

## ПРИМЕНА АЛАТА ВИ У КРЕИРАЊУ МЕДИЈСКИХ САДРЖАЈА У ЛОКАЛНИМ ТЕЛЕВИЗИЈАМА

Милијан Николић<sup>1</sup>

Бојан Николић<sup>2</sup>

Марина Јабланов-Стојановић<sup>3</sup>

**Апстракт:** Употреба вештачке интелигенције (ВИ) у медијима у свету се убрзава. ВИ је донела значајне промене. Локалне телевизије заостају у примени ВИ у свом раду у односу на глобалне националне телевизије. Локалне телевизије у Србији су у почетним етапама интеграције ВИ у радне процесе. Главна препрека за бржу примену су ограничени ресурси, пре свега финансијски. Примена алата ВИ у садашњој фази употребе у локалним телевизијама се углавном односи за аутоматизоване и генерисане вести, транскрипцију изјава у текст, аутоматску монтажу прилога, побољшање квалитета звука и слике, графику а доноси предности код аутоматизације, обраде аудио и видео материјала, креирања и продукције аудио и видео садржаја, маркетиншког наступа и дистрибуције медијских садржаја. Алата ВИ доприносе модернизацији локалних телевизија и повећању ефикасности. Истовремено сусрећу се са изазовима аутентичности, ауторских права и етичких норми. Сprovedено истраживање се ослања на анализу обраде резултата интервјуа са уредницима и новинарима локалних телевизија и на анализу резултата анкете урађене са корисницима платформи локалних телевизија. Резултати указују на пораст интересовања циљне јавности за аутентичне информације и праћење локалних друштвених мрежа. Рад потврђује хипотезу да већа интеграција алата ВИ даје повећану ефикасност и досег публице локалним телевизијама.

**Кључне речи:** *вештачка интелигенција, локалне телевизије, дигитална трансформација, медијски садржаји, аутоматизација*

<sup>1</sup> Милијан Николић, Лозница, Краља Петра I L-7/26. e-mail: [nikolicmilijan58@gmail.com](mailto:nikolicmilijan58@gmail.com)

<sup>2</sup> Бојан Николић, видео продукција БН, Суботица. e-mail: [nikolic87@gmail.com](mailto:nikolic87@gmail.com)

<sup>3</sup> Марина Јабланов-Стојановић, [www.mariniranje.rs](http://www.mariniranje.rs), Нови Сад. e-mail: [mariniranje@gmail.com](mailto:mariniranje@gmail.com)

## **APPLICATION OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE TOOLS IN CREATING MEDIA CONTENT IN LOCAL TELEVISION STATIONS**

**Abstract:** The use of artificial intelligence (AI) in the media in the world is accelerating. AI has brought significant changes. Local televisions lag behind in the application of AI in their work compared to global national televisions. Local televisions in Serbia are in the initial stages of integrating AI into work processes. The main obstacle to faster implementation is limited resources, primarily financial. The application of AI tools in the current phase of use in local televisions mainly relates to automated and generated news, transcription of statements into text, automatic editing of reports, improvement of sound and image quality, graphics and brings advantages in automation, processing of audio and video materials, creation and production of audio and video content, marketing performance and distribution of media content. AI tools contribute to the modernization of local televisions and increased efficiency. At the same time, they face challenges of authenticity, copyright and ethical norms. The research is based on the analysis of the results of interviews with editors and journalists of local television stations and on the analysis of the results of a survey conducted with users of local television platforms. The results indicate an increase in the target audience's interest in authentic information and monitoring of local social networks. The paper confirms the hypothesis that greater integration of AI tools provides increased efficiency and audience reach to local television stations.

**Keywords:** *artificial intelligence, local television stations, digital transformation, media content, automation*

### **1. УВОД**

Развој дигиталних технологија у последње две деценије снажно је утицао на медијски сектор. Вештачка интелигенција (ВИ) данас представља један од кључних алата у трансформацији новинарства и продукције медијских садржаја (Marconi, 2020). Глобални медијски системи интегрисали су ВИ у домене аутоматизованог новинарства, анализе података и мултимедијалне продукције (Diakouroulos, 2019).

Међутим, локалне телевизије, нарочито у Србији, суочавају се са ограниченим финансијским и технолошким ресурсима, што условљава спорију им-

плементацију и мањи обим примене алата ВИ у производњи медијских садржаја и сам производни ток у њиховој програмској шеми (Jevtić, 2024; Svejić, 2024).

Циљ овог рада је да се истражи тренутни ниво, најприхваћенији пактични сценарио, стратегија и план примене ВИ у локалним телевизијама у Србији, предности и изазови интеграције алата ВИ у креирању медијских садржаја у односу на устаљене производне токове, као и перцепција публике у вези са аутентичношћу и релевантношћу медијских садржаја као резултат њихове примене.

## 2. ПРИМЕНА И ИЗАЗОВИ ВИ У МЕДИЈСКОМ ИНДУСТРИЈИ СРБИЈЕ

Савременост примене ВИ у медијском сектору одликује могућност њихове класификације у неколико кључних области, које обухватају различите фазе медијске продукције, од креирања текста до обраде мултимедијалних садржаја и анализе публике. Прву област карактерише аутоматизовано новинарство, које подразумева могућност производње текстуалних садржаја коришћењем ВИ алгоритама. Редакције глобалних медија уз употребу алата попут Wordsmith и Heliograf могу да објављују хиљаде текстова без директне интервенције новинара (Graefe, 2016). Примена алата омогућава уредницима ових медија да се фокусирају на аналитичке и истраживачке задатке, док се статистичке информације, уобичајене форме извештаја и кратки новинарски прилози могу аутоматски генерисати.

Локалне телевизије у Србији су тек у фази експерименталне примене сличних технологија. Примена алата углавном је ограничена на транскрипцију изјава јавних личности, скраћивање и конвертовање прилога у дигиталне форме, као и генерисање основних информативних текстова (Kulić, 2024; Vožović, 2022). Овакав приступ, иако знатно скромнији у поређењу са глобалним медијима, омогућава да редакције локалних телевизија скрате време потребно за обраду садржаја и смање оперативне трошкове. То представља значајан корак с обзиром на ограничене финансијске ресурсе. Чак и почетни кораци у примени аутоматизованог новинарства могу допринети продукцији квалитетних информација уколико се користе у комбинацији са уредничком провером и етичким смерницама (Vožović, 2022).

Друга област примене ВИ алата односи се на аутоматизацију обраде мултимедијалних садржаја. Она обухвата процесе монтаже прилога, побољшање

квалитета звука и слике и примену графичких решења у реалном времену. На основу истраживања, локалне телевизије често користе алате ВИ за препознавање говора и аутоматску обраду видео садржаја, који скраћују време постпродукције прилога. Помоћу ових алата тв продукција изгледа професионално и поред њихових скромних буџета који не подржавају сложене сетове технологије снимања и студијске производне капацитете. Такође, аутоматизација обраде мултимедијалних садржаја омогућава да мање редакције могу да креирају визуелно привлачне емисије, без потребе за великом кадровском или техничком подршком (Jevtić, 2024).

Трећу област класификације представља анализа публике и персонализација садржаја. Применом савремених алата ВИ могуће је праћење понашања гледалаца, анализа њихових интересовања, као и перцепција реакција на различите форме садржаја. То омогућава да редакције медија остваре оптимизацију програмске листе емисија, прилагоде маркетинг стратегију и повећају досег публике (Napoli, 2019; Mitrović, 2025; Stojanović Prelevič, 2022). Око 70% испитаних медија у Србији већ експериментише са ВИ у креирању садржаја, али је њихова примена углавном иницијална и фокусирана на краткорочне и оперативне задатке, без дугорочних стратегија (Bojan Svejić, 2024). Ипак, закључак је да системска интеграција ВИ у редакције још није присутна и да је неопходно дефинисати јасне и свеобухватне планове примене како би се омогућила ефективна дигитална трансформација медија (Kleut, Milin и Šinković, 2024).

### **3. ИЗАЗОВИ ИМПЛЕМЕНТАЦИЈЕ ВИ У СРБИЈИ**

И поред чињенице да ВИ доноси значајне предности за локалне телевизије у Србији, процес њене интеграције успоравају бројни фактори. Пре свега, највећу препреку представљају ограничени финансијски ресурси, што потврђују интервјуи са уредницима више редакција (Balkan Insight, 2025). Примену сложених алгоритама додатно отежава недовољан ниво техничке оспособљености запослених, што ограничава потенцијал ВИ у процесу унапређења продукције и повећању ефикасности (Petrović, 2023; Vesić, 2023).

У Србији је недовољно развијен регулаторни оквир који треба да обезбеди јасне смернице за употребу ВИ у медијима, а етички кодекси медија нису прилагођени дигиталним изазовима, док је потреба етичког образовања новинара неопходна како би могли да користе ВИ без угрожавања квалитета и поверења публике (Stanković, 2023). Применом ВИ могуће је обликовати јавну

перцепцију и утицати на ток друштвене јавне комуникације, што наглашава потребу за одговорним приступом у имплементацији савремене технологије.

## 4. ЕТИЧКЕ ИМПЛИКАЦИЈЕ ПРИМЕНЕ ВИ

Етички изазови процеса интеграција ВИ у медијима обухватају ауторска права, транспарентност и могућност манипулације медијским садржајем. Недостатак регулаторног оквира отвара могућност злоупотребе технологија, посебно у контексту *deepfake* технологија (Kulić, 2024). Према извештајима BIRN, редакције у медијима често немају интерне смернице, тако да новинари раде без јасног упутства, што може довести до етичких пропуста.

У аутоматизованим медијским извештајима Воџовић (2022) наглашава ризик секундарне виктимизације, док медијска поларизација директно утиче на публику, потенцијално стварајући лажне перцепције јавности о догађајима (Pralica & Valić Nedeljković, 202). Публика очекује да медији буду независни и када се користе нове технологије, укључујући ВИ, што указује на значај транспарентне и етичке примене ВИ (Stojanović Prelevič, 2022).

## 5. ПЕРЦЕПЦИЈА ПУБЛИКЕ И БУДУЋИ ТРЕНДОВИ У ПРИМЕНИ ВИ

Према резултатима анкете спроведене 2025. године публика генерално позитивно реагује на примену ВИ у локалним медијима, у условима очувања аутентичности и релевантности медијских садржаја (Balkan Insight, 2025; Jenkins, 2020). Већина испитаника је истакла да им је важније да информације буду тачне и локално релевантне у односу на технички савршену продукцију.

Примена ВИ омогућава локалним телевизијама да повећају ниво продуктивности, побољшају квалитет садржаја и достигну ширу публику, али је неопходно да пажљиво избалансирају коришћење технологије и етичких норми. Интеграција ВИ у медијима мора бити праћена применом етичких протокола и сталном едукацијом запослених (Lewis & Westlund, 2015), док Милошевић (2022) истиче значај очувања поверења публике у дигиталном добу. Будућност успешне интеграције ВИ у локалним медијима у Србији зависи од синергије између технолошких иновација, регулаторног оквира, кадровске оспособљености и јасних етичких смерница (Mitrović, 2025; Marconi, 2020).

## **6. ДУБЉЕ АНАЛИЗЕ И ПРАКТИЧНЕ ИМПЛИКАЦИЈЕ ПРИМЕНЕ ВИ У СРБИЈИ**

Поред основних области примене, треба истаћи да ВИ омогућава и напредне аналитичке могућности које могу да резултирају трансформацијом рада редакције. На пример, алати ВИ за анализу података доприносе перцепцији о интересовањима публике, идентификовању локалних тема које са великим потенцијалом привлаче гледаоце и омогућавање редакцијама да креирају садржаје који су прилагођени демографским карактеристикама публике (Naroli, 2019; Mitrović, 2025). Такође, употребом ВИ алата могућа је персонализација садржаја, чиме локалне телевизије пружају индивидуализовано искуство гледаоцима, што повећава ангажман и лојалност публике (Stojanović Prelevič, 2022; Jovanović, 2024).

Практична импликација примене алата ВИ у локалним медијима у Србији подразумева смањење оперативних трошкова и оптимизацију радних процеса. У таквим околностима, уредници и новинари могу и треба више времена да посвете аналитичким и креативним задацима, док рутински задаци и процеси, попут транскрипције, обраде аудио-видео материјала или креирања графика могу бити делимично или потпуно аутоматизовани (Vožović, 2022). Такав ефекат је посебно видљив у редакцијама медија са ограниченим буџетима, где сваки корак аутоматизације значајно утиче на укупну продуктивност.

Међутим, проширена примена ВИ доноси и нове ризике. Медији се сусрећу са евидентним етичким изазовима, као што су транспарентност и могућност манипулације садржајем. Поред тога, ВИ такође потенцијално може да утиче на независност редакције. Уколико редакције медија не развију интерне смернице и стандарде у примени ВИ, постоји ризик да се аутоматизовани медијски садржај употреби за публицистичке или комерцијалне циљеве који нису у складу са професионалним етичким нормама (Kulić, 2024). У таквим ситуацијама, потребно је развијати етичке протоколе и систем контроле квалитета који ће обезбедити да медијски садржај произведен уз помоћ ВИ задовољи стандарде тачности и објективности (Stanković, 2023).

Перспективно посматрано, у развоју локалних медија ВИ може постати кључни алат и неизоставан чинилац њиховог развоја, али само ако се интегрише у контекст етичких стандарда и јавног интереса. Одржавање нивоа поверења публике је критично, јер публика мора имати уверење да је произведени аутоматизовани медијски садржај поуздан и да не нарушава медијску независност (Milošević, 2022). Нагласак на едукацију новинара и оспособља-

вање за употребу ВИ и њених ограничења је кључан за одржавање високог нивоа професионализма и медијске етике (Lewis & Westlund, 2015).

Значајан аспект је друштвена улога и утицај локалних медија у дигиталном добу. Примена алата ВИ омогућава бржу и прецизнију проверу чињеница, идентификацију дезинформација и ефикасније праћење друштвених мрежа (Milošević, 2022; Mitrović, 2025). Ово је посебно важно у Србији, где локална телевизија има потенцијал да и даље буде поуздан извор информација публике у локалној друштвеној заједници. У том смислу, примена ВИ није само технолошки изазов, већ и стратешки задатак који подразумева синергију интеграције технологије, етике и редакцијске независности локалних медија у један кохерентан систем.

Пред локалне редакције се намеће и могућност шире употребе ВИ која омогућава да буду компетитивне према већим, националним медијима. Мање редакције уз помоћ ВИ алата намењених за квалитетнију анализу публике, оптимизацију садржаја и аутоматизацију рутинских медијских задатака, могу значајно повећати досег и утицај, уз истовремено одржавање локалне релевантности (Cvejić, 2024; Vožović, 2022; Stojanović Prelevič, 2022).

## **7. КРЕИРАЊЕ МЕДИЈСКИХ САДРЖАЈА ЛОКАЛНИХ ТЕЛЕВИЗИЈА, МОГУЋИ СЦЕНАРИО ПРИМЕНЕ ПРЕМА РЕЗУЛТАТИМА ИСТРАЖИВАЊА**

Примена ВИ у медијима је пре свега у аутоматизованом новинарству (automated journalism), где се коришћењем софтвера (алата) попут WordSmith и Heliograf омогућава да медијска редакција може да креира текстове на основу података без директне људске интервенције (Graefe, 2016). Такође, у области обраде мултимедијалних садржаја применом алата ВИ – системи за аутоматску монтажу, препознавање говора и побољшање квалитета аудио-видео материјала постају стандард у већим редакцијама (Thurman et al., 2019). Следећа битна област примене ВИ је анализа публике и дистрибуција медијских садржаја, где се алати савремене технологије могу користити за анализу реакције и понашања публике, кроз персонализовање медијских садржаја и маркетинг стратегије (Naroli, 2019).

Истраживања указују да локални медији заостају у имплементацији због мањих буџета, недовољне обуке запослених и ограниченог приступа софис-

тицираним технологијама (Lewis & Westlund, 2015). Са друге стране, публика све више захтева аутентичне, локално релевантне садржаје, што локалним телевизијама даје предност у односу на глобалне медије (Jenkins, 2020).

Добијени резултати потврђују да је примена ВИ у локалним телевизијама у Србији у почетној фази, али да постоји свест о потенцијалним предностима. Ограничења су пре свега финансијске природе, али и недостатак техничког знања код запослених. Резултати интервјуа са локалним телевизијама показују да већина њих користи ВИ у ограниченом обиму и то за:

- Аутоматску транскрипцију изјава у текст,
- Побољшање техничког квалитета аудио и видео материјала,
- Основну аутоматизовану графику за информативне емисије.

Резултати анкета пак указују да од свих анкетираних гледалаца, чак 72% је истакло да им је аутентичност локалних информација важнија од техничке савршености продукције. Истовремено, 64% њих показало је позитиван став према увођењу ВИ ако то значи брже и квалитетније извештавање.

Примена алата ВИ у креирању медијских садржаја за локалне телевизије има значајне предности и може се реализовати кроз разне технолошке процесе. Њихова најчешћа примена је у процесу аутоматизације новинарских задатака – генерисања вести, тако што ВИ може аутоматски да претвара саопштења, извештаје полиције, општинске информације или податке са јавних портала у кратке вести и препознавање трендова у праћењу локалних друштвених мрежа, ради брзог уочавања актуелних тема.

Даље поље примене је процес обраде аудио и видео материјала, што подразумева аутоматску транскрипцију (где алат попут *Whisper-a* омогућава брзо претварање снимљених изјава у текст), синхронизацију титлова (ВИ може аутоматски да креира титлове на више језика) и препознавање лица и гласова у сврху ефикасније категоризације и архивирања видео-материјала.

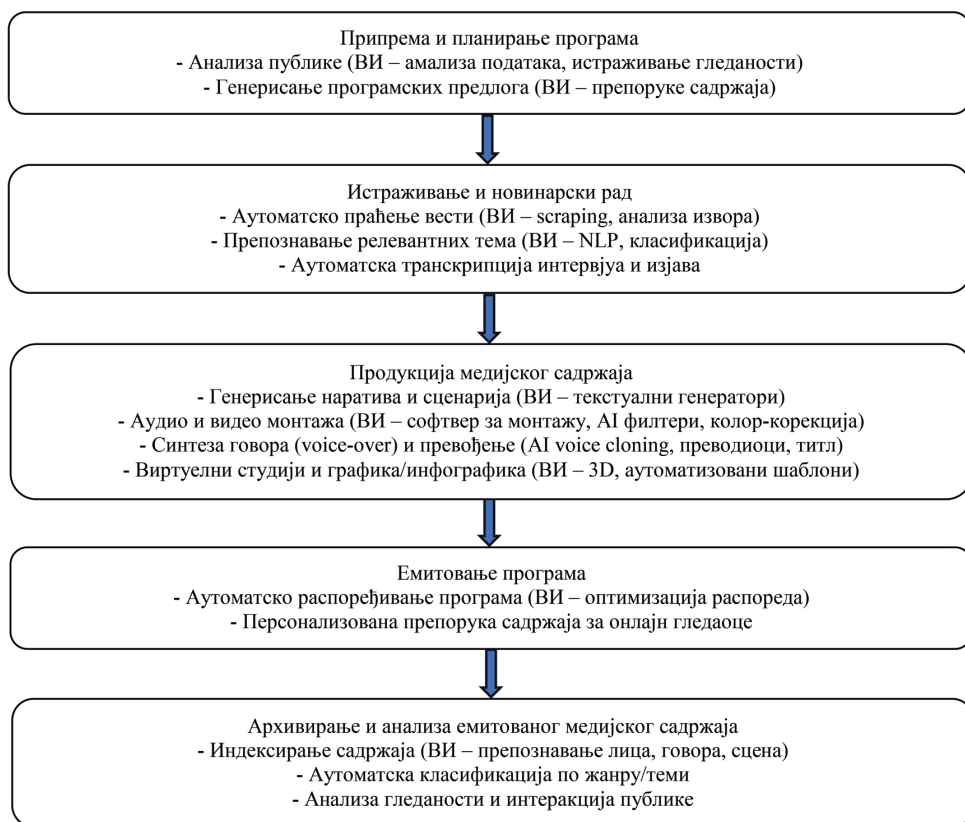
У процесу креирања визуелних садржаја као што су графика и инфографика, алати ВИ могу аутоматски да генеришу графиконе, мапе и визуелне приказе података, а међу пожељним је виртуелни студио употребом ВИ за креирање дигиталних сценографија и анимација, без великих трошкова телевизије.

Софтвери засновани на ВИ могу да препознају кључне кадрове и скрате материјал у процесу монтаже и продукције медијског садржаја, као и да значајније побољшају квалитет звука и слике, уклањањем шума, стабилизацијом снимка и повећањем резолуције слике.

Од посебног значаја за локалне телевизије су персонализација садржаја, тако што ВИ анализира интересовања публике и предлаже гледаоцима релевантне прилоге и емисије за њих, као и микротаргетирање – процес

креирања медијских садржаја који су усмерени на циљне групе (на пример за пољопривреднике, ученике, предузетнике). Даљи простор за примену и експанзију у савременом приступу усмереном према публици представљају аутоматизован маркетинг и дистрибуција медијских садржаја путем социјалних мрежа, за које поједини алати ВИ могу да генеришу постове, наслове и описе прилагођене различитим платформама, а такође и анализирају реакције публике, праћењем коментара, лајкова и дељења како би се садржај оптимизовао.

**Шема 1.** Дијаграм тока примене алата ВИ у технолошком процесу продукције



Извор: аутори, 2025.

Резултати спроведеног истраживања показују да публика верује локалним телевизијама због аутентичности информација, што представља кључни чинилац у дигиталној ери. Комбинација локалне релевантности и алата ВИ

може омогућити овим медијима да повећају ефикасност, а истовремено очувају свој идентитет.

**Табела 1.** ВИ алати примењиви у технолошком процесу рада локалних телевизија

Област примене	Конкретни задаци	ВИ алати (најчешћи примери)
Информативни програм	Аутоматска транскрипција, титловање, превод	Whisper AI, Trint, Otter.ai, Sonix
	Генерисање текстова вести	ChatGPT (OpenAI), Claude, Jasper
	Синтетички презентери (глас/аватар)	Synthesia, Pictory, HeyGen
Видео и монтажа	Аутоматска монтажа прилога	Magisto, Wisecut, Runway
	Побољшање звука и слике	Topaz Video AI, Descript, Adobe Enhance Speech
Визуелни садржај	Инфографике, графика, мапе	Canva (са AI модулом), Visme, Infogram
	Генеративна анимација и шпице	Runway Gen-2, Pika Labs, Kaiber
Спортски програм	Аутоматско издвајање најбољих момената	Reely AI, WSC Sports
	Анализа утакмица, статистика	StatsPerform, Sportsradar AI
Онлајн дистрибуција	Аутоматска оптимизација постова	Buffer AI, Hootsuite AI, Later AI
	Предлози хаштага и наслова	Copy.ai, Writesonic
Маркетинг и реклама	Креирање огласа и рекламних спотова	Lumen5, InVideo AI, Synthesia Ads
	Персонализоване рекламе	AdCreative.ai, Smartly.io
Архива и претрага	Препознавање лица и гласова у архиви	Clarifai, Microsoft Video Indexer

Извор: аутори, 2025.

Алати ВИ се могу комбиновати, на пример: *Whisper* за транскрипцију > *Canva* за графику > *Runway* за монтажу > *Buffer AI* за дистрибуцију и сл. Локална телевизија која уведе алате ВИ ће уз мање трошкове моћи да производи професионалније и разноврсније медијске садржаје.

## **7.1. Практичан сценарио: корак по корак у производњи медијског садржаја, тв прилога, уз примену алата ВИ**

Сценарио креирања конкретног медијског садржаја, тв прилога, код локалне телевизије на примеру догађаја отварања новог вртића у граду, уз примену алата ВИ је следећи:

Први корак је прикупљање информација – новинар излази на терен и мобилним телефоном снима изјаве челника града и грађана о наведеном догађају. Следи унос података из саопштења у апликацију ChatGPT која се заснива на великом језичком моделу за генерисање текста, ради прављења основног текста вести.

Други корак је процес аутоматске транскрипције, кроз поступак обраде снимака изјава применом алата *Whisper AI* или *Otter.ai* у текст. Уколико је потребно ВИ може истовремено да уради и аутоматски превод на енглески/ други језик (на пример за мањине).

У следећем кораку, у процесу монтаже и обраде, снимљени материјал се убацује у *Runway* или *Wisecut*, при чему алат може аутоматски да сече празне кадрове, уклања шумове звука и стабилизује слику, док алат *Adobe Enhance Speech* побољшава квалитет звука изјава.

Применом алата за графику и визуелне додатке као што су *Canva AI* или *Visme* праве се инфографике о датуму отварања, броју деце која ће похађати вртић, улагањима општине/града, а генерисање једноставног тв шпица (е) са називом прилога постиже се алатом *Runway Gen-2*.

Од алата ВИ често примењивих у процесу нарације и титловања, уколико нема времена за студијско снимање водитеља, треба издвојити *Synthesia* или *HeyGen* који креирају кратак уводни део са дигиталним презентером, док се алтернативно, користи синтетички глас (нпр. *Descript Overdub*, а уколико је потребно *Sonix* или *Trint* аутоматски додају титлове.

У процесу финализације медијског садржаја, прилог се финално спаја у *InVideo AI* или *Adobe Premiere Pro* (са ВИ модулом). На тај начин се добија верзија прилога за ТВ у трајању од 2 до 3 минута и скраћана верзија за социјане мреже (30–60 секунди).

Имајући у виду да се медијски саджај креира за циљну публику, завршни корак чини дистрибуција готовог прилога. Алати ВИ као Buffer AI или Hootsuite AI објављују тв прилог и на FB, Instagram, YouTube и TikTok платформи, док се Sory.ai или Writesonic користе да генеришу атрактивне наслове и описе. ВИ учествује у процесу праћења уз анализирање података и друштвених мрежа и реакције публике (број прегледа, лајкова, коментара родитеља и заинтересованих група), након чега редакција може да уочи теме од највећег значаја за публику и добија препоруку шта наредни пут може побољшати. На овај начин редакција телевизије може да уштеди време, добије професионално уређен прилог и истовремено га пласира на више канала.

## **ЗАКЉУЧАК**

Вештачка интелигенција представља значајан фактор дигиталне трансформације медија. Локалне телевизије у Србији заостају у односу на глобалне и националне медијске корпорације, али постоји свест о предностима и могућностима ВИ. Главна ограничења и изазове представљају финансијски ресурси, технички капацитети и етичке норме. Публика подржава примену ВИ ако се обезбеди аутентичност садржаја и транспарентност рада медија. Будући развој зависиће од синергије између технолошких иновација, регулаторног оквира и способности локалних редакција да усвоје нове праксе, уз очување друштвене одговорности.

## **РЕФЕРЕНЦЕ**

1. Balkan Insight. (2025). *Research on the use of AI in Serbian newsrooms*. <https://balkaninsight.com>
2. Bojić, L. (2021). *Artificial intelligence and society: Media perspectives*. Belgrade: Institute of Social Sciences.
3. Božović, D. T. (2022). Journalistic ethics and secondary victimization in the print media in Serbia. *Communication and Media Research*, 25(2), 45–63.
4. Cvejić, B. (2024). Upotreba veštačke inteligencije u kreiranju medijskog sadržaja u Srbiji. *ResearchGate*.

5. Diakopoulos, N. (2019). *Automating the news: How algorithms are rewriting the media*. Harvard University Press.
6. Graefe, A. (2016). *Guide to automated journalism*. Columbia University Press.
7. Helberger, N. (2020). The political power of platforms: How current attempts to regulate misinformation amplify opinion power. *Digital Journalism*, 8(6), 842–854.
8. Jenkins, H. (2020). *Spreadable media in local contexts*. Polity Press.
9. Jevtić, M. (2024). *Регулаторни оквир и вештачка интелигенција у медијима*. МСАЕ.
10. Kleut, J., Milin, D., Šinković, R. (2024), *Veštačka inteligencija kao inovacija u redakcijama lokalnih medija u Srbiji*, Filozofski fakultet - Odsek za medijske studije, *Kultura*, <https://doi.org/10.5937/kultura2484075K>
11. Kulić, M. (2024). *Етички изазови вештачке интелигенције у српским медијима*. МСАЕ.
12. Lewis, S. C., & Westlund, O. (2015). Actors, actants, audiences, and activities in cross-media news work. *Digital Journalism*, 3(1), 19–37. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.927986>
13. Marconi, F. (2020). *Newsmakers: Artificial intelligence and the future of journalism*. Columbia University Press.
14. Napoli, P. (2019). *Social media and the public interest: Media regulation in the disinformation age*. Columbia University Press.
15. Marković, D. (2024). *Локални медији и дигитална трансформација*. Универзитет у Нишу.
16. Milošević, B. (2022). *Јавност и поверење у медије у дигиталном добу*. Универзитет у Београду.
17. Mitrović, S. (2025). Персонализација медијских садржаја у Србији. *Медијске студије*, 12(2), 33–49.
18. Petrović, T. (2023). Технолошки изазови у локалним медијима. *Нова медијска истраживања*, 7(1), 55–70.
19. Stanković, A. (2023). Етичке димензије дигиталне продукције у Србији. *Часопис за комунологију*, 14(2), 99–118.
20. Stojanović Prelevič, I. (2022). A cross-cultural analysis of brand journalism ethics: User perceptions in Serbia and Pakistan. *Media & Communication Journal*, 7(1), 89–108.
21. Valić Nedeljković, D & Pralica, D. (2023), *O novinarstvu i novinarima*, monografija, Filozofski fakultet, Novi Sad dostupno na Digitalnoj biblioteci Filozofskog fakulteta u Novom Sadu
22. Thurman, N., Dörr, K. N., & Kunert, J. (2019). When reporters get hands-on with robot-writing. *Digital Journalism*, 5(10), 1240–1259. <https://doi.org/10.1080/21670811.201.1389978>

**Cite – APA Style:**

Николић, М., Николић, Б. Јабланов-Стојановић, М. (2025). Примена алата ВИ у креирању медијских садржаја у локалним телевизијама. У: Б. Санчанин и А. Пењишевић (ур.), *Зборник радова VII међународне научне конференције Вештачка интелигенција у креирању медијских садржаја* (стр. 446-459). Сремски Карловци: Центар за културу, едукацију и медије; Источно Сарајево–Соколац: Висока школа за услужни бизнис.

Рад је примљен: 2. октобар 2025.

Received: October 2, 2025.

Прихваћен за објављивање: 10. октобар 2025.

Accepted: October 10, 2025