

AI MEDIA SUMMIT

A print visszavág: mit nyerhetnek a magazinok az AI korában

2026. 09. 08. 16:10

Méta Open Lab

HUN · 30 perc

**Lugosi Péter**Főszerkesztő · National Geographic
Magyarország**Fehérvári Krisztina**

vezető szerkesztő · MediaFuture

**Dr. Maróy Krisztina**Főszerkesztő (GLAMOUR Magyarország),
médiastratega, divat- és kultúrakutató, age
activist · GLAMOUR

Lugosi Péter, Dr. Maróy Krisztina és Fehérvári Krisztina a nyomtatott média ellenálló képességéről és a mesterséges intelligencia, valamint a túlzott információáradat jelentette kihívásokról beszélgetnek.

MIRŐL VOLT SZÓ

Lugosi Péter szerint a generatív mesterséges intelligencia jelentős visszaesést okoz az online olvasók számában, a nyomtatott média azonban egyedülálló lehetőséget kínál az információk inflációjának ellensúlyozására. A jelenlegi digitális környezetre az adatok túlnyomó áradata jellemző, ami egyre nagyobb igényt teremt a közönség körében a közösségi média zaja elől való menekülésre. Például a nyomtatott sajtó „lassú média” élményt nyújt, ahol a újságírók hónapokat is eltölthetnek egyetlen téma kutatásával, hogy magas minőségű, összetett kommunikációt hozzanak létre.

Dr. Maróy Krisztina párhuzamot von a divatipar és az információs ipar válsága között, megjegyezve, hogy a tömegtermelés veszélyeztette az eredetiséget és a kreativitást. Hangsúlyozza, hogy az emberi tényező – az empátia, az erkölcsi ítélőképesség és a terepen való fizikai jelenlét – olyan dolog, amit a mesterséges intelligencia nem tud utánozni. Például egy fizikai magazin egyedi élménye, beleértve annak illatát és tapintási jellegét, mélyebb kapcsolatot teremt az olvasóval, mint egy digitális képernyő. Ezek az elemek együtt arra utalnak, hogy a nyomtatott sajtó jövője a kurátált, magas minőségű alternatívaként az algoritmikus tartalomhoz.

KIEMELT MEGÁLLAPÍTÁSOK

- Lugosi Péter szerint a nyomtatott média szükséges „lassú média” ellensúlya az AI által generált információk gyors, gyakran túlterhelő áradatának.
- Dr. Maróy Krisztina kiemeli, hogy az emberi erkölcsi ítélőképesség és a szerkesztői integritás kritikus különbségtétel az AI által generált tartalommal szemben.
- Fehérvári Krisztina megjegyzi, hogy bár az MI segíthet technikai feladatokban, például a transzkripcióban vagy a helyesírás-ellenőrzésben, nem helyettesítheti az emberi kurátor összetett szerkesztési döntéseit.

ÜZLETI HATÁS

A vita során a Big Tech felé áramló hirdetési bevételek miatt mind a nyomtatott, mind az online média számára életképes üzleti stratégiának tekinthető előfizetési modellek felé történő elmozdulást azonosították. A National Geographic Magyarország a borítót létfontosságú identitásként és a fizikai standokon történő előfizetők vonzásának eszközeként használja. Továbbá a beszélők megjegyzik, hogy bár a fiatalabb közönséget nehezebb nyomtatott formában elérni, egyre nagyobb a tudatosság a folyamatos képernyőidő negatív mentális és fizikai hatásairól, ami növelheti a moderált tartalomfogyasztás iránti keresletet.

KÖVETKEZTETÉS

Fehérvári Krisztina azzal zárja, hogy tanácsolja a közönségnek, legyenek nagyon válogatósak a fogyasztott tartalmakkal kapcsolatban, és hasonlíttja az információfelvételt a táplálkozáshoz. A felszólalók azt javasolják, hogy állapítsanak meg időkorlátokat a digitális fogyasztásra, és keressenek „gazdagabb” élményeket, például könyvolvasást vagy személyes beszélgetéseket, hogy megóvják az elme egészségét és a kognitív funkciókat.

AI MEDIA SUMMIT

Print Strikes Back: How Magazines Can Thrive in the Age of AI

2026. 09. 08. 16:10

Méta Open Lab

HUN · 30 perc

**Péter Lugosi**

Editor-in-chief · National Geographic Hungary

**Krisztina Fehérvári**

· Media Future

**Dr. Krisztina Maróy**

Editor-in-Chief of GLAMOUR Hungary, media strategist, fashion and cultural researcher, and age activist · GLAMOUR

Péter Lugosi, Dr. Krisztina Maróy, and Krisztina Fehérvári discuss the resilience of print media and the editorial challenges posed by the rise of generative AI and information inflation.

WHAT WAS DISCUSSED

Péter Lugosi argues that while generative AI creates a massive inflation of information, it provides an opportunity for print magazines to offer "slow media" and high-quality curation. He emphasizes that print allows for deep, months-long research and complex communication that online platforms often sacrifice for speed. For example, National Geographic has historically utilized long-term research to produce high-quality content.

Dr. Krisztina Maróy compares the current information crisis to the mass-production crisis in the fashion industry, where originality is often sacrificed for copies. She highlights the mental health impacts of short-form videos and the need for editorial integrity to foster critical thinking. These elements suggest that the value of media is shifting toward human-led curation and original, physical experiences. For example, the Glamour Book was created as a collectible item intended to remain relevant on a shelf for years.

KEY TAKEAWAYS

- Péter Lugosi suggests that print magazines can thrive by offering a curated, slow-media experience that counters the noise of AI-generated content.
- Dr. Krisztina Maróy notes that the physical experience of print, including its tactile nature and high-quality photography, provides a unique connection that digital screens cannot replicate.
- Krisztina Fehérvári highlights that the role of the editor is fundamentally that of a curator who makes moral and aesthetic choices that AI cannot replicate.

BUSINESS IMPACT

The discussion identifies a shift in the advertising market toward Big Tech, which reinforces the importance of subscription models for magazines. Péter Lugosi notes that the cover remains a vital identity marker for print sales, while Dr. Krisztina Maróy mentions using digital covers to experiment with bolder content. The speakers also emphasize the high cost and value of professional photography, which remains a primary differentiator against AI-generated imagery.

CONCLUSION

The speakers conclude by urging the audience to be more intentional about the content they consume, comparing information intake to nutrition. Krisztina Fehérvári recommends setting limits on screen time and seeking out richer, human-led experiences like reading books or having face-to-face conversations. They advocate for a future where print and human curation provide a necessary balance to the overwhelming speed of the digital age.