ORIGINALNII NAUČNI RAD

Primljeno: 5. VI 2026.
Prihvaćeno za objavljivanje: 21. X 2026.

„AKO ŽELIŠ, MOGU“: ODLIKE MEDIJSKIH TEKSTOVA S TRAGOVIMA ČETBOT-INTERVENCIJA

Stefan Janjić
Univerzitet u Novom Sadu – Filozofski fakultet
ORCID https://orcid.org/0000-0002-1141-9478

Dragana Milin[8]
Univerzitet u Novom Sadu – Filozofski fakultet
ORCID https://orcid.org/0000-0003-3420-1591

DOI: 10.5937/cm21-67897

Sažetak: *Ovaj rad istražuje prisustvo i karakteristike tragova upotrebe četbotova u onlajn medijima u Srbiji, Hrvatskoj, Bosni i Hercegovini i Crnoj Gori. Posmatrani su tekstovi u kojima je, usled nemara pri uređivanju, ostala neuklonjena meta-komunikacija alata veštačke inteligencije s novinarima (npr. formulacija „Ako želiš, mogu...“), kojima četbot nudi različite usluge: dopunu konteksta, formulisanje naslova, jezičke ispravke, SEO uređivanje, pisanje nastavaka... Cilj rada je da ispita kakvi se tragovi upotrebe četbotova pojavljuju u onlajn medijskim tekstovima i šta otkrivaju o promenama u procesu proizvodnje vesti i poštovanju novinarskih standarda. Korpus obuhvata 128 tekstova objavljenih tokom 2025. godine, prikupljenih putem pretraživača Gugl, Jandeks, Bing i DakDakGo. Sadržaji su uočeni na tačno stotinu portala, među kojima ima etabliranih (NIN, Oslobođenje, Slobodna Dalmacija, Pobjeda), tabloidnih (Alo, Informer BA, Telegraf), ali i malih, novih i lokalnih portala. Analiza sadržaja ukazuje na dva obrasca. Prvo, vrste pomoći koje četbotovi nude novinarima često su u suprotnosti s novinarskim standardima, pa uključuju izmišljanje, intenziviranje senzacionalizma i dramatizacije, kao i nesmotreno davanje zdravstvenih saveta. Drugo, analizirani tekstovi neretko pokazuju stilske osobine koje se povezuju s automatizovanim ili poluautomatizovanim pisanjem, poput šablonske strukture*

8 Kontakt sa autorom: dragana.milin@ff.uns.ac.rs.

pasusa, tročlanih nabrajanja, produžavanja sadržaja irelevantnim elementima i nezgrapnih formulacija koje podsećaju na bukvalan prevod. Prisustvo ovih tragova upozorava na rizike nedovoljne uredničke kontrole i novog oblika degradacije novinarskih standarda.

Ključne reči: *četbotovi, veštačka inteligencija, novinarstvo, medijska etika, senzacionalizam*

1.Četbotovi kao novi novinarski alat

Digitalna transformacija medija dovela je do toga da su ambicije u vezi sa neprekidnom proizvodnjom i razmenom sadržaja postale izuzetno visoke. Od novinara onlajn medija očekuje se da pišu brzo i objavljuju često, dok su portali pod pritiskom da ostanu vidljivi i ekonomski održivi (Sonni et al., 2024). U takvim okolnostima – mada i iz razloga koji prevazilaze pitanje brzine – veliki jezički modeli (eng. Large Language Models, LLM) i četbotovi zasnovani na njima postaju sve prisutniji novinarski alat. Oni mogu da pretražuju izvore, sažimaju informacije, prevode sadržaje, predlažu naslove i generišu nacrte tekstova, čime ubrzavaju različite faze proizvodnje vesti (Ufarte-Ruiz et al., 2023; Gutiérrez-Caneda et al., 2023), pri čemu se njihova prednost u proizvodnji jednostavnijih, šablonizovanih vesti prvenstveno ogleda u brzini i obimu, a ne u dubini interpretacije (Cardaș-Răduța, 2024: 117). Pritisak rokova i broja zadataka vidi se i u rezultatima istraživanja mentalnog zdravlja novinara sprovedenom u Srbiji na nereprezentativnom uzorku od 164 ispitanika. Njih 70,8% navelo je da stres na poslu doživljava često ili gotovo svakodnevno, 56,1% je među uzrocima stresa prepoznalo kratke rokove i veliki broj radnih zadataka, dok je 67,1% prijavilo da je sindrom sagorevanja doživelo više nego jednom (Gligorijević i dr., 2023: 9–10, 14).

Kako pokazuje Diakopulos, automatizacija postepeno postaje sastavni deo redakcijskih procesa, od prikupljanja podataka do oblikovanja konačnog teksta (Diakopoulos, 2019). Iako četbotovi mogu da olakšaju svakodnevni rad novinara, istraživanja pokazuju da njihova upotreba nosi i određene rizike, od netačnih informacija i izmišljenih ili izvorima nepotkrepljenih navoda (tzv. „halucinacija", kako se ta pojava naziva u literaturi o generisanju prirodnog jezika; Ji et al., 2023) do nejasnoća u vezi sa odgovornošću za objavljeni sadržaj (Leppänen et al., 2020; Bartleman et al., 2026). U tom kontekstu sve češće se koristi izraz AI slop, kojim se označava velika količina površnog i repetitivnog sadržaja nastalog uz pomoć generativne veštačke inteligencije (Kommers et al.,

2026). Sâm naziv dobro opisuje situaciju u kojoj brzina proizvodnje i količina objavljenih tekstova postaju važniji od originalnosti i temeljnosti (Fang et al., 2024; Drolsbach & Pröllochs, 2025). Takvi sadržaji na prvi pogled deluju smisleno (makar na jezičkom planu), ali često ne nude mnogo više od opštih mesta i parafraza. U novinarstvu je ovaj problem posebno izražen jer se uspeh tekstova sve češće meri brojem pregleda i interakcija, dok pitanja javnog interesa i kvaliteta sadržaja ostaju u drugom planu (Madsen & Puyt, 2025).

Kako navode Bender et al. (2021), generativni modeli funkcionišu na osnovu verovatnoće, zbog čega proizvode formulacije koje su statistički najizglednije, ali ne nužno i najtačnije ili najinformativnije. Zbog toga ovakvi tekstovi mogu delovati uverljivo, iako iza te prividne koherentnosti često stoji veoma malo novih, konkretnih informacija. Pojedini autori upozoravaju da ovakva produkcija može doprineti „razvodnjavanju“ informativnog prostora, u kojem granica između stvarnog informisanja i pukog popunjavanja redova postaje sve manje jasna (Rudko & Bashirpour Bonab, 2025: 9-11; Madsen & Puyt, 2025).

Kvalitetno novinarstvo zasniva se na proveri informacija, odgovornosti prema publici i odgovornosti za objavljeni sadržaj. UNESCO (2021) naglašava da ljudski nadzor mora ostati ključni element u primeni veštačke inteligencije, što u medijskom kontekstu znači da sadržaj ne bi smeo da se pojavi pred publikom bez ikakve prethodne provere i revizije. Istraživanje naknadne uredničke obrade automatizovanih vesti pokazuje da ljudska intervencija može poboljšati pojedine elemente takvih tekstova (Thäsler-Kordonouri, 2026). U slučajevima analiziranim u ovom radu, međutim, takve intervencije ili nije bilo ili je bila veoma površna.

Profesionalna pravila sve jasnije uređuju i pitanje transparentnosti. Pariska povelja o veštačkoj inteligenciji i novinarstvu zahteva da upotreba AI sistema koja značajno utiče na nastanak ili distribuciju novinarskog sadržaja bude jasno saopštena publici (Reporters Without Borders, 2023, načelo 5). Slično tome, Kodeks novinara i novinarki Srbije obavezuje medije da javnost obaveste o korišćenju AI alata, da jasno označe njihovu značajnu upotrebu i da zadrže uredničku kontrolu nad tako nastalim sadržajem (UNS i NUNS, 2024, poglavlje III, tačka 7). U analiziranom korpusu samo je jedan tekst imao jasno istaknutu napomenu o upotrebi veštačke inteligencije.

Iako se broj istraživanja o primeni veštačke inteligencije u novinarstvu u poslednjim godinama značajno povećava, i dalje postoji primetan istraživački jaz kada je reč o analizi samih tekstova koji nastaju uz pomoć ili posredovanje četbotova. Većina postojećih studija bavi se širim pitanjima, poput institucio-

nalnih promena u medijima (Sonni et al., 2024), edukacije novinara (Nedeljković i Krstić, 2025) ili etičkih i regulatornih izazova (Bartleman et al., 2026), kao i ulogom algoritama u selekciji i distribuciji sadržaja (Sarısakaloğlu, 2025; Simon, 2025). Sâm tekstualni proizvod, odnosno konkretne jezičke i stilističke osobine AI-generisanih ili AI-asistiranih novinarskih sadržaja, ostao je relativno nedovoljno istražen.

Recepcija veštački generisanih sadržaja

Generativni modeli mogu da proizvode sadržaj koji deluje ubedljivo čak i kada je netačan, a publika može protumačiti urednost teksta (gramatičku, pravopisnu, stilsku…) ili urednost izlaganja argumenata kao signal da je sadržaj i u faktografskom smislu uredan. Da bi čitalac posumnjao da se pred njim nalazi veštački generisan tekst, potrebno je da ima lično iskustvo u kreiranju takvih sadržaja, ili barem da je kontinuiranim izlaganjem takvim sadržajima naučio da prepozna šablone koji se često ponavljaju. Česni i Citron upozoravaju da veštački generisani sadržaji mogu narušiti poverenje u javnu komunikaciju (Chesney & Citron, 2019: 1785-1786), dok Vakari i Čedvik pokazuju da širenje takvih sadržaja dodatno otežava razlikovanje pouzdanih informacija od obmana i dezinformacija (Vaccari & Chadwick, 2020: 6-7).

Istina je da savremeni četbotovi poseduju određene zaštitne mehanizme i ograničenja koja bi trebalo da spreče zloupotrebe (Hagendorff et al., 2026; Lian et al., 2026). Ipak, primeri iz prakse pokazuju da ta ograničenja nisu dovoljna. U novinarskom okruženju to znači da veštačka inteligencija može biti iskorišćena, između ostalog, i za masovnu proizvodnju sadržaja koji je senzacionalistički ili manipulativan (Fang et al., 2024).

Algoritmi s obe strane „kapije"

Novinari i urednici trebalo bi da imaju ulogu „čuvara kapije" (eng. gatekeepers): oni odlučuju koje informacije zaslužuju da budu objavljene i kako će biti predstavljene publici. Međutim, razvoj interneta značajno je promenio način na koji informacije dolaze do publike. Danas odluke o vidljivosti sadržaja ne donose samo novinari i urednici, već su tu uključeni i algoritmi koji određuju šta će korisnici videti, kojim redosledom i s kojom učestalošću (Røsok-Dahl & Olsen, 2025). Kako primećuje Gilespi (Gillespie, 2018), platforme nisu neutralni posrednici, već aktivno utiču na to koji će sadržaji privući pažnju publike, a koji će ostati na margini. Upravo zbog toga poslednjih godina se sve više govori o algo-

ritamskom gejtkipingu (van Dalen, 2023: 1-3). Reč je o situaciji u kojoj automatizovani sistemi učestvuju u filtriranju, rangiranju i preporučivanju sadržaja, pri čemu su kriterijumi najčešće nevidljivi korisnicima, pa je teže razumeti zašto određeni sadržaji postaju dominantni, dok drugi ostaju zanemareni.

Digitalne platforme favorizuju sadržaje koji privlače pažnju i podstiču reakcije. Logika ekonomije pažnje dovodi do toga da senzacionalistički i emocionalno obojeni sadržaji imaju prednost u odnosu na one s većom informativnom vrednošću (Dujeancourt & Garz, 2023; Lischka & Garz, 2023). Luis i saradnici ukazuju na to da automatizacija menja proces proizvodnje vesti i odnose unutar redakcija, jer mašine preuzimaju pojedine komunikacione uloge koje su ranije bile rezervisane za ljude (Lewis et al., 2019: 419-420).

Važno je naglasiti da upotreba četbotova u novinarstvu nije nužno negativna praksa. Naprotiv, oni mogu biti korisni u brojnim zadacima koji novinarima oduzimaju vreme, od osnovnog pretraživanja informacija i prevođenja sadržaja do obrade podataka, pripreme nacrta i podrške u proveri činjenica (Agunlejika, 2025; Cazzamatta & Sarısakaloğlu, 2025). Problem nastaje onda kada se njihova uloga proširi sa podrške novinarskom radu na zamenu za novinarski rad.

Prepoznavanje neautentičnog sadržaja

Kako se modeli razvijaju i postaju sposobniji da oponašaju različite stilove pisanja, granica između ljudski i mašinski generisanog sadržaja postaje sve teže uočljiva. Zbog toga se prepoznavanje ovakvih tekstova (za razliku od plagijata) ne može zasnivati na jednom univerzalnom obrascu, budući da uspešnost detekcije zavisi od vrste teksta, modela koji ga je generisao i naknadnih ljudskih intervencija (Cornelius et al., 2024: 8029–8030; Weber-Wulff et al., 2023). Sistemi za prepoznavanje prave greške u oba smera: tekstove koje je napisao čovek mogu označiti kao AI-generisane, dok sadržaji nastali uz pomoć veštačke inteligencije mogu ostati neprepoznati (Gotoman et al., 2025). Zbog toga se AI-detektori ne mogu posmatrati kao konačno rešenje, kadro da iznese neoborive dokaze o neautentičnosti, već pre kao pomoćno sredstvo u analizi, čije nalaze treba uzimati s oprezom.

Dodatnu teškoću predstavlja činjenica da se savremeni medijski sadržaji retko mogu svrstati u strogo odvojene kategorije „autentičnih“ i „AI“ tekstova. U praksi su, pretpostavimo, mnogo češći hibridni oblici rada u kojima novinari koriste generativne alate u pojedinim fazama procesa, a zatim sadržaj uređuju, dopunjuju, preoblikuju. U takvim slučajevima nije dovoljno utvrditi da li je tekst generisala veštačka inteligencija, već je potrebno razumeti na koji način

je ona učestvovala u njegovom nastanku. Kako primećuje Diakopulos, analiza rezultata algoritamskih sistema nije uvek dovoljna za razumevanje načina njihovog funkcionisanja, pa je u pojedinim slučajevima potrebno ispitati i procese koji su doveli do tih rezultata (Diakopoulos, 2019: 223-225).

Postojeći teorijski i metodološki okvir otežava uspostavljanje stabilnih i doslednih kriterijuma za identifikaciju AI intervencije u tekstu, budući da se i obrasci generisanja i osnovne stilističke karakteristike AI sistema kontinuirano menjaju s razvojem modela i njihovom sve širim i raznovrsnijim načinima upotrebe u redakcijama. U tom smislu, postoji potreba za empirijskim istraživanjima koja se fokusiraju upravo na konkretne objavljene medijske tekstove, s ciljem identifikacije i analize eksplicitnih i implicitnih tragova upotrebe četbotova, kao i njihovog odnosa prema novinarskim standardima. Upotreba AI alata najčešće je prećutana, što znači da su i mogućnosti analize ovog osetljivog pitanja ograničene; u ovom radu fokusirali smo se na one retke medijske objave u kojima je (za)ostala eksplicitna potvrda korišćenja četbota. One ne dopuštaju procenu ukupnog obima upotrebe veštačke inteligencije u novinarstvu, ali omogućavaju analizu konkretnih tekstualnih obrazaca i uredničkih propusta.

2. Metodologija

U ovom radu analizirani su tekstovi portala iz Srbije, Hrvatske, Bosne i Hercegovine i Crne Gore u kojima je pretragom uočen neuklonjeni trag komunikacije sa četbotom. Istraživanje je sprovedeno metodom analize sadržaja, čiji je zadatak da utvrdi obrasce i značenja u tekstu, primarno kvalitativnim putem (Preiser et al, 2021; Hsieh & Shannon, 2005). Interpretacija teksta je u ovakvom istraživačkom postupku ograničena na unapred definisan sistem kategorija (Mayring, 2019), a posebna pažnja obraća se na kontekst u kom je tekst kreiran (Roller & Lavrakas, 2015).

Pretraga je sprovedena u januaru i februaru 2026, a ograničena je na sadržaje objavljivane tokom 2025. godine. Inicijalno je korišćen Guglov pretraživač, a potom su, zbog pretpostavke o različitim metodama i obuhvatima indeksiranja (Şentürk & Gunduz, 2022) identični upiti postavljeni i pretraživačima Yandex, Bing i Duck Duck Go.

Odabrane formulacije unete su pod navodnicima, kako bi rezultati bili strogo ograničeni na sadržaje gde se te formulacije doslovno pojavljuju u unetom obliku. Korišćen je tipičan početak pogodbene zavisne rečenice kojom četbot završava ispis odgovora, kada korisniku nudi još opcija – „Ako želiš mogu“, a

potom su dodate i ređe opcije: „Ako želite mogu“, „Ukoliko želiš mogu“, „Ako ti treba“, „Želiš li da“ i „Mogu ti pripremiti“. Proces pretrage nije osetljiv na pismo, pa su izlistani i latinični i ćirilični sadržaji, a sve pretraživane opcije jednake su na ekavskom i ijekavskom govornom području. U korpus su, nakon pregleda rezultata, uvršteni samo tekstovi portala, ne i komentari čitalaca na portalima, niti tekstovi sa društvenih mreža, oglasnih i uslužnih sajtova. Izuzetak su predstavljali sajtovi za uslužne delatnosti koji delimično funkcionišu i kao portali, tj. objavljuju tematske novinske tekstove, vezane za određenu oblast (obrazovanje, hortikultura, zdravlje, turizam itd).

Budući da je obraćanje u drugom licu („Ako želiš mogu…“) netipično za publicistički funkcionalni stil, rezultati pretrage su u najvećem broju slučajeva zaista vodili ka tekstovima u kojima je ostao neuklonjen trag konverzacije sa četbotom. Manji broj tekstova u kojima su takve formulacije bile deo originalnog, autorskog sadržaja, ili deo izjava i intervjua, nije uvršten u korpus. Ukupno je identifikovano i arhivirano 128 tekstova.

Treba imati u vidu nekolicinu ograničenja ovakvog modela pretrage. Prvo, u obzir su uzeti samo tekstovi gde je nemarom autora i urednika ostao neuklonjen trag konverzacije sa četbotom. Može se pretpostaviti da je realan broj medijskih tekstova u kojima je četbot intervenisao, ili ih je u celosti napisao, daleko veći. Kada bi postojao pouzdan način da se prikupi korpus takvih tekstova, nalazi bi svakako bili sveobuhvatniji, jer bi osim jedinica s očitim „copy-paste“ postupkom mogli da budu razmatrani i sadržaji u kojima je autor bio oprezniji ili savesniji. Drugo, zaostali trag komunikacije sa četbotom pouzdano svedoči samo o tome da je nekakve komunikacije bilo: saznajemo šta četbot nudi korisniku kao opcije, ali ne i zadatak / prompt koji je korisnik uneo. U tom pogledu, moguće je da su u pojedinim slučajevima četbotovi korišćeni samo za specifičan zadatak (lektorisanje, preslovljavanje, prevod, odabir naslova, objašnjenje konteksta), ne i za kreiranje teksta. Treće, možemo pretpostaviti da se određeni broj sadržaja relevantnih za našu analizu nije pojavio u rezultatima pretrage, uprkos nastojanju da se paralelnim korišćenjem različitih pretraživača suzi prostor za takav ishod.

Tekstovi su, zbog osetljivosti teme i mogućnosti da budu izmenjeni ili obrisani, arhivirani putem platforme archive.is. Načinjen je jednostavan kodni protokol koji je podrazumevao unos linka, naslova, teme teksta, informacije o autorstvu (ukoliko je navedena), konkretne četbot-rečenice, kao i napomene u vezi sa specifičnim odlikama teksta koje bi mogle svedočiti o široj upotrebi četbot alata.

Ovom analizom nastojimo da odgovorimo na dva istraživačka pitanja: (1) Koji se tipovi neuklonjenih četbot-rečenica pojavljuju u medijskim tekstovima i koje funkcije one impliciraju?; (2) Koje dodatne tekstualne karakteristike prate prisustvo traga (npr. šablonska struktura, opšta mesta, meta-napomene), i u kojoj meri zajedno upućuju na širu upotrebu četbot alata?

3.Analiza

Osnovni nalazi

Ukupno je identifikovano 128 tekstova s tragovima četbot intervencija, pri čemu ih je najviše uočeno na portalima iz Srbije (55), nakon čega slede portali iz Bosne i Hercegovine (36), Hrvatske (26) i Crne Gore (11). Ove rezultate, svakako, ne treba tumačiti kao pokazatelj učestalosti upotrebe AI alata u ovim državama, s obzirom na veoma ograničen korpus i razlike u veličini medijskog tržišta četiri države.

Sadržaji su uočeni na tačno stotinu portala, među kojima ima etabliranih (NIN, *Oslobođenje*, *Slobodna Dalmacija*, *Pobjeda*), tabloidnih (*Alo*, *Informer BA*, *Telegraf*), ali i malih, novih i lokalnih portala. Na portalu *Grade moj* iz Hrvatske uočeno je čak osam sadržaja s tragovima četbot-intervencija, a više od jednog slučaja zabeleženo je i na portalima *Alo* (5), *Pobjeda* i K1 (po 4), *Informer BA, Dnevno HR i ETV* (po 3), kao i *Bankar ME, Blic, Glas javnosti, Oružje online, Srpska info, Sve24* i *Telegraf* (po 2). Uočeno je i nekoliko slučajeva gde se tekst prenosi s jednog na drugi portal tako da četbot-rečenica sve vreme ostaje prisutna.

Kada je reč o autorstvu, u 32 slučaja nije bilo nikakve informacije o tome. Ukoliko je uočena, u najvećem broju slučajeva (59) nije bilo konkretne personalne identifikacije, već je tekst potpisivala „redakcija", ili „desk", „urednik", tj. „administrator". U 19 slučajeva autor je bio potpisan imenom i prezimenom, u 12 slučajeva inicijalima, a u šest imenom, nadimkom ili pseudonimom. U samo jednom slučaju postojala je jasna naznaka da je u kreiranju sadržaja učestvovao i četbot: tekst o lupusu (autoimunoj bolesti) na sajtu Poliklinika Harni [16/11] potpisan je sa „Dr. Vesna Harni powered by AI Chat GPT 4,0".

Tematski opseg korpusa je veoma širok i iz njega ne izostaje nijedna sfera koju mejnstrim mediji inače pokrivaju: najčešći su sadržaji posvećeni kulinarstvu (16) i spoljnoj politici (15), a potom slede sport (12), ekonomija i energetika, servisne informacije i zdravlje (po 10), astrologija i unutrašnja politika (po 9), estrada, kultura i kućni saveti (po 6), kao i nauka (5). Zabeleženi su, naposletku, i tekstovi

posvećeni ljubavnim vezama, vremenskoj prognozi, veštačkoj inteligenciji, crnoj hronici, religiji, turizmu i modi.

AI rečenice

Kada četbot odgovara novinaru na upit, na kraju nudi dodatne mogućnosti: na primer, da izlista potencijalne naslove, da ponudi kontekst, napravi ilustraciju ili prilagodi sadržaj različitim platformama. U našem korpusu najčešće su sugerisane tri dodatne opcije (44 puta), potom dve (39) i jedna (38), a u preostalih sedam slučajeva dato je od četiri do šest predloga. Kao što ćemo videti, jedan deo tih sugestija odnosi se na servisne usluge, koje bi se mogle okarakterisati kao etički neutralne. Međutim, van tog okvira, sugestije daleko ćešće upućuju na neku neetičnu aktivnost (ohrabrivanje tabloidizacije, mamljenja klikova, konfrontacionog stila) nego na aktivnosti koje služe jačanju profesionalizma, poput ohrabrivanja opreza i provere podataka, te podsticanja tolerantnog i uravnoteženog izveštavanja.

Formulisanje i reformulisanje naslova veoma je česta sugestija. Četbot predlaže korisnicima različite stilove naslova – „neutralniji“, „inspirativniji“, „interpretativniji“, „news alert“, pa i „tabloidni“. Na portalu *Politički radar* našao se naslov „Objavljen datum isplate decembarskih mirovina“ [31/12], koji bi se mogao tretirati kao klikbejt, s obzirom na to da odlaže saopštavanje važne informacije koja svakako ne bi zauzela mnogo prostora. Na samom kraju teksta vidimo da je četbot autoru nudio i – kako se navodi – opciju u „viralnom stilu“: „Rekordna izdvajanja i stabilne isplate: Penzije za decembar stižu 5. januara – evo šta donosi trezorski plan“. Iako je u ovoj opciji datum jasno izrečen, ona donosi i senzacionalistički okvir, budući da u tekstu nema uporišta za tvrdnju o „rekordnim izdvajanjima“. Podsticanje senzacionalizma, kako u naslovu tako i u samom tekstu, možemo videti u nizu primera.

Pr. 1: „Ako želiš, mogu ga dodatno ’zaoštriti’ u tabloidnom fazonu, dodati dramatičnije naslove ili skratiti tekst za portal.“ Informer.ba [31/12]
Pr. 2: „Ako želiš, mogu ti odraditi i kraću, ’žešću’ verziju za Aloonline – više udaraca, kraće rečenice, jače poente.” Alo.rs [22/11]
Pr. 3: „Ako želiš, mogu ti napraviti i kraću verziju, sensational/clickbait verziju, ili strogo neutralnu vijest — samo reci!“ Glasbosne.ba [22/11]

Uočeno je, takođe, da četbot nudi korisnicima SEO usluge, tj. unapređenje teksta i pripremu metapodataka radi povećanja vidljivosti. Iz nekoliko primera može se iščitati samouvereno sugerisanje rešenja koja bi trebalo da privuku či-

taoce ili im zadrže pažnju. U tekstu o gibanici na *Bizportalu* [18/11] četbot je ponudio autorki „optimizovanu verziju sa zadržavanjem dužeg vremena čitanja – produženim uvodom i dodatnim narativnim prelazima između segmenata, kako bismo iz nje izvukli maksimum čitanosti". Ne ulazeći u to da li bi ovakav pristup zaista zadržao čitaoce (na drugim mestima se radi poboljšanja performansi nudi suprotna opcija – skraćenje), vidimo da je četbot spreman da tekstove produži manje relevantnim ili čak irelevantnim elementima. Na ovakvu praksu produžavanja teksta pomoću opštih mesta osvrnućemo se detaljnije u odgovoru na drugo istraživačko pitanje.

Tek u nekoliko navrata četbot je savetovao novinarima da budu oprezniji i profesionalniji. Na portalu Telegraf.rs objavljen je tekst „Ovako je Bukovski obmanuo ceo svet: Pisao je kao sirotan, a kad je umro iza njega je ostao OGROMAN novac!" [03/06], a četbot je u vezi sa zaostavštinom sugerisao sledeće: „Ukoliko želiš, mogu tekst formulisati tako da naglasimo da se radi o procenjenoj sumi na osnovu dostupnih informacija – da ne bude predstavljeno kao definitivan podatak". U poslednjem pasusu objavljeno da „Bukovski nije bio transparentan o svom bogatstvu, niti je ostavio javno dostupne podatke o imovini, pa ova cifra ostaje procenjena – ali ne i potvrđena iz pouzdanih finansijskih dokumenata". U još jednom primeru, posvećenom modi (K1 Bella, [3/10]) četbot je saopštio korisniku ogradu – da zbog ograničenja alata nije uspeo da pronađe konkretne modele o kojima je reč.

Jedan deo četbot-rečenica usmeren je ka jezičkim pitanjima, tj. prilagođavanju standarda. Razlikovanje srpskog, hrvatskog, bosanskog i crnogorskog predstavlja zahtevnu klasifikacionu temu za računarske modele: Rupnik i saradnici (2023) testirali su sisteme automatskog razlikovanja na tekstovima sa društvenih mreža i iz vesti, dok su Miletić i Miletić (2024) poredili oznake ljudskih anotatora s rezultatima sistema za klasifikaciju. Iako se ta istraživanja nisu neposredno bavila savremenim četbotovima, slične probleme možemo uočiti i u našem korpusu, u kojem četbotovi povremeno mešaju leksiku, izgovore i pisma.

Primer br. 4 odnosi se na najavu koncerta hrvatske grupe Silente u Beogradu. Možemo pretpostaviti da je kao input korišćen promo-materijal, a da je četbot imao zadatak da na osnovu toga sastavi vest. Četbot je očigledno uočio nesklad između osnovnog teksta, napisanog na srpskom jeziku, i izjave članova grupe na hrvatskom, pa je ponudio da ujednači sadržaj.

Pr. 4: „Ако желиш, могу да прилагодим текст строго српском правопису (екавица/ијекавица) или да задржим оригиналну језичку мешавину као у промотивном материјалу." Kuća dobrih vesti [25/12]

U tri navrata (primeri 5, 6 i 7) primećeno je da četbot nudio novinarima podgoričke *Pobjede* da tekst prilagodi crnogorskom standardu, čime se verovatno naslanjao na prethodni novinarski upit koji se ticao jezika. Sve tri vesti tiču se dešavanja iz sveta (rat u Ukrajini, odnosi EU i Kine, aktivnosti fondacije Brižit Bardo) i zapravo su prenete iz stranih medija ili medija koji objavljuju na ekavici, pa je moguće da je upit podrazumevao prevod i prilagođavanje.

Pr. 5: „Ako želiš, mogu tekst dodatno jezički prilagoditi crnogorskom standardu (npr. 'Sjedinjenih Američkih Država' → 'Sjedinjenih Američkih Država', 'bezbjednosne' je već CG standard, stil medija itd.)." Pobjeda [29/12]
Pr. 6: „Želiš li da ostavim sve termine u ijekavici (npr. 'istorija' → 'historija', 'bezbjednost' umjesto 'sigurnost' itd.), ili da prilagodim samo one najtipičnije razlike između ekavice i ijekavice (npr. obeležavanje → obilježavanje, pobeda → pobjeda)?" Pobjeda [5/9]
Pr. 7: „Ako želiš, mogu dodatno prilagoditi tekst crnogorskom standardu (npr. leksički izbor, stil medijskog jezika)." Pobjeda [29/12]

U primeru br. 5 vidimo besmislen predlog izmene oblika *Sjedinjenih Američkih Država* u identičan oblik – *Sjedinjenih Američkih Država*, do čega je možda došlo jer je četbot pogrešno pretpostavio da se reč „sjedinjene" razlikuje u ekavskom i ijekavskom izgovoru. U primeru br. 6 četbot ne registruje pravu prirodu razlike između dva izgovora, pa tako nudi „ijekavsku" varijantu pretvaranjem *istorije* u *historiju*, iako razlika među tim oblicima nema nikakve veze sa zamenom glasa jat, već s načinom prilagođavanja izvorne grčke reči. Iako je naš korpus nedovoljno velik da bismo izvlačili šire zaključke, indikativno je da su ovakvi upiti vezani upravo za jedan crnogorski medij, što je u skladu s nalazima o teškoćama klasifikacije bosanskog i crnogorskog standarda (Miletić i Miletić, 2024).

Izrada AI vizuala nuđena je triput u analiziranom korpusu: jednom kao infografik (Bankar.me [29/12]) i dva puta kao ilustracija – astrološke prognoze (Bankar.me [23/11]) i preminule osobe (Grade moj [28/11]). Ni u jednom od ova tri sadržaja nije uočen AI vizual, što upućuje na zaključak da je konverzacija sa četbotom završena kada je ponuđena zadovoljavajuća verzija teksta, tj. intervencija na tekstu.

Četbotovi su nudili i dodatan sadržaj, tj. kontekst, a uloga tih dodataka mogla bi se posmatrati iz različitih uglova. Najbezazlenija forma sugestije odnosi se na određene teme gde postoji realna šansa da je četbot pronašao adekvatne i neškodljive informacije na internetu. Tako je, na primer, portalu *Rukomet.ba* ponudio

dodatne podatke o upravljanju timom i sportskom marketingu [23/7]. S druge strane, kao što je već rečeno, četbotovi su korišćeni i za sadržaje koji se tiču zdravstvenih tema. Na primer, na sajtu *Houses Prefab* uočen je tekst o ginekološkinji sa Floride koja je sama utvrdila da boluje od raka debelog creva. Četbot je novinaru dao sledeću sugestiju: „Ako želiš, mogu ti pomoći da napišemo i praktične savjete o tome kako prepoznati slične simptome ili gdje potražiti pomoć na vrijeme. Šta misliš?“ [23/12]. Iako pojedine studije daju razloga za optimizam kada je reč o upotrebi četbotova za dijagnostikovanje bolesti (Huo et al. 2025, Ma et al. 2025), postoji i bojazan da će četbotovi potkopavati ključne elemente kliničke konsultacije, pre svega u domenu percepcije i posmatranja, kao i poverenja i poštovanja u zdravstvenom sistemu (Milford, 2025). Zbog svega ovoga treba izbegavati oslanjanje na LLM u izveštavanju o zdravlju, pogotovo ako će konačnu verziju teksta objaviti osoba koja nije stručna za oblast medicine.

Kada četbot nudi korisniku da dopiše kontekst, to takođe čini s dosta samopouzdanja, bez obzira na temu. Ovde možemo razlikovati teme koje su opštijeg karaktera, s predvidljivim ili dobro razmotrenim / proučenim obrascima (primer 8 i 9), kao i aktuelne teme čiji dalji razvoj zavisi od niza (često nepredvidljivih) okolnosti (primeri 10, 11 i 12).

Pr. 8: „Ako želiš, mogu dodati i informativni okvir „Kako razgovarati sa detetom ili partnerom o prekomernom igranju“ ili pripremiti kraću verziju za print.“ NIN [26/11]

Pr. 9: „Ako želiš, mogu ti napisati i dodatni vodič o tome kako pregovarati sa vlasnicima prostora, ili kako optimizovati asortiman prema lokaciji.“ Portal o ekonomiji [1/12]

Pr. 10: „Ako želiš, mogu da dodam i kratki okvir: „Šta ovo znači za građane Beča – gužve, zatvaranje saobraćaja, kašnjenja“, ili kratku verziju za TikTok/Instagram objavu.“ Blic [26/11]

Pr. 11: „Ako želiš, mogu ti napraviti i analizu šta ovaj dogovor znači za Srbiju na duže staze, uključujući i geopolitičke posljedice.“ Informer.ba [23/12]

Pr. 12: „Ako želiš, mogu ti pripremiti kratak blok s procjenama mogućih uticaja na vazdušni saobraćaj i klimatske efekte – spreman za uključivanje u članak.“ Novi.ba [24/11]

Tekst o taksistima koji su blokirali saobraćaj u Beču (pr. 10) sadrži samo četiri kratka paragrafa iz kojih je nemoguće izvesti sveobuhvatne i konkretne zaključke koje četbot nudi, tj. „šta ovo znači za građane Beča – gužve, zatvara-

nje saobraćaja, kašnjenja". Još je teže donositi dalekosežne zaključke u pr. 11, tj. tekstu o snabdevanju Srbije gasom i električnom energijom. Budući da se sadržaj tiče krize izazvane sankcijama NIS-u, za koju se krajem decembra nije znalo kako će se razvijati, ponuda četbota da objasni „šta ovaj dogovor znači za Srbiju na duže staze, uključujući i geopolitičke posljedice" može se tumačiti kao preambiciozna. Naposletku, pr. 12 odnosi se na erupciju vulkana u Etiopiji. Tekst se sastoji iz tri kratka pasusa, a četbot ipak, na osnovu tako skromnog inputa, nudi „kratak blok s procjenama mogućih uticaja na vazdušni saobraćaj i klimatske efekte – spreman za uključivanje u članak". Za tako delikatne procene bilo bi potrebno mnogo podataka, uključujući sveže meteorološke prognoze i obim erupcije.

I dok se kod naučnih tema – recimo medicine – može diskutovati o tome koliko su saveti četbotova utemeljeni u činjenicama, u delu korpusa koji se tiče pseudonauke vidi se otvorena spremnost četbota da izmišlja. U domenu astrologije, kao tipično pseudonaučne discipline (Smith, 2022), četbot nudi da napiše zodijačke prognoze (Alo, [11/12], Sve24, [23/12]), ali i da menja stil horoskopa – tako da bude *poetičan*, *formalniji* ili *jednostavniji* (Premium novine, [23/12]). Drugim rečima, ne upozorava autora na nepouzdan okvir takvog teksta, već se štaviše nudi da učestvuje u stvaranju neutemeljenog sadržaja. Vredan je pomena i slučaj portala *Sjeverni.info* [7/12], gde je četbot ponudio da napiše „molitvu za drugu nedjelju došašća" (adventa), kao da je reč o slobodnoj literarnoj formi.

Odlike tekstova

U godinama koje su prethodile pojavi aktuelnih četbotova, neautentični tekstualni sadržaji mahom su nastajali kroz plagiranje. Takve je sadržaje uz više ili manje uspeha bilo moguće softverski detektovati, te s visokim stepenom sigurnosti označiti sadržaj kao neoriginalan. Iako danas postoji niz alata koji navodno detektuju sadržaje kreirane pomoću LLM, pokazuje se da su ta rešenja nepouzdana. Uprkos tome što je teško dati definitivan odgovor na pitanje da li je za pisanje određenog teksta upotrebljen četbot, primetno je nastojanje – kako u akademskoj, tako i široj javnosti – da se prepoznaju i istraže određeni signali koji ukazuju na to da tekst nije pisalo ljudsko biće. U tom kontekstu možemo pratiti više slojeva teksta: neuobičajena interpunkcijska rešenja, klišee, ritam rečenica, halucinacije, pa i odsustvo slovnih grešaka. U istraživanju tekstova koje je generisao ChatGPT-4, AlAfnan i MohdZuki (2023: 85, 88) zabeležili su da su odgovori u žanru poslovne korespondencije često organizovani u pa-

suse od dve do tri rečenice, s prosečno 16–20 reči po rečenici. Taj nalaz odnosi se, svakako, na konkretan model i konkretne zadatke, pa ga ne treba tumačiti kao univerzalno svojstvo AI tekstova. Međutim, ovakva sklonost ka odeljcima jednake dužine vidljiva je i u našem korpusu. Na primer, tekst o muškarcima sklonim prevari (Mačkica, [15/12]) sadrži sedam odlika takvih muškaraca, pri čemu svaki pasus sadrži tačno četiri reda.

Kao što je već navedeno, u slučaju tekstova koje smo prikupili nedvosmisleno se može utvrditi samo to da je bilo nekakve komunikacije između novinara i četbota, ali ne i da je četbot napisao čitav tekst. Ipak ćemo, imajući na umu to ograničenje, pokušati da sagledamo neuobičajene elemente koji bi mogli ukazati na četbot-intervenciju.

Kada je reč o interpunkciji, upotreba duge crte [—] (eng. em-dash) ili njena učestalija upotreba razmatra se kao mogući stilski signal AI asistencije. Sprung (2025) beleži promene u učestalosti ovog interpunkcijskog znaka na korpusu studentskih radova, ali takva pojava sama po sebi nije dokaz AI autorstva. „Pravopis srpskoga jezika“ (Pešikan i dr, 2021) predviđa upotrebu samo crtice [-] i crte [–], ne i duge crte, čije uključivanje u kucani tekst podrazumeva netipičan i nešto zahtevniji postupak, budući da taj interpunkcijski znak nije zastupljen na standardnoj srpskoj tastaturi. U prikupljenom korpusu uočena je pojava ovakve duge crte, ali i intenzivna upotreba crte kao zamene za zarez. Na primer, u astrološkoj prognozi koju je objavio Alo [11/12], kratki pasusi posvećeni zodijačkim znakovima sadrže crtu u deset od dvanaest slučajeva.

Kada opisuje klasifikaciju, tok procesa ili daje savete, četbot može da organizuje odgovor u nabrajanja po tačkama (eng. bullet points). Ogradimo se i ovde: takvo oblikovanje nije nastalo s pojavom generativne veštačke inteligencije – preporučuje se u pisanju za internet još od devedesetih godina, radi lakšeg pregledanja teksta, a koristi se i u sadržajima prilagođenim pretraživačima (Morkes & Nielsen, 1997; Giomelakis et al., 2019). Portal Zanimljivosti [30/11] obrazlaže po tezama zašto je kafa profitabilna, portal Mepos [13/11] na isti način navodi izmene u hrvatskom Zakonu o strancima, a Portal o ekonomiji [1/12] pobraja savete koje treba slediti pri odabiru lokacije za vending mašine. Nabrajanjima ponekad prethode pitanja, pa tekst poprima oblik pitanja i odgovora (Q&A). Eksplanatorno novinarstvo koristi različite oblike objašnjavanja složenih tema (Dan & Rauter, 2023), a jedna od ustaljenih struktura eksplejnera zasniva se upravo na pitanjima (čitalaca) i odgovorima na njih (Bradshaw, 2024). U sličnom duhu Bookmaker expert [26/11] objašnjava model organizacije Svetskog prvenstva u kuglanju kroz pitanja „Kako se igrači kvalifikuju?“, „Šta ovo znači u praksi?“, „Zašto su rang-liste toliko važne u dvoranskom kuglanju“ itd. Ni iz ovog primera ne možemo utvrditi

da li je forma izabrana na zahtev autora ili je predložena u odgovoru četbota. U tekstovima je uočeno i da su tačke i crte za isticanje teze neretko zamenjene određenim emodžijem (horoskopski znaci, namirnice, „tačno" i „netačno", zvezdice), što je praksa koja potiče sa društvenih mreža.

Kada je reč o samom stilu tekstova, može se uočiti nekoliko neuobičajenih obrazaca. Jedan od njih je izrazita dramatizacija, i to u pravcu koji odudara od tipičnog tabloidnog pisanja. Na primer, *Alo* je dane sa najmanje dnevne svetlosti (9. i 10. decembar) najavio naslovom „SPREMITE SE ZA TOTALNI MRAK U SRBIJI TAČNO U 15:57! Sledeće nedelje stižu NAJMRAČNIJI DANI u godini – prizor će biti sablasan" [3/12], što je praćeno podnaslovom „Sunce će nestati sa horizonta u šokantnih 15:57:17". Iako je jezik tabloida sam po sebi prenaglašen, ovakve formulacije dodatno deluju kao njegova karikatura, jer se na jezičkom planu ne ispušta nijedna prilika da se pridevima pojača dramatizacija: mrak će biti *totalan*, dan *najmračniji*, prizor *sablasan*, a nestanak sunca *šokantan*. Na samom kraju objave, vidimo da četbot nudi novinaru da napiše „potpuno tabloidnu varijantu", što može značiti da mu je određeni nivo tabloidizacije već zatražen i da je četbot na svakom koraku, bez popuštanja i pauze, nastojao da podražava taj stil. Uz to, prenaglašavanje je dovelo i do faktografskih grešaka: u opisano vreme ne nastaje potpuno pomračenje, već tzv. „građanski sumrak", kada je nebo „još uvek dovoljno svetlo da, uz povoljne vremenske uslove, možemo dobro raspoznavati objekte na terenu" (Tomac & Špoljarić, 2015: 31). Nasuprot tvrdnji iz teksta, sunce ne zalazi u istoj sekundi u svim delovima Srbije, a termin zalaska je toliko neznatno drugačiji nego susednih dana da građani teško mogu uočiti „sablasni" kontekst opisanog maksimuma.

Sličan obrazac vidimo i u tekstu „Mihajlovićeva lekcija iz pakla: Kako se Torino suočio sa debaklom od Napolija", objavljenom na portalu *Calciodaily* [3/12]. I u ovom slučaju četbot je autoru ponudio „još dramatičniju verziju", što znači da je dramatičnost verovatno već zatražena u inicijalnom promptu. Tekst se bavi reakcijom Siniše Mihajlovića na to što je njegov klub Torino izgubio od Napolija 2017. godine. Ponašanje jednog fudbalera izazvalo je „eksploziju besa" trenera Mihajlovića, nastali su „potpuni haos" i „vrhunac drame", a sala za sastanke bila je „skoro demolirana".

Tekst o Mihajloviću sadrži i formulu „ne samo … nego i", veoma čestu u tekstovima koje kreiraju četbotovi (pr. 13 i 14).

Pr. 13: Njegov metod nije bio samo kazna – bila je to lekcija o odgovornosti, profesionalizmu i posvećenosti, koja je duboko urezana u svest igrača.

Pr. 14: Ukupno, ova priča nije samo o debaklu Torina – već i o tome kako lideri stvaraju mentalnu snagu i disciplinu kada je najpotrebnije.

U pr. 13 vidimo i tročlano nabrajanje (odgovornost, profesionalizam, posvećenost), kakvo je primećeno i u mnogim drugim objavama iz korpusa. U tekstu o sprečavanju opadanja kose (ATV BL, [29/12]) navode se tri seruma za teme (ricinus, argan, ruzmarin), tri izvora gvožđa (spanać, cvekla, crveno meso), tri aparata koja „iscrpljuju kosu“ (fen, presa, figaro) i tri odlike kvalitetne kose (jaka, sjajna, zdrava). U tekstu o istoriji hrvatskog jezika (*Libero portal* [17/11]) kaže se da hrvatski u 16. i 17. veku pripadao samom vrhu „tadašnje europske znanosti, diplomacije i crkvene politike“. Katolička crkva je – dodaje se – bila suočena s „protestantskom reformacijom, pravoslavljem i osmanskim prodorima“, a lingvista Teofil Kristek ukazao je na „ljepotu, rasprostranjenost i povijesnu važnost hrvatskog jezika“.

Katkad se u posmatranim tekstovima mogu uočiti i neprirodne formulacije, nalik lošem ili bukvalnom prevodu sa stranog jezika. Portal *Ženski svet* pisao je o primerima nesvakidašnjih porodičnih situacija, uz ovakve opise (korišćen je italik radi isticanja):

Pr. 15: „Ova razina kontrole i nesigurnosti može ostaviti duboke *rane na povjerenju*, čak i godinama kasnije“
Pr. 16: „Baka koja je lažirala trudnoću da bi se udala: Ova laž *uništila je djeda*, koštala ga karijere i ostavila dugotrajne *porodične posljedice*“
Pr. 17: „Majka je zapravo *izgubila posao kako bi se posvetila neželjenoj trudnoći*, što je dijete saznalo tek kasnije — ostavljajući *osjećaj nevoljenosti* i težine vlastitog postojanja“

U pr. 15 upotrebljen je netipičan idiom „rane na poverenju“, što bi bio prevod engleskog „trust wounds“. Naredni primer sadrži sintagmu „porodične posljedice“, iako *posledice* ne pripadaju porodici, već se odnose na nju, tj. utiču na nju. U pr. 17 očekivano bi bilo da je majka *napustila*, a ne *izgubila* posao kako bi se posvetila trudnoći. Vidimo upotrebu duge crte, o kojoj je već bilo reči, a onda i glagolski prilog sadašnji (*ostavljajući*), koji bi morao da se vezuje za subjekat. Međutim, s obzirom na to da je poslednji pomenuti subjekat *dijete*, sledi nelogična tvrdnja da je ono to koje je ostavilo *osjećaj nevoljenosti*, što je – opet – samo po sebi nezgrapno jezičko rešenje.

Posebnu pažnju treba obratiti na produžavanje sadržaja manje bitnim, ponovljenim, irelevantnim ili netačnim elementima. Do toga verovatno dolazi u

slučajevima kada novinar četbotu pruži prompt u vidu kraćeg (postojećeg) teksta ili liste informacija, pa zatraži duži sadržaj. Četbot tada ima zadatak da stvori dodatni materijal *bez* dodatnih informacija, te se oslanja na kreiranje ispraznih umetaka. U tom svetlu, razmotrićemo tekst portala *Dobar dan*, objavljen pod naslovom „Oženio je najlepšu, ćerku slavnog Srbina: Naš fudbaler živi luksuzno, nekad su mu roditelji od usta odvajali za kopačke“ [20/11]. Iako je objava praćena fotografijom fudbalera Aleksandra Mitrovića, njegovo ime se u tekstu dugom 700 reči nijedanput ne pominje, već je sve poopšteno, bez ikakvih naznaka konkretizacije u pogledu aktera, lokacija, klubova, zarade… Suština čitave objave sadržana je u tri poente iz naslova: (1) igrač potiče iz siromašne porodice; (2) igrač sada živi luksuzno; (3) igrač se oženio ćerkom slavnog Srbina. Sve što potom sledi zapravo su naizmenična prepričavanja te tri poente, na različite načine:

> Prva poenta (siromaštvo): „Nije zaboravio skromne početke i vrednosti koje su ga oblikovale”; „Rođen je u porodici koja nije bila bogata, ali je cenila rad, trud i posvećenost“; „Sećanja na dane kada su mu roditelji kupovali prve kopačke, iako su i sami morali da štede, još uvek ga inspirišu da ceni ono što ima“; „Od dana kada su mu roditelji odvajali novac za kopačke, do danas kada živi život koji mnogi sanjaju, fudbaler je dokaz da upornost i skromnost donose rezultate“
>
> Druga poenta (luksuz i uspeh): „Donosimo priču o fudbaleru koji je svojim talentom i upornošću stigao do zavidnog životnog standarda“; „Svaka nova sezona donosila je izazove i prilike, a on je naučio da balansira između profesionalnog života i ličnih ciljeva“; „Danas fudbaler živi luksuzno, a njegova svakodnevica uključuje putovanja, prestižne događaje i ulaganje u budućnost“; „Uprkos svemu što poseduje danas, ono što ga zaista definiše jeste put koji je prošao i lekcije koje je naučio na tom putu”
>
> Treća poenta (brak): „Oženio je najlepšu devojku, ćerku poznatog Srbina, što je dodatno podiglo interes javnosti“; „Oženivši ćerku poznatog Srbina, fudbaler je postao deo jedne porodice koja je podjednako poznata i po uspehu i po uticaju“; „Iako je brak sa ćerkom slavnog Srbina dodatno privukao pažnju, on nije promenio svoj pristup životu“; „Njegov život i brak sa ćerkom poznatog Srbina potvrđuju da uspeh ne znači samo novac i luksuz, već i sposobnost da ostanete verni sebi i svojim vrednostima“.

Pristup proširivanja ovog teksta najpreciznije bi se, rečima filozofa H. Frankfurta (2006) mogao opisati kao *bulšit*, tj. *proseravanje*; četbot pokušava da ni iz čega stvori koherentan sadržaj, pa stvara varijacije kojima ne saopštava ništa novo niti važno.

4. Zaključak

U ovom istraživanju postavljena su dva pitanja: (1) Koji se tipovi neuklonjenih četbot-rečenica pojavljuju u medijskim tekstovima i koje funkcije one impliciraju? (2) Koje dodatne tekstualne karakteristike prate prisustvo tih tragova i u kojoj meri zajedno upućuju na širu upotrebu četbot alata? Na prvo pitanje možemo odgovoriti zaključkom da zaostale četbot-rečenice otkrivaju širok spektar ponuđenih intervencija: od jezičkog prilagođavanja, formulisanja naslova i SEO optimizacije, preko dopunjavanja konteksta i proširivanja tekstova, do predlaganja senzacionalističkih formulacija, spekulativnih analiza i zdravstvenih saveta. Dok su pojedine funkcije profesionalno prihvatljive, druge mogu podsticati tabloidizaciju i proizvodnju nepouzdanih sadržaja. Kada je reč o drugom istraživačkom pitanju, u analiziranim tekstovima uočeni su različiti obrasci koji mogu ukazivati na širu upotrebu četbotova: šablonizovana struktura pasusa, tročlana nabrajanja, prenaglašena dramatizacija, nezgrapne formulacije i produžavanje sadržaja ponavljanjima i opštim mestima. Ipak, nijedna od ovih odlika nije isključivo svojstvena veštački generisanim tekstovima, a pojedine forme, poput nabrajanja po tezama i strukture pitanja i odgovora, bile su prisutne u onlajn novinarstvu i pre pojave savremenih četbotova. Njihovo pojavljivanje zajedno s eksplicitnim tragovima komunikacije može ukazivati na širu četbot-intervenciju, ali ne omogućava pouzdano utvrđivanje njenog obima.

Iako savremeni četbotovi imaju određena zaštitna ograničenja (Hagendorff et al., 2026; Lian et al., 2026), iz analiziranog korpusa vidimo da konsultovani četbotovi neretko nude tabloidni i dramatizovan sadržaj, da ne prezaju od izmišljanja, kreiranja pseudonaučnih zaključaka, olakog davanja medicinskih saveta i tome slično. Kada uzmemo u obzir i kontekst proizvodnje sadržaja, gde je moguć toliki nivo nemara da ni novinar ni urednik ne pročitaju tekst pre objavljivanja (u suprotnom se, pretpostavimo, ne bi desilo da AI promptovi zaostanu u tekstu), lako je zamisliti i distopijski scenario u kom internet biva preplavljen tekstovima koje niko nije ni pročitao, a kamoli proverio pre nego što su stigli do publike. Ukoliko se fokusiramo na najrđaviji deo te slike, neetične tabloidne sadržaje, dolazimo do sumornog zaključka da se njihova proizvodnja automatizuje, tj. da više nije neophodan ni onaj minimum angažmana u vidu svesnog ljudskog napora da bi bili kreirani i objavljeni. Šire gledano, tekstovi postaju informativno siromašniji, prepuni pompezno popunjenih praznina, usmereni ka zadovoljavanju SEO kriterijuma umesto javnog interesa.

Kada prilazimo ovoj temi, treba se čuvati generalizacije na barem dva nivoa. Prvo, uloga četbotova nije nužno negativna, iako je veoma lako izvoditi pesi-

mistične zaključke u vezi s budućnošću novinarstva u eri veštačke inteligencije. Primeri iz našeg korpusa pokazuju da četbotovi mogu lako proizvesti ili ponuditi senzacionalističke obrasce, ali to nije dokaz da su u tabloidnom novinarstvu uspešniji nego u drugim oblastima. Njihova pomoć može biti korisna i u proveri podataka, analitičkom i istraživačkom novinarstvu, uz obaveznu proveru. Drugo, pokušaji da se razotkriju i objasne „znakovi“ upotrebe četbotova jesu vredni truda, ali ne treba računati na to da će oni nužno biti zastupljeni i u godinama koje dolaze. Postoji veliki interes – kako proizvođača, tako i korisnika – da se greške isprave, a očigledni obrasci isključe ili zamagle, pa je sve teže naći jasne dokaze da tekst nije napisala ljudska ruka. U tom svetlu, karakteristike koje smo navodili u ovom radu predstavljaju samo aktuelni presek, koji nam može pomoći da bolje razumemo ono što dolazi, ali ne i da uspostavimo precizan model prepoznavanja neautentičnih sadržaja u budućnosti.

Literatura

Agunlejika, T. (2025). *AI-driven fact-checking in journalism: Enhancing information veracity and combating misinformation: A systematic review*. SSRN. https://ssrn.com/abstract=5122225

AlAfnan, M. A. & MohdZuki, S. F. (2023). Do artificial intelligence chatbots have a writing style? An investigation into the stylistic features of ChatGPT-4. Journal of Artificial Intelligence and Technology, 3(3): 85–94. https://doi.org/10.37965/jait.2023.0267

Bartleman, M., Schapals, A. K. & Dubois, E. (2026). Generative AI and the New Landscape of Automated Journalism: A Systematized Review of 185 Studies (2012–2024). *Journalism and Media*, *7*(1), 39. https://doi.org/10.3390/journalmedia7010039.

Bender, E. M., Gebru, T., McMillan-Major, A. & Shmitchell, S. (2021). On the dangers of stochastic parrots: Can language models be too big? In *Proceedings of the 2021 ACM Conference on Fairness, Accountability, and Transparency* (pp. 610–623). https://doi.org/10.1145/3442188.3445922

Bradshaw, P. (2024, 4. april). Explainers — explained (unpublished extract from the Online Journalism Handbook). Online Journalism Blog. Posećeno: 18. 10. 2026. URL: https://onlinejournalismblog.com/2024/04/04/explainers-explained-unpublished-extract-from-the-online-journalism-handbook/

Cardaș-Răduța, D. L. (2024). The effectiveness and limitations of artificial intelligence in journalism. Saeculum, 57(1): 111–119. https://doi.org/10.2478/saec-2024-0009

Cazzamatta, R. & Sarısakaloğlu, A. (2025). Mapping Global Emerging Scholarly Research and Practices of AI-supported Fact-Checking Tools in Journalism. Journalism Practice, 19(10): 2422-2444. https://doi.org/10.1080/17512786.2025.2463470

Chesney, R. & Citron, D. (2019). Deep Fakes: A Looming Challenge for Privacy, Democracy, and National Security. *California Law Review*, 107: 1753-1820. https://scholarship.law.bu.edu/faculty_scholarship/640

Cornelius, J., Lithgow-Serrano, O., Mitrovic, S., Dolamic, L., & Rinaldi, F. (2024). BUST: Benchmark for the evaluation of detectors of LLM-generated text. In Proceedings of the 2024 Conference of the North American Chapter of the Association for Computational Linguistics: Human Language Technologies (Volume 1: Long Papers) (pp. 8029–8057). Association for Computational Linguistics. https://doi.org/10.18653/v1/2024.naacl-long.444

Dan, V. & Rauter, D. (2023). Explanatory reporting in video format: Contrasting perceptions to those of conventional news. Journalism Practice, 17(5): 1046–1067. https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1966644

Diakopoulos, N. (2019). *Automating the news: How algorithms are rewriting the media*. Harvard University Press.

Drolsbach, C. & Pröllochs, N. (2025). Characterizing AI-generated misinformation on social media. *arXiv preprint*. https://arxiv.org/abs/2505.10266

Dujeancourt, E. & Garz, M. (2023). The effects of algorithmic content selection on user engagement with news on Twitter. The Information Society, 39(5): 263-281. https://doi.org/10.1080/01972243.2023.2230471

Fang, X., Che, S., Mao, M., Zhang, H., Zhao, M. & Zhao, X. (2024). Bias of AI-generated content: An examination of news produced by large language models. *Scientific Reports, 14*: 5224. https://doi.org/10.1038/s41598-024-55686-2

Frankfurt, H. (2006). O proseravanju. Novi Sad: Vega media.

Gillespie, T. (2018). *Custodians of the Internet: Platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media*. Yale University Press.

Giomelakis, D., Karypidou, C. & Veglis, A. (2019). SEO inside newsrooms: Reports from the field. Future Internet, 11(12): 261. https://doi.org/10.3390/fi11120261

Gligorijević, J., Džamonja Ignjatović, T., Čečen, B., Matić, V. i Janković, M. (2023). Analiza: Mentalno zdravlje novinara. Beograd: OEBS. https://serbia.osce.org/sites/default/files/f/documents/4/8/545764.pdf

Gotoman, J. E. J., Luna, H. L. T., Sangria, J. C. S., Santiago Jr, C. S. & Barbuco, D. D. (2025). Accuracy and reliability of AI-generated text detection tools: A literature review. American Journal of IR, 4(0): 1-9.

Gutiérrez-Caneda, B., Vázquez-Herrero, J. & López-García, X. (2023). AI

application in journalism: ChatGPT and the uses and risks of an emergent technology. *El Profesional de la Información, 32*(5). https://doi.org/10.3145/epi.2023.sep.14

Hagendorff, T., Derner, E. & Oliver, N. (2026). Large reasoning models are autonomous jailbreak agents. Nature Communications 17: 1435 (2026). https://doi.org/10.1038/s41467-026-69010-1

Hsieh, H. F. & Shannon, S. E. (2005). Three approaches to qualitative content analysis. Qualitative health research, 15(9): 1277-1288.

Huo, B., Boyle, A., Marfo, N., Tangamornsuksan, W., Steen, J. P., McKechnie, T., ... & Guyatt, G. (2025). Large language models for chatbot health advice studies: a systematic review. JAMA Network Open, 8(2): e2457879.

Ji, Z., Lee, N., Frieske, R., Yu, T., Su, D., Xu, Y., Ishii, E., Bang, Y., Madotto, A. & Fung, P. (2023). Survey of hallucination in natural language generation. ACM Computing Surveys, 55(12), Article 248. https://doi.org/10.1145/3571730

Kommers, C., Duede, E., Gordon, J., Holtzman, A., McNulty, T., Stewart, S. & Long, H. (2026). Why slop matters. *ACM AI Letters, 1*(1): 1–6. https://doi.org/10.1145/3786777

Leppänen, L., Tuulonen, H. & Sirén-Heikel, S. (2020). Automated journalism as a source of and a diagnostic device for bias in reporting. *Media and Communication, 8*(3): 39-49. https://doi.org/10.17645/mac.v8i3.3022

Lewis, S. C., Guzman, A. L. & Schmidt, T. R. (2019). Automation, Journalism, and Human–Machine Communication: Rethinking Roles and Relationships of Humans and Machines in News. Digital Journalism, 7(4): 409-427. https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1577147

Lian, J., Pan, J., Wang, L., Wang, Y., Wang, X., Lu, Y., ... & Chau, L. P. (2026). Revealing the intrinsic ethical vulnerability of aligned large language models. Nature Communications 17: 4295 (2026). https://doi.org/10.1038/

Lischka, J. A. & Garz, M. (2023). Clickbait news and algorithmic curation: A game theory framework of the relation between journalism, users, and platforms. New Media & Society, 25(8): 2073-2094 https://doi.org/10.1177/14614448211027174

Ma, R., Cheng, Q., Yao, J., Peng, Z., Yan, M., Lu, J., ... & Zhao, C. (2025). Multimodal machine learning enables AI chatbot to diagnose ophthalmic diseases and provide high-quality medical responses. Digital Medicine, 8(1): 64.

Madsen, D. Ø. & Puyt, R. W. (2025). The 7Vs of AI slop: A typology of generative waste. SSRN. https://ssrn.com/abstract=5558018

Mayring, P. (2019). Qualitative content analysis: Demarcation, varieties, developments. Forum: Qualitative social research (Vol. 20, No. 3). Freie Universität Berlin.

Miletić, A. & Miletić, F. (2024, May). A gold standard with silver linings: Scaling up annotation for distinguishing Bosnian, Croatian, Montenegrin and Serbian. In S. Balloccu, A. Belz, R. Huidrom, E. Reiter, J. Sedoc & C. Thomson (eds.) Proceedings of the Fourth Workshop on Human Evaluation of NLP Systems (HumEval)@ LREC-COLING 2024 (pp. 36-46).

Milford, S. R. (2025). Accuracy is inaccurate: Why a focus on diagnostic accuracy for medical chatbot AIs will not lead to improved health outcomes. Bioethics, 39(2): 163-169.

Morkes, J. & Nielsen, J. (1997). Concise, scannable, and objective: How to write for the web. Nielsen Norman Group. Posećeno: 18. 10. 2026. URL: https://nngroup.com/articles/concise-scannable-and-objective-how-to-write-for-the-web/

Nedeljković, M. & Krstić, A. (2025). Dometi i etička razmatranja veštačke inteligencije u novinarstvu - perspektiva studenata novinarstva. Srpska politička misao, 92(4), 115-140. https://doi.org/10.5937/spm92-59451

Pešikan M, Jerković J. i Pižurica M. (2021). Pravopis srpskoga jezika. Novi Sad: Matica srpska.

Preiser, R., García, M. M., Hill, L. & Klein, L. (2021). Qualitative content analysis. In R. Bigs, A. de Vos, R. Preiser, H. Clements, K. Maciejewski & M. Schlüter (eds.) The Routledge handbook of research methods for social-ecological systems (pp. 270-281). Routledge.

Reporters Without Borders. (2023). Paris Charter on AI and Journalism. Posećeno: 18. 10. 2026. https://rsf.org/en/paris-charter-ai-and-journalism

Roller M. R. & Lavrakas P. J. (2015). Applied qualitative research design: A total quality framework approach. New York: Guilford Press.

Rudko, I. & Bashirpour Bonab, A. ChatGPT is incredible (at being average). Ethics Inf Technol 27, 36 (2025). https://doi.org/10.1007/s10676-025-09845-2

Rupnik, P., Kuzman, T. & Ljubešić, N. (2023). BENCHić-lang: A benchmark for discriminating between Bosnian, Croatian, Montenegrin and Serbian. In Tenth workshop on NLP for similar languages, varieties and dialects (vardial 2023) (pp. 113-120). Stroudsburg: Association for Computational Linguistics.

Røsok-Dahl, H. & Kristine Olsen, R. (2025). Snapping the news: Dynamic gatekeeping in a public service media newsroom reaching young people with news on Snapchat. Journalism, 26(9): 2000-2019. https://doi.org/10.1177/14648849241255701

Sarısakaloğlu, A. (2025). Navigating the Research Landscape of Algorithm-Driven Journalism: A Systematic Literature Review of Authorship, Research Trends, and Future Research Pathways. Journalism Studies, 26(5): 541-567. https://doi.org/10.1080/1461670X.2024.2446326

Şentürk, F. & Gunduz, G. (2022). A framework for investigating search

engines' stemming mechanisms: A case study on Bing. Concurrency and Computation: Practice and Experience, 34(9), e6562.
Simon, F. M. (2025). Rationalisation of the news. *New Media & Society*. https://doi.org/10.1177/14614448251336423
Smith, J. E. (2022). "I believe because it is absurd"; or, Pseudoscience. In A. Finger & M. Wagner (eds.) Bias, Belief, and Conviction in an Age of Fake Facts (pp. 59-85). Routledge.
Sonni, A. F., Hafied, H., Irwanto, I. & Latuheru, R. (2024). Digital Newsroom Transformation: A Systematic Review of the Impact of Artificial Intelligence on Journalistic Practices, News Narratives, and Ethical Challenges. *Journalism and Media*, *5*(4): 1554-1570. https://doi.org/10.3390/journalmedia5040097
Sprung, G. (2025). Estimating AI usage by comparing changes in wording and occurrence of phrases over time. In L. Gómez Chova, C. González Martínez & J. Lees (eds.) EDULEARN25 Proceedings (pp. 5252-5261). Palma: IATED.
Thäsler-Kordonouri, S. (2026). What Comes After the Algorithm? An Investigation of Journalists' Post-editing of Automated News Text. Journalism Practice, 20(4): 1369-1388. https://doi.org/10.1080/17512786.2024.2404692
Tomac, G. & Špoljarić, D. (2015). Online efemeride–jednadžba vremena i pravo Sunčevo vrijeme, izlasci i zalasci Sunca i pripadajuci azimuti. Kartografija i geoinformacije, 14(24): 27-41.
Ufarte-Ruiz, M., Murcia-Verdú, F. & Túñez-López, H. (2023). Use of AI in synthetic media. *El Profesional de la Información, 32*(2), e320203. https://doi.org/10.3145/epi.2023.mar.03
UNESCO. (2021). *Recommendation on the ethics of artificial intelligence*. Posećeno: 20. 5. 2026. URL: https://www.unesco.org/en/articles/recommendation-ethics-artificial-intelligence
UNS i NUNS. (2024). Kodeks novinara i novinarki Srbije. Posećeno: 18. 10. 2026. https://uns.org.rs/sr/kodeks-novinara-srbije.html
Vaccari, C. & Chadwick, A. (2020). Deepfakes and disinformation. *Social Media + Society, 6*(1). https://doi.org/10.1177/2056305120903408
Van Dalen, A. (2023). Algorithmic gatekeeping for professional communicators: Power, trust, and legitimacy. New York: Routledge.
Weber-Wulff, D., Anohina-Naumeca, A., Bjelobaba, S., Foltýnek, T., Guerrero-Dib, J., Popoola, O., Šigut, P., & Waddington, L. (2023). Testing of detection tools for AI-generated text. International Journal for Educational Integrity, 19, Article 26. https://doi.org/10.1007/s40979-023-00146-z

Stefan Janjić
University of Novi Sad, Faculty of Philosophy
Dragana Milin
University of Novi Sad, Faculty of Philosophy

“IF YOU’D LIKE, I CAN”: TRACES OF CHATBOT INTERVENTION IN ONLINE MEDIA TEXTS

Abstract: *This paper examines the presence and characteristics of traces of chatbot use in online media in Serbia, Croatia, Bosnia and Herzegovina and Montenegro. It focuses on texts in which, due to editorial negligence, meta-communication between chatbots and journalists remained in the published version, such as the formulation “If you’d like, I can…”. Through such formulations, the chatbot offers various services: adding context, drafting headlines, proofreading, SEO editing, writing follow-up sections, and so on. The aim of the paper is to examine how traces of chatbot use appear in online media texts and what they reveal about changes in the process of news production and adherence to journalistic standards. The corpus consists of 128 texts published during 2025, collected via the search engines Google, Yandex, Bing, and DuckDuckGo. The contents were identified on exactly 100 portals, including established outlets (NIN, Oslobođenje, Slobodna Dalmacija, Pobjeda), tabloids (Alo, Informer BA, Telegraf), as well as small, new, and local portals. The content analysis points to two patterns. First, the types of assistance that chatbots offer to journalists are often at odds with journalistic standards, including fabrication, the intensification of sensationalism and dramatization, and the careless provision of health advice. Second, the analyzed texts often display stylistic features associated with automated or semi-automated writing, such as formulaic paragraph structures, triadic lists, the padding of content with irrelevant elements, and awkward formulations resembling literal translation. The presence of these traces highlights the risks of insufficient editorial control and a new form of degradation of journalistic standards.*

Keywords: *chatbots, artificial intelligence, journalism, media ethics, sensationalism*