

AI Art summit

A Gutenberg-galaxis újratöltve - Hogyan alakítja át az AI a könyvkiadást?

2026. 09. 07. 16:50

Cinematic Studio

HUN · 25 perc



Weiler Péter
képzőművész



Tamasi Szilvia
ügyvezető · We Love Budapest, Inda Press, Economx



Nyáry Krisztián
író, kommunikációs szakember



Tegyi Timea
könyvkiadói kommunikációs szakember és szerkesztő



Zulik Ákos
Stratégiai és Operációs Vezérigazgató-helyettes · Libri-Bookline

Zulik Ákos, a Libri-Bookline stratégiai és operációs vezérigazgató-helyettese, Bélával és Tiborral együtt megvitatja az AI marketingbe, tartalomgyártásba és a kiadói iparba való integrációját.

MIRŐL VOLT SZÓ

Béla leírja az AI-vállalattá válás folyamatát, megjegyezve, hogy a generatív AI egyre inkább elfogadott a magyar videógyártási piacon. Például a cég több mint száz részben vagy teljesen AI-generált videót készített. Tibor elmagyarázza, hogy bár az AI távolinak tűnik a hagyományos kiadói tevékenységtől, már most is vizsgálják nagy volumenű adatfeldolgozásra és marketingkampányokra. Például egy cég nemrég hatalmas mennyiségű magyar könyvet kért egy nyelvi modell betanításához.

A vita a kreativitás természetére tér át, ahol Béla azzal érvel, hogy az AI a kreatív folyamat elősegítésére szolgáló eszköz, nem pedig az emberi intuíció helyettesítése. Például a cég olyan platformokat használ, mint a Springboard, hogy több száz kezdeti ötletet generáljon, amelyeket aztán emberi szakértők finomítanak. Zulik Ákos kiemeli a kereskedelmi hatékonyság és a művészi integritás közötti feszültséget, különösen az

AI által generált hangoskönyvek és a szerzői jogok védelme tekintetében. Ezek az elemek együttesen azt sugallják, hogy az AI termelékenységi szorzó, amely emberi felügyeletet igényel a minőség és a jogi normák fenntartásához.

KIEMELT MEGÁLLAPÍTÁSOK

- Béla azt állítja, hogy az MI segít a fennmaradó 98%-nak, akik természetesen nem kreatívak, innovatív megoldásokat találni.
- Tibor hangsúlyozza, hogy a szerzői jogi védelemnek mindig elsőbbséget kell élveznie az AI által vezérelt adatkérélmek esetében.
- Zulik Ákos megjegyzi, hogy a fő cél új közönség elérésére irányul, akik korábban nem gondoltak olvasásra.

ÜZLETI HATÁS

A mesterséges intelligencia gyakorlati alkalmazása a tartalomgyártás gyorsaságára és a marketing költségeinek csökkentésére összpontosít. Béla bemutatja, hogyan készült egy „GTA-stílusú” videó mindössze néhány óra alatt egy hírre reagálva, ami AI nélkül lehetetlen lett volna. Bár az AI „elég jó” tartalmat képes gyorsan előállítani, a beszélők egyetértenek abban, hogy az emberi készítésű termékek idővel prémiumarat érhetnek el, mivel a „Made by Human” címkék a minőség jelképévé válnak. A vállalati hatás a különböző kreatív elemek iránti exponenciálisan növekvő ügyféligény kezelésében mutatkozik meg.

KÖVETKEZTETÉS

A beszélők arra a következtetésre jutottak, hogy bár az AI sok közepes szintű feladatot automatizál, a valódi „ötletemberek” iránti kereslet, akik képesek összetett problémákat érzékelni és megoldani, növekedni fog. Azt javasolják, hogy az AI-t használják együttműködő partnerként az információfeldolgozás és a forgatókönyv-tesztelés terén. A végső konszenzus az, hogy az emberi részvétel továbbra is elengedhetetlen annak biztosításához, hogy a végeredmény ne csupán egy általános gépi átlag, hanem egy értelmes, kreatív megoldás legyen.

AI Art summit

The Gutenberg Galaxy Reloaded: How Is AI Transforming Book Publishing

2026. 09. 07. 16:50

Cinematic Studio

HUN · 25 perc



Weiler Péter
visual artist



Szilvia Tamasi
CEO · We Love Budapest, Inda Press,
Economx



Krisztián Nyáry
writer, communication expert



Timea Tegyi
Publishing Communications Specialist and
Editor



Ákos Zulik
Deputy CEO for Strategy and Operations ·
Libri-Bookline

Ákos Zulik, Deputy CEO for Strategy and Operations at Libri-Bookline, along with Béla (identified as a representative of Ryzen), and other panelists, discuss the integration of artificial intelligence into marketing, content creation, and the publishing industry.

WHAT WAS DISCUSSED

The participants explore how AI is currently being utilized across different sectors, ranging from corporate communication to video production. Béla notes that while the Hungarian market is becoming more open to generative AI videos, international markets have already shown significant adoption. For example, Ryzen has produced hundreds of videos that are either partially or fully generated by AI. Ákos Zulik highlights that while the publishing world may seem distant from AI, the technology is rapidly approaching through initiatives like large-scale data acquisition for language models.

The discussion shifts to the nature of creativity and the practical limitations of current technology. The speakers agree that AI serves as a powerful tool for brainstorming and generating high volumes of ideas, but the final creative concept still requires human oversight. For example, a video was produced in just a few hours

by reacting to a news story using AI tools. These elements suggest that AI functions as a productivity multiplier that facilitates the "double diamond" method of diverging and converging ideas.

KEY TAKEAWAYS

- Béla states that AI helps the remaining 98% of people who are not naturally creative to find innovative solutions.
- Ákos Zulik emphasizes that protecting author rights remains the highest priority when considering AI in the publishing sector.
- The panelists observe that AI currently produces "good enough" content, which can lead to a homogenization of aesthetics in advertising.

BUSINESS IMPACT

The practical application of AI focuses on speed and cost-efficiency in content production, allowing companies to respond to trends in real-time. However, the speakers warn that as AI makes content production easier, the competition for consumer attention will intensify. For instance, Libri-Bookline aims to use AI to reach new readers who might not otherwise consider reading, while also managing the risk of "AI-sloppy" environments where low-quality content could dilute brand value.

CONCLUSION

The speakers conclude by debating the value of a "Made by Human" label, with some suggesting it will add premium value like artisanal goods while others remain skeptical. They recommend that AI should be used to augment human knowledge rather than replace it, ensuring that the human element remains central to the creative process.