

ЕТИКА И ИЗАЗОВИ У КРЕИРАЊУ МЕДИЈСКИХ САДРЖАЈА УЗ ПОМОЋ ВЕШТАЧКЕ ИНТЕЛИГЕНЦИЈЕ У СРБИЈИ

Бојан Николић¹

Зорана Љубојев²

Апстракт: Развојем вештачке интелигенције (АИ) догодила се велика промена у свим друштвеним областима, а ни медији нити креативна индустрија, нису остали имуни на ову новину. Захваљујући развоју АИ, данас алгоритми могу да производе текстове, фотографије, видео и аудио записе. То је довело до убрзавања продукције садржаја, смањења трошкова али и отварања нове креативне могућности, чиме се мења начин на који настају и дистрибуирају информације. Као што „свака медаља има своје две стране“, тако и развој АИ отвара питања етике и изазова. Ту се преваходно мисли на заштиту ауторских права, одговорности за истинитост и веродостојност информација, као и очување приватности појединаца, али и на будућност професија у области новинарства, уметности и креативне индустрије уопште. Питање које се намеће јесте како постићи баланс између коришћења потенцијала АИ и заштите фундаменталних друштвених вредности, што чини ову тему посебно важном за савремено друштво.

Кључне речи: *дигитална трансформација, вештачка интелигенција, етика, медији, аутентичност*

¹ Бојан Николић, видео продукција БН, Суботица, е-mail: nikolic87@gmail.com

² Зорана Љубојев, Тв Бечеј, Бечеј, е-mail: zorana_bogdanovic@hotmail.com

ETHICS AND CHALLENGES IN CREATING MEDIA CONTENT WITH THE HELP OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE

Abstract: The development of artificial intelligence (AI) has brought about a major change in all areas of society, and neither the media nor the creative industry have remained immune to this novelty. Thanks to the development of AI, algorithms can now produce texts, photos, videos and audio recordings. This has led to the acceleration of content production, reduced costs, but also opened up new creative possibilities, thereby changing the way information is created and distributed. Just as “every coin has two sides”, the development of AI also raises questions of ethics and challenges. This primarily refers to the protection of copyright, responsibility for the truthfulness and reliability of information, as well as the preservation of individual privacy, but also to the future of professions in the field of journalism, art and the creative industry in general. The question that arises is how to achieve a balance between using the potential of AI and protecting fundamental social values, which makes this topic particularly important for modern society.

Keywords: *digital transformations, artificial intelligence, ethics, media, authenticity*

1. УВОД

Вештачка интелигенција је један од стубова четврте индустријске револуције. То је област рачунарске науке која развија системе и програме способне да извршавају задатке за чије решавање је иначе неопходна човекова интелигенција. Ти задаци су машинско учење, или учење и прилагођавање новим подацима, детекција правила, или шаблона у сликама, тексту, звуку..., давање решења, генерисање нових садржаја, било текстуалних, у виду слике, музике...што ради генеративна АИ. Вештачка интелигенција се може дефинисати и као комбинација више технолошких решења: машинског учења, великих база података и статистичких прорачуна усмерених на пропорције пре свега. Следствено томе намеће се и ФОРМУЛА: Вештачка интелигенција = Машинско учење + Базе података + Статистика (вероватноће).

Ако вештачку интелигенцију дефинишемо као системе који имитирају „природну“, интелигенцију људи, примјењујући логичке принципе које је

поставио човјек и који имају способност учења, са тиме се неће сложити поједини аутори који виде проблем у терминологији. Наиме, спајањем појма вјештачког и интелигенције, која је природна, људска особина, по њима спајамо спојимо са неспојивим. Али, чињеница да створени систем, неђиви, опонаша поступке својствене људима, по Бранковићу, објашњава компоненту „вјештачког“ у термину (Бранковић, 2017).

Убрзани развој вештачке интелигенције (АИ) носи са собом тако дубоке промене у свим аспектима друштва, њена примена је просто неограничена, нарочито у креативној индустрији, где спадају и медији. То је тема овог рада. Данас је уобичајена пракса у свету, у Србији нешто мање, да се текстови, фотографије, видео и аудио записи генеришу уз помоћ алгоритма. Квалитет тих садржаја је до скоро био незамислив, а не тако давно, само пре коју деценију уназад, само су најмаштовитији у медијској сфери и размишљали о томе. Алати вештачке интелигенције драстично убрзавају продукцију медијских садржаја, снижавају трошкове и нуде знатно већи степен креативности медијској индустрији. Медији у Србији, су увек каскали за технолошким новитетима у свету, па је тако и у примени АИ. Каскају у брзини интегрисања АИ у редовној продукцији: аутоматизовано писање, коришћење алата за генерацију слика и гласа, као и модификација садржаја

Иако са АИ алатима долазе предности, пре свега у ефикасности, нижим трошковима и опцијама персонализације медијских садржаја, они носе и ризике појаве дезинформација, злоупотреба идентитета и других облика кршења професионалних и етичких стандарда. Разлог томе је недовољно разрађен правни оквир у Свету, па и у Србији.

2. МЕТОДОЛОГИЈА

Рад је заснован на анализи релевантне међународне и домаће научне и стручне литературе, службених саопштења регулаторних тела и анализи случајева објављених у српским националним медијима. Преглед укључује публикације до 2025. године, сајтове регулатора и новинарских удружења у Србији (REM, UNS, NUNS), поређење међународне литературе која обрађује ову област и литературе домаћих аутора о етици примене АИ у медијима. Кључни интернет-извори су коришћени за илустрацију регионалних примера и тренутног регулаторног стања.

Убрзани развој вештачке интелигенције (АИ) за собом повлачи промене свих аспеката медијске индустрије, почев са креирањем медијских садржаја,

преко дистрибуције и персонализације. Примена алата AI доноси и бројна етичка питања од транспарентности, одговорности, приватности и правде. У овом поглављу пружамо преглед релевантне међународне и домаће научне и стручне литературе која осветљава етичке аспекте употребе AI у медијској индустрији, са нагласком на новинарске праксе и регулаторне и саморегулаторне иницијативе.

3. ПРЕГЛЕД И АНАЛИЗА АКАДЕМСКИХ ЧЛАНАКА И СТУДИЈА ИНОСТРАНИХ АУТОРА

Manuel Goyanes и сарадници наводе дастраживања показују да продукција медијских садржаја уз помоћ алата AI има предност у продуктивности, али носи етичке дилеме везане за пристрасност алгоритама и недостатак транспарентности (Goyanes et al., 2025). По Beatriz Gutiérrez-Caneda AI у новинарству ствара сталну напетост између, са једне стране, убрзаног технолошког напретка и традиционалних професионалних новинарских стандарда (Gutiérrez-Caneda, 2024). Анализе Colin Porlezza сведоче о томе да се и на плану образовања нових генерација новинара у студијске програме се требају прилагодити етички приступи који обухватају нове изазове ВИ, превасходно приватности и одговорности (Porlezza, 2024). Исто потврђује и Tomasz Hollanek (Hollanek, 2025). Omar Al-Zoubi указује да се новинари суочавају са етичким изазовима који се односе пристрасност података и кршење приватности код продукције медијских садржаја применом алата AI (Al-Zoubi, 2025).

Rimma Zhaxylykbayeva указује да када се упореде медијски садржаји генерисани алатима AI са онима које је човек створио уочавају се да овим првима неретко мања потребан ниво квалитета и тачности (Zhaxylykbayeva, 2025). Истраживање Urko Peña-Alonso показује да новинари верују да ће ВИ значајно повећати ризике од дезинформација (Peña-Alonso, 2025), а истраживања Haley Kim потврђују неопходност развијања етичких смерница за употребу ВИ у медијима зарад очувања одговорне и транспарентне праксе (Kim, 2019). Sonia Parratt-Fernández у својој анализи указује да новинске организације треба да кроз саморегулаторна документа успоставе етичке кодексе који регулишу употребу ВИ пре спољних регулатора, и тиме очувају професионалну независност (Parratt Fernandez, 2025). Veronika Solopova истиче и да су политичке препоруке на правцу потребе успостављања јасних регулаторних оквира употребе AI у новинарству и борбу против дезинформација (Solopova, 2025).

4. ПРЕГЛЕД И АНАЛИЗА АКАДЕМСКИХ ЧЛАНАКА И СТУДИЈА АУТОРА ИЗ СРБИЈЕ

Кулић (2024) у својој анализи сматра да је попутребан убрзан развој етичких принципа који ће регулисати употребу AI алата у нашим медијима како не би дошло до различитих злоупотреба због подељености српске медијске сцене подељена на два супротавњена пола. Тул (2024) сматра да је вештачка интелигенција много далеко од људске интелигенције јер јој фали велики део интелигенције човека, емотивна и социјална интелигенција, и најбитније, свест, те је без своје воље и иницијативе. Само је иницијатива човека ставља у функцију. AI морамо признати да је супериорнија може много више од нас „прочитати“/истражити и „запамтити. Она прави привид креативности, али то није права креативност већ само језички модел који кроз алгоритам и вероватноће креира садржај.

Прља и сарадници (2022) полазе од тога да развој вештачке интелигенције доноси потпуно нове изазове, да њен развој може да превазиђе људску интелигенцију, те сматрају да је неопходно регулативом дефинисати и моралну компоненту кроз људски “final touch”. Суштински они сматрају систем вештачке интелигенције треба испрограмирати тако да буде етички едукован, колико желимо.

Из данашње перспективе, сматрају Трифуновић и сарадници (2024), главни орган контроле AI су у ствари програмери, тестери, оператери и њихови корисници, они који стварају вештачку интелигенцију. Правна регулатива би требало да обухвати и процес истраживања и развој, као и процес стварања и њену примену. Томић и Бајић (2024) постављају питање са аспекта ауторских права да ли се за производе алата вештачке интелигенције неко полаже право на институт ауторских права, то јест да ли онај ко их користи треба за њих да се плати надокнаде за ауторска права, и ако би то било установљено као такво, коме би тај новац припадао.

Интензиван и широк продор AI у медијску индустрију ставио је бројне изазове пред медије, регулаторе и конзументе медијских садржаја. Они су бројни, али се могу поделити у 4 сегмента: поверење публике, етичке изазове, синтетички медији и регулатива (Петровић, 2024).

5. АНАЛИЗА ДОКУМЕНАТА: СТРАТЕГИЈА, ЕТИЧКЕ СМЕРНИЦЕ, СМЕРНИЦЕ REM-A

Влада Републике Србије усвојила је Стратегију развоја вештачке интелигенције 2025-2030 у јануару 2025. године са циљем наставка развоја у области вештачке интелигенције у Републици Србији, бољег прилагођавања новим глобалним трендовима (Стратегија развоја ВИ у РС, 2025). Две године раније, у марту 2023. године Влада је донела Етичке смернице за развој, примену и употребу АИ у Србији како би системи вештачке интелигенције који се развијају или у складу с добробити човека, животиња и животне средине (Етичке смернице, 2023). У новембру 2024. године, усвојен је Нови Кодекс новинара Србије, као саморегулаторни акт новинара Србије и свакако је значајан корак на правцу усклађивања новинарске праксе са изазовом употребе вештачке интелигенције (Кодекс новинара и новинарки Србије, (2024).

Кодекс наглашена потребу за етичким и транспарентним коришћењем ВИ у новинарству. Обавеза је обележавања садржаја који су делимично или у потпуности генерисани уз помоћ ВИ морају бити јасно означени као такви, иако је медијски садржај генерисан ВИ, он мора бити под уредничком контролом и у складу са етичким стандардима Кодекса, у извештавању о актуелним догађајима, садржај који је значајно обрађен или генерисан ВИ мора бити јасно одвојен од аутентичног новинарског извештаја, медији су дужни да обавесте јавност када је садржај креиран коришћењем алата заснованих на ВИ, све са циљем да се обезбеди поверење јавности у медијске садржаје и спрече могуће манипулације и дезинформације.

REM, регулаторно тело за електронске медије у Србији, дало је смернице електронским медијима чији је регулатор, и увео им обавезу да медијски садржаји који су продуковани уз коришћење вештачке интелигенције морају бити јасно означени. За ову меру се може рећи да је део ширег етичког оквира који се ствара у Србији и који инсистира на транспарентности и одговорности у дигиталном новинарству. Она је и регулаторна мера али и покушај афирмације јавног интереса и очувања демократских стандарда у информисању.

По савременој теорији о медијској етики публика треба да буде информисана не само о садржају већ и о процесу његовог настанка (Ward, 2020). Ова премиса добија на значају посебно код алгоритамске производње текста и слике где постоје велике могућности за манипулације и дезинформације (Floridi & Cowsls, 2021). Инсистирање на јасном означавању је у складу и са европским трендовима јачања поверења у медије, које је већ нарушено услед ширења нетранспарентних дигиталних пракси (Helberger et al., 2020). Оваква

пракса је на трагу принципа друштвене одговорности, који од медија траже да буду чувари јавног дискурса.

За овај корак РЕМ-а се може рећи да је у питању покушај изградње хибридног модела медијске етике, као покушај споја традиционалних новинарских стандарда и нових изазова који долазе са АИ, као прављење баланса између технолошких иновација и етичке одговорности, што је један од кључних изазова медијског дигиталног доба.

6. ИЗАЗОВИ У КРЕИРАЊУ МЕДИЈСКИХ САДРЖАЈА УЗ ПОМОЋ АИ

Вештачка интелигенција доводи до трансформације традиционалног окружења, и врло је битно етички је коректно „одгајати“. Вештачка интелигенција се развија, „тренира“, на бази постојећих знања, а сам развој и „тренирање“ јако личи на одгајање деце, од малих ногу, истакао је Александар Мاستиловић на радионици УНС-а „Како користити вештачку интелигенцију у новинарству“ одржане јануара 2025 године (УНС, 2025). Алгоритми АИ раде по принципу статистика и вероватноћа и дају највероватније одговоре из базе коју имају. Проблем настаје када су у тој бази расположиви одговори мало вероватни да ни један није тачан, јер ћемо, фактички, од ње добити дезинформацију. Од ње нећемо добити признање да не зна одговор. Зато јој не треба слепо веровати а њене одговоре треба да проверава човек. Она је одличан асистент, али није на нивоу да самостално одлучује.

Сигурно је да АИ неће заменити новинаре, као и то да ће новинаре који не користе алате АИ у креирању медијских садржаја заменити они који их користе.

Како Јевтић (2024) истражује, употреба АИ у медијима Србије укључује и изазове везано за принципе којих се новинари и њихове редакције требају придржавати у раду са алатима вештачке интелигенције. Они се се заснивају на етичким, професионалним и правним оквирима. Придржавање тих принципа поставља пред медијску индустрију адекватне изазове на које она треба одговорити у наредном периоду. Ти изазови су приказани у табели 1:

Табела 1. Етички изазови и могућа решења у примени вештачке интелигенције у медијима

Етички изазов	Опис	Могућа решења
Транспарентност	Недовољно јасно означавање садржаја који је настао уз помоћ АИ.	Увођење обавезе јасног означавања АИ садржаја у медијима
Правичност	Ризик непознавања правичности од АИ	Транспарентни алгоритми, тестирање на разноврсним подацима
Приватност и безбедност	Злоупотреба личних података	Јака енкрипција, строги протоколи заштите података
Одговорност новинара и медија	Недефинисаност одговорности за АИ продукване садржаје	Дефинисање правне одговорности редакција и програмера АИ система
Друштвена корист	Неразумевање алата ВИ јавног интереса заједнице	Усмеравање ВИ ка јавном интересу
Пристрасност и дискриминација	Могућност продукције и појачавања постојећих друштвених предрасуда	Развој етичких кодекса и укључивање различитих друштвених група у тренирање модела АИ
Лажне вести и манипулација	Могућност генерисања дезинформација и манипулативних садржаја	Фактчекинг, едукација публике и законске мере против злоупотреба
Регулатива ауторство и власништво	Непостојање законског дефинисања власништва	Нови правни оквири, јасне лиценце и правила
Етички кодекси	Недостатак универзалних стандарда	Усвајање глобалних етичких кодекса

Извор: Аутор

Изазов транспарентности се односи и на транспартнтност самих алата АИ који редакција користи и на потребу јасног означавања садржаја који је настао уз помоћ АИ (Lamprou et al., 2025; RSF, 2023). Да би се постигла оба циља неопходно је да је алат АИ поуздан, да корисници разумеју како и зашто АИ доноси одређене одлуке или даје препоруке (Lamprou et al., 2025). Транспарентни АИ системи треба да пружају на увид податке које користе, логику својих алгоритама и могућу пристрасност у својим моделима. Редакције морају да јасно обележе медијске садржаје који су креирани или обрађени уз помоћ алата АИ, како би корисници знали њихово порекло.

Правичност треба да обезбеди да алати АИ раде непристрасно, без дискриминације по било ком основу, од пола, старости или других

карактеристика (Lamprou et al., 2025). Како се модели алата AI у фази развоја тренирају на постојећим, расположивим, подацима, постоји могућност да несвесно науче и касније у употреби проводити, преносити, ту пристрасност која је у старту унета у њих. Решавање изазова правичности захтева у фази тестирања алата AI ригорозно и стално праћење како би се предупредила каснија евентуална пристрасност, што ће донети правичније исходе.

Како алати AI све више омогућују прибављање и обраду личних података, приватност и безбедност истих су од суштинске важности (RSF, 2023; Lamprou et al., 2025). Сами алати AI треба да имају угрђену заштиту података појединаца, Редакције морају да поштују принцип "минимализације података", да користе само оне који су неопходни за новинарски задатак. Безбедност подразумева и заштиту алата AI од хакерских напада, који могу укључивати крађу података или манипулације истима.

Одговорност у примени алата AI подразумева да су они који су их створили, креирали, одговорне особе тих организација и они који их користе, употребљавају, одговорни за исходе употребе алата AI и за последице коју они изазову (RSF, 2023; Public accountability ..., 2025). Sebastião и Dias (2025) наглашавају важност потребе да транспарентност у AI обухвати поред коначних излазних резултата, и читав процес креирања и употребе алгоритамског решења. Уколико нека одлука заснована на AI доведе до штетних, нежељених последица, мора бити утврдива јасно и транспарентно појединачна одговорност и надокнада штете. Одговорност новинара и медија за медијске садржаје које продукују уз употребу алата AI мора бити правно дефинисана као и програмера и произвођача AI алата. Уредници и новинари су одговорни за садржај, без обзира на то јели или није алат AI учествовао у његовој изradi.

Приликом развојка алата AI треба да се води рачуна да се испоштује аксиомом да су корисни друштву као целини, као и да се избегне или минимизира штета која може настати употребом алата. То је изазов друштвене корисности који тражи употребу алата AI у циљу побољшања људских живота, решавања друштвених изазова, унапређења општег благостања, подстицања на позитивне промене у друштву (Lamprou et al., 2025; Hagerty & Rubinov, 2019). Редакције морају у примени алата AI у продукцији медијских садржаја водити рачуна да је то у јавном интересу.

Редакције морају водити рачуна о законским оквирима који регулишу област ауторских и сродних права, лиценцама и другим регулативама везаним из медијске области (RSF, 2023; Lamprou et al., 2025; Sančanin & Penjišević, 2024). Паралелно са тим неопходно је перманентно усклађивање са националним и међународним етичким смерницама и кодексима,

регулатора и саморегулативним актима медијских и новинарских удружења. Истраживање које је урадио Balkan Insight (2025) показује, да новинарске редакције у Србији најчешће експериментишу са употребом алата AI без потребне обуке и смерница. Стога је неопходна континуална обука новинара и уредника за употребу AI алата, уз посебно битан сегмент те обуке кји се односи на разумевање ограничења употребе алата AI у редакцијама.

7. ДИПФЕЈК ПОТЕНЦИЈАЛ, ЗА И ПРОТИВ

Дипфејк је алат вештачке интелигенције који се користи за креирање видео, аудио записа или фотографија које изгледају аутентично. У основи се може говорити о 4 типа садржаја који су генерисани уз помоћ дипфејк технологије, према томе да ли генеришу текст, фотографије - слике, видео или аудиосадржај (Ulmer, & Tong, 2023). Према неким проценама током 2023. године подељено је око 500.000 видео и аудио дипфејкова, што је неких осам пута више у односу на 2022. годину, подаци за 2024. годину нису објављени до писања овог рада, а ако је судити по тренду раста, број ће бити само већи.

Употреба дипфејк технологија донела је са собом бројна етичка и регулаторна питања на која се још траже адекватни одговори како би се избегле могуће нежељене последице њихове употребе. Кључни проблеми су везани за потенцијално ширење дезинформација креирањем дипфејк садржаја чије последице могу достићи несагледиве границе стварајући потпуну конфузију код публике. Последично се отвара питање кредибилности информација и поверења публике јер свака информација може бити производ дипфејк технологија. У трци за профитом, за кликовима, и традиционални медији понекад наседну на сензационалистичке дипфејк обраде (Satariano, & Mozur, 2023). Због тога велики традиционални медији све чешће користе ВИ алате за детектовање лажних садржаја.

Дипфејк је да унапреди креативне капацитете продукције. У филмској индустрији, на пример код стварање аудио визуелних егеката има изузетно позитиван учинак, али се све више користи за манипулације, стварајући аудио видео записе и фотографије о догашајима, изјаве... који нису истинити, никад се нису десили, нису изречене, нису аутентични. Они су плод креације. И ти садржаји су лажни и настају са циљем манипулисања јавним мњењем.

Крстић (2023) у својим истраживањима износи оцену да је трансформација медија у Србији успорена политичким и економским притисцима. Кулић (2024) указује да постоје велики ризици злоупотребе алата AI у продукцији

медијских садржаја с обзиром на потпуну поларизацију медијске сцене у Србији и подељености друштва уопште. Balkan Insight (2025), указује да у таквој атмосфери је у Србији дошло до злоупотреба алата АИ за продукцију медијских садржаја, али да таква претња постоји и у целом региону Југоисточне Европе.

Два најупешатљивија примера су продукција медијских садржаја изјава Илона Маска и политичара Драгана Ђиласа. Петровић (2024:41) наводи речи које је наводно изговорио Илон Маск у клипу који се појавио новембра месеца 2023. године и који је изазвао буру реакција јавности у Србији: „Било је доста расправе око тога да ли сам ја Србин, али сад је дошло време да поносно признам да јесам. Рођен сам и одрастао у малом граду Шипову. Тамо сам живео до шесте године, а онда сам се преселио у Јужну Африку, нажалост. Живела Србија!“.

Који месец пре тога, једна домаћа телевизија са националном фреквенцијом као прву епизоду новог сатиричног програма емитовала је медијски садржај који је креиран алатима АИ у којем један политичар изговара речи које није изговорио. Та два примера су била увод у поплаву таквих садржаја у наредној 2024. години на друштвеним мрежама, а та пракса је настављена и 2025. године у Србији али и широм света.

У 2025. години појавили су се примери угрожавања приватности појединца и ауторских права путем медијских објава садржаја које су креирали све доступнији алати вештачке интелигенције. Јавно видљиве жене, првенствено новинарке, често су жртве *deepfake* порнографије. Британска новинарка Cathy Newman је открила да је коришћена њена слика у *deepfake* порнографском видеу (The Independent, 2025). Чланак „Deepfake Porn Is Out of Control“ у магазину Wired, говори о експлозији *non-consensual deepfake* порнографије и њеним последицама по жене и њихову приватност (Wired, 2023).

Стручњаци из области АИ алата у новинарству кажу да су алати за клонирање гласа већ развијени до нивоа где је могуће емитовати текст новинара аутора текста његовим, клонираним, гласом, без његове директне улоге. У чланку The Guardian (2024) експерт упозорава да се “клонирање гласа превазилази законе физике... способно је да емулира најсуптилније паузе и дисање”, док у Associated Press (2024) професор Хани Фарид образлаже да “свако... може да произведе 30 секунди нечијег гласа”. Напредак технологије ће у блиској будућности омогућити да се клонирају и стварни ликови новинара, презентера вести, водитеља емисија, у видео формат, који ће њихов текст конвертовати у а аудио видео формат.

8. ПРЕПОРУКЕ

На основу горе наведеног може се закључити да АИ неће у догледној будућности, вероватно никада, заменити новинаре на терену, као и то да ће новинаре који генерално не користе алате АИ у креирању медијских садржаја заменити они који их користе. Да би употреба алата АИ била безбедна и очувала поверење публике у медије неопходна је свеобухватна комбинација техничких, правних и етичких мера које ће уредити интегрисање алата АИ у медијску индустрију. Да би се то постигло потребно је:

1. Јасно обележавање АИ-садржаја, сваки медијски садржај који је делом или у целини настао употребом алата АИ мора бити јасно означен у целини, или у том делу (помоћ публици да донесе информисану процену),
2. Интерни етички кодекси и провере чињеница, свака редакција треба направи своја правила, стандарде, за примену алата АИ као и да пропише обавезну људску контролу тих материјала,
3. Механизми хитне интервенције, редакције требају успоставити административне и техничке канале за брзо уклањање злоупотребљеног садржаја,
4. Развој правног оквира у складу с ЕУ праксом, афирмисати потребу да се у Србији усклади национални закон о АИ са међународним стандардима (EU AI Act) уз дефинисане одговорности новинара и медија, али и испоручилаца модела алата АИ,
5. Едукација и медијска писменост, држава, новинарска и медијска удружења треба да поспеше обуку грађана и професионалаца за препознавање дипфејк садржаја и разумевање ризика,
6. Техничка средства детекције, подстицање развоја алата за откривање deerfake садржаја и регулативно наметање обавезе медија, укључујући и платформе, да их имплементирају

ЗАКЉУЧАК

Мишљења медисјких професионалаца су подељена по питању употребе вештачке интелигенције. Иду од потпуног оптимизма до потпуног пессимизма, али су сва сагласна у томе да вештачка интелигенција мења ДНК медија. Да медији нису исти, и да тек неће бити исти као пре. То „пре“ ће у будућим временима бити све ближе тренутку када се поређење прави. Последице употребе алата вештачке интелигенције у медијској продукцији су двојаке. Са једне стране доноси предности и велике користи (брзина, персонализација, нове креативне могућности), а са друге доноси ризике а медијску индустрију ставља пред озбиљне изазове (транспарентност, правичност, приватност и безбедност, одговорност новинара и медија, друштвена корисност, пристрастност и дискриминација, дезинформација, регулатива, етички кодекси и економски утицај на новинаре). У пракси се код нас повећава број кршења одговорног новинарства, дипфејк садржаја који манипулишу јавношћу, угрожавају приватност и безбедност новинара, јавних реакција регулатора. То јасно упућује на неопходност брзих и координисаних потеза надлежних инстанци у правцу доношења саморегулаторних аката, етичких кодекса, законодавног оквира усклађеног са међународним стандардима, обуку медијских радника, али и грађана, израду и инсталисање техничких механизма за детекцију и репресију злоупотреба. Само свеобухватна комбинација техничких, правних и етичких мера може нас приближити безбедном интегрисању алата АИ у медијску индустрију као и очување јавног поверења. Увођење етичких принципа за употребу алата АИ у медијску праксу у Србији представља важан корак ка модернизацији медијске праксе, и у највећој мери зависи од медијских професионалаца. За успешну имплементацију ових стандарда у пракси потребно је инвестирати у обуку медијских радника, развијати унутрашње политике у редакцијама и поштовати транспарентност у коришћењу ВИ. Само тако ће се обезбедити одговорно и етичко новинарство у дигиталном добу.

РЕФЕРЕНЦЕ

1. Al-Zoubi, M. (2025). AI in journalism: Challenges of data bias and privacy. *Social Media + Society*, 11(1), 1–15. <https://redfame.com/journal/index.php/smc/article/view/6587/0>
2. Associated Press. (2024). Maryland principal voice cloning case. <https://apnews.com/article/ai-maryland-principal-voice-recording-663d5bc0714a3af221392cc6f1af985e>
3. Balkan Insight. (2025, May 12). Hallucinations and unguided experimentation: AI in Serbian newsrooms. *Balkan Insight*. <https://balkaninsight.com/2025/05/12/hallucinations-and-unguided-experimentation-ai-in-serbian-newsrooms/>
4. Denis, T. (2024). Etički principi veštačke inteligencije. U Zborniku radova sa XXI međunarodnog naučnog skupa „Pravnički dani - Prof. dr Slavko Carić“, Odgovori pravne nauke na izazove savremenog društva (str. 759–770). <https://doi.org/10.5937/PDSC24759T>
5. Floridi, L., & Cows, J. (2021). A unified framework of five principles for AI in society. *Harvard Data Science Review*, 3(1). <https://doi.org/10.1162/99608f92.8cd550d1>
6. Goyanes, M., Háló, G., & Lopezosa, C. (2025). Artificial intelligence in journalism: A systematic literature review of global trends, regulatory challenges, and ethical concerns. *ResearchGate*. <https://www.researchgate.net/publication/387809948>
7. Gutiérrez-Caneda, B. (2024). Journalists' perceptions of AI in newsrooms: Ethical tensions and technological impact. *Frontiers in Communication*, 15(2), 22. <https://www.frontiersin.org/journals/communication/articles/10.3389/fcomm.2024.1465178/full>
8. Gutiérrez-Caneda, B., Lindén, C.-G., & Vázquez-Herrero, J. (2024). Ethics and journalistic challenges in the age of artificial intelligence: Talking with professionals and experts. *Frontiers in Communication*. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2024.1465178>
9. Hagerty, A., & Rubinov, I. (2019). Global AI ethics: A review of the social impacts and ethical implications of artificial intelligence. *arXiv*. <https://arxiv.org/abs/1907.07892>
10. Helberger, N., Pierson, J., & Poell, T. (2020). Governing online platforms: From contested to cooperative responsibility. *The Information Society*, 36(1), 1–15. <https://doi.org/10.1080/01972243.2017.1391913>
11. Hollanek, T. (2025). Educating journalists for ethical AI usage in media. *AI & Society*, 40, 1123–1135. <https://link.springer.com/article/10.1007/s00146-025-02407-6>
12. Jevtić, M. (2024). Regulatorni okvir i VI u medijima Srbije. RFPN FPN. <https://rfpn.fpn.bg.ac.rs/bitstream/id/4649/fulltext.pdf>

13. Kim, H. (2019). Developing ethical guidelines for AI in journalism: A critical review. Syracuse University Honors Capstone Projects. https://surface.syr.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2095&context=honors_capstone
14. Krstić, A. (2023). Digital transformation of journalism and media in Serbia: What has gone wrong. *Journalism*. <https://doi.org/10.1177/14648849231151798>
15. Кулић, М. (2024). Етички изазови вештачке интелигенције у српским медијима, МСАЕ. <https://msae.rs/index.php/home/article/view/130/81>
16. Lamprou, S., Dekoulou, P., & Kalliris, G. (2025). The critical impact and socio-ethical implications of AI on content generation practices in media organizations. *Societies*, 15(8), 214. <https://doi.org/10.3390/soc15080214>
17. Parratt Fernandez, S. (2025). Ethical frameworks for AI adoption in newsrooms. *El Profesional de la Información*, 34(4), e340406. <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/download/87885/63813/300542>
18. Peña-Alonso, U. (2025). Risks of misinformation in AI-generated news. arXiv. <https://arxiv.org/abs/2509.01824>
19. Petrović, D. (2024). Изазови примене вештачке интелигенције у медијској сфери. Универзитет у Београду, Саобраћајни факултет. <https://doi.org/10.5937/kultura2484041P>
20. Porlezza, C. (2024). Ethical considerations for AI in journalism education. *Journalism & Media Studies*, 18(1), 45–62. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/27523543241288818>
21. Prlja, D., Gasmi, G., & Korać, V. (2022). *Људска права и вештачка интелигенција*. Institut za uporedno pravo. <https://iup.rs/books/ljudska-prava-i-vestacka-inteligencija/>
22. Public accountability and regulatory expectations for AI in journalism: Qualitative evidence from focus groups with Dutch citizens. (2025). *AI & Society*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1007/s00146-025-02591-5>
23. Regulatorno telo za elektronske medije (REM). (2024). Preporuka o označavanju sadržaja nastalih uz pomoć veštačke inteligencije. REM. <https://rem.rs>
24. RSF (Reporters Without Borders). (2023). Paris Charter on AI and Journalism. RSF. <https://rsf.org/en/paris-charter-ai-and-journalism>
25. Sančanin, B., & Penjišević, A. (2024). Use of artificial intelligence for the generation of media content. *Social Informatics Journal*, 1(1), 01–07. <https://doi.org/10.58898/sij.v1i1.01-07>
26. Satariano, A., & Mozur, P. (2023, February 7). The people onscreen are fake. The disinformation is real. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2023/02/07/technology/artificial-intelligence-training-deepfake.html>

27. Sebastião, S. P., & Dias, D. F.-M. (2025). AI transparency: A conceptual, normative, and practical frame analysis. *Media and Communication*, 13. <https://doi.org/10.17645/mac.9419>
28. Solopova, V. (2025). Policy recommendations for responsible AI use in media. arXiv. <https://arxiv.org/abs/2503.18724>
29. Strategija razvoja veštačke inteligencije 2025-2030. (2025). Vlada Srbije. <https://www.srbija.gov.rs/tekst/437277>
30. Tomić, B., & Bajić, P. (2024). Veštačka inteligencija, mediji I novinarstvo: između dobrog slugе I slabog gospodara. *Communication and Media*, 19(1), 107–125. <https://doi.org/10.5937/cm19-48811>
31. Trifunović, I., Spalević, Ž., & Marković, S. (2024). Pravna regulative korišćenja veštačke inteligencije u razvoju turističke industrije. *Ekonomija teorija i praksa*, 17(2), 115–133. <https://doi.org/10.5937/etp2402115T>
32. Ulmer, A., & Tong, A. (2023, May 31). Deepfaking it: America's 2024 election collides with AI boom. Reuters. <https://www.reuters.com/world/us/deepfaking-it-americas2024-election-collides-with-ai-boom-2023-05-30/>
33. UNS. (2024, January 31). Radionica: Kako koristiti veštačku inteligenciju u novinarstvu. Udruženje novinara Srbije. <https://www.uns.org.rs/sr/desk/UNS-news/168526/radionica-kako-koristiti-vestacku-inteligenciju-u-novinarstvu-31-januara-u-pres-centru-uns-a.html>
34. Ward, S. J. A. (2020). Objectively engaged journalism: An ethic. McGill-Queen's University Press.
35. Wired. (2024). Deepfake porn is out of control. Wired Magazine. <https://www.wired.com/story/deepfake-porn-is-out-of-control>
36. Zhaxylykbayeva, R. (2025). Comparing AI-generated and human-written news content: Ethical implications. *Societies*, 6(3), 105. <https://www.mdpi.com/2673-5172/6/3/105>
37. The Guardian. (2024, November 19). AI voice cloning outpacing the law. The Guardian. <https://www.theguardian.com/technology/2024/nov/19/ai-cloning-of-celebrity-voices-outpacing-the-law-experts-warn>
38. The Independent. (2024). 'Haunting' to see deepfake pornography of myself, says journalist Cathy Newman. The Independent. <https://www.independent.co.uk/tech/cathy-newman-good-morning-britain-british-government-b2674979.html>
39. Etičke smernice za razvoj, primenu i upotrebu pouzdane i odgovorne veštačke. (2023). Vlada Srbije. <https://www.ai.gov.rs/extfile/sr/591>

Цитирање – АПА стил:

Николић, Б., Љубојев, З., (2025). Етика и изазови у креирању медијских садржаја уз помоћ вештачке интелигенције у Србији. У: Б. Санчанин и А. Пењишевић (ур.), *Зборник радова VII међународне научне конференције Вештачка интелигенција у креирању медијских садржаја* (стр. 344-360). Сремски Карловци: Центар за културу, едукацију и медије; Источно Сарајево–Соколац: Висока школа за услужни бизнис.

Рад је примљен: 1. октобар 2025.

Received: October 1, 2025.

Прихваћен за објављивање: 6. октобар 2025.

Accepted: October 6, 2025