

Hrvatski stručnjak koji se bavi razvojem AI tehnologija: "Ljudi danas ne čitaju vijesti, oni ih samo skimaju"

www.dalmacijadanas.hr/hrvatski-strucnjak-koji-se-bavi-razvojem-ai-tehnologija-ljudi-danas-ne-citaju-vijesti-oni-ih-samo-skimaju/

September 4, 2025

"Mlađe generacije su otkrile da mogu – i tako se ponašaju"

ANA TENŽERA / Foto: Privatna arhiva4. rujna 2025. 10:08



Marko Lukičić direktor je i suosnivač dvije startup tvrtke, Brainstorm i GTS. Prva se bavi razvojem AI tehnologija te implementacijom AI sustava za podršku u odlučivanju (eng. Decision Support Systems). Potonja se bavi razvojem telemetrijskih sustava gdje se pokriva sve – od dizajna elektronike, preko satelitske i drugih oblika komunikacije do platformi zasnovanih na računarstvu u oblaku. Uz to je član nadzornog odbora u dvije kompanije, Jadranka Turizam d.d. i Rektor LNG d.o.o., gdje je pretežno involviran u planiranje i provođenju infrastrukturnih i transformacijskih projekata.

Do pokretanja startupova radio je kao član uprave za tehnologiju u Jadranka d.d. grupi, a prije toga kao stručnjak za korporativnu strategiju u Hrvatskom telekomu i kao menadžer za rješenja u Ericsson Nikola Tesli. Studirao je i diplomirao na Fakultetu elektrotehnike i računarstva Sveučilištu u Zagrebu. Tu je pohađao i poslijediplomski doktorski studij, od kojega je iz osobnih razloga morao odustati na samome završetku.

- Tekst se nastavlja nakon oglasa -



[Direktor i suosnivač dvije startup tvrtke: "62% mladih u Hrvatskoj nikad nije učilo o medijskoj pismenosti – to je točno ono što ne želimo"](#)



POPRAVCI OD TUČE BEZ LAKIRANJA

Kontakt:

Mob: 098 173 38 54, 091 529 13 37

U drugom dijelu intervjua s gospodinom Lukičićem razgovarat ćemo o pojavi novih vrsta karijera kao i umjetnoj inteligenciji koja sve više prodire u svijet medija i dodatno komplicira situaciju.

Pojavom *gamera*, *influencera*, *youtubera* i *blogera* otvaramo vrata jednom posebnom svijetu karijera. Takvi ljudi svoju zaradu dobivaju uglavnom zbog „klikova“, „lajkova“ i „pratitelja“. Jedini alati kojim se *influenceri* služe su društvene mreže. Promjena koja je utjecala na „nastanak“ *influencera* je mogućnost pričanja, pisanja i objavljivanja pred velikim brojem ljudi. Promjena je u tome što svatko ima tu mogućnost. Postalo je jako jednostavno, bilo da je putem Facebooka, Instagram slika, Tumblr *blogova*. Normalni ljudi sada imaju sposobnost da svoje mišljenje iznesu na masovnoj razini. Kompetitivni su, skupljaju „horde“ pratitelja te su nam *podcasteri* kao i *influenceri* postali nova

zanimanja. Naravno, *podcasti* se razlikuju – od trosatnog ležernog razgovora uz koju limenku sponzorskog piva do pretežno mladih ljudi, *mlenijalaca* koji hvale neki proizvod – bilo da ćete od njega smršaviti ili imati kožu poput baršuna. Imaju svoju ekipu, ako su na profesionalnoj razini, neka, primjerice, kozmetička kuća ih zapazi i postanu glasnogovornici brenda. Prije 20 godina takvo nešto ne bi dolazilo u obzir – kozmetiku su reklamirali modeli, a sada gledamo dvadesetogodišnjakinje kao zaštitna lica skupih seruma i *make up* proizvoda. Ako imate zrno soli u glavi, malo smisla za biznis, prijatelja koji će vam pomoći oko snimanja i prijateljicu „za *support*“ snimit ćete video, dobiti lajkove, pratitelje i uskoro biti zaštitno lice poznate marke. Uskoro će vas zvati i drugi. Stari top-modeli i vrhunske glumice kao zaštitna lica stvar su prošlosti. Prelistajte samo neki ženski časopis – na slikama s premijera nisu više glumice, voditeljice ili TV-novinarke – već *influencerice* koje su većinom tek navršile dvadesetak godina. Sviđa li Vam se takav razvoj događaja, smatrate li da je to dobar smjer?

- Mediji se mijenjaju, pojavljuju se novi komunikacijski kanali i pojavljuju se novi načini oglašavanja. Logično je da se industrija prilagođava tome. Smatram da nema smisla razmišljati o tome na način da li nam se to sviđa ili ne. To je smjer. Da li postoji drugi smjer? Ne. Zašto? Zato što je sve u prirodi podložno težnji za optimizacijom. Bilo da se radi o minimizaciji utroška energije, bilo da se radi o minimizaciji napora da se nešto oglasi. Da postoji lakši, jeftiniji i učinkovitiji način oglašavanja, *influenceri* ne bi imali posao. No, oni su pronašli za sada jedan od najučinkovitijih načina i na tome zarađuju.

Ne moramo govoriti čak ni o *influencerima* – običan korisnik Facebooka ili neke druge društvene mreže objavi status; slika jelo, kaže gdje je i što će raditi ostatak dana. Ako nije riječ o poznatoj ili nama bliskoj osobi, zašto nas to zanima? Zašto je svačije mišljenje važno, zašto je važno da pojedinac podijeli s ostatkom svijeta kako je upravo pojeo „najbolje krofne u Zagrebu te se nada da će višak kalorija skinuti na *aerobicu*“? Ali opet, pomalo adiktivno *skrolamo* i čitamo takve objave; je li to *peeping Tom* u nama?

- Ovo je opsežno socio-psihološko pitanje koje za odgovor zahtjeva puno više znanja u tom području od onoga kojeg ja posjedujem. Čini mi se da se ovdje radi o spletu razloga zašto to činimo, od znatiželje, potrebe da se uspoređujemo, potrebe za pripadnosti pa do straha da budemo izostavljeni iz *peeping Tom* efekta.

Izgleda da dadilje više nisu ni potrebne, djecu najbolje čuvaju mobilni telefoni, računala i tableti – tada su djeca najmirnija. Odgoj djece koja su okružena raznim opremama za „lakše“ funkcioniranje i komuniciranje nije jednostavan. Pogotovo ako smo svjesni važnosti komunikacije za razvoj djeteta. Što mislite, predstavlja li to problem?

- Ne vidim toliko problem u opremi za *lakše* funkcioniranje i komuniciranje koliko u načinu njihova korištenja. YouTube je fantastičan alat ako se koristi za učenje. Brojni fakulteti *streamaju* svoja predavanja na svojim YouTube kanalima. No može se koristiti i

za pregledavanje *Human Baloon* izazova – izazova u kojem ljudi snimaju svoje pokušaje da napumpaju balon toliko da mogu ući u njega.

Sve mlađe generacije imaju potpuno drugačije složen *mindset*, bitna im je pojava i novci. Ja sam 1981. godište, novinar „na prijelazu stoljeća“ i razvijala sam televizijsku karijeru 12 godina. Današnja mladež kad se zaposli; ako vide da nakon dva-tri mjeseca nema napretka, odlazi za boljim poslom. Pretpostavljam da ste primjetili – kako bi nazvali takav trend, poprilično se mladeži sve vrti oko njih samih?

- Novi trendovi su *delayed adulthood* i *mini-retirement*. Naime, mladi smatraju da su sada u najboljim godinama da uživaju u životu i ne žele ih provesti na poslu. Zbog toga po završetku edukacije uzimaju nekoliko godina pauze da uživaju u životu prije nego što se zaposle. Zapravo se radi o jednoj korekciji koja je otišla u drugu krajnost. Mi smo generacija koja nije pitala za plaću ili godišnji odmor. Zaposlili smo se, bili smo zahvalni na tome. Radili smo danonoćno kako bismo se odužili. No zapitajmo se da li je poslodavac to adekvatno cijenio? Zašto danas novi zaposlenici imaju veće plaće od seniora koji čitav niz godina rade u tvrtki i predstavljaju okosnicu poslovanja? Zašto će telekom novim korisnicima uz ugovor ponuditi i uređaj, a postojećim korisnicima neće? Zašto se općenito zanemaruje ono što se ima, a nagrađuje akvizicija novoga? Iz tih razloga je došlo do jednog zamaha u drugu stranu. Mlađe generacije su otkrile da mogu – i tako se ponašaju. Starije generacije su ostale zarobljene u svojim principima. Zato mogu reći da razumijem tu korekciju, ali je ona otišla predaleko u drugu stranu. U konačnici, rekao bih da *svaka generacija gradi svijet po svojoj mjeri*. Mi smo svoj svijet izgradili. Sada su oni ti koji grade svoj svijet.



Marko Lukičić

Što mislite o trenutnom *paywallu* kod nas i koliko se razlikuje od modela na Zapadu?

- U Hrvatskoj je *paywall* još uvijek u fazi afirmacije. Istraživanja pokazuju da su građani u Hrvatskoj manje voljni platiti za kvalitetan sadržaj. Samo neki od razloga za to su navika na besplatne vijesti i relativno nisko povjerenje u medije. Uvođenje *paywalla* riskira i prebacivanje publike na konkurentske besplatne stranice što mediji pokušavaju umanjiti cijenama pretplate koje su mnogo niže od onih u Europi.

Čiji model naplaćivanja se čini kao najbolji? Koliki su otprilike troškovi jednog portala (novinari, urednici, *webmasteri*, programeri, *freelanceri*, kvalitetni serveri...)?

- Troškovi vođenja portala znatno ovise o poslovnome modelu portala. Portal može biti *one-man-band*, temeljen na rudimentarnom *open source* CMS-u, sa implementiranom automatiziranom agregacijom vijesti i doslovno jednom osobom koja svime orkestrira. No, može biti ustrojen i kao profesionalna medijska kuća. Ako se radi o potonjem slučaju

onda će težište troškovne strane poslovnog modela biti na ljudskim resursima, odnosno plaćama. Tada ukupni troškovi portala, za hrvatske prilike, mogu doseći i do sto ili dvjesto tisuća eura na godišnjoj razini, ovisno o veličini tima.

Novinarstvo danas ne može se mjeriti s onim prije dvadeset godina. Sve je ubrzano, svi sve već znaju prije nekad uvijek gledanog Dnevnika iza 19 sati navečer, sve je već pročitano. Smatrate li da je zbog kvantiteta informacija pala kvaliteta novinarstva?

- Rekao bih da je kvaliteta novinarstva u opadanju zbog opadanja potražnje za kvalitetnim novinarstvom. Ponoviti ću, ljudi danas ne čitaju novosti, oni ih *skimaju*. Odnosno, očima prelete preko njih i pročitaju samo ono što im *upadne u oči*. Zašto Donald Trump koristi velika slova u već ionako kratkim objavama na društvenoj mreži? U takvom pristupu čitanju kvaliteta teksta pada u drugi plan. Ona postaje nebitna. Kada vratimo kulturu čitanja, vratit ćemo i potrebu za kvalitetnim novinarstvom.

Možete li objasniti što su B2C i B2B modeli?

- B2C i B2B su međusobno neisključujući poslovni modeli. B2C dolazi od engleskog termina *business-to-consumer* i on podrazumijeva poslovni model u kojem tvrtka prodaje krajnjem kupcu odnosno građanu. S druge strane, B2B, odnosno *business-to-business* model podrazumijeva da tvrtka prodaje drugoj tvrtki. Postoje i mnogi pod-modeli poput B2B2C.

Smatrate li da su portali kod nas ugroženi pojavom AI tehnologije, i zašto?

- Bez obzira na to koliko brzo je umjetna inteligencija ušla u naš život, još uvijek je rano za odgovoriti na pitanje da li su portali ugroženi. Čak bi se usudio reći da, imajući u vidu trenutni stadij razvoja AI tehnologija, ne vidim da su portali to što bi moglo biti najugroženije AI-em. Budućnost vidim u sintezi AI tehnologija i portala.

Koliko AI pomaže portalima?

- Postoje primjeri gdje su medijske kuće koristile AI za generiranje kratkih vijesti, gotovo crtica. Najčešće se to radilo tijekom velikih sportskih zbivanja, poput Olimpijskih igara, gdje je frekvencija objave rezultata sportskih takmičenja nadišla kapacitete novinara da ih obrade. AI može pomoći u pripremi članaka. Medijske kuće treniraju AI da generira članke po formatu i stilu usklađenim s medijskom kućom. Novinari kroz aplikaciju unose grubi tekst na temelju kojega AI izrađuje prijedlog članka. AI se koristi za analizu komentara na pojedini članak. Automatski se detektiraju zlobni komentari te se uklanjaju komentari s neodgovarajućim jezikom. Neke medijske kuće koriste AI sustave za pretraživanje svojih baza znanja. To im omogućuje da novinari, koristeći prirodan jezik, pretražuju baze i lako otkriju informacije koje ih zanimaju. Ovo su samo neki od primjera kako AI može pomoći portalima. Zasigurno će tih primjera s vremenom biti sve više i više.

Zašto EU kontrolira AI?

- Da bi odgovorili na to moramo se osvrnuti na kontekst u kojemu živimo. SAD je temeljen na modelu koji se zasniva na inovacijskom kapitalizmu i tržišnoj dominaciji. Model Kine je zasnovan na državnom vodstvu za tehnološku autonomiju i kontroli društva. Europska unija stavlja fokus na regulaciju i odgovornost. Europska unija je svjesna svog okruženja. Svjesna je da u SAD-u podatke kontrolira izrazito jaki privatni sektor. SAD to čak i potiče, jer na taj način indirektno potiču i globalni monopol nad podacima. Za primjer, općepoznato je da Meta, kompanija iza društvene platforme Facebook, koristi podatke svojih korisnika za treniranje njihovog AI modela. Mi, nažalost, ne možemo spriječiti najveće tehnološke kompanije da bez naše privole koriste naše podatke. No, Europska unija može. Ona svojim direktivama nastoji razbiti i spriječiti stvaranje monopola nad podacima te ne-etičkog postupanja nad njima kako unutar granica EU tako i izvan.

Kako koristite AI, na koje načine?

- U mojoj primarnoj industriji, a to je IT, umjetna inteligencija je unazad godinu i pol dana radikalno promijenila neke procese. Brainstorm, jedan od *startupova* koji vodim, bavi se implementacijom sustava podrške odlučivanju temeljenih na umjetnoj inteligenciji. To su sustavi koji koriste razne izvore informacija kako bi pomogli u strateškom ili operativnom odlučivanju. Kontekst u kojem radimo na projektu je vrlo složen. Moramo razumjeti poslovnog korisnika, moramo razumjeti poslovne procese. Moramo razumjeti tržište. Identificirati ključne sile promjene. Razumjeti izvore podataka. Za to su potrebni brojni sastanci. Koristimo generativni AI za generiranje transkripata od video konferencija. Za njihovu sumarizaciju i identifikaciju dogovorenih zadataka. Također, velika su nam pomoć u dokumentiranju čitavog procesa tijekom provođenja projekata. Koristimo svakodnevno AI u pisanju računalnog koda. Unazad godinu i pol, danas sa generativnim AI-em kvalitetno vodimo i upravljamo s dvostruko više projekata nego prije. Naravno, već postoje najbolje prakse i pravila kako osigurati istu razinu kvalitete. Niti jedna generirana linija koda ne prođe bez provjere i testiranja čovjeka. Svakako nam pomaže u prevođenju teksta *e-mail* poruka. Naši kontakti su iz cijeloga svijeta i ponekad jednostavno nemamo vremena posvetiti adekvatnu pažnju za zadovoljavanje određenih društvenih očekivanja. Pa onda napišemo grubi tekst *e-mail* poruke i damo generativnom AI-u da preformulira i napiše prijedlog prijevoda, koji mi zatim revidiramo i pošaljemo dalje. No, koristim dosta i privatno AI. Prije nekog vremena sam odlučio katalogizirati knjige. Knjige su se gomilale doma godinama po policama i regalima. Jednostavno sam poslikao police i regale. Slike sam *uploadao* u ChatGPT i tražio ga da ispiše listu koja sadrži izdavača, autora, naslov i godinu izdanja. Rezultat je bio jako dobar. Daleko bolji od granice upotrebljivosti, a to je bilo gotovo prije godinu dana – i sa mnogo *slabijim* modelom od današnjeg. Jednom prilikom je moja gospođa bila na putovanju. Usred puta joj je se upalila lampica u automobilu. Poslala mi je sliku i upitala što da radi. Ja sam doslovno tu sliku poslao u ChatGPT s istim pitanjem. ChatGPT je ispravno detektirao o kojem vozilu je riječ, objasnio je svrhu te lampice i ispisao moguće uzroke. Nije li to fantastično?!

Mislite li da ChatGPT u ovom, svakim danom naprednijim svijetom u tehnologiji, treba koristiti svaka osoba?

- Iskreno, ne vidim razloga zašto ne bi. Već samo naveo fantastične primjere uporabe ChatGPT-a u svakodnevnom životu. Što ima loše u tome da se koristi *voice mode* ChatGPT alata za učenje engleskog jezika?!

ChatGPT nikad neće napisati da ne zna, a tako ni neće nikad „priznati“ da je u krivu, primjerice.

- ChatGPT alat je temeljen na takozvanom generativnom AI-u. Generativni AI funkcionira na način da mu se da niz i on taj niz nastavlja. On ne *razmišlja*. On ne može razmišljati. On nije *on*, on je *to*. Softver koji za ulazni niz generira nastavak kao izlaz. Taj nastavak može biti temeljen na činjenicama iz stvarnosti, ali može biti i potpuno *fabuliziran*. Doduše, postoje tehnike kako da se te fabrikacije identificiraju i eliminiraju iz odgovora. To radimo na našim projektima gdje je izrazito bitno da je odgovor temeljen na činjenicama te da postoji jasna veza između odgovora i činjenica. Tako da je moguće (i to se radi) razviti softver koji će reći: „*ja nemam informacija da odgovorim na pitanje*“, ali ChatGPT za sada tako ne radi.

Koje su još negativne strane AI-a, a što nam je dobro donijela?

- Svaka tehnologija rješava određeni problem ali isto tako se može i zlouporabiti. Tako je i s umjetnom inteligencijom. Generativna umjetna inteligencija je područje AI-a koje se bavi generiranjem sadržaja na temelju nekog ulaznog niza – najčešće niza riječi. Primjer takvog AI-a je *Midjourney*. *Midjourney* je AI koji generira slike na temelju danog teksta. Srećom, takvi komercijalni generativni AI modeli imaju takozvane filtere kojima nastoje eliminirati bilo kakvu zlouporabu. No, postoje *open source* modeli koji nemaju filtera. Takvi modeli se koriste da se s nevjerojatno malo truda generiraju uvjerljive slike i videi koji se onda koriste kao „dokazi“ pri diseminaciji lažnih vijesti.

Također, kad je riječ o odgovorima na hrvatskom jeziku zna doći do problema. Često miješa naš jezik s regionalnim ili sličnim te radi gramatičke i pravopisne greške – a naši dijalekti... Zvuči poprilično teško za usvajanje. Kako znati iz kojih je informacija model učio?

- Ovakvi problemi nastaju pretežno kada generativnom modelu damo prekratak tekst da bi ga *gurnuli* u smjer generiranja odgovora na ispravnom jeziku. To se vrlo lako rješava na način da se u poruci eksplicitno zatraži od generativnog modela da se pridržava određenog jezika i njegovih pravila. Današnji modeli imaju implementiranu takozvanu tehniku *Chain-of-thoughts* ili lanac misli. To je tehnika kojom generativni model višestruko puta inicira *sam sebe*, interno, kako bi mogao odgovoriti na teže upite. Tu tehniku može indirektno kontrolirati i korisnik. Za primjer, korisnik može na kraju svoje poruke zatražiti model, kada dođe do konačnog odgovora, da odgovor još jednom prekontrolira i revidira u skladu s hrvatskim jezikom i pravopisom.

Proizvodnja, sigurnost, obrazovanje, zdravstvena skrb, energetika, promet samo je dio sektora gdje se koristi AI. Smatrate li da će ubrzati stvari u, primjerice, uvijek pretrpanom zdravstvu, da će učenici bolje shvaćati gradivo, ili ne?

- Svakako će dovesti do brojnih automatizacija, čak i onih za koje danas smatramo da su nemoguće. Radi se o novoj tehnologiji koja je tek počela pokazivati svoj potencijal. U istraživanje i razvoj te tehnologije se danas izdvajaju nevjerojatne sume novaca i duboko sam uvjeren da ono što danas imamo od AI-a ni približno neće izgledati slično kao ono što ćemo imati od AI-a za 20 ili 50 godina.

Slažete li se s povjesničarom, filozofom i autorom bestselera Yuvalom Noahom Hararijem kad kaže „Kad algoritmi bolje razumiju ljude nego što ljudi razumiju sami sebe, politička moć prelazi iz ljudi u računala“?

- Yuval Noah je odličan mislilac. Neke od njegovih knjiga su me oduševile. I redovito ga pratim na platformi X. U nekim knjigama je fantastično interesantno objasnio uzročno-posljedičnu vezu između događaja kroz povijest kako bi rastumačio zašto smo danas tu gdje jesmo. No, da li je ta uzročno-posljedična veza koju on opisuje i *validna* – ili samo zvuči logično? Današnji mislioci su polarizirani kada je u pitanju umjetna inteligencija. Postoje oni koji u umjetnoj inteligenciji vide u singularitet te vjeruju da je to optimalni put za napredak čovječanstva. No, postoje i oni koji vide rizik u tome. Noah spada u potonju skupinu. Ja smatram da ta skupina zapravo ne sumnja u realnu vjerojatnost da je prva skupina u pravu – ali možda radikalnije ističe rizike jer... rizici ipak postoje i trebamo ih adresirati.

I za kraj – koliko je Vama upotreba AI olakšala život, za što je sve koristite?

- Ne postoji osoba na svijetu koja je manje talentirana za kuhanje od mene. Ali zaista! Ja se mogu zagledati u juhu i čekati satima da zavri. Ali čim na tren skrenem pogled, cijela kuhinja već pliva u juhi. Srećom imam AI pa slikam jelo i pitam: *koliko još minuta?*

[Od beta kazeta do umjetne inteligencije: Kako se novinarstvo promijenilo u posljednjih 20-ak godina](#)

[Mnogi smatraju ovog čovjeka najboljim podcasterom u regiji. Otkrio nam je zanimljive detalje iz svog života: "Upadao sam u probleme i pokušavao ih rješavati riječima, češće bezuspješno nego uspješno"](#)

[Direktor i suosnivač dvije startup tvrtke: "62% mladih u Hrvatskoj nikad nije učilo o medijskoj pismenosti – to je točno ono što ne želimo"](#)



Članak je objavljen uz financijsku potporu Agencije za elektroničke medije iz Programa poticanja novinarske izvrsnosti

Moja reakcija na članak je...

Ljubav

Haha

2

Nice

0

What?

1

Laž

0

Sad

0

Mad

0

NAPIŠI, DOJAVI, SLIKAJ,
UKAŽI... BUDI DIO NAS.

