

Vizuális kreativitás és gépi intelligencia

Visual creativity and machine intelligence

JÓZSA LÁSZLÓ

Professzor, Széchenyi István Egyetem - Selye János Egyetem, jozsal@sze.hu

BALLA RITA

PhD-hallgató, Selye János Egyetem, Gazdaságtudományi és Informatikai Kar, 133349@student.ujs.sk

Absztrakt

A jelen kutatás egy átfogó kutatás részeredményeit mutatja be, ami a mesterséges intelligencia felhasználását vizsgálja a magyarországi és szlovákiai művészeti intézmények (ezek lehetnek kortárs galériák és múzeumok) körében. Többek között azt, hogy ezek az intézmények milyen mértékben használják a mesterséges intelligenciát az intézmény működési stratégiájának kialakításában, vagy hogyan tudják beágyazni a mesterséges intelligencia feltételezett hasznosságát az intézmény működésébe, legyen szó egy kiállítás létrehozásáról, vagy egy, a galéria marketingstratégiáját alakító eszközről. Ez a tanulmány a digitalizáció és a kortárs művészet kapcsolódásának tendenciáiról, és az ezzel szorosan összefüggő etikai kérdésekről közöl részeredményeket. A kutatásban összesen 10 mélyinterjú került feldolgozásra, amelyből kiderült, hogy a vizsgált két országban nem feltétel a mesterséges intelligencia használata a kreatív szektorban, azonban a résztvevők 90 %-a rendszeres felhasználója a szoftvernek, és a legnagyobb dilemmát a mesterséges intelligencia szerzői jogi kérdései jelentik.

Kulcsszavak: művészet, mesterséges intelligencia, művészeti piac

Köszönetnyilvánítás: A tanulmány a Selye János Egyetem fiatal kutatók és doktoranduszok számára meghirdetett pályázat (2024) támogatásával készült.

Abstract

The present research presents partial results of a comprehensive research, which examines the use of artificial intelligence among art institutions in Hungary and Slovakia (these can be contemporary galleries and museums). Among other things, the extent to which these institutions use artificial intelligence in the development of the institution's operational strategy, or how they can embed the assumed usefulness of artificial intelligence in the operation of the institution, be it the creation of an exhibition or a tool shaping the gallery's marketing strategy. This study presents partial results on the trends in the connection between digitization and contemporary art, and on the closely related ethical issues. A total of 10 in-depth interviews were processed in the research, from which it was revealed that in the two countries examined, the use of artificial intelligence in the creative sector is not a requirement, however, 90% of the participants are regular users of the software, and the biggest dilemma is the copyright issues of artificial intelligence.

Keywords: art, artificial intelligence, art market

Acknowledgments: The study was prepared with the support of a grant (2024) for young researchers and doctoral students of Selye János University.

Az absztrakt hivatkozása:

Józsa László, Balla Rita (2024), *Vizuális kreativitás és gépi intelligencia*. In: Szűcs K. - Putzer P. (szerk.), *A (marketing) világ megkettőződése. Egyesület a Marketing Oktatásért és Kutatásért XXX. Nemzetközi Konferenciájának Absztrakt- és Tanulmánykötete*. Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar, Pécs. 57. o. ISBN: 978-963-626-318-8, <https://doi.org/10.62561/EMOK-2024>