

AI MEDIA SUMMIT

Az AI nem újságíró: a szerkesztőségek jelene és jövője

2026. 09. 08. 15:40

Méta Open Lab

HUN · 30 perc

**Kálmán Szonja**

Főszerkesztő · Dívány.hu

**Szőke Tibor**Ügyvezető · radiocafé & Impact
Communications**Akovács Éva**

főszerkesztő · Nők Lapja portfolió

**Gerhát Petra**

szerkesztő, újságíró · Dívány

Kálmán Szonja, Akovács Éva, Szőke Tibor és Gerhát Petra megvitatják a mesterséges intelligencia szerepét a újságírásban, hangsúlyozva, hogy bár az AI segíthet a kutatásban és a munkafolyamatban, nem helyettesítheti az emberi történetmesélés és elszámoltathatóság elemét.

MIRŐL VOLT SZÓ

A résztvevők egyetértenek abban, hogy az MI nem újságíró, mivel hiányzik belőle az emberi tényező, bár képes bizonyos szerkesztői feladatok elvégzésére, mint például az információk kinyerése, források kutatása és rendszerezése. Szőke Tibor elmagyarázza, hogy a radiocafé-nál az MI-t a munkafolyamatok, például a podcast-előállítás, vágás és feliratozás egyszerűsítésére használják, miközben a tartalmakat továbbra is emberek készítik. Például a Café Online projektben automatizált folyamatokat alkalmaznak a közzétételhez és a kezeléshez, miközben az emberek felügyelik az ösztönzést és a hitelesítést.

Akovács Éva megkülönbözteti a prémium, egyedi tartalmat a tömegtermelésű hírektől, és megjegyzi, hogy a nyomtatott médiának szigorúbb szabályokra van szüksége, mivel az olvasók fizetnek azért a bizalmi szintért, amelyet az AI által generált szöveg alááshat. Kálmán Szonja kiemeli, hogy bár az AI képes kezelni az ismétlődő feladatokat, például az időjárás-jelentéseket vagy az asztrológiai előrejelzéseket, nem tudja lemásolni egy magas színvonalú riporter egyedi stílusát vagy élettapasztalatát. Például egy riporter leírhat egy konkrét, humoros megfigyelést egy múzeumból, amelyet egy AI, mivel nincs élettapasztalata, soha nem találna ki.

KIEMELT MEGÁLLAPÍTÁSOK

- AI lelkes gyakornokként viselkedhet, aki soha nem fárad el, de állandó emberi felügyeletet igényel a hibák elkerülése érdekében.
- A nyelv homogenizálódása kockázat, mivel a mesterséges intelligencia a meglévő online adatokra támaszkodik, ami potenciálisan elnyomhatja az egyedi újságírói stílusokat.
- Azt a magasabb mércét, amit a tudósítóktól elvárnak, az AI által könnyen kezelhető alapszintű információ-szintézis miatt az egyéni vélemény és egyedi hang megnövekedett értéke indokolja.

ÜZLETI HATÁS

A vita során azonosítottak egy változást a munkaerőpiacon, ahol az AI fenyegeti a junior és gyakornoki pozíciókat, ami potenciálisan hiányt okozhat a jövő vezető újságíróinak képzésében. A globális platformokkal, például a Google-lal és a Meta-val szembeni versenyképesség megőrzése érdekében a médiumoknak az AI-t kell használniuk a nagy mennyiségű, alacsony értékű tartalom, például a tőzsdeelemzés vagy az időjárás-jelentések kezelésére. Ez lehetővé teszi az emberi személyzet számára, hogy a magas színvonalú, prémium tartalomra összpontosítson, amely indokolja az előfizetési modellt, még akkor is, ha kevesebb kattintást generál, mint a kattintásvadász tartalmak.

KÖVETKEZTETÉS

A beszélők arra a következtetésre jutottak, hogy a jövő újságírása az emberi kreativitás és felelősség megőrzésében rejlik, mivel az AI nem vállalhat felelősséget a kimenetért. Azt javasolják, hogy az AI-t asszisztensként használják a transzkripció és a tényellenőrzés időmegtakarítására, ami végül lehetővé teszi a újságírók számára, hogy értelmesebb munkát végezzenek. A végső konszenzus az, hogy bár a médiavilágot gyorsan változik, a magas színvonalú, egyedi riportok továbbra is szükségesek és értékes árucikk maradnak.

AI MEDIA SUMMIT

AI Is Not a Journalist: The Present and Future of Newsrooms

2026. 09. 08. 15:40

Méta Open Lab

HUN · 30 perc

**Szonja Kálmán**

Editor-in-Chief · Divany.hu

**Tibor Szőke**Managing Director · radiocafé & Impact
Communications**Éva Akovács**

editor-in-chief · Nők Lapja portfolio

**Petra Gerhát**

Editor, Journalist · Divány

Szonja Kálmán, Éva Akovács, and Tibor Szőke discuss the evolving role of artificial intelligence in newsrooms, emphasizing that while AI can assist with research and workflow, it cannot replace the human element of journalism.

WHAT WAS DISCUSSED

The participants agree that AI is not a journalist because it lacks the human factor, personal experience, and the ability to take responsibility for content. Szonja Kálmán notes that AI can generate well-formed text, but it cannot replicate the unique storytelling or interviews that define high-quality magazine journalism. For example, Szonja Kálmán highlights that AI cannot replicate the specific style or "soul" of a writer like Szefer Erzsébet.

Tibor Szőke explains how radiocafé & Impact Communications uses AI to optimize workflows, such as podcast production, cutting, and transcription, while maintaining human oversight for prompting and quality control. Éva Akovács distinguishes between the use of AI in online platforms, where it can be used more boldly for research and summarization, and print media, where strict rules apply to maintain reader trust. These elements suggest that AI serves best as a high-powered assistant that handles repetitive tasks to free up journalists for creative work.

KEY TAKEAWAYS

- Tibor Szőke mentions that radiocafé & Impact Communications developed a custom editorial workflow system with Ponte.hu to manage AI functions.
- Éva Akovács states that she prohibits AI from generating primary text for print publications to preserve the trust of paying readers.
- The speakers conclude that the standard for journalists is rising because AI can now handle basic information gathering, requiring humans to provide more unique opinions and styles.

BUSINESS IMPACT

The discussion highlights a shift toward a two-tier content model where AI handles high-volume, data-driven news like weather or stock analysis, while human journalists focus on premium, unique content. Tibor Szőke notes that for large publishers, it is no longer economically viable to have humans write every single daily post, making AI integration necessary to compete with global platforms like Google and Meta. However, the speakers emphasize that the long-term survival of premium media depends on maintaining high-quality, human-led content that offers something unique and non-homogenized.

CONCLUSION

The speakers conclude by urging the industry to view AI as a tool for time-saving and efficiency rather than a replacement for creativity. They recommend that newsrooms focus on hiring journalists who possess a distinct voice and the ability to use AI tools responsibly. The final sentiment is one of hope that high-quality, human-led journalism will continue to find its audience in the future.