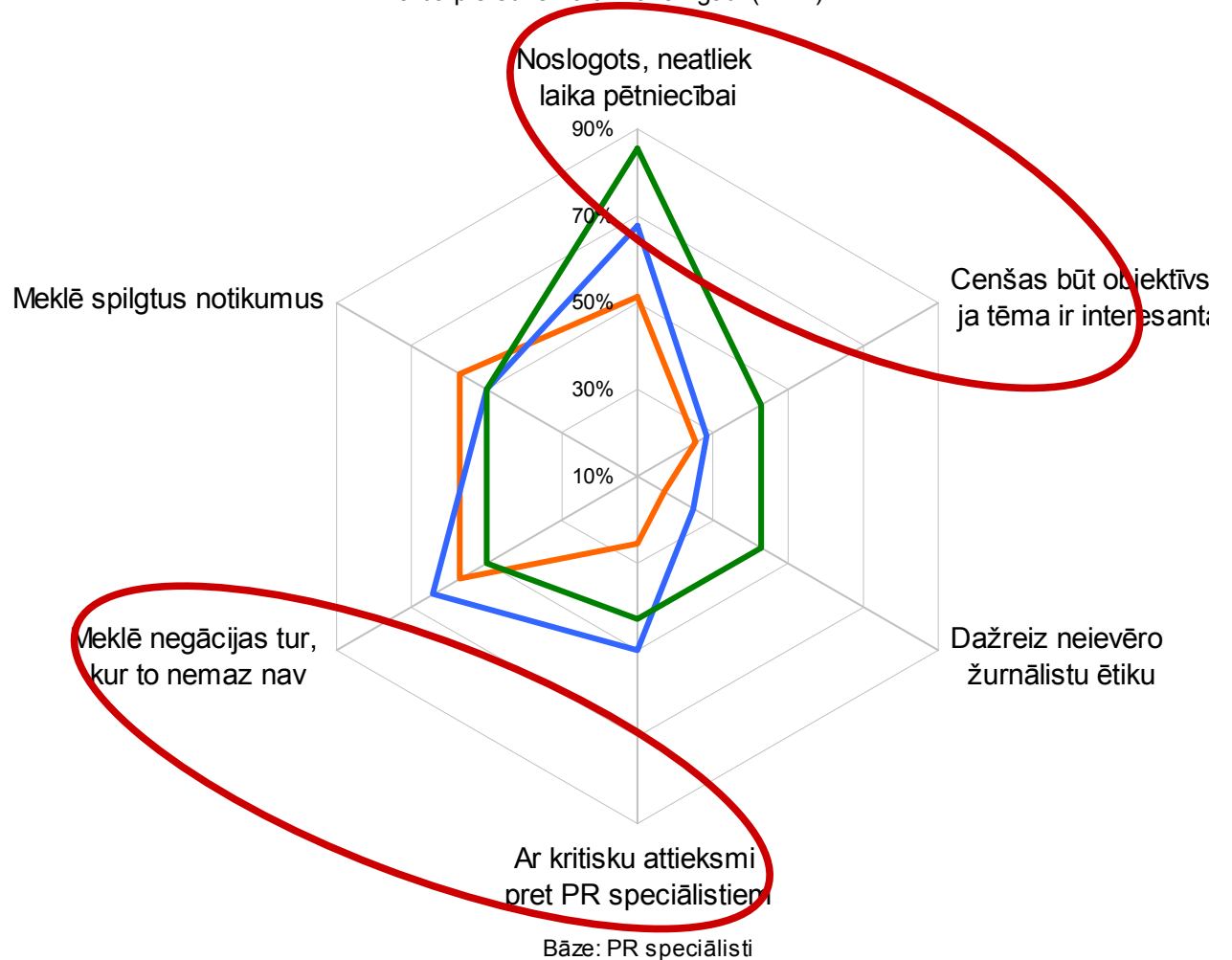


Pieredzes veidotais žurnālistu tēls

Nesaskaņas par to, kam pieder informācija un kas to interpretē, bieži vien ir saistītas ar konflikta uztveršanu personiski – tātad PR speciālisti žurnālistu uzvedību uztver nevis kā vērstu pret darba rezultātu, bet gan pret viņu pašu.

Pieredze veido labāku PR speciālistu izpratni par žurnālista profesiju. Ar laiku viņi saskata nevis personisku nepatiku, bet gan lielu slodzi un centību būt objektīvam.

- Darba pieredze mazāka par 5 gadiem (n=35)
- Darba pieredze 5 līdz 9 gadi (n=28)
- Darba pieredze 10 un vairāk gadi (n=14)



Tēlu veidošanās



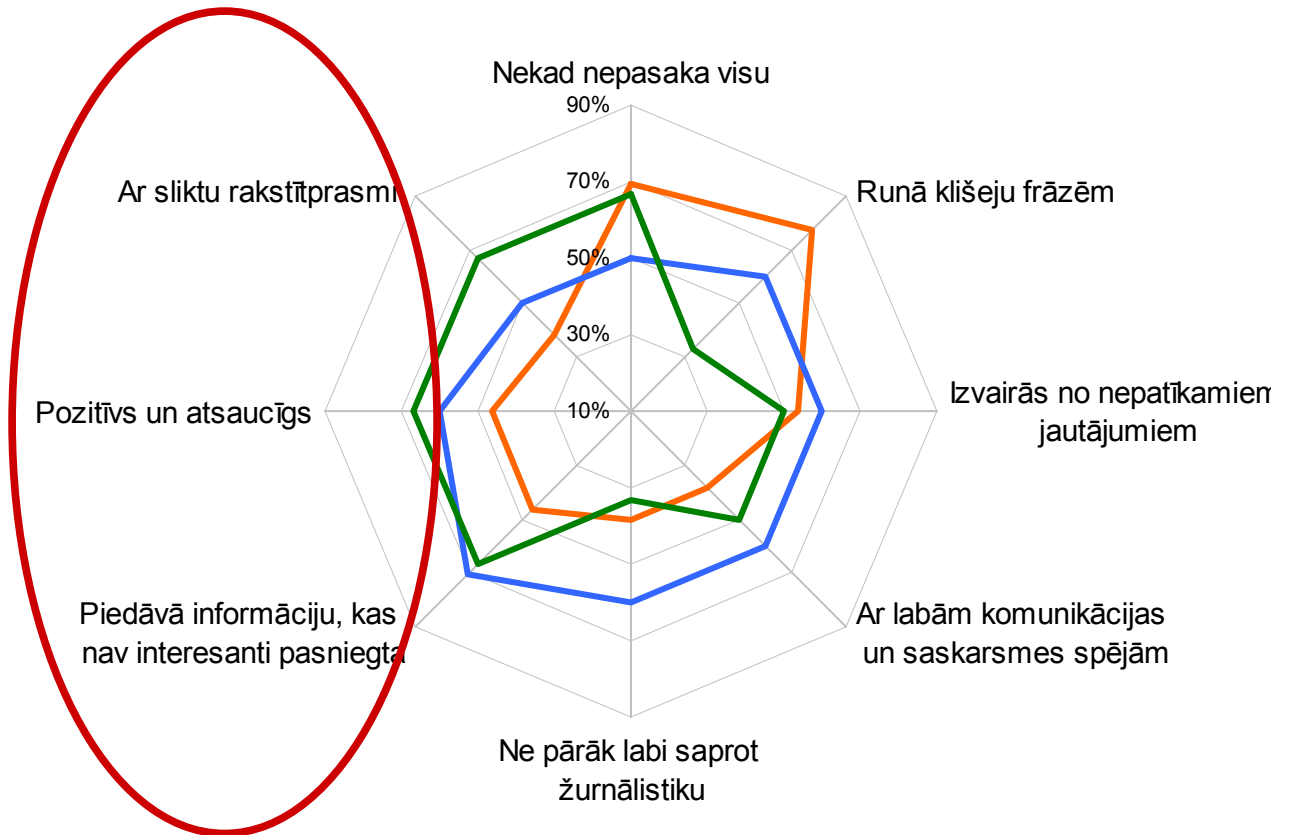
Pieredzes veidotais PR speciālistu tēls

- Mazāk par 5 gadiem (n=13)
- 6 līdz 15 gadi (n=10)
- 15 gadi un vairāk (n=6)

Pieredze neveido pozitīvu žurnālistu viedokli par PR speciālistiem, kā tas ir redzams iepriekšējā gadījumā. Žurnālisti aizvien vairāk uzsvēr pieredzējušu PR speciālistu neprasmi pasniegt informāciju.

Ja pieņemam, ka šī viedokļu atšķirība atspoguļo domstarpības par PR speciālistu pienākumiem, tad var pieņemt, ka žurnālisti izjūt nepietiekamu atgriezenisko saiti no PR speciālistu puses – viņi mazāk veiksmīgi māk paskaidrot žurnālistiem, ko un kāpēc viņi sagaida no sadarbības.

Vai arī, ņemot vērā PR speciālistu konkurenci par žurnālistu uzmanību, žurnālistiem ir mazāk iemeslu izprast PR speciālistu pienākumus.



Bāze: Žurnālisti

Tēlu veidošanās



Sadarbības perspektīvas



PR speciālistu un žurnālistu ieteikumi savstarpējās sadarbības uzlabošanai

☐ Ir jāuzlabo profesionalitāte

- Ir jābūt atbilstoši izglītībai
- Jāizskauž pirktie raksti, notikumi jātraktē vispusīgi
- Jāmeklē radošāki risinājumi, jāizskauž melnais PR

☐ Jāveicina iecietība

- Jāspēlē godīga spēle, nedrīkst kultivēt stereotipus vienam par otru
- Jāizprot vienam otra atbildība, motīvi
- Nedrīkst uzskatīt savu darbu par svarīgāku nekā ir otra darbs
- Jārespektē otras puses darba specifika

☐ Jāuzlabo komunikācijas prasmes

- Jāveido ciešākus sakarus ar konkrētām personām
- Jābūt atklātiem vienam pret otru

☐ Jāorganizē kopīgus pasākumus

- Seminārus
- Radošus pasākumus
- Atklātas diskusijas
- Kopīgas apmācības

Sadarbības
perspektīvas



Kopsavilkums

Konkurence par otras puses uzmanību
ir daudz asāka PR speciālistiem
nekā žurnālistiem

Lielākas konkurences dēļ
PR speciālisti rada lielāku spiedi
saskarsmē ar žurnālistiem

PR speciālistiem uz žurnālistiem
ir domstarpības par to....

kam pieder informācija
un tiesības uz tās interpretāciju

kāda ir PR speciālistu loma sadarbībā.

ka pieredzējuši PR speciālisti labāk
izprot žurnālistu viedokli par
informācijas nozīmi
un atrod kompromisu

Jautājums paliek bez risinājuma...

Sadarbības
perspektīvas





Paldies par uzmanību!