

УНИВЕРЗИТЕТ У НИШУ  
ФИЛОЗОФСКИ ФАКУЛТЕТ  
ДЕПАРТМАН ЗА КОМУНИКОЛОГИЈУ И НОВИНАРСТВО

**ИЗВЕШТАЈ О ВРЕДНОВАЊУ КВАЛИТЕТА СТУДИЈСКИХ ПРОГРАМА  
ОАС НОВИНАРСТВО И ОАС КОМУНИЦИРАЊЕ И ОДНОСИ С  
ЈАВНОШЋУ ОД СТРАНЕ ПОСЛОДАВАЦА**

**НИШ, 2026. ГОДИНЕ**

## 1. УВОД

У оквиру активности усмерених на унапређење квалитета студијских програма спроведена су два фокус-групна разговора са различитим групама релевантних актера у области медија и комуникација. Прву фокус групу чинили су представници медија са искуством у раду са студентима новинарства, док су у другој фокус групи учествовали представници PR сектора и ширег комуникационог поља, запослени у областима односа с јавношћу, маркетинга и институционалних комуникација. Циљ фокус-групних разговора био је да се, из две комплементарне професионалне перспективе – медијске и комуникацијско-PR – сагледају знања, вештине и компетенције које студенти стичу током студија, као и да се идентификују кључни недостаци, изазови у преласку са студија у професионалну праксу и могућности за унапређење студијских програма. Овај извештај представља резултат тематске анализе транскрипата оба фокус-групна разговора и има за циљ да систематизује заједничке налазе, као и разлике у перцепцијама представника медија и представника PR сектора.

## 2. МЕТОДОЛОГИЈА

Истраживање је спроведено применом квалитативне тематске анализе транскрипата два фокус-групна разговора, реализованих са различитим групама релевантних актера у области медија и комуникација. Фокус групе су одабране као инструмент прикупљања података имајући у виду потребу за продубљеним увидом у искуства, процене и препоруке учесника у вези са знањима и компетенцијама које студенти стичу током студија.

**Прву фокус групу** чинили су представници медија са искуством у раду са студентима и младим новинарима: Никола Стојановић, директор Media i Reform centra из Ниша; Бранка Михајловић, уредница Нишких вести; и Љубица Јоцић, заменица главног и одговорног уредника Јужних вести.

**Другу фокус групу** чинили су представници PR сектора и комуникација, запослени у различитим институцијама и организацијама: Анђела Миљуш, дипломирани комуниколог, запослена у компанији Better Collective у сектору маркетинга; Станислава Петковић, мастер комуниколог, PR и службеник за маркетинг у Народном позоришту у Нишу; као и Станислава Симић, дипломирани новинар, саветник за PR и маркетинг у Научно-технолошком парку Ниш, са претходним радним искуством у медијима.

Тематска анализа је спроведена индуктивним приступом, при чему су идентификоване кључне теме, понављајући обрасци и разлике у исказима учесника. Посебан аналитички фокус био је на упоређивању перспектива представника медија и представника PR сектора, како би се сагледала подударност и разлике у професионалним очекивањима и искуствима у односу на исходе студијских програма.

## 3. РЕЗУЛТАТИ ТЕМАТСКЕ АНАЛИЗЕ

Тематском анализом транскрипата два фокус-групна разговора идентификовано је више кључних тематских области које се понављају у исказима учесника обе фокус групе. У циљу јасног и систематичног приказа резултата, налази су организовани у оквиру истих тематских области за обе групе, при чему су унутар сваке области одвојено представљене перспективе

представника медија и представника PR сектора. Идентификоване су следеће тематске области: **Општи ниво знања и компетенција; Однос теорије и праксе; Припремљеност за савремено дигитално и медијско окружење; Критичко мишљење, етика и јавни интерес; Језичка култура, изражавање и меке вештине; Употреба вештачке интелигенције и нових технологија; Стручна пракса и сарадња са факултетом.**

### *3.1. Општи ниво знања и компетенција*

#### **Представници медија**

Учесници из реда представника медија оцењују да дипломирани студенти новинарства и комуникологије у основи поседују задовољавајући ниво општих знања. Посебно је истакнуто да студенти углавном разумеју основне принципе новинарског рада, структуру медијског текста и основне улоге медија у друштву. Ипак, указано је да ниво знања није уједначен, како између различитих генерација, тако и унутар исте генерације. Представници медија наглашавају да проблем најчешће не лежи у недостатку теоријских знања, већ у недовољно развијеној способности да се та знања примене у конкретним професионалним ситуацијама. Као додатни изазов истакнута је недовољна упознатост студената са реалним условима рада у медијима, што често доводи до разочарања и демотивације у раној фази професионалног ангажмана.

#### **Представници PR сектора**

Представници PR сектора углавном позитивно оцењују теоријску основу стечену током студија. Истичу да су им студије обезбедиле разумевање основних појмова, правила струке и начина функционисања медијског и комуникационог система. Посебно је наглашено да су знања из области писања, структуре текста и основа комуникације представљала добру полазну основу за даљи професионални развој. Међутим, представници PR сектора указују да су по уласку у радно окружење уочили јасан јаз између академски стечених знања и конкретних захтева посла. Иако нису доводили у питање вредност теоријске основе, истичу да су морали релативно брзо да усвајају практичне вештине које током студија нису биле довољно заступљене.

### *3.2. Однос теорије и праксе*

#### **Представници медија**

Представници медија истичу да је недовољна повезаност теоријске наставе са практичним радом један од најизраженијих проблема у припреми студената за професионални ангажман. Иако студенти током студија усвајају релевантна теоријска знања, та знања се, према мишљењу представника медија, ретко преводе у конкретне радне вештине неопходне за рад у редакцијама и медијским организацијама. Учесници фокус групе наглашавају да студенти често немају јасну представу о динамици редакцијског рада, организацији посла и свакодневним професионалним обавезама новинара. Посебно је истакнуто да студенти неретко очекују да ће одмах бити укључени у сложене и видљиве новинарске задатке, без претходног савладавања основних корака и рутине професије, што указује на потребу постепенијег и систематичнијег увођења у практичан рад.

#### **Представници PR сектора**

Представници PR сектора у великој мери потврђују оцене представника медија у вези са односом теорије и праксе. Иако истичу да су током студија стекли значајна теоријска знања, наглашавају да су се по запослењу суочили са захтевима за које се нису осећали у потпуности

припремљеним. Представници PR сектора указују да су највећи део практичних вештина усвојили тек у радном окружењу, кроз непосредан рад и менторство старијих колега. У том контексту, истичу да би раније и интензивније укључивање практичних облика наставе током студија олакшало прелазак са академског на професионални контекст и смањило почетну несигурност са којом су се суочили.

### *3.3. Припремљеност за савремено дигитално и медијско окружење*

#### **Представници медија**

Представници медија истичу да су млађе генерације студената у значајној мери прилагођене савременом дигиталном окружењу. Посебно је наглашено да студенти добро владају основним дигиталним алатима, да се лако сналазе у раду са онлајн платформама и да разумеју логику друштвених мрежа и дигиталне дистрибуције садржаја. У том смислу, представници медија препознају потенцијал студената да унесу нове формате и приступе у медијски рад. Међутим, истакнуто је да техничка спремност не подразумева аутоматски и стратешко разумевање дигиталне комуникације. Представници медија указују да студенти често разумеју како се поједини алати користе, али да им недостаје шира слика о циљевима комуникације, публици којој се обраћају и ефектима које одређени садржај треба да произведе. Такође је наглашено да брзина, тачност и одговорност у дигиталном медијском простору представљају изазов за младе новинаре и комуникаторе.

#### **Представници PR сектора**

Представници PR сектора сопствену припремљеност за дигитално окружење углавном оцењују позитивно. Истичу да су им дигиталне вештине и познавање онлајн медија и друштвених мрежа омогућили лакше укључивање у радно окружење, нарочито у сегментима који се односе на креирање и дистрибуцију садржаја за различите платформе. Ипак, представници PR сектора указују да су тек у пракси стекли дубље разумевање стратегије дигиталне комуникације, управљања садржајем и прилагођавања поруке различитим циљним групама. Наглашавају да су током студија стекли основна техничка знања, али да су комплекснији аспекти дигиталног рада, као што су аналитика, планирање и дугорочна комуникациона стратегија, били недовољно заступљени.

### *3.4. Критичко мишљење, етика и јавни интерес*

#### **Представници медија**

Представници медија истичу да студенти у одређеној мери поседују развијено критичко мишљење и свест о значају новинарске етике. Наводи се да током студија усвајају нормативне и вредносне оквире професије, као и да показују осетљивост за теме од јавног значаја. Ипак, представници медија указују да млади новинари и комуникатори често имају тешкоће у примени ових принципа у реалном професионалном окружењу. Посебно је наглашено да студенти често јавни интерес поистовећују искључиво са „великим“ и друштвено видљивим темама, док занемарују значај мањих, локалних и свакодневних прича које имају директан утицај на заједницу. Такође је истакнуто да недостатак фокуса и способности приоритизације тема представља један од изазова у раној фази професионалног развоја.

#### **Представници PR сектора**

Представници PR сектора наводе да су током студија били подстицани на критичко размишљање и етички одговоран приступ професији. Међутим, по уласку у радно окружење

суочили су се са ситуацијама у којима такви приступи нису увек препознати или награђени, што је код појединих довело до осећаја разочарања и преиспитивања професионалних очекивања. Представници PR сектора истичу да су временом научили да критичко мишљење и етичке принципе прилагођавају конкретном медијском или организационом контексту, без одустајања од основних професионалних вредности. У том процесу, практично искуство и менторска подршка показали су се као кључни фактори.

### *3.5. Језичка култура, изражавање и меке вештине*

#### **Представници медија**

Представници медија указују да су недостаци у области језичке културе, писменог и усменог изражавања један од уочљивијих проблема код младих новинара и комуникатора. Посебно се истичу потешкоће у правилној употреби језика, артикулацији мисли, као и у јавном наступу. Наводи се да ови недостаци могу утицати на укупни квалитет професионалног рада, без обзира на техничку или теоријску припремљеност. Представници медија наглашавају да језичка култура и комуникационе вештине не би требало да буду искључиво одговорност појединих предмета, већ да представљају заједничку одговорност целокупног наставног процеса. Посебно је истакнута потреба за систематичним и континуираним радом на развоју ових вештина током свих година студија.

#### **Представници PR сектора**

Представници PR сектора признају да су тек након уласка у професионално окружење у потпуности постали свесни значаја језичке културе, прецизног изражавања и јавног наступа. Иако су током студија стекли основна знања, истичу да су практичне ситуације, рад са клијентима, наступи у јавности и комуникација унутар организација захтевали знатно виши ниво изражајних и презентационих вештина. Представници PR сектора наглашавају да су ове вештине у великој мери развијали кроз радно искуство и самостално усавршавање, те да би њихово систематичније укључивање у наставни процес значајно допринело бољој припремљености студената за тржиште рада.

### *3.6. Употреба вештачке интелигенције и нових технологија*

#### **Представници медија**

Представници медија указују на све израженију употребу алата заснованих на вештачкој интелигенцији у раду студената и младих професионалаца. Истиче се да су ови алати постали саставни део савременог медијског и комуникационог окружења и да могу представљати корисну подршку у раду, посебно у погледу брзине и ефикасности. Ипак, представници медија наглашавају проблем некритичке употребе AI алата, без довољне контроле, уређивања и разумевања садржаја који се генерише. Посебно је истакнута опасност од ослањања на аутоматски генерисане текстове без провере тачности, стила и контекста, што може утицати на професионалне и етичке стандарде рада.

#### **Представници PR сектора**

Представници PR сектора наводе да су алате засноване на вештачкој интелигенцији користили као подршку у свом раду, али истичу да су тек кроз практично искуство постали свесни ограничења таквих алата. Наводе да су у почетку AI алате користили превасходно за убрзавање процеса писања и обраде информација, али да су временом развили критичнији однос према њиховој примени. Представници PR сектора наглашавају да је кључно разумети



да AI алати не могу заменити професионално знање, новинарски суд и креативно размишљање, већ да могу бити корисни само као помоћно средство у оквиру јасно дефинисаних циљева и стандарда рада.

### *3.7. Стручна пракса и сарадња са факултетом*

#### **Представници медија**

Представници медија истичу да је постојећи модел стручне праксе недовољно ефикасан и да често не даје очекиване резултате. Наводи се да студенти неретко долазе на праксу са циљем формалног испуњавања обавеза, без јасно дефинисаних задатака и очекивања, што умањује њен образовни потенцијал. Посебно је наглашена потреба за јаснијим оквирима сарадње између факултета и организација које примају студенте на праксу, као и за бољом селекцијом и усмеравањем студената у складу са њиховим интересовањима и способностима.

#### **Представници PR сектора**

Представници PR сектора истичу да су им управо практична искуства и контакти остварени током студија били од кључног значаја за запошљавање и професионални развој. Ипак, наводе да су ти облици сарадње били недовољно систематизовани и у великој мери зависни од личне иницијативе појединаца. Представници PR сектора сматрају да би јасније структурисана и дужа стручна пракса, уз менторску подршку, значајно допринела бољој припремљености студената за тржиште рада и олакшала прелазак из академског у професионални контекст.

## **4. ЗАЈЕДНИЧКИ НАЛАЗИ И КОМПАРАТИВНИ УВИД**

Анализа исказа представника медија и представника PR сектора указује на висок степен подударности у процени кључних изазова у образовању студената новинарства и комунологије. Иако обе групе полазе из различитих позиција, представници медија из угла професионалне праксе у медијима, а представници PR сектора из угла професионалне праксе у PR и комуникацијама, њихови налази се у великој мери поклапају. Заједнички је уочено да студенти током студија стичу солидну теоријску основу, али да та основа није увек праћена довољно развијеним практичним вештинама неопходним за рад у реалном професионалном окружењу. Посебно се истиче јаз између академског знања и захтева радног места, који се најчешће превазилази тек након запослења, кроз непосредан рад и неформално учење. И представници медија и представници PR сектора препознају дигиталне компетенције као једну од јачих страна студената, али истовремено указују на потребу за развијањем стратешког размишљања, аналитичких способности и разумевања ширег комуникационог контекста. Техничка оспособљеност, сама по себи, није довољна без јасне свести о циљевима, публици и одговорности професионалног деловања. Када је реч о критичком мишљењу, етици и јавном интересу, уочава се да студенти током студија усвајају нормативне и вредносне оквире професије, али да се у пракси често суочавају са ограничењима у њиховој примени. Овај раскорак између очекивања и реалности представља један од значајних изазова у раној фази професионалне социјализације. Посебан проблем, на који обе групе указују, односи се на језичку културу, усмено и писмено изражавање, као и развој меких вештина. Ове компетенције препознате су као кључне за професионални успех, али недовољно систематски развијане током студија. Употреба вештачке интелигенције и нових технологија препозната је као неминовност савременог професионалног окружења, уз јасно истицање потребе за критичком, одговорном и сврсисходном применом ових алата. Најзад, питање стручне праксе и сарадње

са факултетом издваја се као једна од кључних тачака за унапређење студијских програма. И представници медија и представници PR сектора наглашавају значај ранијег, дужег и садржајнијег укључивања студената у реална радна окружења, уз јасно дефинисане циљеве, задатке и менторску подршку.

## 5. ЗАКЉУЧЦИ И ПРЕПОРУКЕ

На основу спроведене тематске анализе и компаративног увида у исказе представника медија и представника PR сектора, могу се издвојити следећи закључци и препоруке релевантни за унапређење студијских програма комунологије и новинарства:

- Потребно је додатно јачати повезаност теоријске наставе и практичног рада, кроз раније и систематичније укључивање практичних облика наставе.
- Стручну праксу је неопходно унапредити у погледу трајања, структуре и јасног дефинисања исхода учења и очекивања од студената.
- Развој језичке културе, усменог и писменог изражавања, као и јавног наступа, треба посматрати као заједничку одговорност целокупног наставног процеса.
- Дигиталне компетенције и употребу вештачке интелигенције потребно је усмерити ка развоју стратешког, аналитичког и критичког приступа, а не искључиво техничких вештина.
- Неопходно је даље подстицати развој критичког мишљења, етичке одговорности и разумевања јавног интереса, уз боље повезивање ових вредности са реалним професионалним контекстом.
- Сарадњу са представницима медија и представницима PR сектора треба континуирано развијати и институционално јачати, као важан ресурс за унапређење квалитета студијских програма.