

ETIKA U SAVREMENOM NOVINARSTVU POD PRITISKOM DIGITALNOG DOBA: PROFESIONALNI STANDARDI, KLIKABILNOST, DEZINFORMACIJE I VJEŠTAČKA INTELIGENCIJA

Dubravka Gajić¹

Ključne riječi: novinarska etika, digitalno novinarstvo, klikabilnost, dezinformacije, vještačka inteligencija, profesionalni standardi.

Sažetak: Digitalizacija je promijenila brzinu, kanale i ekonomsku logiku proizvodnje i distribucije vijesti, ali nije ukinula temeljne zahtjeve novinarske etike. Cilj rada je ispitati kako profesionalni novinari procjenjuju uticaj brzine objavljivanja, klikabilnosti, dezinformacija i vještačke inteligencije na kvalitet savremenog novinarstva. Istraživanje je sprovedeno kvantitativnom metodom, putem strukturiranog online anketnog upitnika, na uzorku od 46 novinara zaposlenih u tradicionalnim i digitalnim medijima. Upitnik je sadržao deset zatvorenih pitanja, uglavnom formulisanih na petostepenoj Likertovoj skali, i jedno otvoreno pitanje o razumijevanju kvalitetnog novinarstva u digitalnom dobu. Rezultati pokazuju da 39,1% ispitanika u potpunosti smatra da pritisak brzog objavljivanja negativno utiče na profesionalne i etičke standarde, dok se dodatnih 30,4% sa tom tvrdnjom slaže. Sa tvrdnjom da klikabilnost i broj pregleda često imaju veći uticaj na uredničke odluke od kvaliteta i tačnosti sadržaja slaže se 43,5% ispitanika, pri čemu nijedan ispitanik nije izabrao odgovor „uopšte se ne slažem“. Borbu protiv lažnih vijesti 54,3% ispitanika prepoznaje kao jednu od ključnih profesionalnih i etičkih odgovornosti novinara, dok je 37% ispitanika dezinformacije označilo kao faktor koji trenutno najviše ugrožava kvalitetno novinarstvo. Kvalitativni odgovori potvrđuju da ispitanici kvalitetno novinarstvo i dalje povezuju sa tačnošću, provjerenošću, odgovornošću, objektivnošću i pravilom dvije strane, dok vještačku inteligenciju uglavnom posmatraju kao pomoćni alat koji ne može preuzeti profesionalnu odgovornost. Zaključuje se da digitalne tehnologije ne mijenjaju suštinu novinarske etike, već pojačavaju potrebu za dosljednom verifikacijom, transparentnošću i ljudskom uredničkom odgovornošću.

ETHICS IN CONTEMPORARY JOURNALISM UNDER THE PRESSURE OF THE DIGITAL AGE: PROFESSIONAL STANDARDS, CLICKABILITY, DISINFORMATION, AND ARTIFICIAL INTELLIGENCE

Keywords: journalistic ethics, digital journalism, clickability, disinformation, artificial intelligence, professional standards.

¹ Vlada Republike Srpske, Savjetnik predsjednika Vlade

Abstract: Digitalization has transformed the speed, channels, and economic logic of news production and distribution, but it has not eliminated the fundamental requirements of journalistic ethics. This paper examines how professional journalists perceive the impact of publication speed, clickability, disinformation, and artificial intelligence on the quality of contemporary journalism. A quantitative study was conducted using a structured online questionnaire on a sample of 46 journalists working in traditional and digital media. The questionnaire included ten closed-ended items, mostly measured on a five-point Likert scale, and one open-ended question concerning the meaning of quality journalism in the digital age. The results show that 39.1% of respondents strongly agree that pressure to publish quickly negatively affects professional and ethical standards, while an additional 30.4% agree with this statement. Furthermore, 43.5% agree that clickability and the number of views often influence editorial decisions more than content quality and accuracy, while no respondent selected 'strongly disagree'. Combating fake news is recognized by 54.3% of respondents as one of the key professional and ethical responsibilities of journalists, and 37% identify disinformation as the factor that currently poses the greatest threat to quality journalism. Qualitative responses confirm that respondents continue to associate quality journalism with accuracy, verification, responsibility, objectivity, and the two-sides principle, while artificial intelligence is predominantly viewed as an auxiliary tool that cannot assume professional responsibility. The study concludes that digital technologies do not alter the essence of journalistic ethics; instead, they intensify the need for consistent verification, transparency, and human editorial accountability.

1. Uvod

Novinarstvo ima posebnu društvenu odgovornost jer mediji ne prenose samo informacije nego učestvuju u oblikovanju javnog mnjenja, određivanju tema od javnog značaja i posredovanju između građana, institucija i drugih društvenih aktera. Zbog toga se profesionalno novinarstvo zasniva na principima istinitosti, tačnosti, nepristrasnosti, odgovornosti i poštovanja ljudskog dostojanstva. Etika u novinarstvu nije dodatak profesionalnoj praksi, već njen normativni temelj.

Digitalno okruženje je, međutim, značajno promijenilo uslove u kojima se ovi principi primjenjuju. Brzina objavljivanja, konkurencija za pažnju publike, algoritamska distribucija sadržaja, društvene mreže, dezinformacije i alati zasnovani na vještačkoj inteligenciji stvaraju nove oblike pritiska na novinare i urednike. Digitalizacija je istovremeno proširila dostupnost informacija i povećala rizik da se nepotvrđen ili manipulišući sadržaj širi prije profesionalne provjere. U takvom okruženju pitanje više nije da li su tradicionalni etički standardi relevantni, nego kako ih dosljedno primijeniti u ubrzanom i tehnološki posredovanom medijskom sistemu.

Polazeći od toga, predmet rada je odnos profesionalnih i etičkih standarda prema savremenim izazovima digitalnog novinarstva. Osnovno istraživačko pitanje glasi: Kako novinari procjenjuju odnos profesionalnih standarda prema brzini objavljivanja, klikabilnosti, lažnim vijestima i vještačkoj inteligenciji, odnosno šta danas čini kvalitetno novinarstvo?

Cilj rada je analizirati temeljne principe novinarske etike, utvrditi kako profesionalni novinari procjenjuju najvažnije rizike digitalnog medijskog okruženja i razmotriti mjesto vještačke inteligencije u profesionalnom radu. Posebna pažnja posvećena je odnosu brzine i tačnosti, ekonomiji klikabilnosti, borbi protiv dezinformacija i odgovornosti za sadržaj nastao uz pomoć AI alata.

2. Teorijski okvir

Jedan od temeljnih principa novinarske etike jeste obaveza objavljivanja tačnih, provjerenih i kontekstualno potpunih informacija. Formalno tačna činjenica može postati obmanjujuća ukoliko je izdvojena iz konteksta, zbog čega profesionalna odgovornost podrazumijeva ne samo provjeru pojedinačnih podataka nego i njihovo korektno predstavljanje. Merrill (1997) ističe istinu kao temelj novinarske etike, dok objektivnost posmatra kao profesionalnu težnju ka odgovornom predstavljanju stvarnosti. Slično tome, Foreman (2022) etiku novinarstva posmatra kao proces donošenja odgovornih odluka u situacijama u kojima se različite profesionalne vrijednosti mogu naći u sukobu.

Posebno je značajno jasno razdvajanje činjenica od mišljenja, komentara i interpretacije. Kodeksi novinarske profesije u Bosni i Hercegovini, Srbiji i Hrvatskoj naglašavaju obavezu tačnog i fer izvještavanja, provjere informacija i odgovornosti urednika i novinara za objavljeni sadržaj. Time se profesionalna etika ne svodi na ličnu procjenu novinara, nego predstavlja institucionalizovani okvir samoregulacije.

Digitalizacija i promjena medijskog okruženja

Digitalizacija u novinarstvu obuhvata transformaciju procesa prikupljanja, obrade, objavljivanja i distribucije informacija. Negroponte (1995) digitalizaciju povezuje sa pretvaranjem informacija u digitalni oblik, dok Castells (2010) ukazuje na šire društvene posljedice umreženog komunikacijskog okruženja. Shirky (2008) naglašava smanjenje barijera za javno objavljivanje sadržaja, što je doprinijelo brisanju jasne granice između profesionalnog novinarstva i korisnički generisanog sadržaja. Couldry (2012) dodatno ističe da mediji ne predstavljaju samo kanale kroz koje se stvarnost prenosi, nego aktivno učestvuju u njenom društvenom oblikovanju.

U digitalnom okruženju platforme i algoritmi utiču na vidljivost sadržaja, a tržišna vrijednost pažnje publike povećava pritisak na redakcije da objavljuju brzo i proizvode naslove koji podstiču klik. Takva logika može biti u sukobu sa vremenom potrebnim za provjeru izvora, kontekstualizaciju i uključivanje relevantnih strana.

Dezinformacije, klikabilnost i vještačka inteligencija

Lažne vijesti i dezinformacije predstavljaju direktan izazov obavezi istinitog informisanja. Društvene mreže ubrzavaju njihovu distribuciju, dok automatizovani nalozi i algoritamsko preporučivanje mogu dodatno povećati doseg problematičnog sadržaja. U takvom sistemu profesionalno novinarstvo dobija dodatnu vrijednost kroz verifikaciju, provjeru izvora i odgovornost za objavljenu informaciju.

Klikabilnost je povezana sa ekonomijom pažnje: broj pregleda, reakcija i dijeljenja utiče na vidljivost sadržaja i prihode od oglašavanja. Problem nastaje kada se senzacionalistički naslov, emocionalna kvalifikacija ili pretjerivanje koriste kao zamjena za informativnu vrijednost. Kratkoročni rast dosega može dugoročno narušiti kredibilitet medija.

Vještačka inteligencija uvodi dodatnu etičku dimenziju. AI alati mogu pomoći u obradi podataka, organizaciji sadržaja, jezičkom uređivanju i izradi nacrtu, ali ne mogu preuzeti profesionalnu odgovornost za tačnost, kontekst i posljedice objavljene informacije. Osnovni principi novinarskih kodeksa stoga ostaju primjenjivi bez obzira na to da li je sadržaj nastao isključivo ljudskim radom ili uz tehnološku podršku. U skladu sa Zion i

Craig (2014), digitalno novinarstvo ne ukida tradicionalne etičke principe, već komplikuje njihovu primjenu u novim okolnostima.

3. Empirijsko istraživanje: metodologija

Polazeći od teorijskog okvira, empirijski dio rada usmjeren je na ispitivanje profesionalnih percepcija novinara o tome da li savremeni digitalni pritisci mijenjaju mogućnost dosljedne primjene etičkih standarda. Istraživanje je koncipirano kao deskriptivno-eksplorativno istraživanje stavova, a naglasak je na identifikovanju dominantnih obrazaca u odgovorima ispitanika, bez izvođenja uzročnih zaključaka.

Predmet istraživanja su stavovi profesionalnih novinara o etičkim izazovima digitalnog novinarstva. Istraživački problem proizlazi iz mogućeg sukoba između tradicionalnih profesionalnih standarda — tačnosti, provjere, odgovornosti i nepristrasnosti — i zahtjeva digitalnog tržišta koji podstiču brzinu, klikabilnost i stalnu produkciju sadržaja. Cilj empirijskog istraživanja je utvrditi kako novinari procjenjuju ove pritiske, koje faktore smatraju najvećom prijetnjom kvalitetnom novinarstvu i kako vrednuju upotrebu vještačke inteligencije u profesionalnom radu.

Centralno istraživačko pitanje glasi: Kako profesionalni novinari procjenjuju odnos između etičkih standarda i zahtjeva digitalnog novinarstva, posebno brzine objavljivanja, klikabilnosti, dezinformacija i upotrebe vještačke inteligencije?

Na osnovu teorijskog okvira i sadržaja anketnog instrumenta postavljene su sljedeće istraživačke pretpostavke: P1 — novinari prepoznaju pritisak brzog objavljivanja kao faktor koji otežava poštovanje profesionalnih i etičkih standarda; P2 — novinari prepoznaju klikabilnost i broj pregleda kao značajne faktore uredničkog odlučivanja; P3 — dezinformacije se percipiraju kao jedna od ključnih prijetnji kvalitetnom novinarstvu; P4 — vještačka inteligencija se prihvata kao pomoćni alat pod uslovom ljudske kontrole, provjere i profesionalne odgovornosti.

Istraživanje je sprovedeno kvantitativnom metodom, putem strukturiranog online anketnog upitnika, s ciljem ispitivanja stavova profesionalnih novinara o odnosu etičkih standarda i savremenih izazova digitalnog novinarstva. Uzorak je činilo 46 ispitanika koji se profesionalno bave novinarstvom u tradicionalnim i digitalnim medijima, uključujući štampane, elektronske i online medije.

Instrument je obuhvatio deset zatvorenih pitanja i jedno otvoreno pitanje. Većina zatvorenih pitanja formulisana je kao tvrdnja na petostepenoj Likertovoj skali, od 1 — „uopšte se ne slažem“ do 5 — „u potpunosti se slažem“. Otvorenim pitanjem ispitanici su pozvani da vlastitim riječima definišu kvalitetno novinarstvo u digitalnom dobu. Podaci su prikupljeni online, a učešće je bilo dobrovoljno i anonimno.

Analiza zatvorenih pitanja zasniva se na deskriptivnom prikazu frekvencija i procenata dostupnih u rezultatima ankete. Odgovori na otvoreno pitanje analizirani su tematskim grupisanjem ponavljajućih stavova. Ograničenja istraživanja odnose se prvenstveno na relativno mali i neprobabilistički uzorak, kao i na činjenicu da su analizirani subjektivni stavovi ispitanika. Zbog toga rezultate treba tumačiti kao indikativan uvid u profesionalne percepcije, a ne kao reprezentativnu procjenu svih novinara.

Za zatvorena pitanja primijenjena je deskriptivna statistička analiza frekvencija i procenata. Zbog veličine i načina izbora uzorka nisu primjenjivani inferencijalni testovi niti

se rezultati generalizuju na ukupnu populaciju novinara. Otvoreni odgovori analizirani su kvalitativno, grupisanjem iskaza u tematske kategorije: tačnost i verifikacija, profesionalna etika, pluralnost izvora, digitalni pritisci i vještačka inteligencija. Kvantitativni i kvalitativni nalazi zatim su povezani u diskusiji radi cjelovitijeg odgovora na centralno istraživačko pitanje.

4. Empirijski rezultati istraživanja

Rezultati pokazuju izraženu percepciju da digitalni pritisci mogu ugroziti profesionalne standarde. Na tvrdnju da pritisak brzog objavljivanja negativno utiče na poštovanje profesionalnih i etičkih standarda, 39,1% ispitanika odgovorilo je da se u potpunosti slaže, dok se 30,4% slaže. To znači da ukupno 69,5% ispitanika izražava saglasnost sa tvrdnjom o negativnom uticaju brzine objavljivanja.

Kada je riječ o klikabilnosti, 43,5% ispitanika slaže se sa tvrdnjom da klikabilnost i broj pregleda često imaju veći uticaj na uredničke odluke od kvaliteta i tačnosti sadržaja. Nije-dan ispitanik nije izabrao odgovor „uopšte se ne slažem“, što ukazuje na široko prepoznavanje tržišnog i algoritamskog pritiska u redakcijskom odlučivanju.

Borbu protiv lažnih vijesti 54,3% ispitanika smatra jednom od ključnih profesionalnih i etičkih odgovornosti novinara danas. Na pitanju o faktoru koji trenutno najviše ugrožava kvalitetno novinarstvo, 37% ispitanika na prvo mjesto stavlja lažne vijesti odnosno dezinformacije. Nasuprot tome, neetičku upotrebu vještačke inteligencije kao najvažniji pojedinačni faktor navodi 8,7% ispitanika, što sugerije da se sama tehnologija ne doživljava kao primarna prijetnja u odnosu na način njene upotrebe.

Pokazatelj	Odgovor	Udio ispitanika
Pritisak brzog objavljivanja negativno utiče na profesionalne i etičke standarde	U potpunosti se slažem	39,1%
Pritisak brzog objavljivanja negativno utiče na profesionalne i etičke standarde	Slažem se	30,4%
Klikabilnost i broj pregleda često snažnije utiču na uredničke odluke od kvaliteta i tačnosti	Slažem se	43,5%
Borba protiv fake news-a je jedna od ključnih profesionalnih i etičkih odgovornosti novinara	Potvrđuje tvrdnju	54,3%
Faktor koji trenutno najviše ugrožava kvalitetno novinarstvo	Fake news / dezinformacije	37,0%
Faktor koji trenutno najviše ugrožava kvalitetno novinarstvo	Neetička upotreba AI	8,7%

Tabela 1. Odabrani kvantitativni nalazi istraživanja

Izvor: istraživanje autora

Odgovori na otvoreno pitanje pokazuju visok stepen sadržajne podudarnosti. Ispitanici kvalitetno novinarstvo najčešće povezuju sa tačnošću i provjerenošću informacija, poštovanjem etičkih standarda, pravilom „dvije strane“, odgovornošću prema javnosti, profesionalizmom, objektivnošću, otporom političkim i ekonomskim pritiscima i očuvanjem integriteta profesije.

Posebno se naglašava potreba borbe protiv dezinformacija i odgovorne upotrebe savremenih tehnologija. Stavovi poput „Bolje kasnije, nego prvi, a netačno“, „AI da bude pomoćno sredstvo, a ne glavni alat“ i „Prava informacija je samo provjerena informacija“ sažimaju dominantnu orijentaciju ispitanika: tehnološka efikasnost je prihvatljiva samo ako ne potiskuje provjeru, profesionalni sud i odgovornost.

Tema	Sadržaj odgovora
Tačnost i verifikacija	Provjerene informacije, pouzdani izvori i prednost tačnosti u odnosu na brzinu.
Profesionalna etika	Odgovornost prema javnosti, objektivnost, integritet i poštovanje profesionalnih pravila.
Pluralnost izvora	Pravilo dvije strane i uključivanje relevantnih perspektiva.
Digitalni pritisci	Brzina, komercijalizacija, klikabilnost i političko-ekonomski pritisci kao rizici za kvalitet.
Vještačka inteligencija	AI kao pomoćni alat, uz obavezu ljudsku kontrolu, provjeru i odgovornost.

*Tabela 2. Dominantne teme u odgovorima na otvoreno pitanje
Izvor: istraživanje autora*

Rezultati pružaju podršku svim četirima istraživačkim pretpostavkama na nivou deskriptivnih nalaza. Za P1, ukupno 69,5% ispitanika slaže se ili se u potpunosti slaže da pritisak brzog objavljivanja negativno utiče na profesionalne i etičke standarde. Za P2, 43,5% ispitanika slaže se da klikabilnost i broj pregleda često imaju veći uticaj na uredničke odluke od kvaliteta i tačnosti, dok nijedan ispitanik nije izabrao krajnje neslaganje. Za P3, 54,3% ispitanika borbu protiv lažnih vijesti prepoznaje kao ključnu profesionalnu i etičku odgovornost, a 37% dezinformacije navodi kao trenutno najveću prijetnju kvalitetnom novinarstvu. P4 je prvenstveno podržana kvalitativnim odgovorima, u kojima se AI opisuje kao korisno pomoćno sredstvo koje mora ostati pod ljudskom kontrolom i provjerom.

Ovi nalazi ne predstavljaju testiranje kauzalnih hipoteza, već empirijsku potvrdu dominantnih obrazaca percepcije unutar posmatranog uzorka. Njihova vrijednost je u tome što pokazuju kako profesionalni novinari rangiraju i objašnjavaju etičke rizike digitalnog okruženja.

5. Diskusija empirijskih nalaza

Rezultati potvrđuju da se profesionalni standardi novinarstva u digitalnom okruženju nalaze pod pritiskom brzine, tržišne logike i informacione prezasićenosti. Saglasnost 69,5% ispitanika sa tvrdnjom o negativnom uticaju brzog objavljivanja ukazuje na napetost između imperativa „objaviti prvi“ i obaveze provjere informacija. Ovaj nalaz je u skladu sa tezom da digitalno novinarstvo ne ukida tradicionalne etičke principe, nego otežava njihovu primjenu zbog ubrzane produkcije i stalne konkurencije za pažnju (Zion & Craig, 2014).

Percepcija klikabilnosti kao važnog faktora uredničkog odlučivanja ukazuje na širi problem ekonomije pažnje. Digitalni mediji često zavise od vidljivosti, pregleda i oglašavanja, pa se profesionalni kriteriji mogu naći u sukobu sa tržišnim zahtjevima. Međutim, kratko-

ročna korist senzacionalističkih strategija može dugoročno oslabiti povjerenje publike, što je posebno važno jer je kredibilitet jedan od ključnih resursa profesionalnog novinarstva.

Visoko pozicioniranje dezinformacija među prijetnjama kvalitetnom novinarstvu potvrđuje da profesionalni novinari prepoznaju verifikaciju kao jednu od svojih centralnih društvenih funkcija. U medijskom sistemu u kojem sadržaj mogu proizvoditi i distribuirati brojni akteri bez uredničke kontrole, vrijednost profesionalnog novinarstva sve se više zasniva upravo na provjeri, kontekstualizaciji i preuzimanju odgovornosti.

Rezultati o vještačkoj inteligenciji zahtijevaju nijansirano tumačenje. Relativno mali udio ispitanika koji neetičku upotrebu AI označava kao najveću pojedinačnu prijetnju ne znači da etički rizici ne postoje. Naprotiv, otvoreni odgovori pokazuju da novinari AI prihvataju pod uslovom da ostane pomoćni alat. Time se odgovornost jasno zadržava na čovjeku: novinar i urednik moraju provjeriti tačnost, procijeniti kontekst i odlučiti da li je objavljivanje u javnom interesu.

U tom smislu, nalazi istraživanja podržavaju zaključak da tehnologija nije samostalni nosilac etičkog problema. Digitalni alati pojačavaju postojeće dileme i ubrzavaju njihove posljedice, ali konačna odluka o načinu korištenja tehnologije ostaje profesionalna i ljudska odluka. To je posebno važno za AI-generisani sadržaj, koji može biti jezički uvjerljiv i istovremeno činjenično netačan ili kontekstualno problematičan.

6. Studija slučaja: Cambridge Analytica kao primjer digitalne odgovornosti

Slučaj Cambridge Analytica predstavlja ilustrativan primjer preplitanja digitalne tehnologije, privatnosti, političkog uticaja i istraživačkog novinarstva. Tokom 2018. godine javnosti je otkriveno da su podaci velikog broja korisnika Facebooka prikupljeni i korišteni za političko profilisanje i ciljano komuniciranje bez adekvatnog informisanog pristanka korisnika. Slučaj je otvorio pitanja privatnosti, algoritamskog profilisanja, odgovornosti digitalnih platformi i transparentnosti političkog oglašavanja.

Za temu ovog rada posebno je značajna uloga ljudskih izvora i istraživačkog novinarstva u razotkrivanju slučaja. Digitalni alati omogućili su prikupljanje i obradu podataka u obimu koji bi bez savremenih tehnologija bio teško ostvariv, ali su zviždači i novinari omogućili da problem postane predmet javne rasprave. Studija slučaja zato podržava osnovnu tezu rada: tehnologija može višestruko povećati moć i rizik medijskih i komunikacijskih procesa, ali odgovornost, kritičko prosuđivanje i javni nadzor ostaju ljudske funkcije.

7. Zaključak

Istraživanje pokazuje da novinari digitalne promjene ne doživljavaju kao razlog za napuštanje tradicionalnih profesionalnih vrijednosti. Naprotiv, tačnost, provjerenost, objektivnost, odgovornost prema javnosti i profesionalni integritet ostaju centralni kriteriji kvalitetnog novinarstva. Digitalno okruženje mijenja brzinu i ekonomsku logiku rada, ali ne mijenja osnovnu obavezu novinara da provjeri informaciju i preuzme odgovornost za njeno objavljivanje.

Najizraženiji rizici odnose se na pritisak brzog objavljivanja, klikabilnost i dezinformacije. Rezultati pokazuju da većina ispitanika prepoznaje negativan uticaj brzine na etičke standarde, dok se dezinformacije izdvajaju kao jedna od centralnih prijetnji kvalitetnom novinarstvu. Istovremeno, vještačka inteligencija se dominantno razumije kao pomoćni

alat, a ne kao zamjena za novinara. Etička prihvatljivost njene upotrebe zavisi od ljudske kontrole, provjere i transparentnosti.

Osnovni doprinos rada ogleda se u povezivanju teorijskih principa novinarske etike sa empirijskim stavovima profesionalnih novinara. Nalazi ukazuju da ključni problem digitalnog doba nije postojanje tehnologije, nego način na koji se ona uklapa u uredničke odluke i profesionalne standarde. U epohi algoritamske distribucije sadržaja i generativne vještačke inteligencije, profesionalna odgovornost novinara i urednika postaje još važnija, jer se etička procjena ne može delegirati tehnologiji.

Buduća istraživanja trebalo bi sprovesti na većem i raznovrsnijem uzorku, uz poređenje različitih vrsta medija i profesionalnih uloga. Posebno bi bilo korisno ispitati konkretne redakcijske politike o korištenju generativne vještačke inteligencije, načine označavanja AI-potpomognutog sadržaja i odnos između ekonomskih modela digitalnih medija i poštovanja profesionalnih standarda.

Empirijski doprinos rada ogleda se u direktnom uključivanju stavova 46 profesionalnih novinara u raspravu o etici digitalnog novinarstva. Posebno je značajno što nalazi istovremeno obuhvataju tržišne pritiske, dezinformacije i AI, čime se pokazuje da ispitanici tehnološke promjene ne posmatraju odvojeno od uredničke i profesionalne odgovornosti. Ipak, uzorak je mali i neprobabilistički, pa rezultati ne omogućavaju statističku generalizaciju. Buduća istraživanja trebalo bi da uključe veći broj novinara, jasnu stratifikaciju prema vrsti medija i radnom mjestu, kao i inferencijalne analize odnosa između profesionalnog iskustva, vrste medija i stavova prema digitalnim etičkim izazovima.

Literatura

- Barković, D. (2009). Menadžersko odlučivanje. Ekonomski fakultet u Osijeku.
- Castells, M. (2010). *The rise of the network society* (2nd ed.). Wiley-Blackwell.
- Christians, C. G., Fackler, M., Richardson, K. B., Kreshel, P. J., & Woods, R. H. (2016). *Media ethics: Cases and moral reasoning* (10th ed.). Routledge.
- Couldry, N. (2012). *Media, society, world: Social theory and digital media practice*. Polity Press.
- Floridi, L. (2013). *The ethics of information*. Oxford University Press.
- Foreman, G. (2022). *The ethical journalist: Making responsible decisions in the digital age* (3rd ed.). Wiley-Blackwell.
- Kodeks časti hrvatskih novinara. (n.d.). Hrvatsko novinarsko društvo.
- Kodeks novinara Srbije. (n.d.). Nezavisno udruženje novinara Srbije.
- Kodeks za štampu i online medije Bosne i Hercegovine. (n.d.). Vijeće za štampu i online medije u BiH.
- Lechpammer, S. (2016). *Uvod u novinarstvo*. Hrvatski studiji Sveučilišta u Zagrebu.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory* (6th ed.). Sage Publications.
- Merrill, J. C. (1997). *Journalism ethics: Philosophical foundations for news media*. Bedford/St. Martin's.
- Muller, D. (2014). *Journalism ethics for the digital age*. Scribe Publications.
- Negroponte, N. (1995). *Being digital*. Alfred A. Knopf.
- Shirky, C. (2008). *Here comes everybody: The power of organizing without organizations*. Penguin Press.
- Zion, L., & Craig, D. (2014). *Ethics for digital journalists: Emerging best practices*. Routledge.