

HOVA TOVÁBB?

*Átalakuló médiafogyasztási szokások és a mesterséges
intelligencia térhódítása*

WHERE NEXT?

Changing Media Consumption Habits and the Rise of Artificial Intelligence

GDE DALJE?

Promene navika medijskih potrošača i porast veštačke inteligencije

SZAKÁLL LAURA

Hét Nap Lapkiadó Kft., újságíró

Szegedi Tudományegyetem, Juhász Gyula Pedagógusképző Kar

Művelődéstudományi Tanszék, közösségszervező

lauraszakall@gmail.com

ÖSSZEFOGLALÓ • A kilencvenes évek végén valami megváltozott. A következő években pedig még inkább felgyorsult a digitális forradalom. Az internet térhódítása megkönnyíti a munkát, a tanulást, a tájékozódást, a kommunikációt. Megkönnyíti és jelentősen megváltoztatja. Eszközeink egyre okosabbak, egyre több tevékenységünk költözik online térbe. Az internet összeköt és eltávolít minket. Nézzünk még közösen tétét? Hogyan tájékozódunk, informálódunk? A közösségi oldalak hasznosak vagy veszélyesek? Hogyan hat ránk a mesterséges intelligencia? Használjuk bátran, vagy ördögtől valónak gondoljuk? Lesznek még nyomtatott könyvek a jövőben? Megmaradnak a szakmák? Szükség lesz emberre a filmiparban, a médiában? Mennyire tartjuk helyénvalónak, hogy egyre több tévécsatorna „alkalmaz” virtuális műsorvezetőt, akinek még közösségi oldala is van, sőt rendszeresen „kommunikál” is a követőivel? Hova tart a világ, a fejlődés? Hol a határ? A korszerűsödés alapjaiban változtatta meg a médiafogyasztást. Az emberek mindenről gyorsan, azonnal szeretnének tájékozódni. A friss hírekért már nem várják ki az esti híradót, vagy a másnapi újságot. A média minden területén alkalmazkodni kell a megváltozott igényekhez. A médiumoknak az online térben is aktívan jelen kell lenniük, hogy minden korosztályt elérjenek.

KULCSSZAVAK • média, médiafogyasztási szokások, mesterséges intelligencia

EMLÉKEZNEK MÉG A DALLASRA?

A kilencvenes években nem volt olyan ismerősöm, aki ne nézte volna. Bár a dúsgazdag texasi olajmágnás családról szóló sorozat sokéves késéssel érkezett meg a magyar televíziónézőkhöz, akkor mindenkit megragadott. Utólag belegondolva, a tévésorozat igazából nem is szólt semmiről. A magyarországi és a vajdasági néző számára viszont új volt, eltért a megszokott televíziós tartalmaktól.

Akkoriban nem volt ismétlés, az online visszanézés lehetősége sem volt még adott. Ha nem ültünk a képernyő elé, lemaradtunk. A televíziózás családi program volt, hiszen egy időben, egy adott tartalmat néztek az emberek. Aki lemaradt, annak a többiek elmesélték a sorozat legújabb epizódjának tartalmát, de azok is beszéltek róla, akik ugyan megtekintették a műsort, de az élményt szerették volna megosztani ismerőseikkel.

Az említett évtizedben az amerikai mintájú talkshow-k is berobbantak a magyar televíziózásba, amelyek szintén taroltak, de a szituációs komédiák is nagyon felkapottak lettek. Főleg azok, amelyek a hétköznapi emberekről, családokról szóltak, akik olyanok voltak, mint az átlagos néző.

Az amerikai Warner Bros úgy döntött, huszoneves fiatalokról szituációs vígjátéksorozatot készít. Olyan karaktereket álmódott meg, amilyenek az abban a korban élő fiatalok voltak. Túlások nélkül, sok humorral, poénnal megfűszerezve. 1994-ben, a televíziózás fénykorában elindították a *Friends*, azaz a *Jóbarátok* című sorozatot, amely a világ legnépszerűbb szériája a maga műfajában. Szeptember 22-én mutatta be az első epizódot az NBC televízió, majd tíz évadon át követhettük Rachel, Monika, Phoebe, Ross, Joey és Chandler sorsának alakulását, karakterfejlődését.

Sokan tették fel a kérdést a David Crane és Marta Kauffman alkotta szerzőpárosnak, miért nem írták tovább a hat manhattani fiatal történetét, hiszen az világsiker volt. Az utolsó epizódot óriás kivetítőn is figyelemmel kísérik a rajongók. A válaszuk egyszerű volt. Elmúltak a kilencvenes évek. 2004-ben már senki sem kölcsönöz VHS-kazettát, az üzenetrögzítőre sincs szükség. A telefonját nyomkodó, közösségi oldalakat böngésző, egymással különböző üzenetküldő alkalmazásokon keresztül kommunikáló főhősök már nem lennének érdekesek a nézőknek. Az új, modern eszközöket viszont már nem kerülhették volna el az alkotók, hiszen a világ már abba az irányba kezdett haladni. Ha valós, a mindennapi életet bemutató sorozatot akartak volna készíteni a továbbiakban is, akkor bizony a változásokhoz is alkalmazkodniuk kellett volna. Ők ezt nem akarták. Inkább a csúcson hagyták abba. Bár 2004. május 6-án „jóbarátaink” elköszöntek tőlünk, a széria sikere viszont azóta is töretlen. Húsz év telt el az utolsó résztől, de valamely tévécsatorna kí-

nálatában biztosan megtaláljuk a *Jóbarátokat*. Online felületeken is nézhető. A rajongók viszont továbbra is azok, akik már az eredeti sugárzást is végignévték. Miért? A mai fiatalokat miért nem köti le? Talán azért, mert fogalmuk sincs, mi az a válogatáskazetta vagy a videómagnó. A negyvenesek, ötvenesek viszont a kamaszkorukat, fiatal felnőttkorukat látják viszont. Ezért nézik újra meg újra mind a tíz évadot. Nosztalgáznak. A sorozat egy letűnt kort idéz meg, amely még nem is olyan régen volt.

Az ezredforduló hatalmas változásokat hozott. Megváltozott az emberek élete. A technikai vívmányok, az új kommunikációs eszközök és csatornák összekötötték az egymástól távol élő embereket, közben észre sem vettük, hogy eltávolított minket azoktól, akik a közvetlen környezetünkben vannak. Kevesebb minőségi időt töltünk szeretteinkkel, mert az okostelefon állandóan a közelünkben van, néha akkor is görgetjük, ha igazából nem is figyelünk a látott tartalmakra. Megszokássá vált.

Egy kicsit azonban térjünk még vissza a televíziózásra, tévénézési szokásaink megváltozására. A 2000-es években megszorodtak a televíziós csatornák, már nem csak az állami műsorszolgáltató műsorai voltak számunkra elérhetőek. Megjelent a kereskedelmi televíziózás, ezzel együtt a filmeket és műsorokat megszakító reklámblokkok, amelyek újdonságot jelentettek az akkori nézőnek. Ha van reklámozó, van pénz is. Ha nő a nézettség, lesz több reklámozó is. A műsorgyártók elsősorban ezt a szempontot tartották szem előtt. Ez viszont a minőség romlásával járt. Megjelent az úgynevezett trash, a



Csaknem fél évszázaddal ezelőtt, 1978-ban indult minden idők egyik legsikeresebb televíziós sorozata, a *Dallas*

szemét, az igénytelen műsor, amely a tömegeknek szól. A minőségi tartalmakat gyártó állami csatornák pedig nézőket veszítettek.

Más változások is jöttek. Később már videokazettára, illetve lejátszóra sem volt szükségünk, ha filmet szerettünk volna nézni, majd a DVD is eltűnt, már minden online térben is elérhető.

Az eszközeink egyre okosabbak lettek, már egy átlagembernek nem kell fényképezőgép, diktafon, zsebnaptár, ébresztőóra, hiszen már minden a telefonjába költözött. A számítógépet ma már bárhová magunkkal vihetjük: tévét, rádiót, mozit, újságot bárhol és bármikor fogyaszthatunk. Már nem kell hazarohanni, ha nem szeretnénk lemaradni a kedvenc sorozatunkról, hiszen online is megnézhetjük. Ez természetesen nem rossz dolog, viszont a közösségi élmény már elveszett. Azt nézünk, amit akarunk, a bőség zavara áll rendelkezésünkre; akkor, amikor akarjuk. Ha éppen nincs lehetőségünk hallgatni is a megtekintett videót, akkor követjük a feliratot.

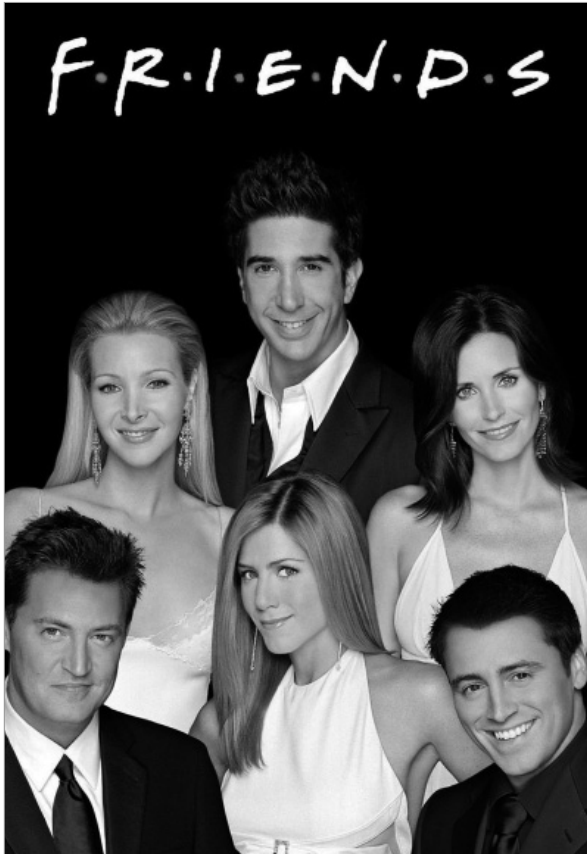
A közösségi oldalak teljesen átvették az irányítást. Nemcsak arra alkalmasak, hogy ismerőseink legújabb fotóit, élménybeszámolóit megtekintsük, hanem már ott informálódunk is. Minden médiaház jelen van a Facebookon, az Instagramon, de már ezeket a felületeket is inkább a középkorosztály és az idősebb generációk képviselői görgetik. A fiatalok többnyire a TikTok-ot használják, ahol rövid videókat tekintenek meg. Hosszabb felvételt már nem fogadnak be, az olvasásról meg a felnövő generációk szinte teljesen le is szoktak. A videó legyen pörgős, rövid, ha mégis hosszabb, akkor az elején fel kell hívni a netezők figyelmét, hogy érdemes végignézni, hiszen nagy durranás lesz a vége.

Természetesen a videómegosztó nem ördögtől való, hiszen azt is lehet okosan használni. Számptalan témakörben találhatunk tartalmakat. A főzési praktikákon, a kézműves technikák alapjain át a mosógép megszereléséig mindent megtalálhatunk. Ha egy terméket meg szeretnénk vásárolni, bemutatófilmet nézhetünk róla, vagy éppen elolvashatjuk, megtekinthetjük, meghallgathatjuk mások véleményét.

Ha már a véleménynél tartunk, a közösségi oldalak elterjedésével megjelentek a véleményvezérek is, akik saját tapasztalataikat, vagy éppen a velük együttműködő partnerek elvárásait mutatják be a követőtábornak. Ma már nem a sportolók, színészek, zenészek a példaképek, hanem a digitális tartalomkészítők, akikre a kamaszok hasonlítani szeretnének. Olyan életmódot szeretnének élni, mint az általuk követett személyek, úgy szeretnének kinézni, mint az erősen manipulált képeken pózoló „hírességek”. Sok esetben a digitális világ torz önképet alakít ki a fogyasztókban. Nem csak az influencerek mutatják a legjobb oldalukat, erre törekszik az átlag Facebook-felhasználó is. A filtereket is rengetegen alkalmazzák, hogy az általuk feltöltött képek tökéletesek legyenek.

MESTERSÉGES INTELLIGENCIA (AI). A mesterséges intelligencia egy időben ördögtől valónak tűnt. Konferenciákat szerveztek világszerte arról, hogyan tudjuk felismerni a gép által alkotott képeket, videókat. Ma viszont már egyre inkább a mindennapok részévé válik. Az alkalmazások használatával olyan helyekre varázsolhatjuk magunkat, ahol nem is jártunk, de videók is készülnek így. Persze okosan is használható a chatGPT, megkönnyítheti a munkát vagy a tanulást. Könnyedén kaphatunk választ egy kérdésre, anélkül, hogy beütnénk a kulcsszavakat, de a házi feladat is elkészíthető ennek használatával.

VIRTUÁLIS MŰSORVEZETŐ. Nagyon megosztotta az embereket, amikor a Magyar Televízió megalkotta Bíró Adát, a mesterséges intelligencia által létrehozott műsorvezetőt, aki még a közösségi platformokon is jelen van, rendszeresen kommunikál követőivel. Mert már neki is kialakult a saját rajongói



Harmincéves a *Jóbarátok* című amerikai vígjátéksorozat

tábora annak ellenére, hogy nem létezik. Szükség lesz a jövőben egyáltalán műsorvezetőkre?

Az Amerikai Egyesült Államokban már teljes híradást is elő tudnak állítani a mesterséges intelligencia segítségével, de videóklipet is bárki készíthet virtuális szereplőkkel, aki kicsit is jártas ebben a világban. Lassan már színkronszínészekre sem lesz szükség, pedig a magyarok ebben is a világ élvonalában járnak. Egyre több szakma veszik ki, mint anno a kézművesség, amely az utóbbi időben újra erőre kapott, és reneszánszát éli, de ez már egy másik téma.

AI-TECHNOLÓGIÁK A MÉDIÁBAN. Nemrég egy szakmai továbbképzésen voltam, ahol a mesterséges intelligencia médiára gyakorolt hatásáról is szó volt. A magyarországi szakemberek arról beszéltek, hogyan lehet ezt okosan használni, a javunkra, a szakma javára fordítani. Ma már nem kell rettegni az AI-technológiáktól, hanem ki kell használni a bennük rejlő lehetőséget. Kiváló segítség a fordításban például, de szövegek átfogalmazására is alkalmas, bár erre még nem vetemedtem.

Charles Dickens, a viktoriánus kor legnagyobb írója is megoldotta a parlamenti tudósításokat mesterséges intelligencia nélkül, akkor a mai kor újságírójának is képesnek kell lennie arra, hogy megfogalmazzon néhány mondatot. Természetesen egy adat, egy dátum vagy egyéb információ megszerzésében segítségünkre lehet a modern technológia. Mindent lehet, csak mértékkel.

MI LESZ A KLASSZIKUS KÖNYVEK SORSA?

Bevallom, a papírra nyomtatott könyv pártolója vagyok. Szeretem a könyvet megvenni, birtokolni, a polcomon látni, ha kedvem támad, bármikor újra levenni, de most, hogy a munka mellett főiskolás lettem, úgy döntöttem, beszerzek egy táblagépet, amelyen könnyedén elérhetem a tananyagot, a kötelező és az ajánlott irodalmat. Eleinte csak erre használtam, majd egyszer csak letöltöttem J. K. Rowling teljes Harry Potter-sorozatát, közben rájöttem, hogy ezzel az újítással sokkal több olvasnivaló áll rendelkezésemre. Persze, a klasszikus könyvet nem szorítja ki, de jól kiegészíti.

ALKALMAZKODNI KELL. Ahogy változik az életmód, a médiafogyasztási szokások is átalakulnak. Az emberek mindenről azonnal tájékozódni szeretnének, de nem csak a hagyományos, megszokott forrásokból teszik ezt. A közösségi oldalak az információ továbbadásában is élen járnak. Mivel az emberek sok időt töltenek ezeken a felületeken, a hírekről, aktualitásokról is itt tájékozódnak. Sokszor csak felületesen, csak a címetek olvassák, de a számukra érdekes tartalmakat megtekintik, meghallgatják, elolvassák. Ezért is fontos, hogy a médiához ehhez alkalmazkodjanak. Ma már jelen kell lenni

mindenhol, nemcsak a Facebookon, hanem a többi közösségimédia-felületen is. Már nem jellemző, hogy az emberek rákeresnének az adott hírszolgáltató honlapjára.

HOGYAN NÉZÜNK SOROZATOT? A streaming szolgáltatások, mint például a Netflix, az HBO Max és a YouTube jelentős előnyt szerzett a hagyományos televíziózással szemben. A felhasználónak lehetősége van eldönteni, mikor és milyen eszközön tekinti meg az általa választott tartalmat. Ez a változás a reklámpiacot is elérte, hiszen hatékonyabb, ha az online térben hirdetnek, mint a hagyományos csatornákon.

A világjárvány pedig még inkább elmélyítette az online terek hódítását, hiszen a korlátozások idején még a színházi előadásokat is az interneten néztük. Az oktatási rendszert viszont megmentették a korszerű eszközök. Ezek nélkül teljesen leállt volna a tanítás a Covid-19 járvány idején.

KOROSZTÁLYA VÁLOGATJA. Természetesen az, hogy ki hogyan informálódik az aktuális történésekről, a korosztálytól is függ. Az X generáció (45–65 évesek) tagjai többnyire hagyományos módon tájékozódnak, televíziót néznek, rádiót hallgatnak, valamint nyomtatott sajtót olvasnak.

Az Y generáció (25–40 évesek) képviselői már napi négy-öt órát töltenek az internetet böngészve, így ők a híreket is az online térben követik.

A Z generáció (15–24 évesek) szülöttjei viszont már szinte csak interneteznek. Napi öt óránál is több időt töltenek görgetéssel, YouTube-videók nézésével, zenehallgatással, illetve a közösségi oldalak nézésével. A kommunikációjuk is főleg az online világban zajlik.

Ahogy a technológia fejlődik, modernizálódik, a médiafogyasztási szokások is átalakulnak. Mindinkább az okoseszközökre kerülnek. Az online tartalmak dominanciája egyre inkább előtérbe helyezi a digitális készségek és tudatosság fontosságát, miközben új üzleti modelleket hoz létre a reklámpiacon.

MA MÁR BÁRKI LEHET TARTALOMKÉSZÍTŐ. Maguk a felhasználók is tartalomkészítővé válnak, hiszen azzal, hogy csatlakoznak valamely közösségi oldalhoz, fotókat, videókat vagy szöveges tartalmakat közölnek akár a magánéletükről, szakmai előmenetelükről, vagy a véleményükről, digitális tartalmakat gyártnak. Híreket terjesztenek, pletykálnak. A pletyka azonban nem feltétlenül rossz dolog.

MIT KÖSZÖNHETÜNK A PLETYKÁNAK? Yuval Noah Harari a *Sapiens – Az emberiség rövid története* című könyvében azt írja, hogy a Homo sapiens elsősorban azért tudott fennmaradni a nála nagyobb, erősebb Neander-völgyi emberrel szemben, mert képes volt a gondolkozásra, az együttgondolkodásra, a csapatmunkára, valamint a pletykára, hiszen ezáltal figyelmeztetni tudta társait a veszélyre. Az izraeli történész szerint az újságírók a modern kor pletyka-

terjesztői, hiszen elsősorban az a feladatuk, hogy a közösséget figyelmeztessék egy közeledő veszélyre. Gondoljunk csak bele, milyen jól jön, ha előre tudjuk, vihar várható, vagy mielőtt útnak indulunk, tájékozódhatunk arról, mennyien vannak az országhatáron, mekkora a várakozási idő. A már korábban is említett pandémia idején különösen felértékelődött a tájékozódás. Természetesen a figyelmeztetés, a fontos információk átadása mellett sok kifogásolható tartalmat is kínálnak a hagyományos csatornák, de az interneten is számtalan veszély fenyegeti a böngészőt. Meg kell találni az egyensúlyt, ügyelni kell arra, hogy igényes műsorokat közvetítő csatornákat nézzünk, az online térben pedig meg kell válogatni a hírforrásokat, hiszen rengeteg hatásvadász, kedvelésvadász oldallal találkozhatunk, akik olyan címet adnak a tartalmaknak, amelyek köszönőviszonyban sincsenek a valósággal. Sok esetben teljesen kitalált, valótlan híreket közölnek. Ezek az úgynevezett klicbate-tartalmak, azaz kattintásvadász szövegek. Sok csalóval is lehet ezeken a felületeken találkozni. Rengeteg az álprofil a közösségi médiában, amelyek általában pénzt próbálnak kicsalni a gyanútlan internetezőktől. Sok esetben az idősebb korosztályt célozzák meg, őket próbálják átverni változatos módokon.

A legfontosabb, hogy mi, fogyasztók megtaláljuk az egyensúlyt. A mindennapi életben nyugodtan használhatjuk a modern kor vívmányait, hiszen miért ne tennénk. Ugyanakkor nem szabad megfeledkeznünk a hagyományos csatornákról sem, ugyanis ezek jól megférnek egymás mellett.

NÉHÁNY ADAT A KSH BÁZISÁBÓL. 2020-ra a magyar háztartások 88 százaléka rendelkezett internet-hozzáféréssel, amely jelentős növekedést jelent az előző évtizedhez képest. A Z és Y generációhoz tartozók körében kiemelkedő az internetpenetráció, míg az idősebbek, azaz a baby-boomereknek (57–75 évesek) csak 58 százaléka internetezik rendszeresen. Az idősebb korosztály digitális lemaradása továbbra is jelentős. Az internetezők többsége e-mailezésre, közösségi oldalak böngészésére, hírek olvasására és kommunikációra, videóhívásokra használja a netet. Pénzügyi szolgáltatásokat is sokan az online térben igényelnek, a vásárlás is már gyakran itt zajlik, de az egészségügyi információkat is sokan az interneten szerzik be. Magyarországon regionális különbségek is megfigyelhetők: Budapest vezeti a statisztikákat az internet-használat terén (94%), míg Észak-Magyarországon ez az arány valamivel alacsonyabb (79%).

HOVA TART A VILÁG? Az eszközeink egyre okosabbak. Már nemcsak a telefonunk az, hanem a tévékészülékünk, az óránk, de még a mosógépünk is. Ennek természetesen megvannak az előnyei, hiszen gyorsan megszerezhetjük a minket érdeklő információkat, vagy ha éppen filmet nézünk, és nem jut eszünkbe az adott színész neve, villámgyorsan rákereshetünk. Ha viszont már az okos mosógépet említettem, megosztanék egy rövid történetet, hogy miért

is előnyös, hogy már a háztartási eszközeink is intelligensek. Nemrég elindítottam egy mosást, az egyik cicám pedig nagyon érdekesnek találta azt, ahogy a gép forgatja a ruhákat. A mosógép tetejére ült, majd nyomkodni kezdte az érintőképernyőt. A mosás abban a pillanatban leállt, se újraindítani, se kinyitni nem tudtam. Elővettem a telefonom, a YouTubeon rákerestem arra a kódra, amelyet kijelzett a gép. Kiderült, hogy az összevissza nyomkodást úgy érzékelt, kisgyermek szórakozik, azonnal bekapcsolt a gyerekszár. Ez bizony hasznos funkció. A videóból az is kiderült, hogyan tudom ezt kikapcsolni.

A modern technológia nem az ellenségünk, a közösségi oldalak sem azok. Egyszerűen tudni kell őket okosan, hasznos célokra használni. Akkor jelentősen megkönnyíthetjük a mindennapi életünket, vagy a munkánkat, de a tanulásban is a segítségünkre lehetnek. Arra viszont ügyelni kell, hogy megtaláljuk az egyensúlyt. Ki tudja, lehet, hogy ahogyan a hanghordozók, videóhordozók ideje lejárt, lehetséges, hogy idővel nyomtatott újság és klasszikus könyv sem lesz. Bár őszintén remélem, hogy ez nem következik be, és a digitális eszközök mellett a hagyományos dolgok is megmaradhatnak. Ahogy a foglalkozások is. A mesterséges intelligenciával kapcsolatban már fentebb is említettem, hogy sok mindenre képes. Számptalan feladatot leegyszerűsít, vagy teljes mértékben elvégez. Most összegezzük napjaink egyik legmeghatározóbb technológiai újításának előnyeit, illetve hátrányait.

MIÉRT HASZNOS? 1. Növeli a hatékonyságot, automatizál. Az AI lehetővé teszi az egyszerű gyártási folyamatok, vagy adminisztrációs teendők automatizálását, növeli a termelékenységet, közben csökkenti az emberek által elkövetett hibák lehetőségét. **2.** Adatfeldolgozásban is hasznos. Az ilyen rendszerek képesek nagy mennyiségű adat gyors elemzésére, amely több ágazatban is jelentősen felgyorsítja, megkönnyíti a munkát. **3.** Személyre szabott élmény. Egyéni igényekhez lehet igazítani a szolgáltatásokat, személyre szabott hirdetéseket kaphatunk. **4.** Elérhetőség. Az AI-, vagy az MI-rendszerek fáradhatatlanok, folyamatos működést biztosítanak, úgynevezett chatbotokat alkalmaznak, amelyek azonnal az ügyfelek rendelkezésére állnak. **5.** Innováció. Forradalmasítja az olyan területeket, mint az önvezető járművek fejlesztése, amelyek csökkenthetik a balesetek számát, javíthatják a közlekedés biztonságát, valamint hozzájárulnak a fenntarthatóbb városfejlesztéshez is.

MIÉRT HÁTRÁNYOS, VESZÉLYES? 1. Munkahelyek megszűnése. Sok fizikai és adminisztrációs munkakör válhat feleslegessé az automatizáció térhódításával. Ez társadalmi egyenlőtlenségekhez, azok elmélyüléséhez vezethet. Az alacsony iskolai végzettséget igénylő munkakörök különösen veszélyben vannak, de egyéb területeken is okozhat változásokat a mesterséges intelligencia szélesebb körű alkalmazása. **2.** Költségek a fejlesztése. Az ilyen rendszerek kiépítése és fenntartása rendkívül sokba kerül. Speciális szaktudást igényel.

3. Adatvédelem és biztonsági kockázatok. Az MI-rendszerek által feldolgozott óriási mennyiségű adat könnyen célponttá válhat a kibertámadók számára, veszélyeztetve ezzel a személyes adatokat és az adatbiztonságot. 4. Elfogultság és hibák. A rendszerek döntései nagyban függnék azoktól az adatoktól, amelyekkel tanították őket. Ha az adatok elfogultak vagy hibásak, az MI-rendszerek is hibás következtetésre juthatnak. 5. Etika. A mesterséges intelligencia milyen mértékben vehet részt az emberi élet fontos döntéseiben, mint például az egészségügy vagy a jog.

ÖSSZEGZÉS

A modern kor vívmányait nem kell elutasítani, mert rendkívül hasznosak. Ugyanakkor arra kell törekedni, hogy megtartsuk az egyensúlyt, hogy a hagyományos eszközök és értékek se vesszenek el. Ki kell használni az AI-technológiák lehetőségeit, előnyeit, mert azok jelentősen hozzájárulnak a mindennapi tevékenységek hatékonyságához. Azonban nem szabad megfélemlkezni az etikáról, a normákról, az emberi értékekről, az ember értékéről. Hiszen akármennyire is fejlődnek a modern technológiák, azok megalkotásához, működtetéséhez, alkalmazásához emberre is szükség van. Ami a legfontosabb, hogy ne engedjük meg azt, hogy az online tér beszippantson minket, elkorcsosítsa a valós emberi kapcsolatainkat.

FORRÁSJEGYZÉK

- AUSTERLITZ, Saul 2020. *A Jóbarátok-generáció. Mi zajlott a színpalak mögött?*
21. Század Kiadó, Budapest
- HARARI, Yuval Noah 2015. *Sapiens – Az emberiség rövid története.* Animus
Kiadó, Budapest

EGYÉB FORRÁSOK

AI Hack
Debreceni Egyetem Digitális Archívuma
GKI Digitális Kutatóközpont elemzései
KSH-adatbázis
Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság jelentései
Pallas 70
Probesto

ABSTRACT • The late nineties saw a major change. And the digital revolution accelerated even more in the years that followed. The rise of the internet makes it easier to work, learn, find your way around and communicate. It makes it easier and changes it dramatically. Our devices are getting smarter, more and more of our activities are moving into the online space. The internet brings us together and at the same time draws us apart. Do we still watch TV together? How do we get our information? Are social networking sites useful or dangerous? How does artificial intelligence affect us? Do we use it bravely or do we think it is evil? Will there still be printed books in the future? Will today's professions cease to exist? Will humans retain their place in the film industry, in the media? Do we concede to the trend that more and more TV channels are "employing" virtual presenters, who are even present on social networking sites and regularly "communicate" with their followers? Where is the world going, is this progress? Where are the limits? Modernisation has fundamentally changed the way we consume media. The demand for instantaneous information has led to a decline in traditional news consumption, such as the evening news or the daily newspaper. This has highlighted the need for all areas of the media to adapt to these changing demands. It is also essential for media to be active in the online space to reach all age groups.

KEY WORDS • **media, media consumption habits, artificial intelligence**

SAŽETAK • Krajem devedesetih godina se nešto promenilo. Digitalna revolucija se međutim samo još više ubrzala godinama koje su sledile. Širenje interneta olakšava rad, učenje, prikupljanje informacija i komunikaciju. Ne samo olakšava, već i značajno menja. Naši uređaji postaju pametniji, a sve više i više naših aktivnosti se seli u onlajn prostor. Internet nas istovremeno povezuje, ali i udaljava. Da li još uvek gledamo TV zajedno? Kako se informišemo i obavestavamo? Da li su društvene mreže korisne ili opasne? Kako veštačka inteligencija utiče na nas? Da li je hrabro upotrebljavamo, ili smatramo đavoljom rabotom? Da li će štampane knjige postojati u budućnosti? Da li će današnje profesije opstati? Hoće li biti mesta za ljude u filmskoj industriji i medijima? Da li smatramo da je prikladno da sve više TV kanala „zapošljava” virtuelne voditelje koji čak imaju stranice na društvenim mrežama i koji redovno „komuniciraju” sa svojim pratiocima? Kuda ide svet, napredak? Postoji li granica? Modernizacija je suštinski promenila medijsku potrošnju. Ljudi žele da saznaju sve, i to odmah. Oni više ne čekaju večernje vesti ili sutrašnje novine kako bi saznali najnovije vesti. Sve oblasti medija se moraju prilagoditi ovim

promenjenim potrebama. Mediji takođe moraju biti aktivno prisutni u onlajn prostoru, kako bi dopreli do svih starosnih grupa.

KLJUČNE REČI • **mediji, navike potrošača medija, veštačka inteligencija**

Beérkezés időpontja: 2024. december 2.
Elfogadás időpontja: 2024. december 10.