

AI Art summit

Újraalkotott múlt - meddig hiteles az AI?

2026. 09. 07. 17:15

Cinematic Studio

HUN · 25 perc



Osbáth Norbert
youtuber · Pamkutya



Weiler Péter
képzőművész



Katona Csaba
történész

Szilvi, Krisztián, Timi és Ákos az mesterséges intelligencia és a kiadói iparág metszéspontjáról beszélgetnek, különös tekintettel a technológiai segítség és az emberi kreativitás közötti egyensúlyra.

MIRŐL VOLT SZÓ

Szilvi megjegyzi, hogy bár a kiadói szektorban mérsékelt mértékben alkalmazzák az AI-t, a platformok, mint a Google és a Spotify, az AI által generált tartalmakat egyre inkább büntetik, így a egyedi tartalom marad a legértékesebb eszköz. Krisztián megfigyeli, hogy az AI hasznos asszisztensként szolgál a szerkesztési és ellenőrzési folyamatokban, de hiányzik belőle a magas szintű irodalmi termeléshez szükséges kreatív szikra. Például Krisztián szerint, míg az AI kezelheti a repetitív nem-fikciót vagy a sablonos romantikus regényeket, nem tudja reprodukálni egy magas minőségű krimi egyedi, meglepő jellegét.

Timi hangsúlyozza, hogy az AI segíthet a szövegfeldolgozásban és a marketingkampányokban, de az ezeket az eszközöket használó szerzők jogi és etikai keretei továbbra is tisztázatlanok. Ákos kiemeli, hogy az AI hogyan befolyásolja a fogyasztói viselkedést és a marketinget, megjegyezve, hogy bár nem változtatja meg a könyvek hosszát, jelentősen befolyásolja a tartalom felfedezését és népszerűsítését. Például a csoport megvitatja, hogy az AI által generált hamis könyvek és vélemények olyan platformokon, mint az Amazon, hogyan torzíthatják a piaci képet és manipulálhatják az algoritmusokat. Ezek az elemek együttesen azt sugallják, hogy az AI jelenleg az ipari hatékonyság eszköze, nem pedig a szerzői jogok helyettesítője.

KIEMELT MEGÁLLAPÍTÁSOK

- Az egyedi, emberi tartalom egyre értékesebbé válik, ahogy a keresőmotorok és a streaming szolgáltatók szigorúbbá teszik az AI-generált tartalmakkal szembeni fellépésüket.
- AI kiválóan teljesít a repetitív, sablonos műfajokban, de kreatív írásban küzd a komplex érzelmi állapotokkal és a pszichológiai mélységgel.
- Az AI elsődleges fenyegetése a könyvpiacra a tömegesen előállított hamis tartalmak lehetősége, amelyek manipulálják a fogyasztói elvárásokat és az algoritmusokat.

ÜZLETI HATÁS

A vállalati hatás középpontjában az „ipari” mesterséges intelligencia alkalmazások és a „kézműves” emberi kreativitás közötti különbség áll. A kiadók az AI-t alacsony szintű feladatokra, például bibliográfia készítésére, folytonosság ellenőrzésére és marketing kampány elemekre használhatják az hatékonyság növelése érdekében. Azonban az „emberi” márka prémium marad; az olvasók továbbra is személyes kapcsolatot igényelnek az íróval, ami elengedhetetlen a márkaépítéshez és a hosszú távú piaci pozícióhoz. Az AI által generált tartalom növekedése új digitális „biztonsági korlátok” bevezetését is szükségessé teszi a hamis értékelések és hamis listák kiszűrésére nemzetközi platformokon, például az Amazonon.

KÖVETKEZTETÉS

A beszélők arra a következtetésre jutottak, hogy bár az AI elkerülhetetlen eszköz a fárasztó munkafolyamatok egyszerűsítésére, nem helyettesítheti az emberi ítélőképességet és a személyes kifejezést. Azt javasolják, hogy a kreatívak használják az AI-t egy szintetizátornak megfelelő eszközként, miközben biztosítják, hogy a végső kreatív irányítás továbbra is ember által vezérelt maradjon. A beszélgetés egy személyes reflexióval zárul az ineffektív, de értelmes emberi tevékenységek értékéről, mint például az olvasás és a kézi bibliográfiai ellenőrzés, amelyeket nem szabad átadni a gépeknek.

AI Art summit

The Recreated Past: Where Does AI Authenticity End?

2026. 09. 07. 17:15

Cinematic Studio

HUN · 25 perc

**Norbert Osbáth**

Youtuber · Pamkutya

**Weiler Péter**

visual artist

**Csaba Katona**

historian

Norbert Osbáth, Weiler Péter, and Csaba Katona discuss the intersection of artificial intelligence and the publishing industry, focusing on the balance between technological assistance and human creativity.

WHAT WAS DISCUSSED

The participants explore how AI serves as a tool for moderation and technical assistance in publishing rather than a replacement for human authorship. While AI can assist in proofreading, generating story outlines, or creating marketing materials, the speakers emphasize that it lacks the capacity for deep emotional nuance and psychological complexity. For example, AI is viewed as a helpful assistant for checking consistency in a book with multiple endings, but it cannot replicate the creative spark of a human writer.

The discussion highlights the risks of AI-generated content, such as the flooding of platforms with non-existent books or fake reviews to manipulate algorithms. There is a consensus that while industrial, repetitive genres like certain romance novels might be more susceptible to automation, high-quality literature requires a human "judgment" that machines cannot provide. For example, the speakers note that while AI can generate a menu or a simple advertisement, it fails to capture the personal aura and unique style of a human author. These elements suggest that the future of publishing lies in a hybrid model where AI handles the "middle-tier" industrial tasks while humans retain control over creative direction and final judgment.

KEY TAKEAWAYS

- AI is currently more effective as a tool for industrial tasks like proofreading and marketing than for high-level creative writing.
- The publishing industry faces a significant challenge from AI-generated fake reviews and non-existent books designed to manipulate search algorithms.
- Human judgment and personal branding remain the most critical differentiators between authentic literature and machine-generated imitations.

BUSINESS IMPACT

The practical application of AI in publishing involves optimizing workflows for cover design, bibliography creation, and marketing campaigns. However, the speakers warn that over-reliance on AI for content can lead to a "devaluation" of the medium, where the unique charm of human-made products is lost to cheap, mass-produced alternatives. Market positioning will likely shift toward emphasizing "Made by Human" branding to distinguish authentic works from the noise of AI-generated content.

CONCLUSION

The speakers conclude by identifying human judgment as the ultimate safeguard against the erosion of quality in the age of AI. They recommend that creators use AI as an instrument—much like a synthesizer in music—while ensuring that the final creative decisions and the "human face" of the work remain intact. The session ends with a call to preserve personal, inefficient, but meaningful human activities like deep reading and manual bibliography checking.