

DVOGLAVA OVCA

Što AI radi našoj kulturi dok
mi gledamo na drugu
stranu?

AUTORICA "MALE ŠKOLE
UMJETNE INTELIGENCIJE"

OSNIVAČICA PLATFORME
ARTIFEX DEI

Marija Matokanović



Rođenje Isusovo

Ljudi koji će živjeti u svijetu okruženom u potpunosti umjetnom inteligencijom već su rođeni. To su djeca koja sada imaju 5+ godina i koja uopće nitko ne priprema na to. Odrasli danas jedva prihvaćaju potrebu za edukacijom o internetu i društvenim mrežama, a o edukaciji o AI-ju uopće ne mislimo.

Danas vjerski kalendari, naljepnice na vratima i „umjetnine“ s vjerskim motivima imaju prikaze Isusa i Djevice Marije okružene izobličenim licima. Na prikazu Isusova rođenja, ovca u prvom planu ima dvije glave. Druga ovca, pored nje, nema nijednu.

U boljoj varijanti, Isus ima holivudski bijeli osmijeh. Te slike vise u domovima, na vratima, na zidovima, a ljudi to ne primjećuju. Trebalo mi je pet godina rada s umjetnom inteligencijom da shvatim kako mi nije najveći problem to što dvoglava ovca postoji. Najveći je problem to što je više nitko ne vidi.

Da bi se razumjelo zašto je to važno i zašto pišem ovaj članak, moram krenuti od početka.

Najveći problem
nije to što
dvoglava ovca
postoji.
Najveći je problem
to što je više nitko
ne vidi.

Za umjetnu inteligenciju počela sam se zanimati prije više od pet godina, kada je izašao besplatni tečaj „*Elements of AI*” Sveučilišta u Helsinkiju. Tada se pojam AI nije koristio u široj javnosti i nije mi bilo jasno zašto je tečaj uopće napravljen. Slušala sam ga, ali moram priznati da mi nije sjelo na prvu. Čak sam i odustala od završnog ispita. Ali tema me fascinirala.

Kada je objavljen ChatGPT, oduševila sam se. Konačno mi je sjelo sve što sam učila na tečaju ranije. Umjesto kave, častila sam se mjesecom premium pretplate i počela isprobavati sve alate koji su izlazili. Aktivirao mi se hiperfokus, pa sam učila i radila satima bez osjećaja za vrijeme.

Iznenadilo me što veći broj ljudi nije jednako zainteresiran za ovu temu. Pomislila sam kako je tako možda jer nema sadržaja na hrvatskom jeziku. Čak sam u jednom trenutku otvorila i profil na društvenim mrežama gdje sam snimala kratke videe kako bih zainteresirala ljude.

U tradicionalnoj korporaciji u kojoj radim tražila sam petominutni sastanak s članom uprave samo da mu pokažem što dobar prompt može učiniti za analizu tendera od više stotina stranica, proces na kojem su kolege gubile mjesece, a pogreške se mjerile u milijunima.

Općenita reakcija bila je skepsa. Kolege, a onda i menadžment, hvatali su se za pogreške modela, ignorirajući činjenicu koliko nas promjena rada može ubrzati, ali i zaboravljajući da i čovjek treba trening da postane dobar. Govorila sam tada da je fokus rano shvatiti kako AI radi, da ga trebamo razumjeti dok je fićo, da bismo ga znali voziti kada postane Ferrari. Ako odmah sjednemo u Ferrari, slupat ćemo se u prvoj krivini. Nisam naišla na razumijevanje ove, po meni odlične, simboličke usporedbe. :)





Nisam odustajala. Spojila sam se s malom grupom unutar korporacije koja je prepoznala AI trenutak i pokrenula prve inicijative i testiranja. Paralelno sam, pomalo ludo fokusirano, i dalje istraživala opcije, mogućnosti i unapređenja koja su dolazila kroz godine. Moja sreća bila je što je moj suprug postao entuzijast za AI mogućnosti, pa su nam se kućni razgovori svodili na AI, što smo probali, kako radi, kako naučeno iskoristiti u poslu.

To su i djeca primijetila pa počela ispitivati: *"Pa što je to AI? S kime to pričam na mobitel?"*

I tu je počelo ono što me lagano dovelo do dvoglave ovce, a to je potreba za djelovanjem.

Kada nešto složeno trebamo objasniti djeci, mi doma posežemo za slikovnicom. Ovaj put nisam pronašla nijednu o AI-ju za malu djecu, ni na hrvatskom ni na engleskom. Postojali su priručnici za korištenje AI alata, ali ne i materijali za djecu od pet i više godina koja ne trebaju probati AI alate, ali trebaju naučiti što je to.

Iako nikada nisam ni pomišljala raditi edukativne materijale za djecu, nedostatak opcija na tržištu, ali i shvaćanje kako rano izlaganje male djece AI alatima otvara i potencijalne negativne utjecaje, natjeralo me da sama preuzmem stvari u svoje ruke i napišem prvu dječju edukativnu slikovnicu o umjetnoj inteligenciji.

Pisanje je išlo izuzetno brzo jer sam doma imala dva potencijalna korisnika, sinove tada od 7 i 5 godina, s kojima sam prolazila same rečenice kako bih bila sigurna da djeca to mogu razumjeti.

Razmišljala sam o tome što djecu želim naučiti ali i na što im želim skrenuti pozornost, jer djeca su spužvice. Oni jako dobro pamte ono što im se kaže, čak i kada mislimo da nas niti ne slušaju.

Stoga slikovnica ima četiri glavna područja. Ona uči djecu što je AI, kako ga prepoznati već u svojem okruženju, u čemu je AI dobar, a u čemu loš, a jako bitno potiče i konstruktivno razmišljanje i promišljanje o njemu.

Misao vodilja prilikom odluke kome je slikovnica namijenjena bio je i psihologijski uvid da utjecaj na dijete najjači je do sedme godine, do desete je još moguć, a poslije je osobnost već formirana. Prozor u kojem možemo utjecati na njihovo poimanje svijeta i vrijednosti jako je uzak.

Prvih sto komada prodalo se brzo, uslijedila je suradnja s knjižarama i puno veća druga naklada, ali opća javnost ostala je nezainteresirana. Ljudi jednostavno ne misle da je vrijeme da tako malu djecu uče o AI-ju, a uče ih kako se gradi kuća, koje prijevozne opcije postoje, kako funkcionira svemir. Nije li vrijeme da ih učimo o pojmu koji oblikuje svijet u kojem već žive?

Nije mi to bilo jasno, posebno jer sam imala veliku potrebu pomoći djeci shvatiti ovu novu pojavu. Počela sam raditi radionice. Ne radi prodaje slikovnice, nego radi same edukacije djece. I tu sam vidjela ono što me zaista uplašilo. Djeca su željna razgovora o AI-ju i puno toga već znaju. Ali sve to znanje pada u zaborav kada vide virtualnog avatara koji im odgovara na pitanja. Vrište od oduševljenja. Odmah ga prihvaćaju kao prijatelja. Treba imati na umu kako generacije djece već se dva desetljeća bore s razumijevanjem interneta i društvenih mreža, sve manje razgovaraju uživo, više kroz ekrane, što gradi lažno samopouzdanje.

Imamo nacionalne programe za edukaciju djece o internetu i još su potrebni jer svake godine nova generacija djece ulazi u taj razvojni krug.

A sada zamislite dijete koje razgovara s AI atomom. AI uvijek ima vremena. Nikada nema loš dan. Možeš ga pitati i ono na što bi se pravi prijatelj uvrijedio, a on se neće naljutiti. Priča s tobom satima, i to slično kao čovjek, pa se odrasli mozak bori da pojmi da to s druge strane nije čovjek. Zamislite onda nerazvijeni dječji mozak. Djeca trebaju našu pomoć.



Trebamo im skrenuti pozornost na to da AI ne razumije emocije, ne osjeća ih, ne shvaća odnose među ljudima i zato ne može biti pravi prijatelj.

Trebamo im to reći dok su još jako mladi, da im to postane jasna činjenica prije nego što i krenu u prvi razgovor.

U ovo sam sigurna jer sam razgovorom s djecom iz trećeg razreda shvatila kako sam njima već zakasnila, a prva i jedina sam došla.

Paralelno s ovime radila sam i na tehničkom dijelu, kako raditi automatizacije, agente i implementaciju AI-ja u poslovanje.

Tek možda od početka 2026. većina IT firmi konačno je shvatila da AI neće otići i da se neopisivo brzo razvija. Sada svi rade inicijative, svi su „AI native“ i „AI first“. Na svakoj konferenciji sve je o AI-ju. Ali kad razumno i malo dublje pogledaš, velika većina toga je marketing. Bila sam na konferenciji gdje je cijela poruka bila kako je organizator AI-first firma, a u razgovoru njihovi zaposlenici otvoreno kažu da AI dosad nisu koristili ni na jednom projektu.

Istina, postoje firme koje zaista uvode stvarne promjene, ali velika većina, prema zadnjim istraživanjima, i dalje nije promijenila način rada. Više od 80 % firmi koje su uvele AI nastavile su raditi po starim procesima.

A svatko tko koristi AI smisleno vrlo brzo shvati jednu stvar: ako želiš stvarnu korist od AI alata, moraš promijeniti način na koji radiš.

Ne možeš ponavljati iste pogreške koje su se radile prije 20 godina tijekom digitalizacije. To je onaj primjer kada formu koju si prije ispunjavao ručno sada ispunjavaš na računalu, ali je onda i dalje printaš, nosiš tri kata niže na potpis i pečat, pa šalješ dalje u pisarnicu i poštu. Digitalizirao si alat, ali ne i proces. Doslovno to danas većina ljudi radi s AI-jem.

AI se koristi kao dodatak starom načinu rada, umjesto da se posao reorganizira oko novih mogućnosti koje AI donosi.





To je toliko neučinkovito da uopće ne treba čuditi što velik broj AI inicijativa propada.

I dok IT sektor sada intenzivno raspravlja kako implementirati AI u poslovanje, što su realno trebali početi raditi prije nekoliko godina, jedna sasvim nova i puno dublja promjena društva gotovo se potpuno ignorira.

AI je već ušao u razna područja i ostavlja jak socijalni, društveni i kulturološki utjecaj na sve nas, kojeg većina nije svjesna, a pitanje je i želi li biti.

Svi se ponašaju kao da AI ne postoji u tim područjima, kao da nema utjecaja i kao da još ima jako puno vremena za djelovanje, što je najveća zamka.

Područje na koje je pojava AI-ja jako utjecala, a koje je meni zanimljivo, jest umjetnost.

Odjednom su svi ljudi koji su imali ideje, ali ne i strpljenje za rad, učenje i vježbanje kao niti talent, mogli generirati svoja „djela“ po naučenim obrascima pravih umjetnika.

Nastala je poplava AI sadržaja upitne kvalitete: naslovnice, reklame, vizuali.

Coca-Coli je trebalo 70 000 promptova za AI generiranu reklamu koja je katastrofalno loša.

Svaki kadar ima drugačiji kamion iako kao prati isti, ljudi se ne pojavljuju jer ih nisu uspjeli napraviti bez pogrešaka. Da je čovjek radio taj video, dobio bi otkaz. Ali ovo je bila među prvim AI reklamama koje su gledali milijuni. Milijuni su time učenici da smanjuju svoje kriterije.

Te početno loše, a sada sve bolje generirane slike polako su, jedna po jedna, snižavale i mijenjale očekivanja publike i smanjivale doseg pravog autentičnog umjetničkog djela, bilo slike, pisane riječi ili pjesme. Odjednom svi mogu sve. Ali kakva je stvarna kvaliteta? Tu se vraćamo na dvoglavu ovcu.

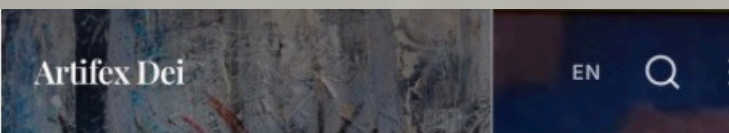
”

AI se koristi kao dodatak starom načinu rada, umjesto da se posao reorganizira oko novih mogućnosti koje AI donosi.

Društvo, zajednica
i naša djeca
oblikuju se sada.
Tu se ne može
staviti pauza niti
naknadno vratiti
utjecaj.

Te slike na katoličkim kalendarima imaju duhovnu razinu, i ovakvi prikazi podsvjesno uče vjernike da su upravo takve slike dio njihove vjere. Uz to je i svojevrsno svetogrđe: sakralni umjetnici stoljećima su svoja djela vezali uz molitvu, odricanje i, prema nauku Crkve, ljepotu i slavu Boga. A sada su se pojavili i umjetnici bez inspiracije koji AI generirane prikaze ručno kopiraju i prodaju kao svoja autorska djela. I takve fotografije vise na zidovima obitelji ili vratima domova, a najgore od svega, ljudi to nisu primijetili. Zato sam pokrenula **Artifex Dei** ili „Božji umjetnik“, prvo mjesto u Hrvatskoj koje okuplja autentične sakralne umjetnike, promovira njihov rad i educira publiku. Okupiti umjetnike, velike individue specifičnih pogleda, a još i sakralne, nije lagan posao.

I to je razlog zašto pišem ovaj članak. Većina ljudi, zaokupljena svojim svakodnevnim poslovima i uskim fokusima, propušta primijetiti kako se društvo mijenja. Oni koji vide, misle da ima vremena za reagirati. Vremena nema. To je najveća zamka. AI se razvija toliko brzo da je to poslovno odlično, ali socijalno i kulturno nešto za što kao društvo nismo spremni. Društvo, zajednica i naša djeca oblikuju se sada. Tu se ne može staviti pauza niti naknadno vratiti utjecaj na koji nismo pravovremeno reagirali.



[ZAJEDNICA](#) [UMJETNICI](#) [DJELA](#)



Naša ljudska dužnost nije samo prilagoditi se promjenama, nego ih pokušati razumjeti i svjesno odlučiti kako želimo živjeti u svijetu koji nastaje pred nama.

Dužni smo razmišljati dugoročno o tome u kakvom društvu živimo, u što se ono razvija i što ostavljamo generacijama koje dolaze.

To neće napraviti nitko umjesto nas. Ni vlade, ni organizacije, ni tehnološke kompanije.

Svatko od nas pojedinačno mora izaći iz vlastite zone sigurnosti i prihvatiti činjenicu da se svijet mijenja. Ne samo pasivno promatrati promjene, nego odlučiti kako želi reagirati na njih. A to nije lako.

Promjene su
teške.

Ljudi prirodno
vole poznato,
poznate procese,
poznate načine
rada, poznate
obrasce
ponašanja.



Ponekad čak i sami sebe uvjeravamo da se ništa značajno ne događa, samo kako bismo mogli ostati u toj sigurnosti.

Ali život nije stajanje na mjestu dok svijet prolazi pored nas.

Ovo možda nije tekst koji će na prvu izazvati oduševljenje jer ne govori ono što ljudi žele čuti. Ali govori ono o čemu bismo kao društvo morali početi ozbiljno razgovarati.

Vrijeme je da otvorimo oči. Da realno sagledamo svijet oko sebe, prepoznamo kako nam AI može pomoći i unaprijediti život, ali istovremeno svjesno postavimo i teža pitanja o njegovom utjecaju na društvo, odnose, djecu, umjetnost i način na koji živimo.

AI nije nešto što tek dolazi. AI je već ovdje i neće čekati da društvo bude spremno.

Pitanje više nije hoćemo li živjeti uz njega, nego hoćemo li to raditi svjesno.

