

# KORIŠTENJE UMJETNE INTELIGENCIJE U MEDIJSKIM SADRŽAJIMA



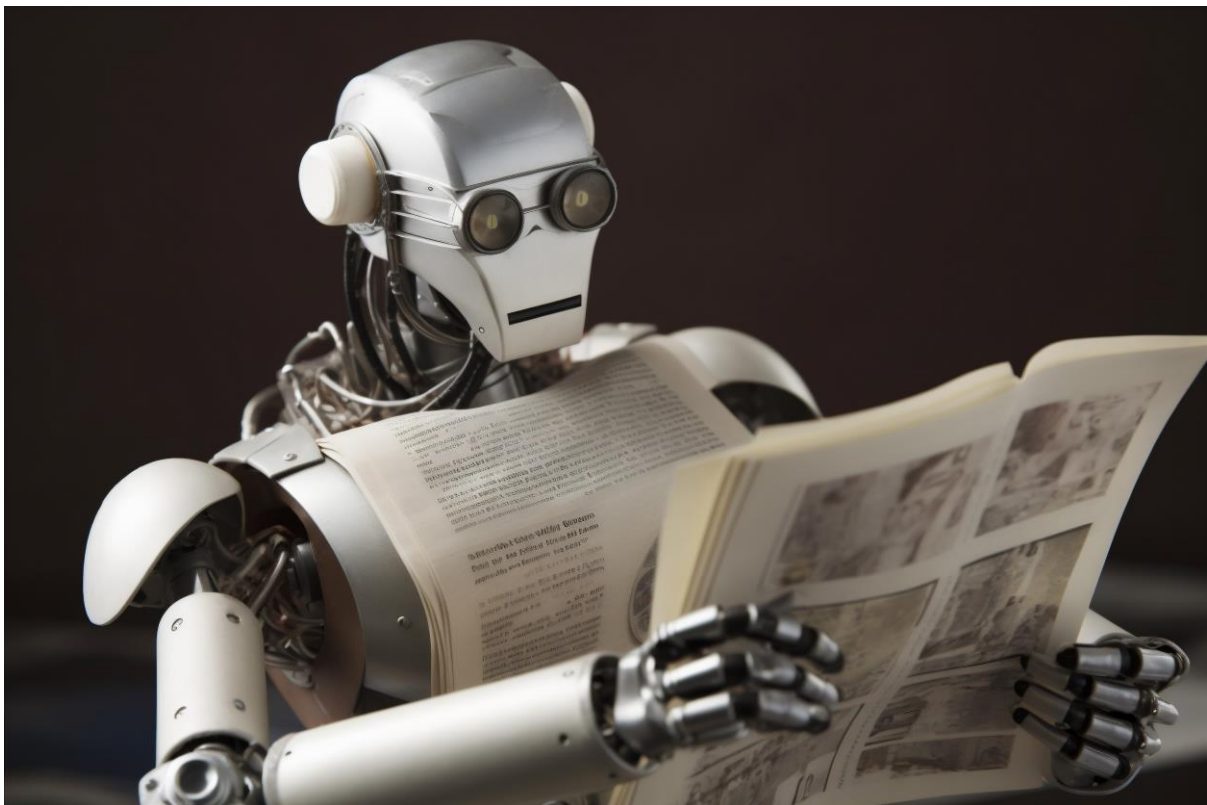
AUTORI PRIRUČNIKA SU ISTRAŽIVAČKI TIMOVI MEDIJA: RTV NOVI PAZAR, FACE TV I  
PRIMAT PLUS

## KORIŠTENJE UMJETNE INTELIGENCIJE U MEDIJSKIM SADRŽAJIMA

Umjetna inteligencija je došla brže od očekivanog u sve segmente društva. Neke branše su brzo uspjele da se transformišu na benefite koje donosi umjetna inteligencija, međutim, ova prilagodba sa sobom nosi i određene izazove na koje je teško uticati. Posebno je to izazovno u novinarstvu, jer je prirodni slijed događaja da umjetna inteligencija dovodi do dehumanizacije, a što je veliki rizik za novinarstvo.

Dehumanizacija ne mora nužno da bude loša u određenim segmentima, ali ako znamo da cjelokupna profesija novinarstva se temelji na „čovjeku/humanu“, onda svaki oblik dehumanizacije, bez strogo kontrolisanih uslova, dehumanizuje profesiju. Shodno tome, neophodna je veća uključenost medijskih djelatnika i kompletne zajednice da „odbrane“ profesiju od umjetne inteligencije, ali da s druge strane iskoriste benefite koje pruža umjetna inteligencija. Kroz ovaj rad namjeravamo prikazati navedeni balans, jer je to suština ovog fenomena koje je donio AI.

Ovaj rad ćemo predstaviti u formi priručnika. Priručnik je podijeljen u cjeline: U prvom dijelu je su pojašnjeni pojmovi, drugi dio predstavlja objašnjenje etike u novinarstvu, u trećem dijelu su predstavljene zloupotrebe od strane AI u medijima Zapadnog Balkana, prevencija zloupotreba je objašnjena u četvrtom poglavlju, u petom dijelu su navedeni primjeri zloupotreba.



## OBJAŠNJENJE POJMOVA

**Umjetna inteligencija** je sposobnost nekog uređaja da oponaša ljudske aktivnosti poput zaključivanja, učenja, planiranja i kreativnosti. U kontekstu medija, umjetna inteligencija se najčešće koristi u korekturi i oblikovanju teksta, a sve češće novinari koriste AI i za definisanje tema.

**Mediji**, iako je ovaj pojam poznat, neophodno je uraditi dodatnu elaboraciju ovog pojma u kontekstu njegove sinergije s novim trendovima. Mediji su u 21. stoljeću doživjeli veliku transformaciju koja i dalje traje, te je pojava umjetne inteligencije usmjerila i ubrzala ovaj proces, tako da su mediji masovno počeli da koriste resurse umjetne inteligencije, te danas postoje mediji koji isključivo content generišu putem AI. U tu svrhu dajemo još nekoliko objašnjenja pojmova koji se direktnu vežu za odnos medija i umjetne inteligencije:

1. **Automatizacija novinarskog procesa** uključuje razvoj AI alata za automatsko generiranje članaka, izvještaja i vijesti na osnovu sirovih podataka ili izvještaja sa terena. To uključuje i generiranje naslova, sažetaka i transkripciju govora.
2. **Personalizacija sadržaja** podrazumijeva korištenje AI za prilagođavanje sadržaja korisnicima na osnovu njihovih preferencija, ponašanja i interakcija s platformama, čime se povećava angažman publike i lojalnost.
3. **Analiza sentimenta uključuje** implementacija alata za analizu sentimenta na društvenim medijima kako bi se bolje razumjelo mišljenje i osjećaji publike o određenim temama, događajima ili političkim pitanjima.
4. **Optimizacija oglasa:** Korištenje UI za ciljanje oglasa i optimizaciju kampanja na temelju podataka o korisnicima, što dovodi do veće efikasnosti oglašavanja i povećanja prihoda od oglašavanja.
5. **Smanjenje lažnih vijesti:** Implementacija tehnologija za prepoznavanje lažnih vijesti i dezinformacija putem analize sadržaja, detekcije uzoraka i identifikacije nepouzdanih izvora.
6. **Poboljšanje korisničkog iskustva:** Integracija UI u platforme za poboljšanje pretrage, preporuka sadržaja, interakcije s korisnicima putem chatbotova ili virtualnih asistenata.
7. **Automatizacija procesa produkcije:** Korištenje AI za automatizaciju procesa produkcije audiovizualnog sadržaja, kao što su montaža video materijala, generiranje titlova ili prevođenje sadržaja na različite jezike.
8. **Predviđanje trendova:** Razvoj algoritama koji analiziraju podatke o čitanju, gledanju ili dijeljenju sadržaja kako bi predvidjeli buduće trendove i teme koje će biti popularne kod publike.

## ETIKA U NOVINARSTVU

Etika u novinarstvu obuhvata skup moralnih principa, vrijednosti i profesionalnih standarda koji reguliraju ponašanje novinara u procesu prikupljanja, proizvodnje i distribucije vijesti i informacija. Ovi principi pomažu novinarima da donose moralno odgovorne odluke i da se pridržavaju visokih standarda profesionalnog ponašanja. Neke od ključnih komponenti etike u novinarstvu uključuju:

1. **Istinitost i tačnost:** Novinari trebaju težiti istinitom i tačnom izvještavanju. Trebaju provjeravati informacije kod pouzdanih izvora i izbjegavati objavljivanje neprovjerenih ili lažnih vijesti.
2. **Nepriistrasnost i objektivnost:** Novinari trebaju biti nepriistrasni u svom izvještavanju i izbjegavati favoriziranje određenih strana ili stavova. Trebaju pružiti raznolike perspektive i dopustiti publici da donese vlastite zaključke.
3. **Poštovanje privatnosti i dostojanstva:** Novinari trebaju poštovati privatnost pojedinaca i izbjegavati neopravdano uznemiravanje ili intruziju u privatni život. Također, trebaju izbjegavati senzacionalističko izvještavanje koje bi moglo povrijediti dostojanstvo pojedinaca.
4. **Pravednost i ravnoteža:** Novinari trebaju biti pravedni u svom izvještavanju i osigurati ravnotežu između različitih perspektiva i interesa. Trebaju izbjegavati stvaranje negativnih stereotipa ili diskriminirajuće izvještavanje.
5. **Transparentnost:** Novinari trebaju biti transparentni o svojim izvorima informacija, metodologiji izvještavanja i eventualnim sukobima interesa. Transparentnost gradi povjerenje publike i doprinosi integritetu novinarskog rada.

Ove i druge etičke smjernice pomažu novinarima da obavljaju svoju ulogu kao javni čuvari istine i da doprinesu informiranju javnosti na način koji je moralno odgovoran i profesionalan.



# ZLOUPOTREBE AI U MEDIJSKOM PROSTORU ZAPADNOG BALKANA

Umjetna inteligencija (AI) može donijeti mnoge prednosti u medijskom prostoru, ali istovremeno nosi i rizike i potencijalne zloupotrebe. U kontekstu Bosne i Hercegovine, nekoliko značajnih zloupotreba AI u medijskom sektoru može se prepoznati:

## 1. Dezinformacije i lažne vijesti

AI alati mogu se koristiti za automatsko generiranje lažnih vijesti ili dezinformacija. Na primjer, sofisticirani algoritmi mogu stvoriti uvjerljive, ali netočne članke koji se šire društvenim mrežama, što može dovesti do zbunjenosti i polarizacije javnosti.

## 2. Manipulacija sadržajem

AI se može koristiti za manipulaciju medijskim sadržajem, uključujući video i audio materijale, čime se može stvoriti lažni dojam o događajima ili osobama. Ova vrsta zloupotrebe može ozbiljno narušiti povjerenje u medije i informacijske izvore.

## 3. Diskriminacija i pristrasnost

Ako se AI modeli treniraju na pristranim podacima, mogu proizvesti sadržaj koji diskriminira određene grupe ili jača stereotipe. Ovo može biti posebno problematično u multietničkoj i multikulturalnoj sredini kao što je područje Zapadnog Balkana.

## 4. Gubitak radnih mjesta

Automatizacija novinarskog procesa može dovesti do smanjenja radnih mjesta u tradicionalnim medijima. U situaciji kada novinari gube poslove zbog AI alata koji generiraju vijesti, dolazi do dehumanizacije profesije, a kvaliteta izvještavanja može opasti.

## 5. Nepotpunost i površnost sadržaja

AI alati, iako brzi i efikasni, često ne mogu pružiti dubinsku analizu ili kontekst koji je ključan za kvalitetno novinarstvo. Oslanjanje na AI može dovesti do površnog izvještavanja koje ne ispunjava etičke standarde novinarstva.

## 6. Nepovjerenje u novinarsku struku

Ako se javnost počne sve više oslanjati na AI generirane informacije, može doći do smanjenja povjerenja u tradicionalne medije i novinare, što dugoročno može oslabiti novinarsku profesiju i njen utjecaj na društvo.

## 7. Korištenje za manipulaciju javnim mnijenjem

AI se može koristiti za ciljanje određenih demografskih skupina s manipulativnim sadržajem, čime se može pokušati oblikovati javno mnijenje ili uticati na političke odluke.

# PREVENCIJA OD ZLOUPOTREBA

Građani mogu poduzeti nekoliko koraka kako bi prepoznali manipulacije u medijskom prostoru i zaštitili se od dezinformacija. Evo nekoliko savjeta:

## 1. Provjera izvora

Uvijek provjerite izvor informacije. Pouzdani mediji obično imaju jasne politike izvještavanja i etičke smjernice. Ako ne možete pronaći informacije o izvoru ili se čini sumnjivim, budite oprezni.

## 2. Analiza naslova

Senzacionalistički naslovi često imaju za cilj privlačenje pažnje. Ako naslov zvuči previše dramatično ili šokantno, pročitajte članak s rezervom. Uvijek provjerite da li naslov odgovara sadržaju.

## 3. Križna provjera informacija

Usporedite vijesti s drugim izvorima. Ako se određena informacija pojavljuje samo na jednom mjestu, a drugi pouzdani izvori je ne potvrđuju, postoji mogućnost da je ta informacija netočna.

## 4. Provjera činjenica

Iskoristite servise za provjeru činjenica koji su dostupni online. Ovi alati mogu pomoći u potvrđivanju ili odbacivanju tvrdnji koje se često pojavljuju u medijima ili na društvenim mrežama.

## 5. Skepticizam prema vizualnim sadržajima

Budite oprezni s videima i slikama koje izgledaju previše dobro ili previše loše da bi bile istinite. Alati za deepfake i druge tehnike manipulacije mogu promijeniti vizualni sadržaj na načine koji su teško uočljivi.

## 6. Praćenje stručnjaka

Pratite novinare i analitičare koji su poznati po svom integritetu i stručnosti. Njihova analiza može pružiti dodatni kontekst i pomoći u razumijevanju složenih tema.

## 7. Informiranje o metodama manipulacije

Obrazujte se o načinima na koje se dezinformacije šire, uključujući strategije ciljanja i analize koje koriste društvene mreže. Razumijevanje ovih tehnika može pomoći u prepoznavanju manipulacije.

## 8. Obraćanje pažnje na emocije

Ako sadržaj izaziva jake emocije—bijes, strah, ili tjeskobu—pitanje je da li je to namjerno. Emocionalno vođeni sadržaji često su znakovi manipulacije.

## **9. Postavljanje pitanja**

Ako naiđete na informacije koje izgledaju sumnjivo, postavite pitanja: Tko je autor? Koji su izvori? Zašto je ovo objavljeno? Koje su posljedice?

## **10. Izbjegavanje dijeljenja neprovjerenih informacija**

Prije nego što podijelite sadržaj, provjerite njegovu tačnost. Dijeljenje lažnih informacija samo dodatno širi manipulaciju i dezinformacije.

Svi ovi koraci mogu pomoći građanima da budu kritički potrošači informacija i smanje rizik od manipulacije i dezinformacija u medijskom prostoru.

## **PRIMJERI ZLOUPOTREBA**

Evo nekoliko konkretnih primjera zloupotreba umjetne inteligencije u medijskom prostoru u Bosni i Hercegovini:

### **1. Generisanje lažnih vijesti**

Neki portali u BiH koriste AI alate za automatsko generisanje članaka koji sadrže netačne ili senzacionalističke informacije. Na primjer, izvještaji o događajima koji se nikada nisu desili, ali su stvoreni na osnovu podataka iz sličnih događaja.

### **2. Manipulacija video sadržajem**

Tehnologije za deepfake, koje koriste AI za kreiranje lažnih video snimaka, mogu se koristiti za montiranje izjava javnih ličnosti ili političara. Ovakvi sadržaji mogu ozbiljno narušiti reputaciju i povjerenje javnosti.

### **3. Kampanje dezinformacija**

Tokom izborne kampanje, AI može biti korišten za kreiranje ciljanih reklama koje sadrže dezinformacije o protivnicima. Ove kampanje mogu se širiti putem društvenih mreža, a rezultat može biti zbunjenost birača.

### **4. Pristrasnost u analizi podataka**

AI alati koji analiziraju društvene mreže za prikupljanje informacija o javnom mnijenju mogu biti trenirani na pristranim podacima, što može rezultirati neobjektivnim ili iskrivljenim izvještavanjem o određenim temama, kao što su etnička pitanja ili politički stavovi.

## 5. Automatizacija novinarskog rada

Neki mediji su počeli koristiti AI za automatizaciju stvaranja članaka o sportskim rezultatima ili vremenskim prognozama. Iako to može biti efikasno, rezultati često nedostaju dublje analize i konteksta, čime se smanjuje kvalitet novinarstva.

## 6. Prevara u oglašavanju

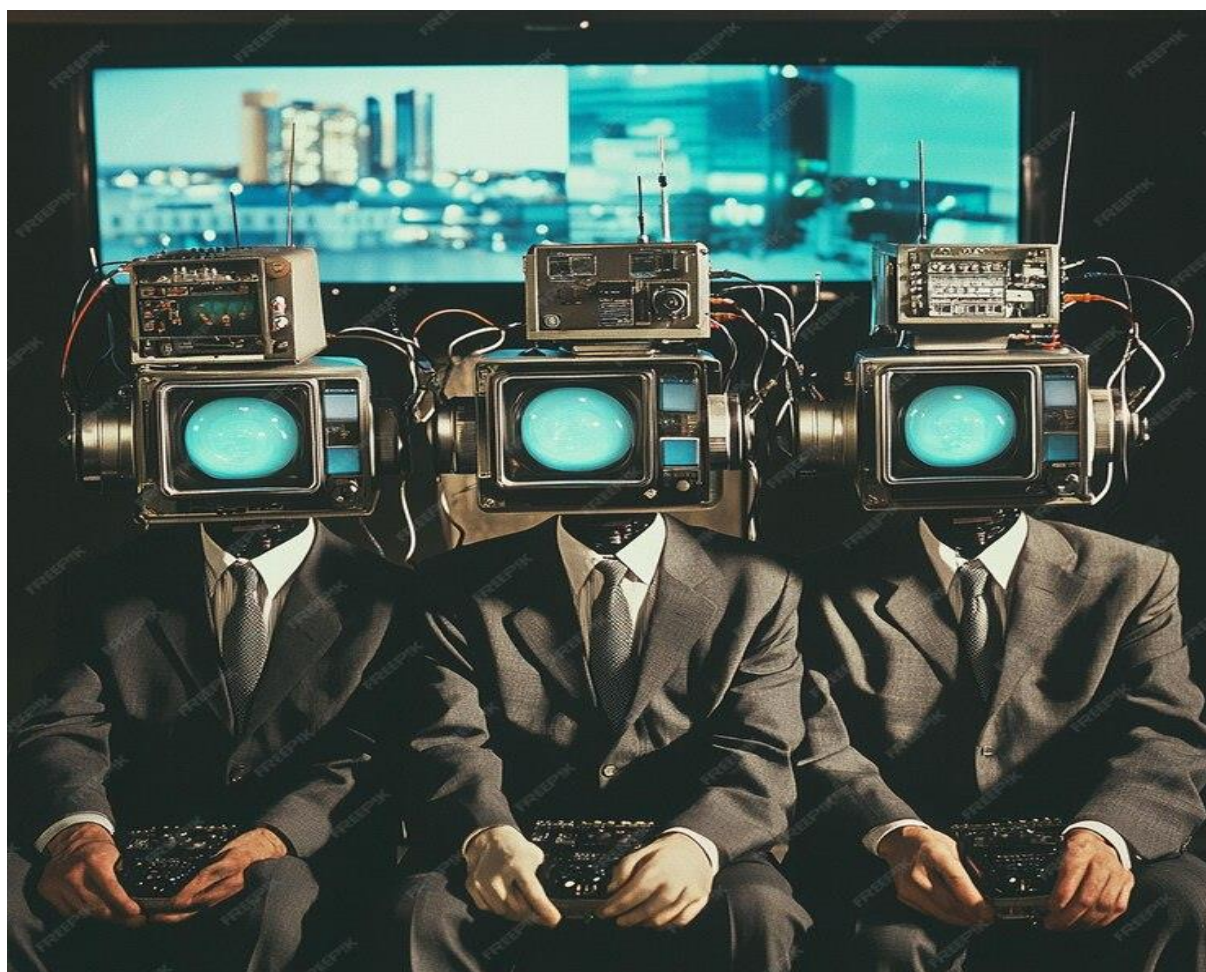
Korištenje AI za optimizaciju oglasa može dovesti do prevara, kao što su lažne web stranice koje privlače posjetitelje putem obmanjujućih oglasa, čime se zloupotrebljava povjerenje publike.

## 7. Nedostatak transparentnosti

Neki mediji koriste AI alate za analizu i izvještavanje bez pružanja transparentnosti o metodologiji korištenoj za prikupljanje i obradu podataka. Ovo može izazvati sumnju u tačnost i pouzdanost informacija koje se predstavljaju.

## 8. Senzacionalizam i etiketa

AI može generirati naslove koji su izuzetno senzacionalistički kako bi privukli pažnju, što može dovesti do iskrivljavanja stvarnosti i stvaranja lažnog osjećaja hitnosti ili skandala.





## ZAKLJUČAK

Korištenje umjetne inteligencije u medijskim sadržajima predstavlja kompleksan fenomen koji donosi značajne prednosti, ali i izazove koje ne smijemo zanemariti. S jedne strane, AI ima potencijal da unaprijedi efikasnost novinarskog rada, poboljša personalizaciju sadržaja i doprinese boljem razumijevanju javnog mnijenja putem analize podataka. Ovi aspekti mogu rezultirati bržim i preciznijim izvještavanjem, što je posebno važno u vremenu kada su informacije dostupne brzinom munje.

Međutim, ova transformacija sa sobom nosi i ozbiljne rizike. Dehumanizacija novinarskog procesa može dovesti do gubitka ljudske dimenzije koja je ključna za empatiju i povjerenje publike. Automatizacija izvještavanja može rezultirati površnim sadržajem koji ne zadovoljava etičke standarde novinarstva, dok manipulacija medijskim sadržajem putem tehnologija kao što su deepfake može ozbiljno narušiti reputaciju pojedinaca i institucija. Pored toga, prisutnost pristranosti u AI modelima može potaknuti diskriminaciju i jačanje negativnih stereotipa, što je posebno problematično u raznolikim društvima poput onih na Zapadnom Balkanu.

U svjetlu ovih izazova, ključno je da se medijski radnici, uz aktivno sudjelovanje zajednice, posvete očuvanju etičkih principa novinarstva. Transparentnost u korištenju AI, jasno definisane smjernice i pravila ponašanja, te edukacija kako novinara tako i građana o prepoznavanju dezinformacija, mogu značajno doprinijeti smanjenju rizika od zloupotreba.

Ovaj rad, kroz formu priručnika, pruža konkretne smjernice i preporuke za medijske profesionalce kako bi se očuvala integritet i kvaliteta novinarskog rada. Uključivanje etičkih smjernica, razmatranje potencijalnih zloupotreba te strategija za njihovu prevenciju, predstavljaju temeljne korake ka odgovornom korištenju AI u novinarstvu.

U konačnici, održavanje ravnoteže između prednosti koje donosi umjetna inteligencija i očuvanja ljudskog elementa u novinarstvu bit će od suštinske važnosti za budućnost ove profesije. Samo kroz proaktivan pristup i zajedničke napore možemo osigurati da novinarstvo ostane relevantno, povjerljivo i etički usmjereno u eri brzih tehnoloških promjena. U tom smislu, svi učesnici u procesu – novinari, urednici, ali i sami potrošači informacija – imaju ključnu ulogu u oblikovanju medijskog prostora koji je otporan na zloupotrebe i sposoban da odgovori na izazove savremenog društva.

**AUTORI PRIRUČNIKA SU ISTRAŽIVAČKI TIMOVI MEDIJA: RTV NOVI PAZAR, FACE TV I PRIMAT PLUS**