

A KÖZMÉDIA MEGÚJULÁSÁRÓL SZÓLÓ SZAKMAI PÁRBESZÉD ÖSSZEFOGLALÓJA

Társadalmi Kapcsolatokért és Kultúráért Felelős Minisztérium

2026. október 2.

Tartalomjegyzék

Vezetői összefoglaló	3
1. Bevezető	9
1.1 A szakmai párbeszéd háttere	9
1.2 A kétlépcsős párbeszéd első, szakmai része.....	9
1.3 A vizsgálat tárgya	9
2. A szakmai párbeszéd folyamata és módszertana	10
2.1 A részvétel és a kérdéssor	10
2.2 A beadványok feldolgozása	11
3. Kik szólaltak meg	12
3.1 Felkért szervezetek és beérkezett beadványok.....	12
3.2 Az érintettek köre.....	12
3.3 A részvétel korlátai	13
4. A tíz kérdéskör	14
4.1 Feladat és közszolgálatosság 2030-ban.....	14
4.2 Tartalmi hiányok és megőrzendő értékek.....	18
4.3 Egyidejű generációs elérés	21
4.4 A közmédia szerepe a helyi közösségekben	25
4.5 Dezinformáció, hiteles tájékoztatás és médiaműveltség	29
4.6 Kultúra, oktatás és tudomány közvetítése	32
4.7 A társadalom reprezentációja	35
4.8 Platform- és archívumstratégia	38
4.9 Médiapiaci ökoszisztéma.....	42
4.10 Záró kérdés, további témák.....	44
5. Kiegészítő észrevételek.....	46
Melléklet, 15 javasolt kérdés a vezérigazgatói pályázati kiíráshoz	50

Vezetői összefoglaló

A szakmai párbeszédről

Ez a dokumentum a magyar közmédia megújulásáról folyó szakmai párbeszéd összefoglaló kivonata. A közmédiáért felelős miniszteri biztos feladata volt felmérni, mit gondolnak a szakmai szereplők és a társadalom a közmédia jövőjéről. Magyarországon elsőként indult ilyen egyeztetés arról, mi legyen a megújuló közmédia küldetése, milyen tartalommal töltsék meg, és hogyan tartson kapcsolatot a közönségével.

A közmédia új vezetőjét nyílt pályázaton választja ki a Független Közmédia Testület (FKT).

Az egyeztetés tíz kérdéskört érintett; ezek kiválasztását a nemzetközi példák áttekintése, a közmédiáról folyó szakmai beszélgetések és kutatókkal folytatott megbeszélések előzték meg. A résztvevők szabadon választhatták ki, mely témákhoz szólnak hozzá.

182 felkért szervezet + nyílt felhívás	125 beérkezett beadvány	6+2 stakeholder (érintetti) csoport	500+ oldalnyi javaslat	10 kérdéskör
---	-----------------------------------	--	----------------------------------	------------------------

Három témakör (intézményi háttér, finanszírozás, médiatörvény átalakítása) az egyeztetésen kívül esik; az ezekre érkezett észrevételeket az illetékesekhez továbbította a Társadalmi Kapcsolatokért és Kultúráért Felelős Minisztérium.

Hogyan készült

Írásos beadványokat 2026. július 20. és augusztus 20. között lehetett benyújtani. A közvetlen felkérésen túl a felhívást minisztériumok és parlamenti bizottságok is megkapták és továbbították, a nyilvános felhívásra, amely a kormány.hu oldalon volt elérhető és sajtóközlemény útján is megjelent, bárki beadhatott anyagot.

A javaslatok feldolgozása négy lépésből állt. A befogadás után a miniszteri biztos kabinetje a szabad szavas beadványokat állításokra bontotta, majd kérdéskörönként összevetette, hogy milyen közös megállapításokat tettek az érintettek, és mekkora egyetértés áll mögöttük. Minden beadvány minden kérdéskörben egy elemnek számított, a terjedelmétől függetlenül.

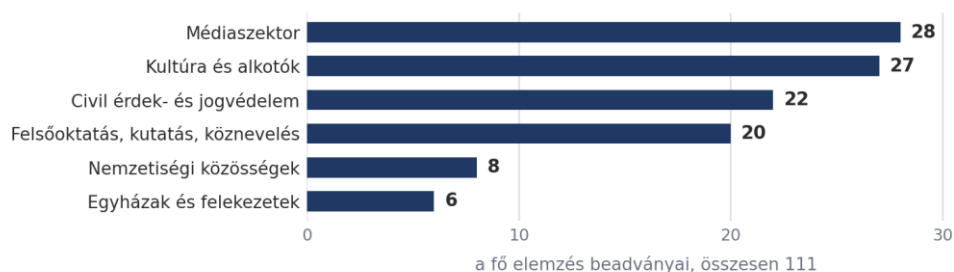
Az elemzés szándékosan nem oldja fel a szakmai párbeszédben lévő eltérő véleményeket, és nem helyettesíti a döntést. Az összegzésbe bekerült minden észrevétel, amely releváns kockázatra vagy lehetőségre mutatott rá.

Kik szólaltak meg

A megkeresés 182 szervezethez jutott el, közülük 70 küldte be a javaslatait. A nyilvános felhívásra és a közvetett megkeresésre további 41 szervezet beadványa érkezett meg. Ez a két csoport együtt adja a fő elemzés 111 anyagát. Ezen kívül további 12 egyéni megszólaló észrevételeit, illetve 2 határidő után beérkezett anyagot, valamint témához kapcsolódó találkozók jegyzőkönyveit használ fel a szakmai párbeszéd összefoglalója.

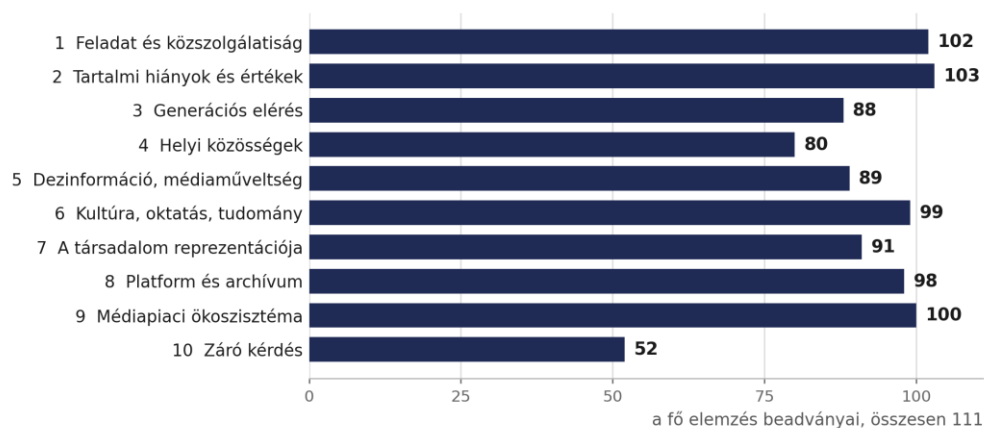
A stakeholderek hat csoportból, ezen belül tizenhét kategóriából érkeztek, így lefedik a közmédiáról szóló szakmai vélemény fő forrásait: a médiapiacot és az újságírást, a technológiai szereplőket és a hírközlést, az alkotói és kulturális szférát, a tudományt és a köznevelést, a civil és jogvédő szervezeteket, a nemzetiségi és önkormányzati közösségeket, valamint az egyházakat és felekezeteket.

B. ábra: A fő elemzés 111 beadványa csoportosítva stakeholder kategóriák szerint



A médiaszektortól és a kultúra és alkotók körétől együttesen 55 beadvány érkezett, vagyis a fő elemzésbe tartozó beadványok felét ez a két stakeholder csoport küldte.

C. ábra: Az egyes kérdéskörökre választ adó beadványok száma



Kilenc fő kérdéskörre a beadványok túlnyomó része kitért. A tizedik záró kérdéskörnél a beküldők bármilyen témában felvethettek további javaslatokat, amit fontosnak tartottak a kilenc kérdéskörön kívül.

A szakmai párbeszéd nem reprezentatív felmérés és a magyar társadalom egészének a véleményéről nem ad képet. Azt mutatja meg, mit gondol a közmédiáról az a szakmai kör, amely megszólalt.

Főbb álláspontok áttekintése

A beadványok tíz kérdéskörre válaszoltak. Az alábbi táblázat három oszlopba rendezve mutatja be a főbb javaslatokat. Az első oszlop azokat a pontokat tartalmazza, amelyekben az érintettek széles körben egyetértettek. A második oszlopban azokat a pontokat gyűjtöttük össze, amelyeknél ugyan volt véleménykülönbség, de az érintettek céljai összeegyeztethetők voltak. A harmadik oszlop azokat a főbb megállapításokat gyűjti össze, amelyeknél már az alapvető álláspontok is eltértek egymástól.

D. ábra: A tíz kérdéskörre érkezett főbb álláspontok áttekintése

Amiben egyetértés van	Közös cél, eltérő megoldások	Amiben az alapok is vitatottak
1 Feladat és közszolgáltatás 2030-ban		
- Közös elvárás a szerkesztői függetlenség, a hiteles tájékoztatás és a közönség bizalmának visszaépítése. - Visszatérő kiindulópont, hogy közszolgálati az, ami a közmédia nélkül nem jönne létre. - A közmédia feladata nem műfajhoz kötött, hanem az a fontos, hogy miért, kinek és milyen közértékkel készül a tartalom. - Három funkciót neveznek pótolhatatlannak: a válsághelyzeti tájékoztatást, a hatalom folyamatos, oldalfüggetlen ellenőrzését, és a szemben álló csoportok párbeszédének pártatlan támogatását. - Az érintett csoportok többsége határozott váltást javasol: a csatornák üzemeltetése helyett egységes, platformfüggetlen közszolgálati rendszerként működjön a közmédia. - Alapkövetelmény az ingyenes vagy szimbolikus árú alapszintű hozzáférés és az országos jelenlét.	A teljesítmény mérésében a többdimenziós mutatórendszer mellett néhányan érvelnek amellelt, hogy a társadalmi hasznosság csak hosszú távon válik mérhetővé, addig pedig a nézettség adhat visszajelzést arról, helyes-e az irány.	- Eltérő álláspontok vannak a társadalom hiteles tükrözéséről, illetve a tudatos szemléletformálásról. - Vitatott, hogy a közmédia kínálata csak a piacon hiányzó tartalmakra vonatkozzon-e. - Vitatott a szórakoztatás és a sport közszolgálati szerepe. - A kereskedelmi reklám mértéke is kérdés; erős korlátozását öt stakeholder csoport javasolja, míg a teljes kivezetést három.
2 Tartalmi hiányok és megőrzendő értékek		
- Közös igény az archívum, a magyar műsorkészítés és a felhalmozott szakmai tudás megőrzése. - Fő tartalmi hiányok: a rendszeres hazai tévéfilmek, sorozatok, a folyamatos gyermek- és ifjúsági kínálat, a korszerű tudományos ismeretterjesztés és a tényfeltáró újságírás. - Négy stakeholder hibának tartja az elérhetetlenséget, amikor a tartalom elkészül, majd pl. hajnali sávban vagy nehezen megtalálható online felületen tűnik fel.	- A tartalomkészítésben a saját gyártás és a külső megrendelések aránya vitás. - A zenei kínálatban a magyar művek aránya és a nemzetközi választék kap eltérő hangsúlyt.	- A jelenlegi műsorkínálat megőrzendő értékeinek köre vitatott. A stakeholderk nagyobb része tételesen nevesít megőrzendő elemeket, szűkebb kör szerint viszont a kínálatból szinte minden hiányzik. - Vitatott, hogy a szórakoztató műsorok hiányoznak-e a közmédiából.

Amiben egyetértés van	Közös cél, eltérő megoldások	Amiben az alapok is vitatottak
3 Egyidejű generációs elérés		
- Közös cél az idősebb közönség megtartása és a fiatalok hiteles megszólítása. Egyik csoportot sem szabad passzív közönségként kezelni. - A leggyakoribb válasz az „egy tartalom, több formátum”: közös lehet a műsor témája, a közszolgálati érték, eltér a hossz, a nyelvezet és az elérés formája. - Visszatérő kritika a lineáris tartalom utólagos adaptálása. A feltöltést és a rövid részletekre vágást nem tartják valódi online jelenlétnek.	- Eltérő nézőpont, hogy a nézői célcsoportokat életkor vagy élethelyzet alapján érdemes meghatározni. - A közösségi média szerepe az önálló tartalomszolgáltatástól a saját felületekre történő átirányításig terjed.	Vitatott, hogy elérhetőek-e a fiatalok a hagyományos tévé- és rádióadásokkal
4 A közmédia szerepe a helyi közösségekben		
- A kiindulópont a helyi nyilvánosság kiürülése: a megyei napilapok többsége megszűnt, és a hiányt piaci szereplő általánosan nem pótolja. - A stakeholderok többsége a közmédiának háttérszerepet javasol, amelyben független helyi műhelyeket látja el infrastruktúrával. - Vizsgálandó, hogy a helyi közmédia működése hogyan tudna elválni az (ön)kormányzati kommunikációtól. - Visszatérő kérdés, hogy a helyiek a tartalom szereplői és alakítói is legyenek: javasolhassanak témát, kérdezhessenek a döntéshozóktól, és beemelhessék saját felvételeiket. - A külföldön élő magyarságot a beadványok három külön közönségként kezelik, és az összemosásukat nevezik a jelenlegi gyakorlat fő hibájának.	- A helyi jelenlét két javasolt modellje az önálló regionális stúdióhálózat és a központi tudósítói hálózat, eltérő helyi döntési jogkörrel és műsorelhelyezéssel. - Ehhez kapcsolódóan a helyi szerkesztőségekkel partnerség kialakítását várják a közmédiától, amelynek feltétele a szerkesztői függetlenség, a tisztességes díjazás, a pontos forrásmegjelölés és a keletkezéskor rendezett szerzői jogi helyzet. - Ahol az önkormányzat társfinanszírozó, ott a kiegyensúlyozottság számonkérésének lehetősége kérdés.	Vitatott, hogy a helyi adásoknak van-e egyáltalán érdemi közönsége, és hogy a helyi tájékoztatásban milyen feladata marad a közmédiának a piaci és nonprofit szereplők mellett.
5 Dezinformáció, hiteles tájékoztatás és médiaműveltség		
- Közös elvárás a tények, az elemzés és a vélemények szétválasztása, valamint a hibák nyilvános javítása. - Elfogadott alapelv a mesterséges intelligenciával készült tartalom jelölése és az emberi szerkesztői felelősség. - A tudatos médiahasználat támogatása közösen elismert közszolgálati feladat. - A közmédia egyetlen tartós versenylőnye a hitelesség és az ellenőrizhetőség: egy hír valóságtartalmát kell elsőként igazolnia, a közlésben nem kell elsőnek lennie.	- A tényellenőrzés külön egység feladata vagy a napi szerkesztőségi munka része. A kettő egymást követően végezhető. - Eredetigazolás, automatizált deepfake-detektálás, valamint géppel olvasható bizonyíték kiépítését kérik. Ezzel kapcsolatos kiegészítés, hogy ezt agilis teszt projektként érdemes indítani, mert a dezinformációs technológia gyorsabban fejlődik, mint ezek ellenőrzése.	<i>Ebben a kérdéskörben nem merült fel olyan vita, amely az alapokat érintené.</i>

Amiben egyetértés van	Közös cél, eltérő megoldások	Amiben az alapok is vitatottak
6 Kultúra, oktatás és tudomány közvetítése		
- A kultúra, az oktatás és a tudomány közvetítése közösen elismert alapfeladat. A kultúra fogalma ne szűküljön a magas kultúrára. - A bemutatáson túl kezdeményező megrendelői szerepet várnak: a közmédia rendelje meg és gondozza is az új műveket, jellemzően koprodukciós formában. - Az oktatásban társszolgáltatói szerepet javasolnak, az iskola helyettesítése nélkül, ingyenes és tantervhez illeszkedő tartalomtárral.	- A kulturális tartalomkészítésben a külső alkotók támogatása és a saját alkotóműhelyek fenntartása. - A kulturális és tudományos kínálatban a tematikus csatornák szemben a főcsatornákon elhelyezett tematikus tartalommal. - A munkatársakkal szemben támasztott nyelvhelyességi követelmény és a megszólalók nyelvi sokfélesége eltérő hangsúlyt kap, a kettő nem feltétlenül zárja ki egymást.	<i>Ebben a kérdéskörben nem merült fel olyan vita, amely az alapokat érintené.</i> Viszont minden beadványból hiányzik a kultúra stratégiai megközelítése.
7 A társadalom reprezentációja		
- Közös elvárás a társadalmi csoportok méltó bemutatása és az érintettek bevonása. - Az akadálymentesítést alapjogként kezelik. A feliratozás, a jelnyelvi tolmácsolás, a narráció és a könnyen érthető kommunikáció a digitális felületeken, de a lineáris adásban egyaránt legyen adott, és épüljön be a tartalomtervezés első szakaszába. - Visszatérő bírálat, hogy a kisebbségi, nemzetiségi, vallási és hátrányos helyzetű közösségek elkülönített sávban, ünnep vagy konfliktus apropóján jelennek meg. - Általános egyetértés, hogy a képernyős sokszínűség attól is függ, kik hozzák a döntéseket a képernyőn kívül, ezért az érintett csoportok tagjai szerkesztők és döntéshozók is legyenek. - Egyetértés van a megjelenési arányok és a bemutatás minőségének nyilvános, éves feltárásában, értékelésében.	A méltó megjelenítés két eszköze a számszerű vállalás és a szereplési lehetőségeket bővítő szerkesztési gyakorlat.	- A kisebbségek megjelenítésében a népességi arányok pontos követése és a nagyobb láthatóság biztosítása közötti választás mértéke. - A vallási és világnézeti műsoridő elosztásánál a történelmi súly és a mai társadalmi arányok mellett vitás a reprezentáció mértéke.

Amiben egyetértés van	Közös cél, eltérő megoldások	Amiben az alapok is vitatottak
8 Platform- és archívumstratégia		
„Digital first” stratégia. - Közös cél az archívum megőrzése és hozzáférhetővé tétele. Minden stakeholder nemzeti kulturális vagyonként írja le. - Első lépésként ütemezett digitalizálási programot kérnek, nyilvános ütemtervvel arról, mely tartalmak digitalizálása várható, és mi válik szabadon elérhetővé. - Az audiokínálat önálló felületet kíván, egyetlen alkalmazással és átfogó podcast-stratégiával. - A terjesztés oldaláról a DAB+ újraindítását és országos kiépítését kérik, helyi és regionális szolgáltatással, a középhullámról átvihető nemzetiségi műsorokkal és tematikus csatornákkal. - Közös elvárás az akadálymentes hozzáférés érvényesítése minden felületen, ingyenes alapszintű eléréssel.	- A közösségi média önálló tartalomszolgáltatásként vagy felfedezési pontként szolgáljon a közmédia más felületeihez. - Az archívum megnyitásának feltételeiben az ingyenes oktatási és kutatási hozzáférés és a jogtulajdonosok díjazása kíván összehangolást.	- Vitatott, mennyiben indokolja a piaci verseny védelme az online kínálat és az archívum megnyitásának korlátozását. - A közösségi médiában való jelenlét mellett a teljes távolmaradás is felmerül.
9 Médiapiaci ökoszisztéma		
- Minden stakeholder szerepmegosztásként írja le a viszonyt a piaci szereplőkkel: a közmédia ott legitim, ahol a tartalom piaci alapon nem jönne létre. - Közös elvárás a közmédia megrendelések átláthatósága és a partnerek azonos feltételek szerinti kiválasztása. - Közös fellépést kérnek a globális platformgazdasággal szemben. - Együttműködési területként jelenik meg a technikai fejlesztés, a közönségmérés, az akadálymentesítés és az újságíró-utánpótlás.	Az új szolgáltatások ellenőrzésére két, eltérő javaslat érkezett: az egyik előzetes társadalmi hasznossági és piaci hatásvizsgálatot javasol minden jelentős induláshoz, a másik ehelyett szigorú utólagos ellenőrzést javasol.	- Vitatott a közmédia reklám és más saját bevételeinek megengedhető köre. - Az MTI hírszolgáltatásának piaci díjazásával szemben egy kutatóműhely ingyenes alapszolgáltatást javasol a teljes magyar médiának, mások a verseny mellett érvelnek, fizetős MTI szolgáltatással.
10 Záró kérdés, további témák		
- Közös elvárás a közmédia működésének és gazdálkodásának nyilvánossága, valamint az éves független ellenőrzés. - Visszatérő igény a szakmai tudás megőrzése és a munkatársak védelme a nyomásyakorlástól. - A médiasektor és a nemzetiségi közösségek köre a nyilvános álláshirdetést és a transzparens toborzást minden pozícióra alapkövetelménynek tartja. - A közmédiában társadalmi részvétel állandó, intézményesített rendszerként jelenik meg.	A közmédia átalakításának tervezésében a 2030-ig szóló, pontos menetrend áll szemben egy rugalmasabb, agilisabb megközelítéssel.	<i>Ebben a kérdéskörben nem merült fel olyan vita, amely az alapokat érintené.</i>

1. Bevezető

1.1 A szakmai párbeszéd háttere

Első alkalommal indult Magyarországon szakmai és társadalmi párbeszéd arról, hogyan képzelhető el a megújult közmédia. A lehetőséget az adja, hogy az intézményi háttér újraépítése után a közmédia és az MTI különválnak, élükre pedig a Független Közmédia Testület nyílt pályázaton választ vezetőkét.

Az intézmények felállása és a pályázat közötti időszakban a közmédiáért felelős miniszteri biztos feladata volt felmérni, hogy a szakmai szereplők és a társadalom szerint milyennek kell lennie ma Magyarországon a megújuló közmédiának, és az új közmédia koncepció milyen kérdésekre adjon választ.

1.2 A kétlépcsős párbeszéd első, szakmai része

A párbeszéd két lépcsőben zajlott. Első körben a szakmai szereplők, míg második körben a civil társadalom véleményét kérték ki. Az itt olvasható összegzés kizárólag az első, szakmai párbeszéd eredménye.

A szakmai párbeszédre írásos beadványokat 2026. július 20. és augusztus 20. között fogadott be a Társadalmi Kapcsolatokért és Kultúráért Felelős Minisztérium. Két szervezet szeptemberben küldött állásfoglalást, ezek a kiegészítő észrevételek között találhatók. A szakmai párbeszéd mindenki előtt nyitva állt, a lehetőségről nyilvános felhívás is megjelent, és bármely szakmai szervezet benyújthatta észrevételeit vagy javaslatait akkor is, ha közvetlen felkérést nem kapott.

A beadványokat a miniszteri biztos kabinetje feldolgozta, így az FKT a közmédia vezetésére kiírandó pályázati leírásba beépítheti a szakmai szereplők által támasztott elvárásokat. A pályázók és a társadalom megismerheti a szakmai anyagokat, a megválasztott vezetés pedig szabadon felhasználhatja azokat az új közmédia-stratégia kialakítása során.

1.3 A vizsgálat tárgya

A vizsgálat feltérképezi a szakmai párbeszédben megjelent különböző szempontokat, a releváns álláspontokat pedig szisztematikusan rögzíti és összegzi.

Három témakör nem része a vizsgálatnak

- az intézményi háttér,
- a finanszírozás,
- a médiatörvény komplex átalakításának javaslatai.

A stakeholderek egy része ezekben a témákban is kifejtette az álláspontjaikat, de ezek a szakmai párbeszéd megállapításai közé nem kerültek be, hanem összegyűjtve a minisztérium továbbította azoknak a testületeknek, amelyek az adott témával foglalkoznak.

Az elemzés szándékosan nem oldja fel a szakmai párbeszédben lévő eltérő véleményeket, és nem helyettesíti a döntést. Az összegzésbe bekerült minden észrevétel, amely releváns kockázatra vagy lehetőségre mutatott rá.

2. A szakmai párbeszéd folyamata és módszertana

A szakmai párbeszéd négy elvre épült: hiteles és átlátható módszertan, a rendelkezésre álló időtávon belüli megvalósíthatóság, az érintettek széles körű bevonása, valamint a jó kormányzás nemzetközi alapelvei¹.

2.1 A részvétel és a kérdéssor

Három úton lehetett bekapcsolódni a nyílt szakmai párbeszédbe:

- a minisztérium közvetlenül megkeresett szakmai szervezeteket, amelyek egységes felkérőlevelet, kérdéssort kaptak;
- a felhívást a minisztériumok és a parlamenti bizottságok is megkapták és továbbították;
- a nyilvános felhívásra pedig felkérés nélkül bárki beadhatott szakmai anyagot.

Mindenkire ugyanaz a kérdéssor, és ugyanaz a határidő vonatkozott, és a feldolgozás során sem történt megkülönböztetés aszerint, hogy egy beadvány melyik forrásból érkezett.

Beadványt csak azonosítható, név szerint ismert stakeholdertől fogadtunk be. A javaslat beadója kérhette, hogy ne jelenjen meg a neve nyilvánosan.

Vélemények a beadványokon kívül

A beadványok mellett más formában is érkeztek szempontok. Az érintett szervezetek közül páran kerekasztal-beszélgetéseket is tartottak, a felkért egyéni tartalomgyártók további észrevételeket küldtek, egyes szakértők további releváns mellékleteket adtak át, és hat magánszemély is küldött anyagot a nyílt felhívásra. Ezeket az 5. fejezet (Kiegészítő észrevételek) használja fel, hogy árnyalják és kiegészítsék a beadványok mondanivalóját. Megbeszélés volt az európai köztvéteket és rádiókat tömörítő szervezettel (European Broadcasting Union - EBU) is, amelynek anyagát a dokumentum néhány helyen viszonyítási pontként (benchmarkként) is felhasználja.

A kérdéssor

Tíz kérdéskörből állt az iránymutató kérdéssor. A stakeholderek maguk döntötték el, mely kérdésekre és milyen szerkezetben és részletességgel válaszolnak, és új szempontokat is felvethettek. A tíz kérdéskör adja a feldolgozás és a jelentés 4. fejezetének vázát.

1. ábra: A felhívás kérdéskörei

Sorszám	Kérdéskör
1	Feladat és közszolgáltatóság 2030-ban
2	Tartalmi hiányok és megőrzendő értékek
3	Egyidejű generációs elérés
4	A közmédia szerepe a helyi közösségekben
5	Dezinformáció, hiteles tájékoztatás és médiaműveltség
6	Kultúra, oktatás és tudomány közvetítése
7	A társadalom reprezentációja
8	Platform- és archívumstratégia
9	Médiapiaci ökoszisztéma
10	A kérdéssoron kívül felmerült szempontok

¹ International Principles of Good Governance: A jó kormányzás nemzetközi alapelvei az állami intézmények hatékony, átlátható és elszámoltatható működését hivatottak biztosítani. Ezen alapelvek az OECD, az Európa Tanács és az Európai Bizottság ajánlásai szerint a nyitottság, az arányosság, a visszajelzés és a dokumentáltság.

2.2 A beadványok feldolgozása

A beadványok feldolgozása négy lépésben történt.

1. **Befogadás:** minden beküldő visszaigazolást kapott, majd a beadványokat az első áttekintés után iktatták.
2. **Állításokra bontás:** a beadványok kisebb egységekre, állításokra lettek bontva. A további munka már ezek használatával történt. Állítás minden önállóan érthető megállapítás, javaslat, igény, példa vagy kockázatjelzés, mint például az, hogy „a szerkesztői függetlenség garanciáit a közmédia belső szabályzatában is rögzíteni kell”.
3. **Kérdéskörbe sorolás:** minden állítás abba a kérdéskörbe került, ahová a tartalma szerint tartozik, függetlenül attól, hogy a beadványban melyik kérdés alatt szerepelt. Ha egy felvetés a közmédiát érintette, de az első kilenc kérdéskör egyikébe sem illett tartalmi alapon, a „4.10: A kérdéssoron kívül felmerült szempontok” alfejezetbe került.
4. **Összevetés:** kérdéskörönként lett beazonosítva, hogy a beadványok milyen megállapításokat tettek, továbbá, hogy mekkora egyetértés áll az egyes megállapítások mögött.

2. ábra: A feldolgozás folyamata

Beadvány	Állítás	Megállapítás és ellenvélemény	Szintézis	Összefoglaló kivonat	Javaslat a kiíráshoz	Későbbi felhasználás
500+ oldalnyi szabadszöveges javaslattétel	9 014 állítás. Mindegyik forrásmegjelölés-sel	Az azonos irányú állításokból megállapítás, a szemben állóktól ellenvélemény	Kérdéskörönként az összes megállapítás és ellenvélemény tíz kérdéskör szerint	A fő megállapítások tíz kérdéskör szerint	A kivonat alapján javaslatok készültek a közmédia vezetői pályázatának tartalmi pontjaira	A megválasztott vezetés a teljes szintézist felhasználhatja a megújulás stratégiájához

Az utolsó két pont a kivonat módszertanán túlmutató folyamat.

Minden beadvány minden kérdéskörben egyetlen véleménynek számított, függetlenül a terjedelmétől. Az elemzés azt vizsgálta, hány beadvány áll egy álláspont mögött; az állítások számát és a terjedelmet nem vette figyelembe. A beadványszám kizárólag a támogatók körének szélességét mutatja.

Az álláspontok érdekelttség esetén

Vitás kérdésekben az is vizsgálat tárgya volt, mely stakeholderek állnak az egyik, illetve a másik oldalon.

Minden állításnál vizsgálták, hogy mekkora hatással van a javaslat a stakeholder saját érdekeire, és ezt az elemzés során három fokozatban jelölték. A jelölés állításonként készült, három egymásra épülő kérdés segítségével. Az első, hogy az állítás javasol-e konkrét cselekvést, szabályt, szerepet vagy erőforrást. Ha igen, akkor a második, hogy ki a kérés kedvezményezettje. Amennyiben az érintett, a nevesített szervezete vagy az általa képviselt közösség az elsőszámú kedvezményezett, abban az esetben harmadik lépésként ellenőrizték a kérés mértékét és hatását. Például egy stakeholder, amely új országos rendszer létrehozását javasolja, és saját magát nevezi meg annak fejlesztőjeként. A feldolgozott 9 014 állításból kevesebb, mint 200 tétel kapott érdekeltégi jelölést, amely az összes javaslat körülbelül 2 százaléka.

3. Kik szólaltak meg

3.1 Felkért szervezetek és beérkezett beadványok

A miniszteri biztos kabinetje előzetesen felmérte, hogy kik a stakeholderek a közmédia működésében és átalakításában, és ebből állt össze a megkeresendő szervezetek listája. A lista alapján 182 szervezetet kért meg a minisztérium beadvány benyújtására. A megkeresés 84 szervezethez közvetlenül, 98-hoz a szakterületek közvetítésével jutott el. A felkérések mellett nyilvános felhívás is megjelent, amelyre további 41 szervezeti beadvány érkezett. A fő elemzésbe így 111 szervezeti beadvány került, és ezek több mint harmada felkérés nélkül, az érintettek saját kezdeményezésére született.

12 egyéni indítvány érkezett. Hatot egyéni tartalomgyártók (influenzszerek), hatot további magánszemélyek küldte ezek a Kiegészítő észrevételek fejezetben a személyes megbeszéléseken elhangzottakkal és az egyéb küldött anyagokkal együtt árnyalják a szervezeti beadványok javaslatait.

A beadványok befogadásának lezárása után további 2 szervezeti anyag érkezett, ezek szintén a Kiegészítő észrevételek fejezetben szerepelnek. Összesítve:

- határidőn belül 123 beadvány érkezett, 111 szervezeti és 12 egyéni;
- a fő elemzés a 111 szervezeti javaslatra épült, ebből 70 felkérésre, 41 a nyilvános felhívásra érkezett;
- a két határidő után érkezett beadvánnyal együtt összesen 125 képezi a szintézis tárgyát.

3.2 Az érintettek köre

Az összesen 125 beadványból 111 került a fő elemzésbe. Hat stakeholder csoportból és tizenhét kategóriából érkeztek, így lefedik a közmédiával kapcsolatban álló szervezeti köröket. E források a médiapiac és az újságírás, technológiai szereplők, hírközlés, az alkotói és kulturális szféra, a tudomány és a köznevelés, a civil és jogvédő szervezetek, a nemzetiségi és önkormányzati közösségek, valamint az egyházak.

A 4. ábra stakeholderekként, azon belül kategóriánként mutatja, hány beadvány került a fő elemzésbe. Az 5. ábra a Kiegészítő észrevételek fejezetben tárgyalt beadványokat sorolja fel.

4. ábra: A fő elemzés beadványai stakeholder és kategória szerint

Stakeholder	Kategória	Beadvány (db)
Médiaszektor · 28db	Médiaszolgáltatók és médiavállalatok	6
	Médiaipari érdekképviselők	6
	Reklám- és kommunikációs iparági szervezetek	3
	Újságíró-szakmai szervezetek	8
	Közmédián belüli szakszervezetek	2
	Technológiai szereplők	3
Kultúra és alkotók · 27db	Alkotói és művészeti szakmai szervezetek	19
	Szerzői jogi és jogdíj-szervezetek	3
	Közgyűjtemények és kulturális intézmények	5
Felsőoktatás, kutatás és köznevelés · 20db	Felsőoktatási, kutató- és képzőműhelyek	13
	Oktatási és köznevelési szervezetek	7
Egyházak és felekezetek · 6db	Egyházak és felekezeti szervezetek	6
Nemzetiségi, kisebbségi és önkormányzati közösségek · 8db	Nemzetiségi önkormányzatok és médiaszervezeteik	6
	Önkormányzati szövetségek	2
Civil érdek- és jogvédelem · 22db	Fogyatékosügyi érdekvédelmi szervezetek	6

Stakeholder	Kategória	Beadvány (db)
	Gyermek- és ifjúságvédelmi szervezetek	3
	Civil jogvédő és érdekvédelmi szervezetek	13

5. ábra: A Kiegészítő észrevételek fejezetben tárgyalt beadványok

A Kiegészítő észrevételek fejezetben	Beadvány (db)
Egyéni tartalomgyártók (influenzszerek)	6
Egyéb magánszemélyek	6
Határidőn kívüli beadvány Hírközlési szereplőtől (2026. szeptember 3.)	1
Határidőn kívüli beadvány Médiaipari érdekképviselőtől (2026. szeptember 4.)	1

A tíz kérdéskör elemzése 111 beadványára épül. A legkisebb érintett csoport, az egyházaké is hat önálló beadvánnyal van jelen.

A médiaszektor, a kultúra és alkotók köre együtt a beadványok csaknem felét adja (55 a 111-ből). A civil és jogvédő, a fogyatékossgal élőket képviselő, a gyermekjogi, a nemzetiségi és az önkormányzati szervezetek együtt 30 beadványt küldtek. Beadványszámuk nagyságrendileg ugyanakkora, mint a médiaszektoré.

3.3 A részvétel korlátai

A beadványok megoszlása sem a magyar társadalom, sem a teljes szakma véleményének megoszlását nem tükrözi. A fő stakeholderek ugyanakkor mind képviselve vannak, így a témát sok, egymástól független szemszögből mutatja be az elemzés.

Az egyes körök eltérő mértékben vannak jelen. A kereskedelmi médiaszolgáltatókat például ernyőszervezeteiken keresztül szólították meg, ezért az egyes társaságok cégszintű álláspontja önállóan nem jelenik meg.

A nézők és a hallgatók közvetlenül nincsenek jelen a szakmai párbeszéd résztvevői között, szempontjaik csak közvetve, a civil, nemzetiségi és egyházi szervezeteken keresztül jelennek meg. Ezt a párbeszéd második szakasza, a társadalmi párbeszéd pótolja.

Abból, hogy egy szervezet nem küldött beadványt, nem következik, hogy egyetért a többiek álláspontjával. Ezért ez a dokumentum közli a felkért és a válaszoló szervezetek számát is, és a kettő közötti különbség csupán annyit jelent, hogy ezek a szervezetek nem szólaltak meg.

4. A tíz kérdéskör

Nemzetközi példák áttekintése, a közmédiáról folyó szakmai beszélgetések meghallgatása és kutatókkal folytatott megbeszélések alapján azokat a témákat választotta ki a biztosi kabinet, amelyek a közmédia jövője szempontjából relevánsak. A tíz kérdéskört további alkérdésekre bontották. A résztvevőknek nem kellett minden kérdésre válaszolniuk, szabadon választhatták ki, mely témákhoz szólnak hozzá.

4.1 Feladat és közszolgáltatás 2030-ban

Erre a kérdéskörre 102 beadvány tért ki.

A felhívásban szereplő kérdések:

- 1a – Mi legyen a közmédia feladata 2030-ban?
- 1b – Önök szerint mit jelent ma a közszolgáltatás?
- 1c – Hogyan mérhető a közmédia társadalmi hasznossága – milyen mutatók, visszajelzési csatornák jöhetnek szóba a nézettségen túl?

1a – Mi legyen a közmédia feladata 2030-ban?

Definíció: Egyszerűen az számít közszolgáltatásnak, ami a közmédia nélkül nem jönne létre. Ez a megkülönböztethetőség a legvilágosabb határvonal a piaci szereplőkkel szemben. Ezt csak két beadvány vitatja, két különböző érvel: az egyik szerint a kínálat jóformán bármilyen műfajra kiterjedhet, a másik szerint a közmédia által generált verseny emeli a szakmai színvonalat.

Feladat: a közmédia feladata nem műfajhoz kötött. A mérce az, miért, kinek és milyen közértékkel készül a tartalom. A közmédia alapfeladataként a következő három pontot jelölik ki: a társadalom tájékoztatása, oktatása és szórakoztatása (úgynevezett Reith-hármas²). Ebből egyedül a szórakoztatás és benne a prémium sport vitatott. Az egyik oldal szerint ezek kívül esnek a legitim közszolgáltatói tartalmakon, a másik oldal szerint a szórakoztatás a hármas egyenrangú eleme.

A rendszer: Az érintett csoportok többsége határozott váltást kér a mostani közszolgáltatói rendszerhez képest. A csatornák üzemeltetése helyett a közmédia egységes, platformfüggetlen rendszerként működjön. Ezzel szemben egy beadvány azzal érvel, hogy a már kiépült tematikus csatornarendszer (M1, M2, M3, M4, Duna, Duna World) megtartása – annak előnyei miatt – megfontolandó.

Egyedi funkciók: Három pótolhatatlan közszolgáltatói funkciót neveznek meg a beadványok. Ezek a válsághelyzeti rendelkezésre állás, a hatalom folyamatos, oldalfüggetlen ellenőrzése és a hídszerep, vagyis a szemben álló csoportok párbeszédének pártatlan fóruma.

Megalapozottság: A beadványok a közmédiától a hitelességet és a témák megbízhatóságát, mély feldolgozását várják a gyorsaság helyett, nagyobb szerepet adva a magyarázó újságírásnak a hírversenyben való részvétel helyett. A minőségi színvonalat takarékosági szempontok nem írhatják felül. A médiasektor és a felsőoktatási-kutatói kör szerint viszont azt sem lehet figyelmen kívül hagyni, hogy a mély feldolgozás több időt és több erőforrást köt le. A közpénzzel való felelős gazdálkodás szerintük szintén közszolgáltatói követelmény.

Kultúra, mint közszolgáltatás: A közmédiára a beadványok írói gyakran kulturális intézményként tekintenek. Emiatt a kulturális tartalom is a közszolgáltatói kínálat alapvető feladata. Állami és társadalmi felelősség a

² Reith-hármas: A közszolgáltatói média klasszikus alapelve, amely szerint a közmédiának egyszerre kell tájékoztatnia, művelnie és szórakoztatnia a közönséget, és nem szűkülhet le egyetlen funkcióra.

közmédia együttműködése a közgyűjteményekkel és a kulturális intézményekkel, továbbá felelőssége a médiaműveltség fejlesztése.

Széles körű hozzáférés biztosítása: Alapkövetelmény az ingyenes vagy szimbolikus árú alapszintű hozzáférés fenntartása. Akkor országos a közmédia, ha az ország minden részében jelen van. Ehhez kapcsolódóan arra hívják fel a figyelmet, hogy a nemzetiségi műsorszolgáltatás jogszabályban rögzített kötelezettség. A helyi tartalom-előállítás, a határon túli és diaszpórában élő magyarság elérése és az akadálymentesítés részleteit a helyi, a reprezentációs és a platformkérdéskör tárgyalja. Már itt megjelenik az a követelmény, hogy az idős és a digitálisan kirekesztett közönség ellátása a megújulás közben se szűnjön meg.

A közmédia kezdeményező szerepe: Végül elvárás, hogy a közmédia kezdeményező kulturális intézményként működjön a csak saját szakmai körben zajló tartalomgyártás helyett. Nyisson a tudomány, a kultúra és a helyi közösségek felé. A rendszerszintű problémákat a független és a kereskedelmi szereplőkkel megosztva kezelje, az MTI-vel pedig mint az információellátás alapját adó szereplővel számoljon. A közmédia archívumának megőrzése és digitalizálása mellett a nyitott tudástárra tétele is közfeladat.

1b – Önök szerint mit jelent ma a közszolgálatiáság?

A beadványok definíciója a klasszikus hármas kritériumból indul ki, amely szerint a közmédiát a köz finanszírozza, a köz ellenőrzése alatt áll, és a köz számára készül. A meghatározás tehát nem azonos az állami tulajdonnal, a kormányzati kommunikációval vagy a közpénzből való működéssel.

Tükör vagy szobrász: A közszolgálatiáság meghatározásában az alapkérdés, hogy tükrözze-e a közmédia a társadalmat, vagy tudatosan formálja, mint egy szobrász.

A tükör-olvasat szerint a közmédia feladata a semleges, hiteles megjelenítés, amely az ellentétes álláspontokat súlyuk arányában ismerteti, és amely nem formálhatja a közvéleményt, nem döntheti el, hogy mit gondoljon. A szobrász-olvasat szerint a közmédiának aktívabb, formáló szerepet kell felvállalnia.

Függetlenség: A tartalmi feltételek közül a szerkesztői függetlenség a legszélesebben támogatott. Jogi, szervezeti, finanszírozási, vezetési és munkajogi garanciák együttesét javasolják, nyilvános szerkesztőségi chartával és a politikai vagy vezetői nyomás dokumentálásával. A vezetők kiválasztása nyilvános, szakmai eljárásban történjen. A szakmai autonómia része a tisztességes és kiszámítható foglalkoztatás is.

Bizalom: A beadványok szerint a közmédiába vetett bizalom visszaépítése a következő évek legfőbb feladata lesz. Ehhez a javasolt eszközök többek között a teljes működési transzparencia, a nyilvános, számonkérhető szerkesztési kódex és a hibakezelés intézményesítése. Szintén a bizalom előfeltétele, hogy a közmédia ne közvetítsen burkolt reklámot és pártpolitikai kommunikációt, és ne fogadjon el nem átlátható támogatást. Gyűlöletkeltésnek és félelemkeltésnek a közmédia nem adhat teret.

1c – Hogyan mérhető a közmédia társadalmi hasznossága – milyen mutatók, visszajelzési csatornák jöhetnek szóba a nézettségen túl?

Közszolgálati index: A nézettség, a hallgatottság és az online elérés a beadványok szerint fontos mérőszámok, de önmagukban alkalmatlanok a közszolgálati teljesítmény mérésére, ezért többdimenziós mutatórendszert javasolnak. Ez azt is jelenti, hogy a teljesítmény mércéjét le kell választani a nézettségi kvótáról, és rögzített társadalmi hasznossági kritériumrendszert kell a helyére léptetni, mint például a BBC Public Value Index³. A

³ Közszolgálati érték index (public value index) a BBC által bevezetett szemlélet és mérési keretrendszer, amely azt vizsgálja, hogy a médium mekkora társadalmi, kulturális és gazdasági értéket teremt a nézők és a brit közösség számára a befizetett előfizetői díjért cserébe

civil/jogvédelmi kör, valamint az egyházak és felekezetek egy szűkebb része szerint viszont a hasznosság nehezen mérhető, és a nézettségi mutatók adhatnak iránymutatást.

Nyilvános jelentés: A visszacsatolás fő eszköze az évente közzétett, nyilvános közszolgálati értékjelentés, amely a hiányosságokat és a panaszokat is bemutatja, és amelybe független kutatóintézeteket vonnak be. A mérések akkor lesznek hatásosak, ha kötelezettséghez kapcsolódnak. A beadványok kiemelik, hogy számonkérhetőség nélkül a tartalmi elvárások nem valósulnak meg. A javasolt mérőszámoknak egy négyelemű komplex mérés adna keretet, amely az elérést, a minőséget, a hatékonyságot és az ár-érték arányt fogja össze egyetlen rendszerbe.

Az adatok részletessége: A javasolt méréseket, ahol lehet korcsoport, régió és településtípus szerint bontva javasolt elvégezni, mert a részletes adatból látszik, hogy hol marad el az elérés. Azt is javasolt mérni, kik hiányoznak a közmédia műsoraiból. Az akadálymentesség önálló mérőszám legyen, a nemzetiségi feladatellátás méréséhez pedig külön szempontrendszer szükséges.

Archívum: A digitális archívummal kapcsolatos adatokra is konkrét javaslat érkezett, amely szerint mérni kell a látogatottságát és a tartalmak tanórai felhasználását. Számos kvantitatív mérőszám mellett a kvalitatív visszacsatolást is fontosnak tartják.

Nemzetközi összehasonlítás: A saját mérések mellé olyan mérések bevonását is javasolják a beadványok, amelyek módszertana független és nemzetközileg összehasonlítható. Hasznos külső mérésnek az RSF Világ Sajtószabadság Indexét⁴, a Journalism Trust Initiative szabványait⁵, a Radio France barométerét⁶ és a Cseh Televízió közérték-értékelését⁷ említik.

A kérdéskör fő vitás pontjai

A legfontosabb nyitott kérdés a tükör és a szobrász olvasat közötti választás.

A közmédia kínálatának hatáiról az egyik álláspont a piaci hiány pótlására szűkíti a közszolgálati jelenlétet, a másik szerint a kínálat bármilyen műfajra kiterjedhet. A piaci hiányra szűkített kínálat kiszámíthatóbb legitimációt ad; a bármely műfajra kiterjedő kínálat nagyobb elérést hoz, de minden bővítést külön kell indokolni a piaci szereplőkkel szemben.

A szórakoztatás és benne a prémium sport a szűkítő oldal szerint kívül esik a legitim tartalmak körén. A másik oldal szerint a szórakoztatás a Reith-hármas egyenrangú eleme. A prémium sport és a szórakoztatás elhagyása jelentős forrást szabadít fel, amely más fejlesztésekre is fordítható lenne, ugyanakkor éppen azokat a nagy élő események egy részét veszi ki, amelyeket a beadványok az egyetlen bizonyított korosztályokon átívelő műsoroknak neveznek.

A javasolt mérőszámokról megoszlanak a vélemények. Az általános álláspont többdimenziós kritériumrendszert javasol. A civil/jogvédelmi kör, valamint az egyházak és felekezetek egy szűkebb része szerint viszont a társadalmi hasznosság csak hosszú távon válik mérhetővé, addig pedig a nézettségi mutatók

⁴ A Riporterek Határok Nélkül (RSF) éves rangsora, amely szakértői kérdőívek és az újságírók elleni támadások adatai alapján pontozza a sajtószabadságot országonként.

⁵ JTI nemzetközi szabványú önértékelési és tanúsítási rendszere, amely a tulajdonosi átláthatóság, a szerkesztőségi függetlenség és az etikai normák alapján méri a médiumok megbízhatóságát.

⁶ A francia közrádió rendszeres közönségmérése, amely a nézettségen túl a kínálat társadalmi hasznosságát, sokszínűségét és a közönség bizalmát vizsgálja.

⁷ A cseh közszolgálati televízió mutatórendszere, amely panelkutatással és külső tartalomelemzéssel méri a műsorok tárgyilagosságát, kiegyensúlyozottságát és kulturális-oktatási küldetésének teljesülését.

igazolhatják, hogy a közmédia iránya helyes-e. A két elvárás nem zárja ki feltétlenül egymást, hiszen időben elválhat egymástól: a nézettségi összehasonlítás rövid távon ad visszajelzést az irányról, a többdimenziós rendszer pedig hosszabb távon a hasznosságról.

A reklám mértéke vitás pont. A piaci semlegesség követelménye volt a burkolt reklámtól való elhatárolódás, három stakeholder egy-egy beadványa szerint viszont a közmédia a reklámtevékenységgel teljesen hagyjon fel; az elhagyást vagy erős korlátozását öt stakeholder kéri. A kereskedelmi reklám teljes kivezetése megszünteti a piactorzítás vádját, de kieső bevételt hagy maga után, amelynek pótlására a beadványok nem adnak javaslatot.

Szerkesztői kiegészítés

Ez a szakasz a szerkesztők saját rendezése és javaslata, nem a beadványok összegzése. Alapja az EBU Intelligence adatsora.

Az Európai Műsorszolgáltatók Uniójának (EBU) egyik tagja hasznos példát ad arra, hogyan bontható a közszolgálati küldetés mérhető részekre, és hogyan kerülnek ezek a részek az egyes közszolgálati csatornákhöz. A flamand közszolgálati médiaszolgáltató, a VRT három közszolgálati feladatot (tájékoztatni, összekapcsolni, inspirálni) keresztez három társadalmi területtel (demokrácia, társadalom, kultúra). Az így kapott kilenc mező együtt adja ki a közszolgálati küldetés teljes, mérhető bontását.

A VRT mindegyik mezőhöz konkrét állításokat fogalmazott meg arról, mit jelent az adott dimenzió a néző számára, hogy a mezők ne maradjanak elvont fogalmak. Ilyen állítás például az, hogy „ennek a csatornának köszönhetően sokat tanulok a hagyományokról, a kultúráról és a történelemről”.

6. ábra: A VRT közszolgálati mátrixa: három feladat, három terület, kilenc kulcsdimenzió

3 feladat ↓ 3 terület →	DEMOKRÁCIA A médiahasználó politikai és állampolgári részvételének támogatása	TÁRSADALOM Támogatás a társadalmi részvételben, a mindennapokban, a kapcsolatokban és a társadalmi szerepvállalásban	KULTÚRA Támogatás a kulturális részvételben és a kulturális identitásban
TÁJÉKOZTATNI Képet adni a világról: a közvetlen környezetről és a tágabb világról	Tájékoztatás – demokrácia	Tájékoztatás – társadalom	Tájékoztatás – kultúra
ÖSSZEKAPCSOLNI Azt az élményt adni, hogy a néző egy nagyobb közösség része	Összekapcsolás – demokrácia	Összekapcsolás – társadalom	Összekapcsolás – kultúra
INSPIRÁLNI Eszközöket adni ahhoz, hogy az élet jobb és tartalmasabb legyen	Inspiráció – demokrácia	Inspiráció – társadalom	Inspiráció – kultúra

Forrás: EBU Intelligence

A közmédia hasznosságának mérése ezeken a cél állításokon alapul. A csatorna rendszeres nézőit kérdezik meg, mennyire érzik igaznak az állításokat az adott csatornára, az egyes állításokra adott pontok pedig megmutatják, hogyan teljesít a csatorna az egyes dimenziókban.

A mérés kialakítása előtt azt kell eldönteni, mit tekint a közmédia prioritásnak. Minden csatornának ki kell jelölnie, melyik kettő-három dimenzió a prioritása, melyik kettő-négy a másodlagos, és melyekkel nem foglalkozik. Amit prioritásként megjelöl, ahhoz célérték társul. A kijelölt dimenziókat évente visszamérik, a

mért érték és a célérték különbsége pedig meghatározza a következő évi műsorstratégiai feladatokat minden csatornára.

Minden szolgáltatásnál javasolt kimondani, mi a fontos és mi nem az, és ezzel az a kérdés is kezelhetővé válik, hogy a közmédia egyes médiumai a társadalom hiteles megjelenítésére törekedjenek-e vagy annak tudatos alakítására.

A kilenc dimenzió egyszerre adhat keretet a magyar közmédia mérésére javasolt mutatóknak, és szolgálhatja az elvárt rendszeres beszámolót.

4.2 Tartalmi hiányok és megőrzendő értékek

Erre a kérdéskörre 103 beadvány tért ki.

A felhívásban szereplő kérdések:

- 2a – Milyen tartalmak hiányoznak a jelenlegi kínálatból?
- 2b – Mi az, ami jól működik a mai közmédiában, és amit semmiképp nem szabad elveszíteni az átalakulás során?

2a – Milyen tartalmak hiányoznak a jelenlegi kínálatból?

A hiányok kategóriái: A tartalmi hiány oka három kategóriába sorolható. Az első az elérhetőség problémája: a tartalom elkészül, majd egy hajnali sávban vagy egy nehezen megtalálható online felületen érhető el csak. Ezt négy stakeholder csoport tartja problémának. A második ok a minőség. A pusztán jelenlét kevés, mert az értékteremtő tartalom csak korszerű formában és magas gyártási minőségben éri el a célját; a hagyományos műsorok online térbe való feltöltése pedig még nem online tartalomgyártás. A harmadikba a teljesen hiányzó tartalmak tartoznak.

A hiánylista fő elemei: A listán szerepel a rendszeres hazai fikció. A tévéfilm, a tévéjáték és a sorozat hat évtizedes hagyománya az érintettek állítása szerint leépült a magyar közmédiában, és a kortárs magyar animáció sem kap önálló helyet a kínálatban. A folyamatos hazai gyerekkínálat szintén hiányzik. A gyerekeknek szóló kínálatból a korosztályokon átívelő tartalom és az önálló gyerekhíradó marad el. A mentális egészség bemutatása önálló hiányterületként jelenik meg, és a gyerektartalomban külön kezelendő. Elmarad a valóság feltárásának teljes eszköztára, a szociografikus dokumentumfilm, a főműsoridős dokumentumfilm-sáv, a napi tényellenőrzés és a valódi véleményütköztetést bemutató vitaműsor. Az önálló külpolitikai tudósítást és a hírügynökség beszűkült agendájából eredő hiányokat a médiaszektor és a felsőoktatási-kutatói kör emeli ki. A platformspecifikus formák közül az online hangalapú kínálat marad el.

Ismeret és eligazítás: A korszerű tudományos ismeretterjesztés megszűnt. A jelenleg Delta⁸ néven futó műsor MI-generált anyagát rossz példaként hozzák az érintettek, mert az egyszerre rontja a tudományos ismeretterjesztés és a mesterséges intelligencia hitelét. Hiányzik a praktikus médiaműveltség, vagyis a közérthető tartalom arról, hogyan ismerhető fel a manipulált kép, a hamis hír és az MI-generált hang. Ugyanígy hiányzik a fogyasztóvédelmi tartalom. Erre napi vagy heti, valós eseteket feldolgozó műsor merült fel javaslatként, a jogérvényesítés, a pénzügyek és az ügyintézés kérdéseivel együtt.

⁸ A Delta a magyar televíziózás egyik legnagyobb múltú tudományos-ismeretterjesztő műsora, amely közel 30 év kihagyás után, 2023-ban tért vissza a képernyőre, jelenlegi társműsorvezetője pedig egy Ada nevű mesterségesintelligencia-ágens (MI agent).

Reprezentáció, helyi és nemzetiségi jelenlét: Hiányzik a tartalom, és ami van, az sem jó, mert a kisebbségi és hátrányos helyzetű csoportok témaként jelennek meg, szereplőként viszont nem. A kérés ezért a velük közösen készített műsor. A róluk szóló tartalom ezt nem pótolja. Szűkebb kör a roma kultúra, női szereplők és az LMBTQI közösség arányos megjelenítését hiányolja. Ugyanígy önálló hiány a települési mindennapok és a civil szektor rendszeres bemutatása. A nemzetiségi kínálatból a korszerű, digitális és kétnyelvű tartalom marad el, a megjelenítésre pedig az a kérés, hogy a nemzetiségek mai, változó közösségekként álljanak a képernyőn a kuriózum szerepe helyett. A világnézeti kínálatról két ellentétes hiányjelzés érkezett, az egyik a humanista értékrend nagyobb súlyát, a másik a kisebb egyházak bővebb megjelenését kéri.

Kulturális adósságok: Évtizedes adósságnak látják az érintettek a rendszeres televíziós színházi felvétel elmaradását, amely miatt két színész- és zenészgeneráció munkája maradt rögzítetlen. A színházi előadásoknál a rögzítést tartják a köztévé kötelességének, mert a puszta közvetítés kevés. A rádiószínházat fel kellene éleszteni. A népi kultúrát múzeumi örökség helyett élő, használható tudásként kell megmutatni.

Gyártás: Alkalmi presztízspanyítás helyett folyamatos, kiszámítható gyártást kérnek az érintettek (hazai fikció, animáció, gyerek- és ifjúsági kínálat). További feltétel, hogy a közmédia ne csak saját gyártásban gondolkodjon, hanem vegyen át független műhelyekben készült tartalmat, és vegyen részt a fejlesztésben is (dokumentumfilm, rövidfilm, sorozat, koprodukció, régiós műsorcsere). A médiaszektor és a felsőoktatási-kutatói kör szerint viszont nem következik automatikusan, hogy a hiányzó tartalom pótlása kizárólag a közmédia feladata. A közvetlen tartalomgyártás ott indokolt, ahol a hiányt más eszköz nem tölti be. A választáshoz hatásvizsgálat és költséghatékonysági elemzés javasolt.

2b – Mi az, ami jól működik a mai közmédiában, és amit semmiképp nem szabad elveszíteni az átalakulás során?

Abban, hogy van-e egyáltalán megőrzendő kínálat, megoszlanak a vélemények. Az érintettek nagyobb része tételesen nevesít jól működő, megőrzendő elemeket. Szűkebb körben viszont úgy látják, hogy a kínálatból szinte minden fontos tartalom hiányzik, és ami elkészült, azt nem tartják vállalhatónak.

Az audiovizuális archívum: A megőrzendő listáján az audiovizuális archívumot nevezi meg a legtöbb érintett. Nemzeti kincsnek tartják, egyben a legrosszabbul hasznosított vagyonnak. Az elvárás a digitalizálás, a kereshetőség és a tartós online elérés. A tartalmi kör így is hiányos, mert a felszámolt körzeti stúdióhálózat és a helyi televíziók közszolgálati értékű anyaga kívül reked a nemzeti gyűjteményeken.

Elérés és infrastruktúra: Megtartandó az országos elérés és az azt hordozó infrastruktúra, amelyet kereskedelmi szereplők nem tartanak fenn. Ugyanezt mondják ki az érintettek a földfelszíni digitális sugárzásról és a rendkívüli helyzetekben használható tájékoztatásról.

Emberi tudás: A megőrzendő képességek közül az emberi tudás a legkevésbé mérhető. Az elvesztését egy civil/jogvédelmi beadvány minden nagy szervezeti átalakítás legnagyobb kockázatának nevezi. Az archívumot ismerő szerkesztők, a hangmérnökök, a dramaturgok és a regionális tudósítók tudása évtizedek alatt épül, és hónapok alatt elveszíthető. Az érintettek azt kérik, hogy a szervezet a kockázatok között tartsa nyilván ezt a tudást. A megőrzendő tudás egy része az intézményen kívül van, például az idős korokban járó zeneszerzők és szövegírók tudása, amely jelzésük szerint dokumentálatlan, és néhány éven belül visszafordíthatatlanul elveszhet. Mindkettőre a rögzítés a javaslat, alkotói életútinterjúkkal és a távozó munkatársak tudásának dokumentálásával.

Anyanyelv és vallás: Megőrzendő a nemzetiségi műsorok, a szerkesztőségek tudásával és önálló műsoridejükkel együtt. A kulturális és oktatási funkció itt alapvető küldetés. Az egyházi és vallási műsorok

szerkesztői önállósága szintén megtartandó, akkor is, ha nem a legnézettebb sávban állnak. Az egyházak és felekezetek szűkebb köre ágazati álláspontként a mai egyházi műsorrend egyes elemeinek fenntartását is kéri, például azt, hogy az egyes felekezeteknek külön műsora legyen, és hogy a jelenleg futó tematikus műsorok változatlan formában maradjanak elérhetőek.

Bevált, hiteles műsorok: Néhány régóta futó műsort azért tartanak megőrzendőnek az érintettek, mert ezek évtizedek alatt szereztek szakértői hitelességet, és ezt új műsor rövid idő alatt nem pótolja. Ilyen például az 1952-ben indult anyanyelvi műsor, az ökológiai magazin és a közrádió magazinműsorai. Ugyanezen az alapon tartanak meg a hagyományörzés bevált formáit, a klasszikus irodalmi hangjátékvonalat és a reklámmentes, erőszakmentes gyerekkörnyezetet, valamint a tematikus csatorna- és rádiós portfólió szerkezetét, amely korlátozott piaci bevételű műfajokat is fenntart.

Magyar nyelvi kultúra: Az érintettek szerint azt kell megőrizni, amelyet globális platform nem állít elő. Ilyen a magyar nyelvű, a magyar valóságra vonatkozó tartalom előállítás, a nyelv és a kultúra gondozása és a nemzeti emlékezet dokumentálása. Kis nyelvi piacon ezt az érintettek szerint más szereplő nem vállalja fel. Ebből következik a megújítás korlátja is. A megújulás nem szűkítheti a közmédiát rétegszolgáltatássá, és nem adható fel az idősek, a családok, a gyermekek, a nemzetiségek, kirekesztettek és a fogyatékossgal élők rendszeres kiszolgálása. A megőrzés az értékre vonatkozik, a forma ettől függetlenül változhat.

A kérdéskör fő vitás pontjai

Szórakoztatás és sport: Az egyik álláspont szerint az igényes szórakoztatás közszolgálati hiány. A másik szerint a tisztán szórakoztató műfajok és a prémium sport kívül esnek a legitim tartalmak körén.

A magyar zene aránya: A cél közös, az új magyar mű és a magyar zene érdemi jelenléte. A kulturális-alkotói kör az alkotó nevesítését és a magyar zene arányának fenntartását kéri, a médiaszektor pedig nagyobb arányú nemzetközi rotációt javasol. A két álláspont összeegyeztethetővé válhat, mivel a nemzetközi rotáció bővítése akár elképzelhető úgy is, hogy a magyar dalok műsorideje érdemben nem csökken.

Saját gyártás vagy bevonás: Az érintett csoportok többsége a független műhelyek és a külső produkciók érdemi bevonását kéri. A kulturális-alkotói kör egy része és a közmédia szakszervezete ezzel szemben ellenkező irányt képvisel: több saját gyártású tartalmat kérnek. Egy beadvány intézményes megoldást javasol rá: a megrendelői és a saját gyártói érdek szétválasztását, azonos hozzáféréssel a megrendelésekhez. Ha nő a külső gyártói arány, a független műhelyek kapnak megrendelést, de a meglévő dolgozói állomány sorsa így megkérdőjeleződik.

Szerkesztői kiegészítés

Ez a szakasz a szerkesztők saját rendezése és javaslata, nem a beadványok összegzése. Alapja a kérdéskör megállapításai.

A szórakoztatás és a sport vitáján kívül egyetlen felvetés sem nevez meg olyan konkrét tartalmat, amelyet el lehetne hagyni. Így a beadványok olyan felsorolás állítanak elő, amelyben minden tétel egyenrangú, és amelyből sorrend nem rajzolódik ki.

A rendezés kérdése ezért az, hogyan lehet a hiányzó tartalmat rangsorolni. Az alábbi mátrix két kérdés mentén rendezi a tételeket. Az első, hogy a tétel következik-e a közmédia alapfeladatából. A 4.1. fejezetben vázolt szakmai egyetértés alapján alapfeladat az, amit a piac nem állít elő, vagy amit előállít ugyan, de nem érhető el minden régióban és minden közönség számára, pedig közszolgálati értéke van. Kiegészítő pedig az, ami a piacon közmédia nélkül is mindenki számára elérhető, és az, aminek a közszolgálati helyét a szakmai párbeszéd vitatja.

A mátrix két oszlopa pedig sürgősség szerint kategorizálja a tartalmakat. Sürgős az, ami a közmédiába vetett bizalmat közvetlenül építi, és az, amelynél a szakértői tudás vagy tartalom néhány éven belül visszafordíthatatlanul elvész.

7. ábra: Szerkesztői javaslat a szakmai párbeszéd felvetéseinek rendezésére, alapfeladat és halasztási kockázat szerint

	SÜRGŐS Amivel kezdeni kell: a bizalmat közvetlenül építi, vagy a tudás néhány éven belül elvész.	2030-IG PÓTOLANDÓ Fontos, de a halasztása nem jár visszafordíthatatlan veszteséggel.
ALAPFELADAT A piac nem állítja elő, vagy nem jut el mindenhová, pedig közszolgálati értéke van. Ilyen az is, amit jogszabály ír elő.	Krízistartalmak felelős keretezése · audiovizuális archívum digitalizálása · a szakmai tudás megtartása · nemzetiségi szerkesztőségi tudás megőrzése · rögzítetlen színházi és zenei előadások dokumentálása · tényfeltárás, hazai dokumentumfilm, tényellenőrzés, vitaműsor · praktikus médiaműveltség	Tartalmak minőségibbre cserélése · gyermek-, ifjúsági és idős közönségnek szóló kínálat · önálló külpolitikai tudósítás · korszerű tudományos ismeretterjesztés · klíma, a munka világa, állatvédelem · akadálymentesítés minőségi fejlesztése · települési és önkormányzati magazin · korszerű kétnyelvű nemzetiségi tartalom · kisebbségi és hátrányos helyzetű csoportokat szerepeltető tartalmak · külső gyártás és koprodukció · az élő népi kultúra tudáshordozói
KIEGÉSZÍTŐ SZOLGÁLTATÁS A piacon mindenki számára elérhető, vagy a közszolgálati helye vitatott.	A közmédia művészeti együttesei és rögzítetlen felvételeik · a nagy múltú, hiteles műsorok szakértői stábjá · rendszeres színházi rögzítés és a rádiószínház mint műsorforma	Mentális egészség a gyerektartalomban · rendszeres hazai fikció, animáció, világnézeti kínálat · magyar zenei arány és az alkotó nevesítése · podcast és platformspecifikus forma · igényes szórakoztatás · sport · visszatérés az Eurovíziós Dalfesztiválhoz · egyházi műsorrend · hagyományőrző formátumok · turisztikai programajánlók

A sürgős alapfeladatokkal javasolt kezdeni: az egyik a hírműsorok körüli tartalmi hiányok pótlása, mert ez a közmédia hitelességének javulását segítheti, és ennek közvetlen hatása lehet minden más tartalom nézettségére. A másik szál az archívum, a szakmai tudás és a rögzítetlen előadások megőrzése. Ha ezekről nem születik döntés időben, akkor ami elveszik, azt utólag nem lehet visszaszerezni.

A sürgős kiegészítő tételeknél gyors döntés indokolt. Előbb azt javasolt ellenőrizni, hogy az itt hiányzó tartalom a közmédia feladatkörébe tartozik-e. Ha igen, ezek a két sürgős szál mellé, egy harmadik, rövid határidejű körbe kerülhetnek, mert a tudás, a tartalmak és a kulturális örökség ezen részei is elveszhetnek.

A 2030-ig pótlendő alapfeladatok előkészítése azonnal elindulhat. A gyerek, az idős közönség, a vidék, a nemzetiség, a kisebbség, a klíma, a tudomány és a külpolitika közönséget és témakört jelöl ki, a formátumot nem. Ezeknél a tételeknél ezért elég lehet indulási évet és lefedettség mutatót kitűzni, egyes műsorokról nem kell külön dönteni, itt van idő a hosszabb egyeztetésre és az alapok lerakására.

A 2030-ig pótlendő kiegészítő tételekből építkezés közben lehet válogatni, ahogy a közmédia tartalmi portfóliója kikristályosodik. Itt a halasztás kisebb következménnyel jár. A döntéshez a társadalmi párbeszéd eredményei és a közvéleménykutatás is támpontot adhatnak.

4.3 Egyidejű generációs elérés

Erre a kérdéskörre 88 beadvány tért ki.

A felhívásban szereplő kérdések:

- 3a – Milyen típusú tartalmak kelthetik fel az idősebb, jellemzően vagy kizárólag a közmédiából tájékozódó közönség érdeklődését?
- 3b – Milyen témák és tartalmak szólíthatják meg a fiatalabb korosztályt, amely alig vagy egyáltalán nem fogyaszt hagyományos médiát?
- 3c – Van-e olyan formátum vagy tartalomtípus, amely mindkét csoportot hitelesen tudja megszólítani, vagy inkább párhuzamos, célcsoport-specifikus stratégiára van szükség?

3a – Milyen típusú tartalmak kelthetik fel az idősebb, jellemzően vagy kizárólag a közmédiából tájékozódó közönség érdeklődését?

Hozzáférés: A beadványok abból indulnak ki, hogy a hagyományos televíziót és rádiót törzsközönségként ma a 60 év feletti nézik és hallgatják⁹. A stakeholderek szerint a digitális átállás legnagyobb kockázata az idősebbek kirekesztése. Első javaslat a hagyományos kínálat megtartása, és hogy minden változás fokozatos legyen. A bővítés a jelenlegi közönség megtartása mellett történjen, konkrét formája pedig egy kötelezettségvállalás lehetne: 2030-ig vagy amíg nincs elérhető alternatíva, ne szűnjön meg lineáris felületen olyan tartalomtípus, amelynek közönsége döntően 60 év feletti.

Időseknek szóló tartalmi javaslatok: Kétféle tartalmat neveznek meg, amelyek az idősebb közönséget megszólítják. Az egyik a hiteles hír- és háttérműsor, valamint a magyar kulturális, történelmi és archív kínálat, vagyis a klasszikus filmek, a tévéjátékok, a színházi és a komolyzenei közvetítések, kiszámítható műsorrendben. A másik a gyakorlati eligazítás az egészségügy, a nyugdíj, a rezsi, a banki ügyek, a fogyasztóvédelem és az otthoni ápolás kérdéseiben. Az érintettek szerint a kiszámíthatóság önmagában is érték, és ezek az élethelyzeti témák hiányoznak a mostani közmédia kínálatából.

Digitális felzárkóztatás: erről a beadványok között nincs vita, az idősebb célcsoportot nem szabad passzív, gondoskodásra szoruló közönségként ábrázolni. Aktív szereplőkről van szó, akik közül sokan streamingről is fogyasztanak tartalmat. Önálló közszolgálati feladatnak tartják az idősek digitális felzárkóztatását és médiaműveltségét, benne az online csalás felismerésével és a digitális ügyintézással. Érvük, hogy a médiaműveltségi programok ma szinte kizárólag a fiatalokat célozzák. Az akadálymentesség itt generációs kérdés, a kifejtése a 4.7 alfejezetben található.

3b – Milyen témák és tartalmak szólíthatják meg a fiatalabb korosztályt, amely alig vagy egyáltalán nem fogyaszt hagyományos médiát?

A fiatalok elfordulása: A beadványok szerint a fiatalok elfordultak a hagyományos csatornáktól és formátumoktól, miközben a közéleti, a kulturális és a tudományos téma iránti érdeklődésük megmaradt. A következtetésük ezért az, hogy a közmédiának azokon a formátumokon kell bevonnia a fiatalokat, amelyeken ők alaptól jelen vannak. Az, hogy a fiatalok megszólítása a közmédia meglévő csatornáin is feladat-e az vitatott a beadványok között. Ezzel szemben a civil/jogvédelmi kör és a felsőoktatási-kutatói kör felveti azt a kérdést, hogy versenyezhet-e a közmédia a globális platformokkal a serdülők figyelméért. A kulturális-alkotói kör viszont bízik abban, hogy a közmédia képes a mai közönség nyelvén nézőtábort építeni.

Tartalomgyártási elvárások: Visszatérő hiba a lineáris tartalom utólagos adaptálása, mert a feltöltést és a rövid részletekre vágást az érintettek nem tartják valódi online jelenlétnek. Platformra tervezett tartalom kell, önálló digitális szerkesztősséggel. A cél a platformtól független rendszeres kapcsolat. Ehhez ugyanaz a téma rövid videóként, magyarázóként, podcastként és iskolai változatban is készüljön el. A fiatal közönség nem azonos a

⁹ Szerkesztői kiegészítés: A lineáris televízió és rádió közönsége az átlagnál idősebb, de a nézettségi és hallgatottsági mérések alapján nem szűkül a 60 év felettiekre, a fiatalabb korosztályok is jelen vannak benne.

rövid formátummal. Szervezeti oldalon visszatérő javaslat egy önálló ifjúsági szolgáltatás, saját felelős szerkesztővel és nyilvános elérési célszámmal. Formájára négy változat merül fel: kizárólag online szolgáltatás, gyerek- és ifjúsági csatorna, iskolatelevízió vagy saját digitális tér. Minta a német „funk”, vagyis a közszolgálati média fiataloknak szánt, kizárólag online működő kínálata.

Hiteles szereplők és alkotótársi szerep: A mesterségesen fiatalos formát elutasítják, nem kell imitálni a tartalomgyártók nyelvét. A fiatalok a beadványok szerint emberekben bízhatnak, nem intézményekben, ezért saját, felismerhető szereplőkre és hiteles alkotókkal való együttműködésre van szükség. A fiatalokat alkotótársaként kell kezelni, például videó-pályázattal, digitális történetmesélő versennyel és iskolai projekttel. Az elérés feltétele emellett a védelem, vagyis a korosztályi megfelelés és a szereplő gyerekek jogainak érvényesítése.

Javasolt tartalmak: A beadványok a kortárs magyar gyermek- és ifjúsági tartalmat hiányolják, azon belül a gyermek- és ifjúsági korosztálynak folyamatosan elérhető hazai kínálatot. Felhívják a figyelmet arra, hogy a célcsoport nem egységes. A ráfordítást hosszú távú kulturális és közönségbefektetésnek látják. A médiaszektor és a kulturális-alkotói kör kifejezetten a fiatalok elérésében tartja kihasználatlan lehetőségnek az irodalmat, a hangjátékot és az adaptációt. A 4.2 alfejezetben leírt ide vonatkozó tartalmi hiányokat is, mint például az animáció, a gyerekhíradó, a játékosított edukáció, valamint a fiataloknak szóló vallási és nemzetiségi tartalom. Magukat a fiatalokat a saját élethelyzetük témái érik el, a továbbtanulás, a lakhatás, a mentális egészség, az identitás, a pénzügyi tudatosság, a digitális biztonság, a klíma, a sport, az e-sport és a gaming. A mentális egészség bemutatását önálló feladatnak tekintik, amelyhez szakértői közreműködés kell. Belépőnek a zenét tartják, a videómegosztókon önálló életet élő stúdiófelvétel formájában, nem műsorként. Minta a KEXP, az élő stúdiókoncertjeit videón közzétevő amerikai közösségi rádió. Az edukációs feladatok közül a médiaműveltség tér vissza, mellé életkorhoz igazított ifjúsági hírtartalommal.

3c – Van-e olyan formátum vagy tartalomtípus, amely mindkét csoportot hitelesen tudja megszólítani, vagy inkább párhuzamos, célcsoport-specifikus stratégiára van szükség?

Közös téma, eltérő forma: A leggyakoribb válasz az „egy tartalom, több formátum”, vagyis az, hogy közös legyen a téma, az érték és a közszolgálati norma. Eltérhet viszont a hossz, a nyelvezet és az elérhetőség. Az érintettek szerint ez a szakmai párbeszéd kérdését nem zárja le, csak kettéosztja. Néhány nagy közös élmény felkeltheti a figyelmet.

Közös tartalmak: Háromféle területet neveznek meg a beadványok, és két eszközt, amellyel több generáció bevonható. Az első a nagy élő esemény: a sportközvetítés, az Eurovíziós Dalfesztivál és a nagy nemzeti ünnepek: ez az egyetlen terület, amelyről bizonyított, hogy több korosztályt is elér. A második a korosztályfüggetlen műfaj: a dokumentumfilm, a portré, a riport, a magyarázó ismeretterjesztés, a vetélkedő, a tehetség show, a kvíz, a stand up, a természetfilm és a dráma. A harmadik a feldolgozás, amely egy témát több szemszögből mutat be, és így egyszerre szól több generációnak. Ilyen a kerekasztal beszélgetés több generáció megszólalóival, a tematikus est, a családi animáció és egy klasszikus mű fiatalok általi újragondolása. Ugyanezt a szerepet töltik be a színházi programok, oktatási felhasználás és az interaktivitás is, valamint ha a műveket az alkotók mutatják be. Az oktatási felhasználás jelentheti a tanórán használható részletet, az iskolatelevíziót és a mobilalkalmazást, az interaktivitás pedig a betelefonálás vitaműsort és a közönség előtt rögzített adást. Nem a műfajon múlik, hogy egy műsor több korosztályt is leköt-e, hanem azon, hogy élőben közvetítik-e, és van-e olyan folytatása, amelyről a néző nem akar lemaradni. A civil kör felől viszont az az észrevétel érkezett, hogy a nagy élő eseményeken kívül nincs más formátum, ami bizonyítottan több generációt is elér.

Megjegyzés a középkorú korosztályról: Erre a csoportra a kérdéssor nem kérdezett rá, ennek ellenére felmerült a válaszokban. A középkorúak korosztálya a beadványok szerint kimarad a kínálatból. A médiaszektor és a felsőoktatási-kutatói kör javasolja a prémium felnőtt rádiós kínálatot, a további említett témák között pedig a munka és a magánélet egyensúlya, a gyermeknevelés, a munkahelyi témák, a mesterséges intelligencia és a vállalkozás szerepel.

A kérdéskör fő vitás pontjai

A közösségi média szerepe: Egyértelmű, hogy a tartalmaknak el kell jutniuk oda, ahol a fiatalabb közönség jelen van. Az egyik javaslat a közösségi médiát a hagyományos műsorszórással egyenrangú közszolgálati felületnek tekinti. A másik szerint a közönség itt találkozik először a közmédiával, és innen kell a saját platformokra visszatérlni. Ha a közösségi felület önálló szolgáltatás, saját szerkesztőséget és költségvetést igényel; ha csak első találkozási pont, gazdaságosabb, de a közönség nagy része sosem lép tovább a saját felületre.

Kor vagy élethelyzet: Az egyik álláspont kifejezetten időseknek szóló műsorblokkot vagy információs programot ajánl. A másik álláspont szerint nem „időseknek szóló” tartalom kell, mert az életkor hibás kiindulópont, hiszen az igény sokkal inkább az élethelyzetből fakad.

Egy tartalom vagy párhuzamos stratégia: Egyik oldal szerint, hogy ami egyszerre kíván szólni minden korosztályhoz, egyikhez sem jut el hitelesen, ezért a tartalmat célcsoportonként külön kell megválasztani. A másik álláspont szerint a jó műsor korosztálytól függetlenül működik.

Fiatalok elérése: Egyik állítás szerint a fiatalokat a hagyományos csatornákon is meg kell szólítani, olyan időszakokkal, amelyek rászoktatják őket a rendszeres tartalom fogyasztásra. Ezzel szemben van, aki úgy látja, hogy a fiatalabb korosztály lineáris adáson egyáltalán nem érhető el.

Szerkesztői kiegészítés

Ez a szakasz a szerkesztők saját rendezése és javaslata, nem a beadványok összegzése. Alapja a kérdéskör megállapításai.

A korosztályos problémafelvetés mögött egy mélyebb kérdés áll, mert a médiahasználatot az életkoron kívül az iskolázottság, a digitális kompetencia és a lakóhely is meghatározza. Nagyobb figyelmet érdemel ezért az a szűkebb kör, akinek gyakorlatilag a közmédia az egyetlen tájékoztató forrása. A tartalmi javaslatok nagy része általánosságban szól a fiatal, illetve az idős korosztályhoz és arról, hogy nekik mire van szükségük. Kifejezetten azokkal, akik kizárólag a közmédiából tájékozódnak, csak kevés javaslat foglalkozik.

A tartalomfejlesztés jellemzően a nézői szegmensek súlyát követi, ezért a fejlesztési forrás könnyen a nagyobb, de kevésbé rászoruló közönség felé csúszhat el. Az alábbi táblázatban ezért kiemeljük, hogy milyen hiányosságokkal szembesül az a kör, akinek a közmédia a fő tájékoztató forrása, és milyen kiinduló tartalmi javaslatok rendelkezhetők hozzájuk.

A beadványok ezt a nézői szegmenst nem nevezik meg, a javaslatokat a szerkesztők kapcsolták hozzá. Arról, hogy hányan vannak és kik ők, nincs hiteles adat, ezért ezt később érdemes lenne tovább vizsgálni.

8. ábra: Szerkesztői kiindulópont két közönségcsoportra

Profil a beadványok szerint	Mi hiányzik	Kiindulási javaslat a beadványokból
Idős, vidéki, alacsony digitális kompetenciájú néző és hallgató	Nincs más ingyenes, könnyen elérhető forrás a gyakorlati eligazításhoz, sem a digitális felzárkózáshoz	Gyakorlati eligazítás egészségügyben, öröklésben, ügyintézésben, kiszámítható műsorrendben, mellette digitális felzárkóztató tartalom, anyanyelvi vagy vallási tartalom

Profil a beadványok szerint	Mi hiányzik	Kiindulási javaslat a beadványokból
Fiatal közönség, médiaműveltség nélkül	Nincs támpontja a releváns tartalmak megtalálására, és nincs forráskritikája sem.	Élethelyzeti tartalom, tudományos ismeretterjesztés és korhoz igazított hír, mellette médiaműveltség (álhír, manipuláció, algoritmusok), valamint hasznos eszközök és programok népszerűsítése

Forrás: a szerkesztők összeállítása a kérdéskör megállapításai alapján.

A két szűkebb célcsoport valószínűleg eltérő tartalmi stratégiát igényel, amit megalapozhat egy célzott kutatás.

4.4 A közmédia szerepe a helyi közösségekben

Erre a kérdéskörre 80 beadvány tért ki.

A felhívásban szereplő kérdések:

- 4a – Mi legyen a közmédia szerepe a helyi közösségek életében (pl. helyi/regionális televíziók, helyi hírszolgáltatás, helyi rádiók)?
- 4b – Milyen tartalmi vagy együttműködési modell tenné ezt a szerepet fenntarthatóvá?
- 4c – Milyen szerepe legyen a közmédiának a külföldön élő magyarság elérésében, megszólításában?

4a – Mi legyen a közmédia szerepe a helyi közösségek életében (pl. helyi/regionális televíziók, helyi hírszolgáltatás, helyi rádiók)?

Helyzetkép: Egyik vélemény szerint a kiinduló helyzet az, hogy a megyei napilapok többsége megszűnt, és a hiányt piaci szereplő általánosan nem pótolja. A helyi ügyek megvitatása időközben a sajtóról a közösségi oldalakra költözött, ahol rendkívüli helyzetben percek alatt terjed az ellenőrizetlen hír. A helyi jelenlét közszolgálati feladat lenne. Ezzel ellenkező vélemény szerint a lokalitás nem tűnt el, csak platformot váltott, és akár piaci vagy nonprofit szereplő képes lenne ellátni.

Helyi közélet: Az országos műsorfolyamban a vidék gyakran csak különleges események, mint pl. katasztrófa, baleset vagy a folklór kapcsán jelenik meg. A beadványok szerint a helyi közélet önálló terület, ezért azt kérik, hogy a hétköznapiak teljes jogú, stigmatizációmentes és állandó bemutatást kapjanak, a hátrányos helyzetű térségek történeteivel együtt. Ugyanígy igénylik a helyi kulturális érték országos láthatóságát, a vidéki kőszínházakét, a fesztiválokét és a regionális alkotókét. A megoldás a gyártást is érinti, mert decentralizált tartalom-előállítás és vidéki alkotóműhelyeket javasolnak.

Helyi tájékoztatás: Nincs jól kereshető információ a helyi ügyintézésről, a közlekedésről és a helyi szolgáltatásokról, és nincs megbízható helyi forrás krízishelyzetben, ebben a tekintetben a helyi rádiót tartják a legerősebb eszköznek. Ugyanígy hiányzik a helyi ügyek pártatlan bemutatása és elszámoltatása: a hiteles helyi politikai tájékoztatás önálló közérdek.

Alkotói részvétel: Visszatérő felvetés, hogy a helyiek a tartalom szereplői és alakítói is legyenek, vagyis javasolhassanak témát, kérdezhessenek a döntéshozóktól.

4b – Milyen tartalmi vagy együttműködési modell tenné ezt a szerepet fenntarthatóvá?

A kiindulópont: A médiasektor és a felsőoktatási-kutatói kör szerint a közmédia helyi médiumoknak fizetett tartalomátvételi tarifái évtizedek óta nem változtak. Szerintük a munkakapcsolat megromlott, a tarifákat egyoldalúan állapítják meg, és a pályázatokat nem írják ki. Emellett ott áll a 2000-es évek elején felszámolt

körzeti stúdióhálózat, amelynek öröksége máig feldolgozatlan. A modell megtervezése előtt átfogó felmérést javasolnak a költségekről és a helyi piacról.

A közmédia szerepe: infrastruktúra vagy versenytárs: A legszélesebb körben megfogalmazott válasz az, hogy a közmédia a helyi nyilvánosságban infrastruktúra legyen. Hálózatos modellben lássa el közérdekű tartalommal a független helyi médiumokat. Új intézmény helyett a meglévő helyi műhelyek láthatóvá tételét és integrálását tartják kulcskérdésnek. A megyei stúdió- és technikai kapacitást megosztott infrastruktúráként kezelnék, hogy hozzáférjenek a helyi médiumok is, szerkesztői függetlenségük megőrzésével, a tartalomcsere pedig legyen kétirányú és intézményesített. Az országos közmédia ernyőszervezetként adja a digitális platformot, a szerverparkot és az archívumot. A felsőoktatási-kutatói kör szerint a terjesztési oldal is idetartozik, mert a DAB+ digitális földfelszíni rádiózás kiépítését a helyi és regionális hálózat eszközének tartják. Egy ilyen multiplex ugyanis több adónak lenne képes helyet adni a szűkös FM-frekvenciakészlethez képest, amely jelenleg korlátozza a helyi rádiós szolgáltatás elterjedését. Szerkesztői megjegyzés: azt a kérdést, hogy ki felel a közmédia infrastruktúráján, de nem a szerkesztőségében készült tartalomért, a beadványok nem teszik fel, pedig fontos lenne tisztázni.

A partnerség feltételei és a finanszírozás: Előfeltétel a szerkesztői függetlenség, a tisztességes díjazás, a pontos forrásmegjelölés és a keletkezés pillanatában rendezett szerzői jogi helyzet, mert a rendezetlen jogállású felvételek néhány éven belül használhatatlanná válnak. A közmédia nem használhatja fel ingyen vagy aránytalanul alacsony díjazásért a helyi szerkesztőségek munkáját. A partnerkiválasztás feltételei legyenek átláthatóak, nyilvánosak, megkülönböztetés-mentesek és szakmaiak, és ne politikai vagy személyes kapcsolatrendszeren alapuljanak. Valamennyi megszólaló stakeholder szerint az önkormányzati finanszírozás önmagában elfogultságot teremt, ezért kérésük, hogy a helyi közmédia működése váljon el az önkormányzati és a kormányzati kommunikációtól, a támogatásokat pedig független testület ossza el.

4c – Milyen szerepe legyen a közmédiának a külföldön élő magyarság elérésében, megszólításában?

A külföldi közösség három csoportja: A külföldön élő magyarságot a beadványok három külön közösségként kezelik, és több érintett szerint az a jelenlegi gyakorlat fő hibája, hogy összemosza őket. A Kárpát-medencei határon túli közösségek, az új gazdasági kivándorlók és a történelmi tengerentúli diaszpóra igényei különböznek, ezért mindegyikhez más stratégia tartozik.

Kárpát-medencei közösségek: A beadványok szerint itt a partnerségen van a hangsúly, vagyis koprodukción, tartalomcserén és műsorcserén a határon túli szerkesztőségekkel, ahol a partnerek a közös kínálat gyártói és átvevői is, a helyi intézmények autonómiájának tiszteletben tartásával. Földrajzilag szerveződő digitális közösséget javasolnak, amelyhez önálló online felület, podcast és videósatorna tartozik az erdélyi, felvidéki, vajdasági, kárpátaljai és egyéb közösségeknek.

Új gazdasági kivándorlók: A kulcskérdés, hogy a kivándorlók egyszerre legyenek közösségként, alkotópartnerként és tudósítóként is jelen, az itthoni közösség pedig ismerje meg az életüket, mert tapasztalataik a munkavállalásban és a gyermeknevelésben itthon is relevánsak. Alacsony gyártási igényű megszólítás is szóba kerül, például országspecifikus, heti tartalomgyűjtemény. Felmerült az emigráns életérzésre reflektáló magyar nyelvű fikciós gyártás.

Tengerentúli diaszpóra: A tengerentúli diaszpóránál a magyar nyelv megőrzése a cél, mert a kint születettek nyelvtudása gyakran passzív. Kétnyelvű, feliratozott, nyelvtanulást segítő gyerek- és ifjúsági kínálatot javasolnak, európai közszolgálati nyelvtanulási programok mintájára. Kiaknázatlan érdeklődés mutatkozhat a kutatható családtörténeti és helytörténeti anyagok iránt.

Platform és terjesztés: A platformkérdés mindhárom közönség esetében releváns. A műholdas csatorna kora a diaszpóra esetében érvelésük szerint lejárt, ezért időzónától független, on-demand (bármikor lejátszható) szolgáltatás lenne célszerűbb: globális magyar applikáció, online műsortár és visszanézhetőség. Ennek feltétele, hogy a felhasználási szerződéseket nemzetközi online hozzáférhetőségre kell megkötni, a díjat a költségvetésbe építve. Több beadvány ezzel szemben a meglévő műholdas kínálatot megőrzendőnek tartja, átalakítását hatásvizsgálathoz kötve.

Tartalmi javaslatok: A kultúrát, a néphagyományt és a zenét mindhárom közönség felé politikai vitáktól mentes, ma kevésbé kihasznált kapcsolódási pontnak írják le. A kulturális-alkotói és a felsőoktatási-kutatói kör ugyanakkor figyelmeztet, hogy a külföldön élőket nem szabad hagyományörző közönségként kezelni, mert szerintük alapvető igényük, hogy képet kapjanak arról is, mi történik napjainkban. Önálló feladat a külföldnek szánt kínálat is, amely nemzetközi platformokra válogatott, feliratozott, részben idegen nyelvű tartalmat jelent. Kikötésük, hogy a külhoni tudósítás is plurális, ellenőrzött, és hiteles legyen.

A kérdéskör fő vitás pontjai

A helyi adások közönsége: Az egyik álláspont szerint a helyi adások szerepe erősen csökkent, gyakorlatilag nincs közönségük, és az országos köztelevízióknak nincs dolga a helyiek műsorgyártásával. A másik álláspont szerint, a helyi rádiók, a helyi hírek és a nemzetiségi adások mérhetően elérik és összekötik a közösségeket.

Stúdióhálózat vagy tudósítói hálózat: Mindkét álláspont azt kéri, hogy a közmédia újra decentralizáltan, régiókban működjön, az eszközben azonban eltérnek a vélemények. A stúdióhálózat visszaállítását kérők a körzeti-regionális hálózat rehabilitálását és regionális műhelyhálózatot sürgetnek. Mások a humán erőforrásba és a tudósítói hálózatba fektetnének, vidéki székházak nélkül. A két fejlesztési irány nem zárja ki szigorúan egymást. Régióként eltérhet például, hogy a stúdiókapacitás vagy a tudósítói jelenlét megerősítése ad-e többet.

A szerkesztői döntés helye: Közös cél, hogy a valódi helyi újságírás helyben szülessen. Az egyik álláspont szerint a regionális szerkesztőségnek valódi jogkör, saját költségvetés és önállóság kell. Az ellenpólus szerint elég a központi műsorfolyamba illesztett regionális sáv és a kis tudósítói stáb, a döntés pedig maradjon a központi szerkesztőségénél.

Műsorsáv és önálló intézményi háttér: A megvalósítás formájában is eltérnek a vélemények. Olyan rádióhálózatot, amelyet a központból helyi adásokra lehet bontani, helyi műsorsávot és új csatorna helyett multiplatform regionális tartalomközpontot javasol az egyik oldal. A másik oldal intézményt javasol, körzeti stúdióhálózatot, regionális műhelyhálózatot és valódi jogkörű hírszerkesztőségeket. A műsorsáv gyorsan és gazdaságosan indítható; az önálló intézmény tartós, de több évig tartó felépítést és saját költségvetést kíván.

Az önkormányzat helye: A helyi közszolgálat funkciója az önkormányzat pártatlan elszámoltatása, az ülések közvetítése, krízishelyzetben pedig a megbízható hírforrás szolgáltatója. Ezzel szemben van, aki úgy gondolja, hogy az önkormányzat inkább tartalom-előállító partner és társfinanszírozó. Ez esetben viszont felmerül kiegyensúlyozottság számonkérésének lehetősége.

Szerkesztői kiegészítés

Ez a szakasz a szerkesztők saját rendezése és javaslata, nem a beadványok összegzése. Alapja a kérdéskör megállapításai.

A fenntartható modell kérdésében két irány áll egymással szemben. Az egyik a körzeti-regionális stúdióhálózat rehabilitálását javasolja, a másik a tudósítói hálózatot építené ki független helyi szerkesztőségeknél. Mindkét irány mögött ugyanazok a stakeholderek állnak.

Közmédia-jellegű tartalmat nemcsak a közmédia, hanem más szereplők is előállítanak. Egy-egy helyi médium kiegyensúlyozottsága pedig gyakran múlik azon, mennyire függ anyagilag az önkormányzattól. Településenként más a médiumok formája, minősége és függetlensége.

A beadványok egy kiemelt példát hoznak a helyi együttműködésre, a 2018-ban indult brit helyi demokrácia-tudósítói szolgálatot, amely nagyjából százhatvan tudósítót jelent. A közszolgálati műsorszolgáltató újságírói álláshelyeket finanszíroz meglévő, független helyi szerkesztőségeknél, a tudósítók pedig a helyi önkormányzatok munkájáról írnak. Stúdió és saját szerkesztőség nem épül hozzá, az elkészült anyag pedig közös hírbázisba kerül, ahonnan a regisztrált helyi médiumok térítésmentesen átvesszik az anyagokat.

9. ábra: Szerkesztői kiegészítés a helyi együttműködés négy feltételére

Feltétel	Mit kérnek a beadványok	Mit mutat a brit példa	Mi marad eldöntetlenül
Hozzáférés (ki veheti át a közös hírbázis anyagát, és ki férhet hozzá a megosztott stúdió- és technikai kapacitáshoz)	Szabad átvétel minden helyi médiumnak, megkülönböztetés mentes hozzáférés a megyei stúdió- és technikai kapacitáshoz, a közösségi rádiók részvételének biztosítása	Regisztrációhoz kötött volt az anyagok átvétele. A pályázati eljárás bürokráciája a kis és közösségi médiumokat kizárta	Mi a belépés feltétele, és mi zárja ki a jelentkezőt?
Szakmai mérce (ami alapján a partnerek dolgoznak)	Szerkesztői függetlenség, tisztességes díjazás, forrásmegjelölés, a keletkezéskor rendezett szerzői jog, a közszolgálati alapelvek elfogadtatása a finanszírozó önkormányzattal	Finanszírozott újságírói álláshelyeket hoztak létre a független szerkesztőségnél, közös hírbázissal	Ki ellenőrzi a feltételek teljesülését?
Elszámolás (ki teszi nyilvánossá, mire ment el a forrás és mi lett az eredménye)	Átlátható, szakmai szempontú pályázat, évente nyilvános eredmény, a területi megjelenés arányának mérése	Nyilvános teljesítménymérést készítettek, amelyen a forrás aránytalan eloszlása is látszott	Ki méri a helyi tartalom elérését?
Felelősség (ki a felelőse a közös felületen megjelenő tartalomnak)	A beadványok a partner felé állítanak feltételt, a felelősségről nem szólnak	A hírbázisba kerülő anyagok mögött a felelősség a szerkesztőségeké	Ki felel a közös felületen megjelenő tartalomért?

Forrás: a kérdéskör megállapításai és a beadványokban hivatkozott brit program.

A brit minta az egységességet a szereplőktől függetlenül, a szakmai feltételben és az elszámolásban teremti meg. A helyi szerkesztőség független marad, a közmédia az újságírói álláshelyeket és a közös hírbázist adja. A modell ismert hibája viszont a hozzáférés, mert a bürokratikus pályázati eljárás éppen a kis és közösségi médiumokat zárta ki.

Arról viszont egyetlen beadvány sem szól, ki felel azért, ami a közös felületen megjelenik. Javasolt kimondani, hogy a közös hírbázisba és a megosztott kapacitásba kerülő tartalomért a beszállító szerkesztőség felel.

4.5 Dezinformáció, hiteles tájékoztatás és médiaműveltség

Erre a kérdéskörre 89 beadvány tért ki.

A felhívásban szereplő kérdések:

- 5a – Hogyan kezelje a közmédia a dezinformáció és a hiteles tájékoztatás kihívásait a mesterséges intelligencia korában?
- 5b – Milyen szerepe lehet a közmédiának a hiteles tájékoztatásban a keresőplatformok korában?
- 5c – Milyen szerepet vállalhat a közmédia a digitális műveltség és a médiahasználati ismeretek fejlesztésében?

5a – Hogyan kezelje a közmédia a dezinformáció és a hiteles tájékoztatás kihívásait a mesterséges intelligencia korában?

Valóságtartalom vagy gyorsaság: Öt stakeholder szerint a közmédia egyetlen tartós versenyelőnye a hitelesség és az ellenőrizhetőség. Egy hír valóságtartalmát kell elsőként igazolnia, míg a közlésben nem kell elsőnek lennie. A 4.1a alfejezetben a gyorsaság nem szerepel a közmédiával szembeni elvárások között, a hitelesség és a mély feldolgozás viszont igen.

Múltfeltárás: Az elmúlt tizenhat évben államilag támogatott dezinformációs kampányok zajlottak, és ezekben a közmédia maga is részt vett, ezért a saját múlt feltárása önálló feladat. Előfeltételnek a depolitizálást tartják, mert a fellépés csak akkor hiteles, ha a közmédia maga sem kormányzati kommunikációs eszköz, és a kormányzat felől érkező téves információt is cáfolni tudja.

Transzparens folyamatok: A beadványok szerint a hibátlan hírközlés önmagában nem elég a bizalom kiépítéséhez, a hírközlési eljárásokat transzparensen be kell mutatnia a közmédiának. A hírekben álljon forrásmegjelölés, a meg nem erősített értesülés kapjon nyílt jelölést, nagy horderejű eseménynél pedig induljon frissülő „Mit tudunk biztosan?” híradás. Valamennyi stakeholder elvárja a tény, az elemzés, a vélemény és a politikai kommunikáció következetes szétválasztását, és azt, hogy a hírszekció ne kommentáljon. A helyreigazítás ugyanazon a felületen, jól láthatóan, világos protokoll szerint és visszakereshető archívummal jelenjen meg. A tényellenőrzés szervezeti formája nyitott kérdés, mert több érintett önálló, politikailag független egységet javasol, mások a napi szerkesztőségi gyakorlatba építenék bele.

Az MI használata: A beadványok fontos feltételnek tartják a szakértők kiválasztásának minőségét. Sokszínű szakterületet az adott témát kutató szakemberek képviseljenek, ne egyetlen szervezet és ne „tudományos celebek”. Mind a hat stakeholder egyetért abban, hogy a mesterséges intelligencia támogató jelleggel segítheti a munkát, de nem dönthet, mert a végső szerkesztői felelősség nem ruházható algoritmusra. Minden MI-vel létrehozott vagy érdemben módosított tartalmat jelölni kell, a jelölés rendjét pedig nyilvános MI-kódex rögzítse. A médiaszektor, a kulturális-alkotói kör és a felsőoktatási-kutatói kör a hitelességet technológiai kérdésnek is tartja, az eredetigazolással és a deepfake-felismeréssel¹⁰ együtt. Egy szűkebb kör szerint viszont a szabvány még nem áll készen, ezért ez egyelőre csak tesztként indítható.

Eljárásrend különleges helyzetekre: Külön protokollra két helyzetben van szükség: válsághelyzetben a közmédiának információs infrastruktúraként kell működnie, előre kidolgozott incidenskezelési protokollal és diszkriminációmentesen átvehető alapinformációkkal, választás idején pedig pártpolitikai befolyástól független információs szolgáltatással.

¹⁰ Deepfake: mesterséges intelligenciával generált vagy módosított kép-, hang- vagy videófelvétel, amely valós személyt jelenít meg olyan helyzetben vagy kijelentéssel, amely valójában nem történt meg

Értelmezés és megelőzés: A közmédia hozzáadott értéke a stakeholderek szemében a hiteles értelmezés. A kiragadott eseteket kontextusban is meg kell mutatni, az egyedi esetet el kell különíteni a rendszerszintű jelenségtől. Állandó közszolgálati funkció legyen a magyarázó, háttér- és oknyomozó újságírás. A várható manipulációs technikák előzetes bemutatását egy szűkebb kör hatékonyabbnak tartja az utólagos cáfolatnál. Külön hangsúlyozzák, hogy a dezinformáció fogalma ne szűküljön a politikai kommunikációra, mert legalább ekkora kockázat az egészségügyi tévhit, az áltudomány és az online csalás.

5b – Milyen szerepe lehet a közmédiának a hiteles tájékoztatásban a keresőplatformok korában?

MI-asszisztensek és keresők mint közönség: A stakeholderek szerint a közmédia közönsége ma már az ember mellett a gép is. Az MI-asszisztensek rendszeresen pontatlanul adják vissza a közszolgálati hírt, és egy 2025-ös, huszonnégy médiumra kiterjedő nemzetközi mérésben¹¹ a válaszok 45%-a tartalmazott jelentős hibát. A cél ezért kettős. Az MI-válaszok megbízható forrásból, vagyis a közszolgálati tartalomból dolgozzanak, és pontosan idézzenek. Hogy pontosan idézzen-e, azt az érintettek technikai kérdésnek tartják, amit a szabványos tartalomjelölés és a tartalmakhoz tartozó metaadatok részletes megadása segíti. A részleteket a 4.8a alfejezet tárgyalja. A stakeholderek egy szűkebb csoportja az említett nemzetközi mérésben való részvételt és magyar nyelvű tesztelést is fontosnak tartja.

Keresők „betanítása”: Tartós láthatóságot csak az ad, ha a tartalmak hosszú távon ugyanazon a stabil weblinken elérhetők maradnak: ami néhány hónap után eltűnik nem lehet megbízható hivatkozási forrás. Erre épül a javaslat, hogy a közmédia a hírszolgáltatás mellett kereshető közérdekű tudásbázis is adjon. Nyilvános MI-crawler politikát¹² kérnek: annak közzétételét, milyen feltétellel használható a tartalom online keresők betanítására. Kockázat, hogy a teljes kizárással a közmédia eltűnhet az MI-válaszokból. A megbízható források kiemelését három stakeholder szabályozási kérdésnek is tartja. Arról, hogy mi minősül megbízhatónak, szerintük sem a kormány, sem a platform nem dönthet, mert a mércének az etikai és önszabályozó kódexek betartásán kell alapulnia.

5c – Milyen szerepet vállalhat a közmédia a digitális műveltség és a médiahasználati ismeretek fejlesztésében?

A közmédia szerepe: Az első kérdés az, hogy a közmédia saját tartalma legyen megbízható és ellentmondásmentes. Ezt az 5a kérdésre adott válaszok fejtik ki. Másik kérdés a közmédia felé a közönség tudatosságának fejlesztése. A médiaműveltség fejlesztése a beadványok szerint állandó közszolgáltatás kell, hogy legyen.

Tartalomgyártó és partner: A javaslat szerint a nemzeti médiaműveltségi program tartalomgyártója és a közoktatás partnere a közmédia legyen, a feladat viszont nem egyedül a közmédiáé. A tudást könyvtárakkal, iskolákkal és egyetemekkel közösen közvetítse, mert ezeknek ma is működik az országos hálózata és szakembergárdája. Ehhez tananyagot készíthet vagy pedagógus-továbbképzést tarthat, nevesített oktatási és médiahatósági partnerekkel együttműködve.

A médiaműveltségi tartalom köre: A javasolt médiaismereti tananyag a kritikai gondolkodást és a médiaműveltséget fejleszteni. A beadványok példaként azt hozzák fel, hogyan lehet felismerni egy manipulált képet vagy deepfake-et, mi különbözteti meg az újságírást a propagandától, és hogyan működnek a keresők

¹¹ EBU / BBC: *News Integrity in AI Assistants* (2025). A nemzetközi kutatás megállapította, hogy a mesterséges intelligencia alapú asszisztensek a közszolgálati hírekre adott válaszaik 45%-ában jelentős ténybeli vagy forráshivatkozási hibát követtek el.

¹² Az MI-crawler politika a közmédiában az a szabályozás, amely korlátozza vagy feltételekhez köti, hogy a mesterséges intelligencia robotjai hogyan használhatják fel a médiatartalmakat az MI-modellek betanításához.

és az ajánló algoritmusok. Az internetbiztonság szintén a tananyag része kell hogy legyen, az online csalással és az adatvédelemmel együtt. A cél az álhírek felismerésén túl a vitakultúra és a kritikus szemlélet általános erősítése.

A kérdéskör fő vitás pontjai

Külön egység vagy szervezetbe integrált gyakorlat: Több stakeholder önálló, politikailag független tényellenőrző egységet tart helyesnek, eljárási garanciákkal és külső audittal, a legitim vélemények szűkítése nélkül. Az ellenpólus a napi szerkesztőségi gyakorlatot jelöli meg, független tényellenőrző szervezet nélkül. Mindkét eszköz legitim lehet.

Önálló műsor, vagy más műsor része: A beadványok széles köre szerint a médiaműveltség állandó közszolgáltatás, amely a rendszeres műsorszolgáltatásba épül be, és nem kerül külön műsorba. Ugyanezen stakeholderek között egy szűkebb csoport önálló, rendszeres tényellenőrző vagy MI-ismeretterjesztő műsorszámot tart helyes eszköznek. A két megoldás egymás mellett is elfér, nem feltétlenül zárják ki egymást. A műsorfolyamba épített médiaműveltség mindenkihez eljut, de külön nem mérhető; az önálló műsor mérhető, de jellemzően csak azt éri el, aki eleve érdeklődik.

Eredetigazolás: A hitelességet három stakeholder technológiai kérdésnek is tartja, és eredetigazolás, automatizált deepfake-detektálás, valamint géppel olvasható bizonyíték¹³ kiépítését kéri. Ezzel szemben az a kifogás érkezett, hogy a tartalmat generáló és az azt felismerő technológia egymást kergeti, a szabvány nem kész, a metaadatot pedig a platformok eltávolítják.

Szerkesztői kiegészítés

Ez a szakasz a szerkesztők saját rendezése és javaslata, nem a beadványok összegzése. Alapja a kérdéskör megállapításai és az EBU Intelligence 2026-os médiaműveltségi felmérése.

A tényellenőrzés szervezeti formájában nem alakult ki közös álláspont. Az egyik javaslat önálló, politikailag független tényellenőrző egységet állítana fel, nemzetközi közmédiák gyakorlatai alapján: a BBC Verify, az ARD Faktenfinder és a Cseh Rádió Ověrovna! mintájára¹⁴. A másik ugyanezt a napi szerkesztőségi gyakorlatba építené, a finn Yle példájára¹⁵.

A két minta más-más tanulsággal bír, amíg a BBC Verify típusú megoldás mellett az szól, hogy nyilvános módszertant ad az ellenőrzésnek, így a közönség látja, hogy megtörtént, a felkészültség pedig egy helyen épül fel. A Yle típusú megoldás a másik irányt mutatja, mert ott a tényellenőrzés külön egység nélkül, minden szerkesztőségi napi eszközöként működik.

A két megoldás akár egymásra épülve is elindítható, hiszen a különálló speciális egységre addig lehet szükség, amíg az eljárást fel kell építeni, és amíg a felkészültség hiányzik. Ha mindkettő megvan, a feladat átadható a szerkesztőségeknek, amelyek agilisabban és szélesebb körben tudják beépíteni a tényellenőrzés gyakorlatát a szerkesztőségi folyamatokba.

¹³ Géppel olvasható bizonyítékréteg: Olyan digitális fájlokba (képekbe, videókba) ágyazott, kriptográfiailag védett metaadat- és vízjelrendszer, amely igazolja a tartalom eredetét és érintetlenségét. Ezt a biztonsági adatréteget a terjesztési láncban szereplő számítógépes algoritmusok automatikusan, emberi beavatkozás nélkül képesek beolvasni

¹⁴ BBC Verify (Nagy-Britannia), ARD Faktenfinder (Németország) és Ověrovna! (Cseh Rádió): Olyan önálló, politikailag független szervezeti egységek a közmédián belül, amelyek kifejezetten az álhírek, a dezinformáció és a deepfake-tartalmak kiszűrésére és leleplezésére szakosodtak.

¹⁵ Yle (Finnország): Olyan integrált tényellenőrzési modell, amely külön osztály létrehozása helyett az álhírek és manipulációk ellenőrzését közvetlenül a napi újságírói munkafolyamatok részévé teszi.

10. ábra: A tényellenőrzés két javasolt példája, amelyek egymás után is alkalmazhatóak

1. Dedikált, különálló tényellenőrző egység		2. Szerkesztői működésbe integrált tényellenőrzés
TÉNYELLENŐRZÉS FELELŐSE Az ellenőrzést egy önálló, független egység nyilvános módszertannal, válaszadási és fellebbezési renddel végzi, külső audittal megerősítve.	Átmenet → Miután a dedikált csapat megteremtette a szakmai alapokat, és a szerkesztőségek konzisztensen képesek alkalmazni a tényellenőrzési folyamatokat, a dedikált egység feladata beolvadhat a napi szerkesztőségi működésbe.	TÉNYELLENŐRZÉS FELELŐSE Az ellenőrzés a napi szerkesztőségi munka része, önálló egység részvétele vagy külső audit nélkül.
MI TARTALOM KEZELÉSE Nyilvános MI-kódex alapján a külön egység hagyja jóvá és jelöli az MI tartalmat.		MI TARTALOM KEZELÉSE A jelölés és az ellenőrzés a gyártási folyamat automatikus lépése. Kötelező és évente ismételt képzéssel kell napra készen tartani a szerkesztőségek tudását.
SZÁMONKÉRHETŐSÉG Bizalmi index és a forráskritikai szint jelenlegi helyzetének publikálása. A hitelességi mutatók eredményeinek további javításáért a dedikált egység kérhető számon.		SZÁMONKÉRHETŐSÉG Hosszútávra kitűzött teljesítménymutatók, közös kiértékelés, éves beszámoló a teljesítményről. A hitelességi mutatókért a szerkesztőségek kérhetők számon.

Forrás: szerkesztői elemzés, az 1. oszlop a kérdéskör megállapításaiból; a 2. az EBU Intelligence 2026-os médiaműveltségi felméréséből; a váltási pont szerkesztői kiegészítés.

4.6 Kultúra, oktatás és tudomány közvetítése

Erre a kérdéskörre 99 beadvány tért ki.

A felhívásban szereplő kérdések:

6a – Mi legyen a közmédia szerepe a kultúra, az oktatás és a tudomány közvetítésében?

Alapfeladat: A kultúra, az oktatás és a tudomány közvetítése a beadványok széles köre szerint a közmédia alapfeladata, és abban teljes az egyetértés, hogy a kultúra fogalma ne szűküljön a magas kultúrára. A főcsatornákon, főműsoridőben, jól megtalálhatóan kell jelen lennie. A közszolgálati alapja az a tartalom, amely piaci alapon nem készül el, vagy nem jut el mindenkihez, így a kulturális műsorokhoz társuló esetleges alacsonyabb nézettséget fel kell vállalni.

Kezdeményező és megrendelő szerep: A médiaszektor, a kulturális-alkotói és a felsőoktatási-kutatói kör szerint a közmédia a bemutatáson túl rendelje meg és gondozza is az új műveket. A gyakorlati forma a koprodukció, amelyben a közmédia megrendelőként a független gyártói szektorral közösen gyártat. A közmédia ne váljon egyetlen piaci szereplő tartalmi partnerévé.

Forma és a meglévő kínálat: A kulturális tartalmi hiány okát széles körben a témakezelésben látják. Olyan formát javasolnak, amely a tudást emberivé és használhatóvá teszi. Ebből következik a főműsoridős ismeretterjesztő szórakoztatás igénye.

Fikció, színház, film, hangjáték: Hiányként nevezik meg a saját gyártású fikciót, a tévéjátékot és sorozatokat, és folyamatos gyártást, valamint irodalmi adaptációs programot. A színházi előadások rendszeres, korszerű rögzítését a kulturális emlékezet eszközének tartják. A hangjátékot önálló művészeti alkotásnak tekintik, és a Rádiószínház visszaállítását kérik, mert állításuk szerint a hangoskönyv egyre gyakrabban gépi felolvasás. A magyar film és az animáció rendszeres jelenléte a kulturális-alkotói és a felsőoktatási-kutatói kör szerint önálló feladat. A médiaszektoral együtt a kortárs magyar irodalmat és az olvasásfejlesztést hiányolják.

Az új mű és a stúdióháttér: A zenei hiányok közül a médiaszektor és a kulturális-alkotói kör az új magyar művet nevezi meg. A magyar zenei kvóta, vagyis a rádiós műsorszámok előírt magyar zenei aránya, szerintük szükséges minimum. Hiány a tartalmi frissesség és az alkotói sokféleség terén jelentkezik. Ugyanez a két kör az élő felvételt és a stúdiókapacitást kulturális infrastruktúrájának tekinti, mert a Bródy Sándor utcai épület lebontásával¹⁶ megsemmisült a nagyzenekari és hangjáték-felvételi kapacitás, és enélkül komoly szakmai munka szerintük nem indulhat be.

Hagyomány, helyi kultúra, nemzetközi jelenlét: A kulturális kínálat ne szűküljön a fővárosra. Széles körben a helytörténet, a helyi kulturális élet és a vidéki alkotói műhelyek rendszeres bevonását kérik, a kulturális-alkotói kör pedig azt, hogy a népi kultúra ma is élő, tanulható tudásként jelenjen meg. A külföldi tartalom szerepe vitatott. A kulturális-alkotói kör, valamint az egyházak és felekezetek köre a magas színvonalú külföldi ismeretterjesztő tartalom rendszeres vásárlását kérik a hazai gyártás mellé, a médiaszektor viszont éppen azt kifogásolja, hogy a mai kínálat erre korlátozódik. A nemzetközi jelenlét emellett kétirányú is lehet, a médiaszektor, a kulturális-alkotói és a felsőoktatási-kutatói kör európai és regionális koprodukciót, tartalomcserét, valamint tudatos kulturális exportot is kér.

A tudomány állapota és bemutatása: Nincs állandó, független tudományos ismeretterjesztő szerkesztőség, holott a tudománykommunikáció önálló szakma, és a jelenlegi kínálat állapotát kritikán alulinak minősítik. A tudományt folyamatként mutatnák be, hogy látható legyen, hogyan készül a tudományos ismeret, és miért változhat egy álláspont. A tudásalapú vetélkedőt és az ismeretterjesztő szórakoztatást tudatos műfajjá fejlesztenék, és a hazai kutatók rendszeres bemutatását is kérik. A médiaszektor, a kulturális-alkotói és a felsőoktatási-kutatói kör emellett tudománykommunikációs szakértői hálózatot javasol egyetemekkel, kutatóhelyekkel és múzeumokkal, amelyre a közmédia közvetlenül támaszkodhat. Több csoport is felveti az áltudomány tartalmak megszüntetésének fontosságát. Ugyanezek a beadványok megemlítik, hogy ez a felekezeti, vallási és világnézeti műsorok létjogosultságát nem érinti.

Oktatási szerep: A közmédia az érintettek széles köre szerint úgy nyújtson oktatási közszolgáltatást, hogy ne helyettesítse az iskolát, és ne vegye át a pedagógus szerepét. Társzolgáltatóként ingyenes, tantervhez illesztett és kereshető digitális oktatási tartalomgyűjteményt kérnek, mellé a közgyűjteményi források közös keresőfelületét és az iskolatelevízió újraindítását. A pedagógusokat már a fejlesztés fázisában be kell vonni. Négy tartalmi területet is megneveznek: a demokrácia- és állampolgári nevelést, a gyakorlati életvezetési

¹⁶ Magyar Rádió Bródy Sándor utcai épületének bontása: A történelmi jelentőségű stúdiópalota részleges lebontása, amely évtizedeken át a hazai rádiózás és a magyar kultúra egyik legfontosabb központja volt. Az egykori székház területének átalakítása komoly lakossági és civil tiltakozások mellett 2024-ben kezdődött meg.

tudást, a nyelvtanulást és a játékosított tanulást (gamification). A médiaműveltség ennél nagyobb, önálló terület, kifejtése a 4.5 alfejezetben áll.

Kulturális igények a közösségek felől: A kisebbségi és a kevésbé látható közösségek kultúrájának bemutatását széles körben igénylik. A nemzetiségi kultúra ne skanzen legyen, kapjon helyet a közösségek jelenkori élete és kortárs alkotói is, az anyanyelvi tartalomgyártás folyamatosságával. A kérések a roma emberek látható jelenlétét, az LMBTQI közösségét, a nőket mint példaképeket és a fogyatékossgal élők bemutatását nevezik meg, valamint a vallás társadalmi és kulturális szerepét, felekezeti keret nélkül, sem a vallási meggyőződést, sem a vallás hiányát nem részesítve előnyben. Ezeket a kérdéseket tartalmi mélységükben a 4.7 alfejezet tárgyalja.

A megvalósítás feltételei: Számos szervezet szerint a közgyűjteményekkel való együttműködés ma alkalmi projektekre épül, ezért javasolnak egy közösen kialakított keretrendszert. Több évre szóló stratégiát javasolnak, amelyben a közgyűjtemények és a kutatóhelyek érdemi szerepet kapnak a témaválasztásban. Az együttműködés a közgyűjtemények mellett a felsőoktatási és kutatóintézeti, valamint a civil partnerekre is kiterjedne, közös programmal.

A kérdéskör fő vitás pontjai

Megrendelő vagy saját műhely: Abban, hogy a közmédiának mi a szerepe a kulturális tartalmak előállításában, megoszlanak a vélemények. Az egyik álláspont gyártási sorrendet javasol, előbb a nonprofit szektor és a piac motiválását, majd társfinanszírozó modellt, végül a közvetlen gyártást. A másik a közmédia önálló tartalomkészítő szerepét őrizné meg belső műhelyekkel.

Saját csatorna vagy jelenlét a főcsatornán: Az egyik álláspont szerint különálló kulturális, tudományos- oktatási és gyermekcsatornára van szükség, mert szétszórta elhelyezés mellett ezek a tartalmak nem találnák meg a közönségüket. A másik szerint a kultúra állandó jelenlét legyen a főcsatornákon és a rádióban, mert a saját csatorna az elszigetelődés kockázatával jár. A két megoldás mögött közel azonos a támogatottság és az érintettek egy része mindkét megoldást támogatja.

Nyelvi igényesség és tájnyelvi megszólalás: A médiaszektor felől az a kérés érkezik, hogy a magas szintű, választékos magyar nyelvhasználat és a magyar szakmai terminológia következetes használata belépési követelmény legyen a közmédiában. A felsőoktatási-kutatói kör ezzel szemben azt kéri, hogy a tájnyelvi, kisebbségi és nem sztenderd beszélők legitim módon jelenjenek meg műsorvezetőként és szakértőként is, ne csak alacsonyabb státuszú szerepekben. A nemzetiségi közösségek köre mindkettőt kéri, a nyelvjárások bemutatását és a magyar nyelv igényes használatának megőrzését.

Szerkesztői kiegészítés

Ez a szakasz a szerkesztők saját rendezése és javaslata, nem a beadványok összegzése. Alapja az EBU Intelligence adatsora és a kérdéskör megállapításai.

A kulturális kínálatról operatív javaslatok és tartalmi hiánylisták születtek, hiányzik viszont a stratégia, amely megmondja, hogyan és hol jelenjenek meg a kulturális tartalmak a közmédiában.

A zenei beadványok az új magyar mű megrendelését hiányolják. A színházak az előadások rendszeres és korszerű rögzítését kérik, a néphagyományt képviselők pedig azt, hogy a népi kultúra élő és tanulható tudásként jelenjen meg. Mindhárom példa önmagában megalapozott, közös szempont viszont nem áll mögöttük arra, hogy melyik kerüljön előbb sorra. Ilyen szempont híján a különböző kulturális tartalmak prioritizálása a műsortervezés napi döntéseire marad.

A beadványokból két javaslat rajzolódik ki. Az egyik egyes kulturális tartalmaknak dedikált csatornát kér, a másik azt, hogy a néző minden csatornán találkozzon a fejezet műsorfajtaival. A két megoldás közötti eligazodásban segít az Európai Műsorszolgáltatók Uniójának (EBU) a tagjai körében végzett felmérése arról, hogy a közmédiában hol jelennek meg az egyes kulturális tartalmak. A felmérés szerint a dedikált felület és a meglévő csatornába épített tartalom csak az oktatásnál működik egyformán jól. A kultúránál és a tudománynál minden válaszadó országban a meglévő csatornába való beépítés a jellemző. A különbség a használat módjából ered. Az oktatási tartalom a tanáron és a tanterven keresztül jut el a közönséghez, a kultúra és a tudomány viszont ott találja meg a közönséget, ahol az amúgy is jelen van

Oktatási felületek példái: Az EBU-tagoknál működő oktatási portálok közül ilyen például az osztrák ORF bildung¹⁷, a francia Lumni¹⁸ és a cseh ČT edu¹⁹. A felületek a tanterv szerkezetét követik, évfolyam és tantárgy szerint, és tanároknak szóló módszertani anyag is tartozik hozzájuk. Mellettük menetrendszerű iskolai jelenlét folyik, heti osztálylátogatással és gyerekhíradóval.

A közmédiának a jövőben javasolt kialakítása a kulturális stratégiáját. Ehhez meg kell tudnia mondani, mely kulturális tartalmakat tekinti stratégiai prioritásnak, és milyen erőforrásokkal, milyen logika mentén állítja elő ezeket. Arra is válaszolnia kell, hogyan határozza meg az egyes csatornák kulturális profilját a portfólión belül, és milyen szempont alapján dönti el, hogy egy adott kulturális tartalom melyik csatornán jelenjen meg. Ehhez a 4.1 szerkesztői elemzésében lévő nemzetközi példa is iránymutató lehet.

4.7 A társadalom reprezentációja

Erre a kérdéskörre 91 beadvány tért ki.

A felhívásban szereplő kérdések:

- 7a – Mi legyen a közmédia szerepe a kisebbségek és a vallási közösségek bemutatásában, megszólításában?
- 7b – Hogyan javítható érdemben a kisebbségek és a hátrányos helyzetű társadalmi csoportok reprezentációja a tartalomban?
- 7c – Említsen ide vonatkozó jó hazai vagy nemzetközi példákat, média-tartalmakat, gyakorlatokat.

7a – Mi legyen a közmédia szerepe a kisebbségek és a vallási közösségek bemutatásában, megszólításában?

Sematikus ábrázolás: A szervezetek bírálata szerint a kisebbségi, nemzetiségi, vallási és hátrányos helyzetű közösségek elkülönített sávban, ünnep vagy konfliktus apropóján jelennek meg. Az ábrázolásban három torzítást neveznek: a szereplőt egyetlen tulajdonsága határozza meg, a nemzetiségi kultúra hagyományőrző kuriózummá szűkül, a fogyatékossgal élő ember pedig sajnálatra méltó áldozat vagy rendkívüli hős. A civil kör és a felsőoktatási-kutatói kör emellett elavultnak tartja a medianyelvet, mert gyakran olyan szóhasználat

¹⁷ ORF bildung: Az osztrák közmédia digitális oktatási felülete, amely tananyagokkal, segédanyagokkal és a médiaműveltség fejlesztésével támogatja az iskolai oktatást.

¹⁸ Lumni: A francia közszolgálati média reklámmentes platformja, amely az óvodától a középiskoláig kínálja a hivatalos állami tantervhez igazított videókat és segédanyagokat.

¹⁹ ČT edu: A Cseh Televízió szakértők által ellenőrzött, több ezer darabos oktatóvideó-tára, amely a nemzeti tanterv témaköreit fedi le.

él, amely az érintettek helyzetét a kívülállóként kezeli, valamint nem tartja tiszteletben preferált önmegnevezésüket sem.

Anyanyelv és határon túli közösségek: A nemzetiségi közösségeknél az anyanyelvű tartalom az érintettek szerint a nyelv és a kohézió megőrzésének eszköze, amelyet a piaci média nem lát el. A nemzetiségi közösségek bemutatása viszont nem korlátozódhat az anyanyelvű nemzetiségi műsorokra. A magyar nyelvű kínálatban is rendszeresen meg kellene jelenniük.

Felekezeti sokszínűség: Arányos és sokoldalú bemutatást kérnek a vallási közösségeknél, hogy a kisebb bejegyzett felekezetek is teret kapjanak, és a hitélet mellett a közösségek oktatási és karitatív szerepe is megjelenjen. A médiasektor, valamint az egyházak és felekezetek szerint a vallási műsorok maradjanak meg, de újuljanak meg műfajilag, mert a mai forma elavult és belterjes.

A roma közösség ábrázolása: A tudósításon a beadványok a magyarázó keretet kérik számon, hogy a hátrányok mögötti rendszerszintű okok, az oktatási szegregáció és a lakhatási szegénység is megjelenjen. A kontextus nélküli illusztráció rögzíti a romák és a szegénység összekapcsolását. A kulturális-alkotói kör szerint a magyar populáris zene és irodalom meghatározó részét roma alkotók adják, mégis alulreprezentáltak.

LMBTQI: Kulturális, közéleti és szórakoztató műsorokban is jelenjenek meg a beadványok kérése szerint az LMBTQI közösségbe tartozó emberek, ne kizárólag konfliktus vagy jogvita kapcsán. Tágabban a médiasektor, a felsőoktatási-kutatói kör és a nemzetiségi közösségek köre kéri, hogy ne legyen tabu semmi, ami az embereket foglalkoztatja. A civil/jogvédelmi kör szerint ennek azonban határt kell szabni, mert a kiegyensúlyozottság nem terjedhet ki a méltóságot sértő álláspontokra.

Női szereplők: A médiasektor és a civil érdek- és jogvédelem mért adatra hivatkozik, amely szerint a hírekben megszólalóknak a közmédiában csak töredéke nő, a női szakértők aránya pedig ennél is alacsonyabb, miközben a társadalom több mint fele nő. Külön műsort nem javasolnak, de a gazdasági, technológiai és tudományos tartalmakban legyen természetes a női szakértő jelenléte. A torzítás szerintük onnan eredhet, hogy a szerkesztők szűk kapcsolati hálóból választanak szakértőt.

Hétköznapi jelenlét és az életkor: A fogyatékossgal élő embereknel, a gyerekeknel és az időskeknel ugyanaz a bírálat tér vissza, amely szerint csak gondozásra szoruló vagy illusztrációként használt szereplőként jelennek meg. Fogyatékossgal élő ember jellemzően csak akkor jelenik meg, ha maga a fogyatékossg a téma. A gyerekeknel a sokféle gyerekkor megmutatását kérik, feltételként pedig a gyermek érdekének teljeskörű figyelembevételét. A fiatalok gyakrabban, az időskek pedig aktív szereplőként jelenjenek meg.

7b – Hogyan javítható érdemben a kisebbségek és a hátrányos helyzetű társadalmi csoportok reprezentációja a tartalomban?

„Semmit rólunk, nélkülünk!”: Az érintettek maguk szólaljanak meg, és a bevonás már a tervezésnél kezdődjön. Intézményi formaként tanácsadó testületeket és közönségtanácsot javasolnak, a civil szervezetekkel pedig rendszeres, átlátható kapcsolatrendszert.

Döntéshozók: A beadványok szerint a képernyős sokszínűség attól is függ, kik hozzák a döntéseket, ezért azt kérik, hogy az érintett csoportok tagjai szerkesztők és döntéshozók is legyenek, ne csak szereplők. Ugyanakkor egy hivatkozott nemzetközi kutatás szerint a szerkesztőségi összetétel javulása önmagában csak mérsékelten javítja a képernyős reprezentációt.

Nemzetiségi önrendelkezés és archívum: A nemzetiségi közösségek köre felől egyre erőteljesebben jelenik meg az igény, hogy a bevonásukról ők maguk döntsének, és azt kérik, hogy maguk határozhassák meg, miről,

milyen nyelven és milyen megközelítésben kívánnak kommunikálni. A nemzetiségi tartalom önálló, anyanyelvű médiahely legyen saját döntési jogkörrel. Korlátozó tényező a terjesztés is. Az archívum önálló reprezentációs eszköz, mert a nemzetiségi és helytörténeti anyagok máshonnan nem pótolhatók.

Hozzáférés és akadálymentesítés: Ebben a témakörben is felmerül és alapjogként kezelik az akadálymentesítést. A feliratozás, a jelnyelvi tolmácsolás, a narráció és a könnyen érthető kommunikáció a digitális felületeken és a lineáris adásban egyaránt legyen adott, és épüljön be a tartalomtervezés első szakaszába. Önálló követelmény a minőség is, mert jelenleg az automata feliratozás pontatlansága korlátozza a hozzáférést.

Nyílt jelentkezési lehetőség: A reprezentáció hiánya az érintettek szerint jellemzően abból fakad, hogy a közmédia nem nyitott a jelentkezők felé, bár szándékos kirekesztésről ritkán van szó. Nyílt beküldési felületet, nyilvános döntési kritériumokat és nyilvános álláshirdetéseket kérnek.

Megrendelés, műfajok, partnerek: Kezdeményező szerepet várnak a megrendelői oldalon, a megrendelő jelöljön ki fontos társadalmi témákat, és teremtsen ezekre célzott pályázati lehetőséget, a független gyártókkal és a helyi szereplőkkel együttműködve.

Az éves jelentés és a mérés tartalma: Az évente közzétett, nyilvános reprezentációs jelentés mögött erős támogatás áll, és azt kéri, hogy mutassa meg, kik jelennek meg szakértőként és döntéshozóként, és mely régiók reprezentációja marad el másokétól. Abban is egyetértés van a beadványok között, hogy a mérés a megjelenítés minőségére is terjedjen ki.

7c – Említsen ide vonatkozó jó hazai vagy nemzetközi példákat, média-tartalmakat, gyakorlatokat.

Önálló műhelyek és hazai folytonosságok: Négy anyag az anyanyelvű kisebbségi médiaműhelyeket emeli ki önálló mintaként, a walesi nyelvű közszolgálati S4C televíziót és az osztrák közmédia burgenlandi, hatnyelvű stúdióját, amelyek teljes értékű médiummá és a nyelv felélesztésének motorjává váltak.

Mért gyakorlat és annak korlátai: A brit BBC gyakorlata demográfiai célszámokkal és önméréssel szolgál mintául, a szintén brit Channel 4 irányelvei minden tartalomra számszerű alsó határt írnak elő. A mérés hatása a BBC sportrovatában látszik, ahol a női közreműködők aránya egy év alatt 15-ről 43 százalékra nőtt.

Számszerű célok és a bejutás útja: A beadványok egy része nyilvános, mérhető reprezentációs célszámot ajánl, mert e nélkül a vállalat deklaratív marad. Mások azt hangsúlyozzák, hogy a reprezentáció hiánya jellemzően abból ered, hogy nincs egyenlő esély jelentkezni, ezért nyílt, átlátható elbírálású beküldési felületet kérnek.

A kérdéskör fő vitás pontjai

Arány vagy láthatóság: Az egyik álláspont szerint a közmédia annyira foglalkozzon egy csoporttal, amennyire annak társadalmi súlya indokolja. A másik oldalról az az érv áll, hogy egy néhány ezres közösség társadalmi értéke is lehet magas, és emiatt a kisebbségi csoportokat számosságukhoz képest nagyobb arányban kell láthatóvá tenni.

A világnézeti tér elosztása: Az egyházak és felekezetek körének nagyobb része, valamint a médiaszektor és a felsőoktatási-kutatói kör egy része szerint a keresztény kultúra a történelmi súlyának megfelelő megjelenítést kapja. A kulturális-alkotói kör és a civil/jogvédelmi kör egy része szerint viszont a lakosságnak csak kisebbsége vallásos, ezért a humanista és az ateista világnézetnek is arányos tér jár. Egy harmadik álláspont, szintén az egyházak és felekezetek köréből, magát a mércét vitatja, szerintük a vallási tartalom helyét a társadalmi relevanciája indokolja, a hívők aránya nem vezérelv.

Szerkesztői kiegészítés

Ez a szakasz a szerkesztők saját rendezése és javaslata, nem a beadványok összegzése. Alapja a kérdéskör megállapításai.

Arra, hogy egy csoport reprezentációs hiánya miből állhat elő, a beadványok négyféle magyarázatot adnak; teljes körű hazai adatra egyik sem hivatkozik, csak egy-egy részadatot említene.

Az első magyarázat az esélyhiány, ahol a téma és a megszólaló el sem jut a szerkesztőségig. A második a szerkesztőségi összetétel, és hogy meddig ér a szerkesztő kapcsolati hálója. A harmadik a megjelenítés kerete: a szereplőt elkülönített sávba helyezik, egyetlen tulajdonságára szűkítik. A negyedik a hozzáférés, ahol a tartalom elkészül, de a közösséghez nem jut el.

11. ábra: Szerkesztői elemzés a reprezentációs hiány négy magyarázatáról

A hiány magyarázata	Milyen mérés mutatja meg
A bejutás útja	Hány külső felvetés érkezik, kiktől, és megvalósításra kerülnek-e.
A szerkesztőségi összetétel	A szerkesztőségek összetétele, valamint a képzési és utánpótlási programok eredménye.
A megjelenítés kerete	Ki jelenik meg, milyen szerepben, milyen témában, és milyen a megjelenítés minősége.
A hozzáférés	Milyen arányban érhető el akadálymentes tartalom, és kiket ér el.

Forrás: a kérdéskör megállapításai.

Eljárást erre az olasz közszolgálati médiaszolgáltató, a Rai gyakorlata ad, ahol a reprezentációt tartomelemzés és közönségkutatás együtt méri, külső kutatóintézetekkel, és az eredmény az éves jelentésbe kerül.

A magyar közmédiának első lépésként a mérés megtervezése javasolt, hogy meg lehessen érteni, hogy a reprezentációs probléma legnagyobb része pontosan miből ered.

4.8 Platform- és archívumstratégia

Erre a kérdéskörre 98 beadvány tért ki.

A felhívásban szereplő kérdések:

- 8a – Milyen tartalmaknak milyen platformokon kell jelen lennie (lineáris, online, közösségi, nemzetközi platformok)?
- 8b – Milyen szerepet kaphat az archívum és a mesterséges intelligencia a tartalmak feldolgozásában, hozzáférhetővé tételében és hasznosításában?
- 8c – Milyen szerepet töltsön be a közösségi média a közmédia működésében?

8a – Milyen tartalmaknak milyen platformokon kell jelen lennie (lineáris, online, közösségi, nemzetközi platformok)?

Cél és felület: A beadványok szerint előbb a közszolgáltatás célját és célcsoportját kell megnevezni, a platform csak ebből következik. A lineáris televízió és rádió a beadványok szerint megmarad, de csökkenő eléréssel: közös élmény a nagy eseményeknél, válságtájékoztató és az idősebb közönség elérése.

Egységes saját platform: A digitális javaslatok között visszatér az egységes, ingyenes, saját közszolgálati platform, amely egy helyen kínálja az élő adásokat, a visszanezhető műsort, az archívumot és a híreket. A javaslat szerint a platform mutasson túl az egyszerű catch-up szolgáltatáson, és kapjon modern funkciókat, mint a tartalmak közötti kereső és az ajánlórendszer.

Audioplatform: Az audiokínálat önálló felületete egyetlen alkalmazásként foghatná össze a teljes közszolgálati hanganyagot, átfogó podcaststratégiával, a BBC Sounds mintájára, amely a rádióadókat és a podcastokat egy felületen egyesíti. A médiaszektor, a felsőoktatási-kutatói kör és a nemzetiségi közösségek szervezetei a DAB+ digitális földfelszíni rádiózás újraindítását és országos kiépítését kéri.

Platformra tervezett gyártás: A tartalmat eleve többplatformosra kell tervezni, utólagos adaptálás helyett. A beadványok szerint a kész műsor utólagos feltöltése még nem online jelenlét, a rövid részletekre vágás pedig nem elég a fiatalok eléréséhez. A kulturális-alkotói kör és a nemzetiségi közösségek egy része viszont a közösségi médiát a lineáris műsor kiegészítőjének tekinti, ahol a műsorok rövid részletei és ajánlói is betöltik a feladatot.

Mérés és célszámok: A digitális jelenlét a nézettségnél részletesebb, platformfüggetlen mérést kíván. A nézettségi idő, a visszatérő felhasználók aránya és a továbbkattintás számít. 2030-ra nevesített elérési célszámot is megfogalmaznának.

Egyenlő hozzáférés: A platformstratégia valójában hozzáférési stratégia. Az akadálymentesség a fejlesztés kezdetétől épüljön be minden felületbe.

Külhoni elérés: A külhoni és a diaszpóra magyarság elérésének kulcsa a platformváltás. Időzónától független, területi korlátozás nélküli, feliratozott kínálat javasolt, amely nemcsak eljuttatja hozzájuk a hazai tartalmat, hanem a külföldi magyarok által készített tartalmaknak is helyet ad a platformon. Ezt a témát a 4.4 alfejezet tárgyalja bővebben.

8b – Milyen szerepet kaphat az archívum és a mesterséges intelligencia a tartalmak feldolgozásában, hozzáférhetővé tételében és hasznosításában?

Közkins: A kérdéskör legszélesebben egyetértést élvező ügye az archívum. Minden érintett csoport nemzeti kulturális vagyonként írja le, és aktív tudásinfrastruktúráként működtetné. Ma viszont ez a közmédia legrosszabbul hasznosított vagyona. Jelentős része nehezen érhető el, mert a jelenlegi platformon rövid az elérési időablak és gyenge a kereső.

A jogi akadály: A korlátozott hozzáférésnek gyakorta jogi oka van. A jogosulti kör tisztázatlan vagy sokszereplős, az egyedi engedélyeztetés kivitelezhetetlen, ezért teljes jogállomány-felmérést, jogtisztázást és egyablakos engedélyezést kérnek. A kulturális-alkotói kör és a civil/jogvédelmi kör szerint a rendezetlenség sürgős, súlyos kockázatot jelent.

Ütemezett digitalizálás: Első lépésként ütemezett digitalizálási és állományvédelmi programot javasolnak. Legyen nyilvános az ütemterv: mely tartalmak digitalizálása várható el a következő években, és mi válik szabadon elérhetővé. Ezzel párhuzamosan azt javasolják, hogy induljon el a tartalmi feltárás, vagyis az azonosítatlan felvételek beazonosítása és az alkotói életútinterjúk rögzítése. A központi állományon túl a regionális stúdiók és a nemzetiségi szerkesztőségek öröksége is feldolgozatlan, és felmerül a közösségi gyűjtemények bevonása.

Hasznosulás: A javaslatok szerint egy megnyitott archívum önálló tartalomforrássá válhat. Kurátori válogatás, archív csatorna és oktatási anyag épülhet rá, a napi gyártásban pedig beruházás nélkül műsorra tehető anyagot ad. A hasznosulást önálló, éves, nyilvános mutatók mérjék, a digitalizált órák számával együtt.

Díjszabás és hozzáférés: A díjszabás legyen átlátható és differenciált. Az oktatási, kutatási és közhasznú felhasználás váljon el a kereskedelmitől, és legyen ingyenes vagy jelképes. A kutatóknak és az oktatóknak alanyi jogú, távoli, indokolás nélküli hozzáférést kérnek a beadványok. Ezen belül az oktatási hozzáférést tartják a legnagyobb társadalmi hozamú első lépésnek, és visszásnak nevezik, hogy közintézmények fizetnek egymásnak jogdíjat a közös örökségért. A kulturális-alkotói kör felől a rendezett, de díjazott használat is felmerül. A kiszámíthatóságot határidős döntés, írásbeli indokolás és nyilvános árjegyzék adná, a gyártói oldal pedig archív alapú koprodukciókat és a nem hasznosított jogok felajánlását kéri.

Törvényi és intézményi rendezés: A médiaszektor, a kulturális-alkotói kör és a felsőoktatási-kutatói kör több réteget törvényi szinten rendezne. Nevesítenék a papíralapú háttéranyagokat és a raktárban álló tárgyi médiatörténeti örökséget, rendeznék az archívum közgyűjteményi jogállását, és eltörölnék a kötött hozzáférést. Szintén a szabályozási rendezésre javasolt a NAVA²⁰ önálló intézménnyé fejlesztése, valamint az intézményi széttagoltság helyett egy közös nemzeti digitális kulturális tudástér. A javaslatok egyetértenek abban, hogy a közpénzből előállított tartalom legyen széles körben hozzáférhető és hivatkozható, egyértelmű feltételekkel. Ezt egy úgynevezett Digitális Közkincstár javaslat intézményesítené.

Az MI mint feldolgozó eszköz: Az archívum fejlesztésére stratégiai lehetőségének a mesterséges intelligenciát látják: a felvételek leiratozását és fordítását, a tartalom gépi felismerését és metaadat besorolását, valamint a szemantikus keresést. A médiaszektor és a felsőoktatási-kutatói kör a teljes bevezetést megelőzően a generatív asszisztensek magyar nyelvű válaszainak tesztelését javasolja.

8c – Milyen szerepet töltsön be a közösségi média a közmédia működésében?

Elérési kapu: A közösségi média elsődleges közszolgálati funkciója a beadványokban az elérés és a felfedezés. Segíthet elérni és saját platformra terelni olyan fogyasztókat, akiket más közmédia-csatornákon nem tud megszólítani. A felület egyben információt is ad a nézői reakciókról és visszajelzésekről a közmédia felé. Javaslat, hogy a visszajelzéseket építsék be a műsorgyártásba.

Stabil normák: Az elvárás, hogy a közösségi felületen ugyanazok a szerkesztői és korrekciós normák érvényesüljenek, mint a többi közmédia-felületen. A közmédia ne igazítsa a szerkesztést a platformok figyelem maximalizáló logikájához.

A kérdéskör fő vitás pontjai

Meddig terjedjen az online jelenlét: Az egyik álláspont a közmédia jelenlétének szűkítését kéri ott, ahol piaci szereplők versengő kínálatot adnak, és a bővítést versenyhatás-vizsgálathoz kötné. A másik álláspont minden platformra kiterjedő jelenlétet javasol.

Nyitás mértéke: Az egyik oldalon az áll, hogy a nyitás ne váljon szubvencionált versengő kínálattá. Vele szemben a korlátozásmentes nyitás kérése áll, azzal az érvel, hogy a felvételek közpénzből készültek.

A közösségi média szerepe: önálló szolgáltatás vagy terjesztési eszköz? A közösségi médiát az egyik álláspont egyenrangú médiaszolgáltatásnak tartja, saját digitális szerkesztőségekkel, mert ha a gyártás végén külön

²⁰ Nemzeti Audiovizuális Archívum (NAVA): a magyar műsorszolgáltatók digitális kötelespéldány-archívuma, amely 2006 óta gyűjti és teszi kutathatóvá a műsorokat.

kommunikációs feladat marad, másodlagos lesz. A másik terjesztési eszköznek tekinti, mert a platform elosztási csatorna.

Távolmaradás vagy jelenlét: A fogyatékossgal élő emberek érdekvédelmi szervezetei azt az álláspontot képviselik, hogy a közmédia működésében a közösségi média ne töltsön be semmilyen szerepet. Az érintett csoportok többsége ezzel szemben elengedhetetlennek tartja a jelenlétet.

Szerkesztői kiegészítés

Ez a szakasz a szerkesztők saját rendezése és javaslata, nem a beadványok összegzése. Alapja a kérdéskör megállapításai.

Az archívumot minden érintett csoport hasonlóan írja le, közpénzből készült nemzeti kulturális vagyonként, amely ma nehezen elérhető. A megnyitás szükségességében egyetértés van, a feltételeiben nincs.

Az alábbi táblázat a javaslatokat rendezi. Ugyanaz a szervezet több sorban is szerepelhet, mert egyszerre lehet jogosult és felhasználó.

12. ábra: Szerkesztői rendezés az archívum megnyitásához fűződő kérésekről, szereplők alapján

Szereplő	Mit kér	Mi az érdeke
Felhasználó pl.: felsőoktatás, kutatás és köznevelés köre, kultúra és alkotók köre	Alanyi jogú, távoli és díjmentes kutatói és oktatói hozzáférés, a kutatási díjtételek eltörlésével.	A hozzáférés ára ma a kutatói munka költségeinek jelentős részét elviszi.
Jogosult pl.: alkotói és művészeti szakmai szervezetek, szerzői jogi és jogdíj-szervezetek	Rendezett, de díjazott használat, és kifejezett szabály a gépi tanításra való felhasználásról.	A díjbevétel az alkotói és előadói munka ellenértéke.
Gyártó pl.: médiaszektor, kultúra és alkotók köre	Archív alapú koprodukció, méltányos és megkülönböztetés mentes hozzáférés a független gyártóknak.	Az archívum gyártási alapanyag. Az állami forrásból megnyitott kínálat a saját piacukon jelenik meg.
Nyilvánosság pl.: civil érdek- és jogvédelem köre, felsőoktatás, kutatás és köznevelés köre	Teljes megnyitás, jogállomány-felmérés, keretjellegű licenc és egyablakos engedélyezés.	A közpénzből készült felvétel hozzáférhetősége közérdek. A rendezetlen felvételek néhány éven belül használhatatlanná válnak.
Műsorterjesztők pl.: hírközlési szolgáltatók	Azonos felhasználásért azonos jogdíjterhet kérnek.	Átlátható, megkülönböztetésmentes hozzáférést a közpénzből készült tartalomhoz.

Forrás: a kérdéskör megállapításai, szerkesztői elemzés

Az első három kérés a mai díjszerkezetben nem teljesíthető. Ha a nézők, oktatók és felhasználók ingyenesen jutnak hozzá a tartalomhoz, az csökkenti a szerzők és jogdíjszervezetek bevételeit²¹. Ha pedig a bevétel fenntartása az elsődleges, akkor az oktatási hasznosulás maradhat el.

A feloldás iránya a felhasználás fajtáinak szétválasztása, a kereskedelmi és a közhasznú használat elkülönítésével. A díjszabályt felhasználási kategóriánként külön javasolt kimondani, mint például a közmédia saját újrahasznosítása, az oktatási, kutatási és közhasznú használat, a gyártói és kereskedelmi felhasználás, valamint a nyilvános közzététel. Ennek a szabálynak a bevezetését minél hamarabb érdemes eldönteni, mert

²¹ A közmédia által fizetett jogdíjrendszer nem ismert, ellenőrzés szükséges

a jogilag rendezett felvételek is elzárva maradhatnak, amíg nincs kimondva, milyen felhasználásért ki fizet. Emellett az archívum gépi tanításra való felhasználásáról is gyors döntés indokolt.

Külön vizsgálatot érdemel az a javaslat, amely szerint az előállító megkapja munkája ellenértékét, cserébe pedig a szerzői jogait átadja a közmédiának. Saját működésében érintett stakeholdertől érkezett ez a javaslat, és a beadványokban más nem vetette fel.

4.9 Médiapiaci ökoszisztéma

Erre a kérdéskörre 100 beadvány tért ki.

A kérdéskör egyetlen kérdése:

9a – Hogyan működjön együtt a közmédia a piacon jelen lévő egyéb médiaszereplőkkel – hol van tér együttműködésre, és hol kell egyértelműen elhatárolódnia a piaci szereplőktől?

Alapelv: Minden csoport szerepmegosztásként írja le a közmédia és a piaci szereplők viszonyát. Az alapelv szerint a közmédia ott legitim, ahol a tartalom piaci alapon nem jönne létre. Az elhatárolódás kereteit a küldetés és a közpénzköltés indokolhatósága jelöli ki. Egy szűkebb kör szerint viszont a közmédia versenye maga is közjó, mert konkurenciát teremt a kereskedelmi kínálat egysíkúságával szemben, és a piaci hiány azonosítása még nem dönti el, ki pótolja.

Együttműködést ott látnak, ahol közös külső kihívás van, elhatárolódást ott, ahol ugyanazért a közönségért folya a verseny. Szinte minden beadvány szerint a fő kihívás a globális platformgazdaság.

A hirdetési jelenlét: Számos beadvány kezdeményezi a hirdetés elhagyását vagy erős korlátozását, mert a közmédia állami költségvetésből támogatott szereplő, így nem azonos eséllyel versenyez a piaci szereplőkkel. Néhány beadvány rámutat viszont arra, hogy a közmédia alacsony közönségaránya miatt a piacot eddig sem befolyásolta.²²

Tartalmi kontroll: Kétféle tartalomtípusnál kéri a szigorú ellenőrzést. Az egyikbe a szerkesztői minőséget romboló tartalom tartozik, vagyis a kattintásvadászat és a bulvár szélsőséges anyagai. A másikba a rejtett üzleti és politikai befolyás tartozik, tehát a burkolt reklám, a szponzorált tartalom és a politikai propaganda.

Sportjogok és digitális terjeszkedés: Számos beadvány szerint a közmédia áremelő hatást fejt ki a prémium sportjogok piacán, és sajtószerű online terjeszkedésével olyan feltételeket teremt, amit piaci szereplők nem tudnak követni. A javasolt eszköz a költségek elkülönítése és a nem hasznosított jogok felajánlása. Egy szűkebb kör, a sportújságírók szakmai szervezete és két oktatási-köznevelési beadvány szerint viszont a kiemelt sportesemények ingyenes sugárzása közfeladat.

Az MTI hírszolgáltatása: Az ingyenes vagy szűk körű hírszolgáltatás feltételrendszerét a médiaszektor, a civil/jogvédelmi kör és a felsőoktatási-kutatói kör piactorzítónak látja, ezért diszkriminációmentes és piacokonform díjazást kér. Ugyanezen körök egyik kutatóműhelye szerint viszont a nemzeti hírszolgálati funkció ingyenes alapszolgáltatást kellene, hogy nyújtson a teljes magyar médiának. Ezt kiegészítve katasztrófa vagy válság idején a beadványok azt kéri, hogy a közmédia információs infrastruktúraként működjön.

²² Az EBU felhívta a figyelmet a hatástanulmány fontosságára, a közmédia felületekről elvesző hirdetés mennyiség mekkora arányban kerülne át a nagy platformokra.

A megrendelés nyitottsága: A versenysemlegesség feltételének az átlátható beszállítói kiválasztást tekintik. A partnerség ne politikai vagy személyes kapcsolatrendszeren alapuljon, és az ad hoc döntések helyébe éves nyilvános megrendelői terv lépjen. Egyetértés van abban, hogy a rendszer akkor tölti be a szerepét, ha valódi belépési pont a kisebb szereplőknek. Ennek ellenőrzésére nyilvános szerződés-regisztert és éves független auditot vetnek fel.

Megrendelő szerkesztő és független gyártás: A terv működtetéséhez a médiaszektor és a kulturális-alkotói kör a megrendelő szerkesztői funkció meghonosítását javasolja, pályázatú kiválasztott szerkesztővel, aki projekteket kezdeményez és gondoz, a fejlesztést a gyártástól elválasztva. Garantált független gyártói arányt a civil/jogvédelmi kör is javasol, úgy, hogy az újonnan gyártott, hír- és sportműsoron kívüli keret legalább 25-30 százalékát független cégektől indokolt megrendelni. Emellett fő növekedési iránynak a nemzetközi és regionális koprodukciónak nevezi meg négy érintett csoport.

Arányos felhasználási jogok: A közmédia szerezze meg a feladatához szükséges jogokat, de ne törekedjen teljes és időben korlátlan jogok megszerzésére, mert a gyártónál maradó másodlagos és exportjog erősítheti a magyar tartalmak nemzetközi hasznosítását.

Közös infrastruktúra és mérés: Széles körben tekintik közjónak a közös infrastruktúrát. A technológiai fejlesztésben, a mérési módszertanban és az akadálymentesítésben a közmédia iparági konzorciumok élére állhat.

Állandó egyeztetés és kritikus helyzetek: Az együttműködés intézményes keretére négy körből fogalmazódik meg önálló igény, mégpedig állandó, negyedévente ülésező konzultatív testületre a közmédia, a jogalkotó, a hatóság és az iparági szervezetek részvételével. A cél az, hogy a mostani szakmai párbeszéd ne maradjon egyszeri esemény.

Újságíró-utánpótlás: Közös érdekként jelenik meg az újságíró-utánpótlás, amelyre a többen strukturált gyakornoki programokat és a független szerkesztőségekkel közös mentorprogramot javasolnak.

Tudáspartnerek: A közgyűjtemények és az egyetemek a tartalomszolgáltatói szerepen túl hiteles tudáspartnerként jelennének meg, és eseti felkérés helyett tervezhető együttműködést javasolnak.

A hozzáférhetőség közös elve: A javaslatok egyetértének abban, hogy a közpénzből előállított tartalom legyen széles körben hozzáférhető és hivatkozható, egyértelmű feltételekkel. Ezt egy úgynevezett Digitális Közkincstár javaslat intézményesítené.

A kérdéskör fő vitás pontja

A saját bevétel határa: A hirdetési jelenlétnél a vita nem áll meg. A saját bevétel más formáit három beadvány megtartaná vagy bővítené, ilyen a merchandising, az előfizetési emelt szintű archívumszolgáltatás és a hírügynökség piaci szolgáltatása. A helyi szolgáltatásnál a szabályozott reklámbevétel is felmerül.

Szerkesztői kiegészítés

Ez a szakasz a szerkesztők saját rendezése és javaslata, nem a beadványok összegzése. Alapja az EBU válaszanynaga.

A beadványok konkrét területeket neveznek meg, ahol a közmédiának el kell határolódnia a piaci szereplőktől, például a hirdetést és a digitális tartalmakat. Azt viszont nem mondják meg, hogy egy konkrét ügyben ki és milyen eljárásban dönti el, hol húzódik ez a határ. A gyakorlatban ez egy új szolgáltatás indításánál válik érezhetővé. Ilyen a hírportál bővítése, a podcast-platform vagy a fizetős archívumi szolgáltatás.

A hazai javaslatok közül kettő említi a folyamatot. Az egyik előzetes közérték- és piaci hatásvizsgálatot kér minden jelentős új szolgáltatás indítása előtt, a másik szigorú utólagos ellenőrzést javasol helyette. Mindkettő ugyanarról az egy kérdésről rendelkezik, vagyis arról, hogy az indítás előtt vagy után történjen a vizsgálat.

Az alábbi táblázat három európai gyakorlatot mutat be, amelyek szintén kis piacon működnek. Az oszlopok a döntés négy összetevőjét adják meg: ki hozza meg a döntést, mikor kerül elő a kérdés, milyen eljárási feltétel kötődik hozzá, és mi lehet az eljárás vége.

13. ábra: Szerkesztői keret az elhatárolódási döntés négy kérdéséhez három európai gyakorlatban

	Ki dönt	Mikor kerül elő	Mi az eljárási feltétel	Mi a következmény
Finn gyakorlat	a műsorszolgáltató igazgatótanácsa	jelentős léptékű új szolgáltatás előtt, és versenytárs is kezdeményezte	kötelező meghallgatás: versenyhatóság, fogyasztóvédelem, ágazat	ajánláscsomag, éves piaci monitorozás, a kínálat közzététele
Flamand gyakorlat	a kormány, a szabályozó tanácsára	a menedzsmentszerződés megkötésekor, azon kívül egyedileg	külön szabály nincs	kormánydöntés, az érintettek meghallgatása után
Svájci gyakorlat	a minisztérium, bírósági kontrollal	bejelentés indítás előtt, engedélyezés nélkül	a beavatkozás feltétele az igazolt piaci hatás	feltétel a tevékenységre vagy az elszámolásra, végső esetben tiltás

Forrás: EBU-válaszanyag. A hazai sorok a kérdéskör megállapításain állnak.

4.10 Záró kérdés, további témák

Erre a kérdéskörre 52 beadvány tért ki.

A kérdéskör egyetlen kérdése:

10a – Van-e olyan szempont, amelyet a fenti kérdések nem érintettek, de Önök szerint elengedhetetlen a döntéshozók számára?

Elszámoltathatóság és nyilvános beszámolás

Nyilvános adat és éves audit: Több csoport javasol működési és pénzügyi átláthatóságot. Strukturált éves beszámolót kérnek, kereshető adatbázist a pénzügyi adatokról és a szerződésekről, továbbá évente nyilvános auditot, törvényi köteleességgént. A médiaszektor felől az a kérés áll, hogy a nyilvánosság az üzleti titok védelmével összhangban maradjon.

Ombudsman és vezető kiválasztás: Négy stakeholder veti fel a független közmédia-ombudsman létrehozását, nyilvános éves jelentéssel. A vezető kiválasztásra három stakeholder nyílt, meghallgatásos pályázatot kér, egy személyi felelős vezérigazgatóval és utólag ellenőrző testülettel, mert a napi beavatkozás joga politikai nyomást tesz lehetővé.²³

²³ A nyílt, meghallgatásos pályázat feltételei adottak, a Független Közmédia Testület írja ki a pályázatot.

A közmédia mint munkahely

Függetlenség: A médiaszektor és a felsőoktatási-kutatói kör szerint a jó törvény önmagában kevés, mert politikai szándék és közéleti kultúra is kell hozzá, a védelemnek pedig a törvénytől az egyes munkatársig kell érnie. Négy eszközt neveznek meg: a hírszerkesztőségek önállóságát, az újságíró jogát arra, hogy ne kelljen a meggyőződése ellen tennie, a visszaélést bejelentők védelmét és az érdekképviselőt megerősítését. Munkajogi oldalról azt kérik, hogy a belső pályázatok eredménye nyilvános legyen, és minden döntést indokoljanak.

Toborzás, utánpótlás, képzés: Hiányolja a humánerőforrás folyamatokat a médiaszektor és a nemzetiségi közösségek köre. Alapkövetelményük a nyilvános álláshirdetés és a transzparens toborzás minden pozícióra, mert a zárt csatorna a piaci szereplőktől szívja el a munkatársakat. A kulturális-alkotói kör felől a kipróbált piaci szakemberek megszerzése áll. Az erőltetett fiatalítás a médiaszektor szerint korábban rendre bukáshoz vezetett. Négy stakeholder javasol gyakornoki, ösztöndíj- és mentorprogramot vidéki, nemzetiségi és hátrányos helyzetű fiataloknak. Kötelező, ingyenes és évente ismételt MI-képzést két csoport javasol.

Eltűnő szakértelem: A szakmai tudás elvesztését a kulturális-alkotói, a civil/jogvédelmi és a felsőoktatási-kutatói kör nevezi súlyos, nehezen mérhető kockázatnak. A hangmérnökök, a dramaturgok és a regionális tudósítók tudása évtizedek alatt épül fel, és hónapok alatt elveszíthető. A gyártói infrastruktúra elvesztését is ide sorolják.

Foglalkoztatási stratégia és nemzetiségi önállóság: Munkáltatóként a civil/jogvédelmi kör számszerű célú foglalkoztatási stratégiát kér a megváltozott munkaképességű munkavállalókra, és a nemek egyenlőségét is mérhető formában látná. A nemzetiségi közösségek köre saját szerkesztőségi prioritásokat és saját médiát kér, partneri viszonyban, a finanszírozás és a szerkesztői autonómia szétválasztásával.

A közmédia határai

Határok: A médiaszektor és a felsőoktatási-kutatói kör határokat is megnevez: ne legyen indokolatlanul kizárólagos hozzáférés közérdekű állami információkhoz. A közmédia ne bővüljön közszolgálati érték nélkül, és ne közvetítsen kormányzati kampányt.

Az átalakítás végrehajtása

Állandó rendszer vagy ötéves ritmus: Három érintett csoport állandó, intézményesített egyeztetési és részvételi rendszert kér. A bevonás ne maradjon alkalmi, és legyen nyilvános, kiket vontak be és mi épült be a javaslatokból. A felsőoktatási-kutatói kör beadványai itt megoszlanak. Az egyik oldal periodikus, ötéves társadalmi megrendelést javasol, a másik folyamatos döntéselőkészítést kér.

A közmédia átalakításának üteme: Három beadvány szerint a többéves előretervezés a mai kiszámíthatatlanság mellett kérdéses, a részletes irányok további médiapiaci és közönségkutatást igényelnek. Négy beadvány ezzel szemben 2030-ig szóló, mérföldkövekre bontott menetrendet és mérhető célokat javasol, épp azért, hogy az érintettek fel tudjanak készülni, és számonkérhetőek legyenek.

5. Kiegészítő észrevételek

A befogadott szakmai beadványok mellett más formában is érkeztek javaslatok, például kerekasztal beszélgetéseket követően további hat háttéranyag érkezett. Két szervezet a beadási határidő után, szeptember 3-án és 4-én küldött állásfoglalást. Hat felkért egyéni tartalomgyártó (fiataloknak szóló tartalom készítő) és hat magánszemély beadványát is itt, a kiegészítő észrevételek között tárgyalja ez a fejezet. Ezek a szempontok a 4. fejezet állításait árnyalják. Egy-egy megállapítás mögött jellemzően egyetlen beadvány áll.

Kerekasztal-beszélgetések

- **Bérverseny:** Célzottan a független médiából keres szakembereket a közmédia, és olyan fizetési ajánlatokat tud tenni, amelyekkel a piaci szerkesztőségek jelenleg nem képesek versenyezni. Az aggály az, hogy a közmédia megerősítése így a független szerkesztőségektől vonja el a felkészült munkatársakat. A kiválasztás és a bérstruktúra nem átlátható.
- **Részesedés az együttműködésből:** A munkatársak átvétele mellett az értéket létrehozó szerkesztőség is részesüljön a közmédiával kötött megállapodásból, sugárzási jog vásárlásával, tartalomlicenccel vagy koprodukcióval. Igényként merült fel egy nevesített közmédiás kapcsolattartó, akihez a piaci média szerkesztőségek javaslattal vagy problémajelzéssel fordulhatnak.
- **Kereskedelmi hirdetés:** Nyitott kérdésként merült fel, legyen-e kereskedelmi hirdetés a közmédiában. A beadványokban három érintett csoport tíz beadványa kéri a reklám elhagyását vagy erős korlátozását, mert a költségvetésből fenntartott szereplő versenye nem esélyegyenlő. A kerekasztalon ehhez az a megfontolás társult, hogy a kizorított reklámbevétel egy része a hazai piac helyett a nagy technológiai platformokhoz kerülhet.
- **A hírszolgáltatás mérése:** Javaslat hangzott el a megújult hírszolgáltatás folyamatos, emberi kódolásra épülő mérésére: a témák sokszínűsége, a napirendre vett ügyek relevanciája, a kiegyensúlyozottság és a tényyszerűség mentén. Az összevetés alapja az újraindulás óta eltelt időszak és egy ugyanilyen hosszú, az átalakítás előtti időszak lenne.
- **Kulturális és filmes jelenlét:** A kulturális szerep tárgyalásakor szóba került a rövidfilm, a dokumentumfilm és a fesztiválfilm késő esti sávon kívüli helye. Ugyanitt merült fel a megrendelési és koprodukciós modell kidolgozása, valamint az archívum díjszabása a kutatási és oktatási felhasználásnál.

Kapott háttéranyagok

Az európai közszolgálati szövetséggel (EBU) folytatott megbeszélésen a minisztérium ismertette, milyen felmerült kérdésekben számít európai tapasztalatra, és erre célzottan kapott anyagot, egy írásos állásfoglalást és egy adatokat tartalmazó diasort.

- **Előzetes piaci hatásvizsgálat:** Az állásfoglalás a közszolgálati digitális szolgáltatások előzetes közérték- és piaci hatásvizsgálata ellen érvel, mert a kizorító hatás szerinte empirikusan nem igazolt. Ahol mégis van ilyen eljárás, ott a finn, a flamand és a svájci megoldást ajánlja, a kísérleti és az ideiglenes szolgáltatásokra való mentességgel. A 4.9 kérdéskörben javasolt előzetes vizsgálat mérlegelésénél vehető figyelembe.
- **Mérési keretrendszerek:** A diasor a brit, a német és a flamand közszolgálati médium értékelési keretét mutatja be: a bizalmat, az egyetemességet, a megkülönböztethetőséget, a reprezentációt, a kulturális és oktatási értéket és a digitális hatást. A 4.1 kérdéskörben kért mérőszámok kidolgozásához ad kiindulást.
- **Médiaműveltség, reklám és munkaerő:** Adatsorok a közszolgálati médiaműveltségi programokról, a reklámkorlátozás országoként eltérő modelljeiről és arról, miért hagyják el a munkatársak a közszolgálati médiumokat. A 4.5 és a 4.9 kérdéskör, illetve a bérverseny tárgyalásakor adnak összevetési alapot.

- **Közmédia hirdetési politikája:** Szóban hangzott el az a javaslat, miszerint érdemes a hirdetés korlátozása előtt a nemzetközi példákat és tapasztalatokat áttekinteni, több országban tapasztalták, hogy a közmédia hirdetési korlátozása még inkább a nemzetközi platformokra terelte a hirdetési költségeket, amely így jelentős mértékben eltűnt a nemzeti piacról.

A kerekasztal után **egy médiaelemző szervezet** is küldött anyagcsomagot. A csomag négy elemét egy gondolat fogja össze: a hírszolgáltatás teljesítménye emberi kódolásra épülő tartalomelemzéssel rendszeresen mérhető, és az eredmény összevethető korábbi időszakokkal. Erre a szervezet tesztprojektet ajánl a hírműsorok elemzésére, a 2026 áprilisi választást megelőző egy-két évre visszatekintve, ütemezéssel és költségkerettel. A cseh közszolgálati televízió 2011 óta méri így a közszolgálati megbízatás teljesülését, kiterjedően a normáknak való megfelelésre, a műsorok elérésére, minőségére és hatására, valamint arra, mennyiben felel meg a kínálat az egyes nézői csoportok igényeinek. Egy hazai mérési pilot mintája ez lehet. A csomag további két eleme azt mutatja meg, mire használható a módszer: egy 2017-es adatelemzés a vallásokról szóló tudósítások sztereotipizálásáról, és egy cikk a hírnév kockázatának méréséről. Mindkettő amellel szól, hogy a társadalmi csoportok megjelenését és a bizalmi mutatókat folyamatosan érdemes követni.

Határidő után érkezett szakmai állásfoglalások

Hírközlési érdekeltségi körtől, 2026. szeptember 3.

- **Továbbítási kötelezettség:** A médiatörvény továbbítási kötelezettséget (must carry) ír elő, amely szerint a kábel- és IPTV-szolgáltatóknak a közszolgálati csatornákat kötelezően a kínálatukban kell tartaniuk. Ennek áttekintését kéri az állásfoglalás, és olyan szolgáltatási szint rögzítését, amely mellett a szolgáltatók a saját előfizetőik felé is teljesíteni tudnak.
- **Jogdíjfizetés:** A műsorokban felhasznált zene, film és archív felvétel után a közmédia egyes felhasználási módoknál kedvezőbb jogdíjat fizet a piaci szereplőknél. Az állásfoglalás azonos felhasználásért azonos jogdíj-terhet javasol, kedvezményt pedig szűk, célhoz kötött és nyilvánosan indokolt esetben tart elfogadhatónak.
- **Jogutódlás:** A mostani szervezeti átalakulás jelentős szerzői és szomszédos jogi vagyont érint. Jogcímenként bontott vagyonátadási dokumentumot, a jogszerzésre vonatkozó törvényi vélelmet és a felhasználási szerződések jogfolytonosságát kéri az állásfoglalás.
- **Archívum-hozzáférés:** Az archívum ma szűk körű engedélyezési eljárással érhető el kívülről. A kérés az, hogy piaci szereplők számára is kutatható közgyűjteménnyé váljon, egységes és megkülönböztetés-mentes hozzáférési feltételekkel.

Médiaipari érdekképviselőtől, 2026. szeptember 4.

Az állásfoglalás hat saját pontban tárgyalja a vidéki nyilvánosság helyzetét, a kérdéssor szerkezetét nem követi. A felvetések nagyobb része a helyi jelenlét és a médiapiaci viszonyok kérdésköréhez kapcsolódik, az alábbi kiemelés ezekre szorítkozik.

- **Megrendelői viszony:** A hírügynökségén keresztül megrendelőként kapcsolódjon a közmédia a helyi szerkesztőségekhez, fotóra, tudósításra és audiovizuális tartalomra. A díjazás rendelkezésre állási alaplajból és az átadott tartalom utáni teljesítményarányos részből álljon.

- **Munkaerőpiaci hatás:** A helyi szerkesztőségek a saját munkatársaikat féltik. A kérés az, hogy a közmédia a helyi hálózatának kiépítésekor ne közpénzből csábítsa el a náluk dolgozó újságírókat, mert ez a legnehezebb években is működő műhelyeket ellehetetlenítheti.
- **A hírügynökség regionális szolgáltatása:** A regionális hírszolgáltatás ne kizárólag önkormányzati és intézményi közleményekre épüljön. A hírügynökségi tudósítás nem helyettesíti a helyi újságírói munkát, amely az előzményeket és a helyi érdekviszonyokat is ismeri.
- **Önkormányzati tulajdonú helyi sajtó:** Az önkormányzati tulajdonú lapok és hírportálok közpénzből működnek, ezért gazdálkodásukra a közszolgálati finanszírozás követelményei legyenek irányadók, szerkesztői függetlenséggel.
- **Helyi nyilvánosság a koncepcióban:** A közmédiáról szóló koncepció külön foglalkozzon a helyi és regionális nyilvánossággal, és készüljön friss kutatás a helyi hírfogyasztásról. Az utolsó szélesebb körű felmérés 2020-ban készült.

Felkért tartalomgyártók – fiataloknak szóló tartalom

Egyéni tartalomgyártókat, influenszereket is felkért a válaszadásra a párbeszéd szervezője, akik nem intézményt képviselnek, a közmédiát a saját közönségük felől látják, és a felhívás kérdéseire válaszoltak ők is. A hat beérkezett anyag középpontjában a fiatal közönség elérése és az edukáció áll.

- **Bizalom és figyelem:** A hitelesség a közmédia előnye, ezért legyen látható, ki beszél, milyen kompetenciával és milyen forrásra támaszkodva.
- **Platformra készült tartalom:** A fiatal közönség eléréséhez a lineáris műsorból kivágott részlet önmagában kevés. Az adott terület nyelvéhez igazodó, önálló tartalom kell, dedikált csapatokkal.
- **Alkotók köré épített formátum:** Az ismert arcok televíziós struktúrába emelése helyett a saját hangjukkal és közösségükkel dolgozó alkotók köré érdemes formátumot építeni. Az érintettek szerint a mesterségesen fiatalos hangvétel visszaüt a fiatal közönségnél.
- **Edukáció:** Visszatérő javaslat az iskolában nem tanított témák feldolgozása: pénzügyi tudatosság, forráskritika, állampolgári alapismeretek, testi-lelki egészség. A szórakoztató ismeretterjesztés a fiatalabb és az idősebb generációt egyszerre ülteti le.
- **Bevonás:** A néző ne csak befogadó legyen. Kérdésdoboz, kommentekből induló tartalom és közönségszavazás javasolt, a visszanézhetőség pedig tanórai felhasználást is enged.
- **Láthatóság és pártatlanság:** Felmerült, hogy nagyobb számban szerepeljenek fiatal műsorvezetők, hogy a cikkek és riportok mellett megjelenjen a készítő neve, és hogy a pártatlanság stratégiai célként visszamérhető legyen. Külön javaslat egy heti, családok által együtt nézhető gyerekhíradó.

Magánszemélyek észrevételei

A felhívás nem szólt magánszemélyeknek, hat magánszemély és egy személyes vállalkozás mégis küldött szakmai javaslatot. Mivel beérkeztek, a kiegészítő észrevételek fejezete dolgozta fel őket. A beadványokhoz képest a következő három felvetés mond újat.

- **Platform és megtalálhatóság:** Saját, egységes online felületen kínálja a közmédia az élő adást, a visszanézést és az archívumot, és ezt a felületet a nagy nemzetközi szolgáltatóktól függetlenül üzemeltesse. Ehhez kapcsolódik a kérés, hogy a továbbítási kötelezettség a digitális megtalálhatóságra is terjedjen ki, vagyis hogy a közmédia alkalmazása az okostévék kezdőképernyőjén is elérhető legyen.
- **Technológiai eszközök a hitelesség igazolására:** A javaslat a hír- és felvételtanyag eredetének igazolását tartja a legfontosabbnak, hogy a közmédia neve alatt terjedő hamis tartalom felismerhető legyen. Ehhez

kapcsolódik a mesterséges intelligencia használatának rendje, amelyben hírtartalom csak két független szerkesztő jóváhagyásával készülhetne.

- **Rádiós portfólió:** Egy rádiós szakmai javaslatcsomag a közszolgálati rádiók szerkezetét venné át. A sportrádió önálló frekvenciáját felülvizsgálná, a sporttartalmat a hírcsatorna műsorfolyamába illesztené, a zenei kvótákat korosztályi szempontból gondolná újra, a tematikus adókat pedig a digitális földfelszíni sávra helyezné.

Melléklet, 15 javasolt kérdés a vezérigazgatói pályázati kiíráshoz

Ez a melléklet a szakmai párbeszéd anyagából azokat a kérdéseket emeli ki, amelyet érdemes a pályázat során tisztázni.

1. A közmédia tartalmi kínálata

A helyzet: A stakeholderek többsége szerint a közmédia ott legitim, ahol a tartalom piaci alapon nem jönne létre, és a határt a küldetésből meg a közpénzköltés indokolhatóságából vezeti le. Egy szűkebb kör szerint viszont a közmédia versenye maga is közjó, mert konkurenciát teremt a kereskedelmi kínálatnak.

Alkérdések: legitim közszolgálati tartalom-e a szórakoztatás és a prémium sport, meddig terjedjen a közmédia online jelenléte, előzetes közérték- és piaci hatásvizsgálathoz vagy utólagos felügyelethez kösse-e az új szolgáltatások indítását, és marad-e kereskedelmi reklám a közmédiában.

Amit el kell döntenie: A piaci hiány szabja meg a kínálat határát, vagy bármilyen műfajra kiterjedhet? Egy jelentősen szűkülő költségvetési kereten belül mi az a néhány terület, amit biztosan megtart?

2. A hírügynökségi modell – MTI pályázatba is

A helyzet: Az ingyenes vagy szűk körben kiosztott hírszolgáltatás feltételrendszerét a médiasektor, a civil/jogvédelmi kör és a felsőoktatási-kutatói kör piactorzítónak látja, ezért diszkriminációmentes és piackonform díjazást kér. Ugyanezen körök egyik kutatóműhelye szerint viszont a nemzeti hírszolgálati funkció épp ingyenes alapszolgáltatást kellene, hogy nyújtson a teljes magyar médiának.

Amit el kell döntenie: A hírügynökségi szolgáltatás ingyenes alapszolgáltatás legyen mindenkinek, vagy piaci árú, mindenkinek azonos feltétellel? Hogyan kapcsolódik a két intézmény egymáshoz, és megrendelőként épít-e a helyi szerkesztőségekre?

3. Saját gyártás vagy külső megrendelés

A helyzet: A stakeholderek többsége a független műhelyek és a külső produkciók érdemi bevonását kéri, számszerű külső gyártói aránnyal és átlátható megrendelési renddel. A kulturális-alkotói kör egy része felől ezzel szemben több saját gyártású tartalom igénye érkezik.

Amit el kell döntenie: Milyen arányban gyártson a közmédia saját erőből, és mennyit rendeljen külső műhelyektől? Ha nő a külső gyártás aránya, mi lesz a meglévő állománnyal, és hogyan kezeli az átmenetet? A megrendelés folyamata hogyan lesz átlátható és igazságos?

4. A szervezet mérete és a bérezés – MTI pályázatba is

A helyzet: Alapkövetelmény a nyilvános álláshirdetés és az átlátható toborzás minden pozícióra. Több stakeholder gyakornoki, ösztöndíj- és mentorprogramot javasol vidéki, nemzetiségi és hátrányos helyzetű fiataloknak, és közös mentorprogramot a független szerkesztőségekkel. Munkajogi oldalon a belső pályázatok nyilvános eredményét és minden döntés indoklását kéri.

A feszültség a béversenyben van. A közmédia célzottan a független médiából keres szakembereket, olyan fizetési ajánlatokkal, amelyekkel a piaci szerkesztőségek nem tudnak versenyezni, és sem a kiválasztás, sem a bérstruktúra nem elég átlátható. Egy médiapiaci érdekképviselőt külön kéri, hogy a hálózat kiépítésekor a közmédia ne közpénzből csábítsa el a náluk dolgozó újságírókat. Közben a szerkesztőségi és műszaki szaktudás elvesztését nevezik minden nagy átalakítás legnagyobb kockázatának.

A szervezet méretét a beadványok nem tárgyalják. A mai működésben viszont egyszerre van jelen a nagy alkalmazotti létszám és a széles körű kiszervezés, ami stratégiai döntést kíván.

Amit el kell döntenie: Nagy saját állomány kevés kiszervezéssel, vagy karcsú szervezet több bérigényteliséssel és külső megrendeléssel? Vállal-e nyilvános bérsávot minden álláshirdetésben, és hogyan toboroz úgy, hogy a független piacnak nem tesz kárt?

5. Csatornák vagy tartalomplatform

A helyzet: A csatornák üzemeltetése helyett egységes, platformfüggetlen közszolgálati rendszerként működjön a közmédia. Ennek gyakorlati tartalma a beadványok szerint egységes saját felület, amely egy helyen kínálja az élő adást, a visszanézést, az archívumot és a híreket, saját kereséssel és ajánlási logikával, valamint az, hogy a tartalom eleve a felületre készüljön, ne a lineáris műsor utólagos feldarabolása legyen. Ezzel szemben felmerül a kultúra és alkotók köréből: a tematikus csatornákon alapuló szerkezet már kiépült rendszer, és épp az tart fenn korlátozott piaci bevételű műfajokat.

Amit el kell döntenie: Csatornában vagy platformfüggetlen tartalomkínálatban gondolkodik? Ebből mi következik a mai csatorna- és rádiós szerkezetre: mit tartana meg, mit vonna össze, mit helyezne át?

6. A digitális átállás üteme – MTI pályázatba is

A helyzet: Abban nincs vita, hogy az átállás szükséges. A beadványok saját, egységes és ingyenes felületet javasolnak, a nagy nemzetközi szolgáltatóktól függetlenül üzemeltetve. A mérés is platformfüggetlen legyen: a nézettségi/hallgatottsági idő, a visszatérő felhasználók aránya és a továbbkattintás számít, 2030-ra nevesített elérési célszámmal.

Viszont a lineáris kínálat megtartása feltétel, mert az átállás fő kockázatának a kirekesztést tartják. A javaslat konkrét formája nyilvános kötelezettségvállalás arról, hogy 2030-ig ne szűnjön meg lineáris felületen olyan tartalomtípus, amelynek közönsége döntően 60 év feletti, amíg nincs bizonyítottan elérhető alternatíva. A források átcsoportosításának ütemére a beadványok nem adnak támpontot, és a korcsoportok szerint bontott elérésmérés is hiányzik.

Amit el kell döntenie: Milyen gyorsan tartja megvalósíthatónak az átállást, és mihez nyúl először? Hogyan szolgál ki több közönséget egyszerre szűkülő keretből?

7. Az archívum megnyitása – MTI pályázatba is

A helyzet: A megnyitás irányában széles az egyetértés, a feltételeiben nincs. A díjmentes hozzáférés, a jogosultak bevétele és a piaci semlegesség együtt nem teljesíthető. A kutatóknak és az oktatóknak alanyi jogú, indoklás nélküli hozzáférést kérnek, és visszásnak nevezik, hogy közintézmények fizetnek egymásnak jogdíjat a közös örökségért. A megnyitás mértékéről ellenvélemény is megjelenik: a megnyitás ne váljon támogatott versengő kínálattá.

Amit el kell döntenie: Kinek ingyenes a hozzáférés, ki fizet a megnyitásért, és milyen díjszabás mellett jut hozzá a többi felhasználó? Hogyan rendezi a jogosultak díjazását úgy, hogy a megnyitás ne az ő bevételek terhére történjen?

8. A mesterséges intelligencia határai – MTI pályázatba is

A helyzet: Valamennyi stakeholder kimondja, hogy a gépi munka megengedett, de a végső döntés és a szerkesztői felelősség nem ruházható algoritmusra. Minden géppel létrehozott vagy érdemben módosított

tartalmat jelölni kell, a jelölés rendjét pedig nyilvános kódex rögzítse. Két stakeholder kötelező, ingyenes és évente ismételt képzést kér a közmédia munkatársainak.

Az MI szabályozása tíz kérdéskörből négyben merül fel, más-más érdekből. A teljes tiltásnak ára van, mert a közmédia ekkor eltűnik a gépi válaszokból. Ugyanez az anyag a technológiában látja az archívum feltárásának legnagyobb lehetőségét. Nyilvános szabályt kérnek arról, milyen feltétellel használható a tartalom betanításra.

Amit el kell döntenie: Milyen feltétellel engedi a tartalomvagyon gépi felhasználását, és hol húzza meg a saját gépi támogatásának határát?

9. A nemzetiségi szolgáltatás formája

A helyzet: A vita arról szól, hogy a nemzetiségi tartalom önálló, anyanyelvű, saját döntési jogkörű műhelyben készüljön, vagy a közös kínálat részeként. A nemzetiségi közösségek köre felől a kérdés önrendelkezés: maguk határozhassák meg, miről, milyen nyelven és milyen megközelítésben kívánnak megszólalni, partneri viszonyban, a finanszírozás és a szerkesztői autonómia szétválasztásával.

Elvárásként korszerű, digitális és kétnyelvű kínálatot kérnek, és azt, hogy a nemzetiségek mai, változó közösségekként jelenjenek meg a kuriózum szerepe helyett. Az archívum itt önálló reprezentációs eszköz, mert a nemzetiségi és a helytörténeti anyagok máshonnan nem pótolhatók.

Amit el kell döntenie: Önálló műhely saját döntési jogkörrel, vagy a közös kínálat része? Meddig terjed a közösség önrendelkezése a saját tartalma felett?

10. A társadalom reprezentációja

A helyzet: Itt három vitás pont merült fel. Az első, hogy a közmédia a társadalom hiteles megjelenítését vállalja, vagy a tudatos szemléletformálást. A második, hogy egy csoport a társadalmi súlya arányában kapjon helyet, vagy a kisebb közösségeket a számarányuknál nagyobb mértékben kell láthatóvá tenni. A harmadik, hogy a kisebbségi, nemzetiségi és hátrányos helyzetű közösségek a saját műsoraikon kívül a hírműsorokban és a szórakoztató tartalmakban is jelenjenek meg.

Amit el kell döntenie: Vállal-e nyilvános, számszerű reprezentációs célt, vagy mérőszám nélküli szemléletváltást ígér? A kisebb közösségeknél a társadalmi súly vagy a láthatóság elve mentén dönt?

11. A vallási és világnézeti tér

A helyzet: Három álláspont áll egymással szemben. Az egyházak és felekezetek körének nagyobb része, valamint a médiasektor és a felsőoktatási-kutatói kör egy része szerint a keresztény kultúra a történelmi súlyának megfelelő megjelenítést kapja. A kulturális-alkotói kör és a civil/jogvédelmi kör egy része szerint viszont a lakosságnak csak kisebbsége vallásos, ezért a humanista és az ateista világnézetnek is arányos tér jár. Egy harmadik álláspont, szintén az egyházak és felekezetek köréből, magát a mércét vitatja. Az érvelés szerint a vallási tartalom helyét a társadalmi relevanciája indokolja, a hívők aránya nem vezérelv, az egyházi nyilvánosság pedig mára kiépült.

Külön kérekként jelenik meg a kisebb egyházak megjelenése, és vitatott az is, hogy a műsorok adjanak-e hitbéli magyarázatot, vagy a vallási tartalom csak bemutatásra szorítkozzon.

Amit el kell döntenie: Milyen elv szerint osztja el a vallási és a világnézeti teret, és a mai arányokhoz képest hova mozdul?

12. A helyi és regionális jelenlét

A helyzet: Az első kérdés itt az, hogy van-e egyáltalán közmédiás feladat a helyi nyilvánosságban, és csak utána jön a modell. A legszélesebben megfogalmazott válasz szerint a közmédia legyen infrastruktúra, ne versenytárs: hálózatos modellben lássa el közérdekű tartalommal a törékeny független helyi médiumokat, ossza meg a megyei stúdió- és technikai kapacitást, a tartalomcsere pedig legyen kétirányú és intézményesített.

Az egyik oldal saját jogkörű, saját költségvetésű regionális műhelyhálózatot akar, a másik a központhoz tartozó tudósítói hálózatot. Nyitott az is, hogy műsorsáv legyen vagy önálló intézmény, és hogy az önkormányzat elszámoltatandó szereplő-e, vagy tartalom-előállító partner. Valamennyi megszólaló érintett csoport szerint az önkormányzati finanszírozás önmagában elfogultságot termel.

Amit el kell döntenie: Van-e a közmédiának feladata a helyi nyilvánosságban, és ha igen, saját műhelyekkel vagy a meglévő helyi szerkesztőségek partnereként látja el? Milyen díjazási és partnerségi rendet javasol?

13. Az együttműködés köre és a testületek jogköre

A helyzet: A bevonás igénye egységes. Sokan maguk ajánlották fel a részvételt. Az érintett közösségek közönségtanácsot és tanácsadó testületet kérnek, és azt, hogy a bevonás már a tartalom tervezésénél kezdődjön. A fiatalok alkotótársi szerepet és állandó közönségpanelt. A közgyűjtemények, az egyetemek és a kutatóhelyek alkalmi projektek helyett rendszerre tett, többéves partnerséget, érdemi szereppel a témaválasztásban. A független helyi műhelyek megosztott stúdió- és technikai kapacitást, valamint kétirányú, intézményesített tartalomcserét. Az iskolák a közoktatás partnerségét. A jogalkotó, a hatóság és az iparági szervezetek negyedévente ülésező állandó testületet, hogy a mostani szakmai párbeszéd ne maradjon egyszeri esemény. A hírközlési szolgáltatók strukturált szakmai fórumot a reform előkészítéséhez. A civil/jogvédelmi kör munkáltatói oldalon számszerű vállalatot kér a nemek egyenlőségére és a megváltozott munkaképességű munkavállalók foglalkoztatására. A nemzetiségi közösségeknél a kérés önrendelkezéssé erősödik. Négy érintett csoport pedig független közmédia-ombudsmant javasol, nyilvános éves jelentéssel.

A kérések tartalmazzák: a testület ne legyen döntő súlyú, és a részvétel ne váljon szerkesztői kontrollá. Vita van arról, hogy állandó, intézményesített rendszer legyen-e, vagy ötévente ismétlődő társadalmi megrendelés, és egy ellenvélemény a gyártási és kínálati döntéseket testületi hatáskörbe sorolná. Arra viszont, hogy a bevonás milyen formában valósuljon meg, egyetlen javaslat sem születik.

Amit el kell döntenie: A törvényben rögzített testületeken túl kikkel akar együtt dolgozni, és lát-e olyan szervezetet vagy partnert, akit a felajánlkozókön kívül hasznosnak tart? Milyen jogkört ad ki, és milyen formában?

14. A szerkesztői függetlenség és az elszámoltathatóság – MTI pályázatba is

A helyzet: A szerkesztői függetlenség a legszélesebben osztott feltétel az egész anyagban, a közszolgálatóság előfeltétele. Jogi, szervezeti, finanszírozási, vezetési és munkajogi garanciák együttesét kérik, nyilvános szerkesztőségi chartával és a politikai vagy vezetői nyomás dokumentálásával, azzal, hogy a védelem a törvénytől az egyes munkatársig érjen. Négy eszközt neveznek meg: a hírszerkesztőségek önállóságát, az újságíró jogát arra, hogy meggyőződése ellen ne kelljen dolgoznia, a visszaélést bejelentők védelmét és az érdekképviselőt megerősítését.

Ugyanezek a beadványok mondják ki, hogy erre jogi garancia önmagában nincs, vagyis a biztosíték nagyrészt a vezető önkéntes önkorlátozásán múlik. A transzparenciánál teljes működési átláthatóságot, nyilvános

adatokat és éves auditot kérnek, több beadvány viszont figyelmeztet arra, hogy a mutató annyit ér, amennyire számonkérhető. Arra pedig nincs javaslat, mi történjen, ha a nyilvános beszámoló rossz eredményt mutat.

Amit el kell döntenie: Milyen, a saját jogkörén kívülről ellenőrizhető eljárást vállal, és hogyan teszi nyilvánossá? Mi a következménye, ha a beszámoló rossz eredményt hoz?

15. A teljesítmény mérése

A helyzet: Ez az anyag legszélesebben támogatott állítása és egyben legvitatottabb pontja. Széles körben támogatott megállapítás, hogy a nézettség önmagában alkalmatlan a közszolgálati teljesítmény mérésére. Abban viszont nincs egyetértés, mi lépjen a helyére.

A mai teljesítményről alig van mért adat, és arról sincs kép, kit ér el ma a közmédia. Azt sem mondja ki senki, ki rendelje meg és ki végezze a mérést, és azt sem, hogy a mérésnek ki kell-e terjednie a teljes piacra.

Amit el kell döntenie: Mivel méri a közmédia a saját teljesítményét, és ki rendeli meg a mérést? Vállal-e nyilvános célértéket, és mi történik, ha nem teljesül?