



A Nemzetiség Kulturális és Médiacsoport szakmai véleménye és hozzájárulási ajánlata a közmédia jövőjével kapcsolatban

„Az egynyelvű és megszokású ország gyenge és esendő.”
- Szent István -

Kiadta:
Nemzetiség Kulturális és Média csoport
2026. augusztus 10. napján.

Szerkesztette és jóváhagyta:
Marczinka Mátyás - alapító elnök

Közreműködők:
Marczinka Mátyás
dr. Szoboszlai Anita
Pagonyi Adrienn
Ruskal-Klemm Csilla
Gyenge-Rusz Anett
Esztergomi Katalin



Tartalomjegyzék

Tartalomjegyzék.....	2
Bevezetés.....	4
Mottónk.....	4
Alapvetés.....	5
1. Feladat és közszolgálatosság 2030-ban.....	5
a) Mi legyen a közmédia feladata 2030-ban?.....	5
b) Mit jelent ma a közszolgálatosság?.....	7
c) Hogyan mérhető a közmédia társadalmi hasznossága?.....	8
2. Tartalmi hiányok és megőrzendő értékek.....	9
a) Milyen tartalmak hiányoznak a jelenlegi kínálatból?.....	9
b) Mi működik jól, és mit nem szabad elveszíteni?.....	10
3. Egyidejű generációs elérés.....	10
a) Milyen tartalmak érdekelhetik az idősebb korosztályt?.....	10
b) Milyen tartalmak szólíthatják meg a fiatalabb korosztályt?.....	11
c) Lehetséges-e mindkét csoport hiteles megszólítása?.....	12
4. A közmédia szerepe a helyi közösségek életében.....	13
a) Mi legyen a közmédia szerepe a helyi közösségek életében?.....	13
b) Milyen együttműködési modell tehetné fenntarthatóvá ezt a szerepet?.....	13
c) Milyen szerepe legyen a külföldön élő magyarság elérésében?.....	14
5. Dezinformáció, hiteles tájékoztatás és médiaműveltség.....	15
a) Hogyan kezelje a közmédia a dezinformáció kihívását?.....	15
b) Milyen szerepe lehet a közmédiának a keresőplatformok korában?.....	16
c) Milyen szerepet vállalhat a digitális műveltség fejlesztésében?.....	16
6. Kultúra, oktatás és tudomány közvetítése.....	17
7. A társadalom reprezentációja.....	18
a) Mi legyen a közmédia szerepe a kisebbségek és a vallási közösségek bemutatásában?.....	18
b) Hogyan javítható a kisebbségek és hátrányos helyzetű csoportok reprezentációja?..	19
c) Jó hazai vagy nemzetközi gyakorlatok.....	20
8. Platform- és archívumstratégia.....	21
a) Milyen platformokon kell jelen lennie a közmédiának?.....	21
b) Milyen szerepet kaphat az archívum és a mesterséges intelligencia?.....	22
c) Milyen szerepet töltsön be a közösségi média?.....	23
9. Médiaipari ökoszisztéma.....	24
a) Hogyan működjön együtt a közmédia a piacon jelen lévő más médiaszereplőkkel?....	24



b) Hol van tér együttműködésre, és hol kell elhatárolódni a piaci szereplőktől?.....	25
10. Záró kérdés, további témák.....	25
Szerkesztői függetlenség.....	26
Közzszolgálati alapokmány.....	26
Társadalmi ellenőrzés és részvétel.....	26
Független közzszolgálati ombudsman.....	27
Kiszámítható és átlátható finanszírozás.....	27
Akadálymentesség.....	27
Területi kiegyensúlyozottság.....	27
Szakmai utánpótlás.....	28
Adatvédelem és digitális önrendelkezés.....	28
Kiberbiztonság és válságállóság.....	28
Zárszó.....	29



Bevezetés

A **Nemzetiség Kulturális és Médiaecsoprt** kulturális, közösségi és médiaszervezet, amelynek célja Magyarország kulturális és társadalmi sokszínűségének bemutatása, a magyar nemzet és a Magyarországon élő nemzetiségek közötti együttműködés erősítése, a kulturális örökség megőrzése, valamint annak korszerű és a fiatalabb generációk számára is befogadható továbbadása.

A szervezet kiadói és médiatevékenysége több, eltérő célcsoportokat megszólító felületre terjed ki. A 2025-ben alapított **nemzetiseg.hu** elsősorban a magyarországi nemzetiségek kulturális, társadalmi és közéleti kérdéseivel foglalkozik. A 2020-ban alapított **WakeUp Magazin** szélesebb életmód-, kulturális, társadalmi és vállalkozási témaköröket dolgoz fel. Az **Egyszerűen VEGÁN** a tudatos életmóddal, fenntarthatósággal és növényi táplálkozással foglalkozó tematikus magazin, a **mamiPOP** pedig a családokat, szülőket és gyermekvállalás előtt állókat kívánja gyakorlatias és őszinte tartalmakkal megszólítani.

Ezek a platformjaink egy része jelenleg fejlesztés, vagy átalakítás alatt áll. Ebből fakadóan szervezetünk közvetlen tapasztalattal rendelkezik arról, hogyan változik a médiafogyasztás, milyen nehézségekkel szembesülnek a kisebb és tematikus szerkesztőségek, és milyen új megoldások szükségesek a fiatalok, a helyi közösségek és a társadalom kevésbé látható csoportjainak eléréséhez.

700K

Nemzetiségi közösségek Magyarországon

Közel 700 ezer ember vallotta magát valamely történelmi nemzetiséghez tartozónak a legutóbbi népszámlálás során. Ez a lakosság kb. 6,5%-a. Egy élő, értékes és sokszínű kulturális örökség, amely közös felelősségünk.

Forrás: Központi Statisztikai Hivatal (KSH), 2022. évi Népszámlálás - Előzetes adatok

64%

A fiatal generációk stabilan a sokszínűség pártján állnak

A Z generáció tagjainak 64%-a tudatosan előnyben részesíti azokat a márkákat, amelyek kiállnak a társadalmi befogadás és kulturális sokszínűség mellett. Ez világos üzenet a felelős vállalatok számára is.

Forrás: Deloitte Global, 2023 Gen Z and Millennial Survey

1.2K+

Nemzetiségi önkormányzat működik országszerte

Több mint 1 200 működő nemzetiségi önkormányzat van jelen ma Magyarországon. Ezek a közösségek aktív szerepet vállalnak a kulturális párbeszéd fenntartásában, és támogatói együttműködések révén még hatékonyabbá válhatnak.

Forrás: Nemzeti Választási Iroda (NVI), Nemzetiségi önkormányzatok adatai, 2024

68%

A magyar társadalom nyitott a nemzetiségi történetekre

A magyar lakosság 68%-a úgy gondolja, hogy többet kellene hallanunk a nemzetiségi közösségek kultúrájáról és történetéről. Ez erős társadalmi igény a láthatóság iránt – amiben a média és a vállalatok közösen tudnak felelősséget vállalni.

Forrás: Társadalomtudományi Kutatóközpont (TKI), Lakossági értékvizsgálat, 2021

Azt tapasztaljuk, hogy a fogyasztási szokások jelentősen felgyorsultak az elmúlt években. Teljesen másra kattintanak, más formában keresik az emberek a híreket, egyéb információkat. A gyorsulással igyekszünk felvenni a versenyt és az üzemeltetett platformokat úgy kialakítani és összekötni (SSO, és egyéb RSS formákkal), hogy mindig a



felhasználó szokásainak megfelelő tartalom kerülhessen elé. A közmédiánál is fontos a személyre szabott tartalomszolgáltatás, azonban mindenképpen el kell kerülni, hogy egy-egy felhasználó "visszhangkamrába" kerüljön.

Működésünk legfontosabb mottója

„Az egynyelvű és egyszokású ország gyenge és esendő.” - Szent István

Alapvetés

A **Nemzetiség Kulturális és Média csoport** álláspontja szerint a közmédia elsődleges feladata nem pusztán a műsorgyártás és a hírszolgáltatás. A közmédiának olyan közös nemzeti nyilvánosságot kell teremtenie, amelyben Magyarország minden polgára és valamennyi közössége felismerheti önmagát, miközben lehetőséget kap más közösségek életének, gondolkodásának és értékeinek megismerésére is.

A közmédia akkor működik megfelelően, ha nem megoszt, kirekeszt és nem állítja egymással szembe a társadalom különböző csoportjait. Feladata az összekapcsolás, a kölcsönös megértés és az összetartozás erősítése. A közmédia nem foglalhat állást társadalmi csoportokat kirekesztő kérdésekben és nem formálhatja a közvéleményt.

Az egység azonban nem jelenthet egyformaságot. Nem az a cél, hogy a közmédia eltüntesse vagy elhallgassa a különbségeket, hanem az, hogy azokat tisztességesen, hitelesen és emberi méltóságukat megőrizve mutassa be. Hisszük, hogy Magyarország egysége csak akkor lehet valódi és tartós, ha képes befogadni és **értékként megjeleníteni az ország nemzetiségi, identitásbeli, kulturális, nyelvi, vallási, világnézeti, politikai, területi, generációs, társadalmi és más élethelyzeti sokféleségét.**

A közmédia nem valamelyik politikai oldal, társadalmi csoport vagy világnézet intézménye, hanem minden magyar állampolgár közös közszolgáltatása. Ezért valamennyi közösséghez szólnia kell, és valamennyi közösség számára biztosítania kell a megszólalás, a részvétel és a méltó megjelenés lehetőségét.



1. Feladat és közszolgálatiáság 2030-ban

a) Mi legyen a közmédia feladata 2030-ban?

A közmédia 2030-ban olyan hiteles, független, korszerű és mindenki számára hozzáférhető közszolgálati médiarendszerként működjön, amely nemcsak tájékoztatja, hanem össze is kapcsolja a társadalmat.

Feladata legyen a pontos és ellenőrzött tájékoztatás, Magyarország kulturális és társadalmi sokszínűségének bemutatása, a közös nemzeti és európai értékek közvetítése, a helyi közösségek megerősítése, a tudományos és oktatási ismeretek terjesztése, valamint a kulturális örökség megőrzése és hozzáférhetővé tétele.

A közmédia jövőbeni működésének egyik legfontosabb alapelve az legyen, hogy ne mélyítse tovább a társadalomban már meglévő politikai, kulturális vagy területi törésvonalakat. A közszolgálati média nem építhet a „mi” és „ők” szembeállítására, nem bélyegezhet meg társadalmi csoportokat, és nem alakíthat ki olyan nyilvánosságot, amelyben az ország egyik része idegenként tekint a másikra.

Elhelyett a megosztás helyett olyan felületet kell biztosítani, amelyen az eltérő nézetek tényszerűen és kulturáltan találkozhatnak. A közmédia feladata nem a konfliktusok elhallgatása, hanem azok megértése, összefüggéseik bemutatása és a társadalmi párbeszéd feltételeinek megteremtése.

A közmédiának 2030-ban egyaránt jelen kell lennie a hagyományos televíziós és rádiós felületeken, saját digitális platformokon, mobilalkalmazásokban, podcast szolgáltatásokban, közösségi médiában és a különböző korosztályok által használt új tartalomfogyasztási környezetekben.

Működésében kiemelt szerepet kell kapnia:

- a hiteles és kiegyensúlyozott tájékoztatásnak;
- a társadalmi párbeszéd és az összetartozás erősítésének;
- a magyarországi nemzetiségek rendszeres és sokoldalú bemutatásának;
- a vidéki és helyi közösségek láthatóvá tételének;
- a gyermekek és fiatalok médiaműveltségének;



- a kulturális, tudományos és oktatási tartalmaknak;
- az LMBTQ+ társadalom tagjait érintő méltó bemutatásának;
- a fogyatékkal élő emberek számára is hozzáférhető szolgáltatásoknak;
- a külföldön élő magyar közösségek elérésének;
- valamint a nemzeti audiovizuális örökség megőrzésének.

A közmédiának nem pusztán követnie kell a technológiai változásokat, hanem prevenciós céllal a társadalom érdekeit szem előtt tartva irányt is kell mutatnia azok felelős használatában.

b) Mit jelent ma a közszolgálatiág?

A közszolgálatiág olyan médiaműködést jelent, amelynek elsődleges célja nem a kereskedelmi eredmény, a politikai befolyás vagy a lehető legnagyobb nézettség elérése, hanem a társadalom egészének szolgálata.

A közszolgálati média minden állampolgáré. Ezért nem válhat a mindenkori kormány, egyetlen politikai párt, ideológiai irányzat, gazdasági érdekcsoport vagy társadalmi közeg kizárólagos kommunikációs eszközévé.

A közszolgálatiág elengedhetetlen feltétele:

- a szerkesztői függetlenség;
- a szakmai döntések átláthatósága;
- a tények és vélemények világos elkülönítése;
- az eltérő nézőpontok tisztességes bemutatása;
- a kisebbségi vélemények és közösségek láthatósága;
- a hibák gyors és nyilvános helyesbítése;
- az állampolgári panaszok érdemi kivizsgálása;
- valamint a társadalom felé fennálló elszámoltathatóság.

A közszolgálatiág azt is jelenti, hogy a közmédia olyan témákkal is foglalkozik, amelyek kereskedelmi szempontból nem feltétlenül eredményeznek magas nézettséget, társadalmi szempontból azonban nélkülözhetetlenek. Ilyenek lehetnek a nemzetiségi műsorok, a helyi közélet, az oktatás, a tudomány, a kultúra, az akadálymentes tartalmak vagy a kisebb közösségek problémái.



A közmédia egységet teremtő szerepe nem a kritikus vélemények kizárását vagy a társadalmi különbségek elfedését jelenti. A valódi egység abból születik, hogy a különböző álláspontok méltányos körülmények között, tényszerűen és egymás emberi méltóságát tiszteletben tartva találkozhatnak.

c) Hogyan mérhető a közmédia társadalmi hasznossága?

A nézettség, hallgatottság, oldalletöltés és közösségimédia-elérés fontos adat, de önmagában nem alkalmas a közszolgálati teljesítmény mérésére. Egy magas nézettségű műsor nem feltétlenül szolgálja a társadalmi érdekeket, míg egy kisebb közösséget megszólító tartalom jelentős közszolgálati értéket teremthet.

A közmédia társadalmi hasznosságát összetett mutatórendszer alapján kellene értékelni. Ennek része lehet a közmédia iránti társadalmi bizalom, a különböző korosztályok és társadalmi csoportok elérése, a tartalmak területi és társadalmi sokszínűsége, valamint az, hogy az állampolgárok mennyire érzik sajátjuknak a közmédiát.

Vizsgálni kellene, hogy milyen arányban jelennek meg a fővároson kívüli települések, a magyarországi nemzetiségek, a különböző vallási közösségek, LMBTQ+ csoportok, a fogyatékossgal élő emberek, a gyermekek és fiatalok, az idősebb korosztály, valamint az eltérő társadalmi helyzetű emberek.

Nemcsak a műsorok témáit, hanem a megszólalók összetételét is értékelni kell. Fontos kérdés, hogy kik jelennek meg szakértőként, kik kapnak lehetőséget saját történeteik elmondására, és kik maradnak rendszeresen láthatatlanok.

További közszolgálati mutató lehet:

- a közmédia iránti bizalom változása;
- a helyreigazítások és korrekciók száma, gyorsasága és átláthatósága;
- az állampolgári panaszok kezelési ideje;
- az oktatásban felhasznált tartalmak mennyisége;
- a feliratozott, jelnyelvi vagy audionarrációval ellátott tartalmak aránya;
- a kulturális és archív tartalmak hozzáférhetősége;
- a fiatalabb közönség tényleges elérése;
- a helyi és regionális tartalmak aránya;
- valamint a közmédia társadalmi párbeszédet és kölcsönös megértést erősítő hatása.



Évente nyilvános közszolgálati teljesítményjelentést kellene készíteni. Ebben nemcsak a sikereket, hanem a hiányosságokat, panaszokat, helyreigazításokat és a következő évre vállalt fejlesztéseket is be kellene mutatni. Mindebben segítségre lehetnek a helyi vagy országos civil szervezetek, kutatási intézetek.

2. Tartalmi hiányok és megőrzendő értékek

a) Milyen tartalmak hiányoznak a jelenlegi kínálatból?

A jelenlegi médiakínálatban nagyobb teret kellene biztosítani Magyarország mindennapi sokszínűségének. A társadalmi és kulturális csoportok jelentős része csak különleges események, konfliktusok vagy ünnepi alkalmak idején kerül a nyilvánosságba.

Különösen hiányoznak azok a tartalmak, amelyek a magyarországi nemzetiségeket (vagy más kisebbségben lévő csoportokat, mint fogyatékossggal élők, LMBTQ+ közösségek) nem kizárólag népviseletben, hagyományőrző rendezvényeken vagy gasztronómiai érdekességeken keresztül mutatják be, mint egy kuriózumot, hanem mai, élő és folyamatosan változó közösségekként, mint a társadalom aktív és hasznos tagjai.

Meg kell jeleníteni a nemzetiségek hétköznapijait, fiataljait, kortárs alkotóit, vállalkozóit, pedagógusait, kutatóit, művészeit, családait és helyi problémáit is. A nemzetiségi közösségek tagjai ne kizárólag nemzetiségi ügyekben szólaljanak meg, hanem a társadalom teljes jogú és sokoldalú szereplőiként.

Nagyobb teret kell biztosítani a vidéki Magyarországnak, különösen a kisebb településeknek és azoknak a térségeknek, amelyek ritkán jelennek meg az országos nyilvánosságban. Nemcsak a problémákat, hanem a helyi kezdeményezéseket, közösségi megoldásokat, kulturális műhelyeket és sikeres együttműködéseket is be kell mutatni.

Hiányoznak vagy nem kapnak megfelelő hangsúlyt:

- a fiatalok valós élethelyzeteit bemutató tartalmak;
- a lakhatással, pályakezdéssel és megélhetéssel foglalkozó műsorok;
- a fogyatékossggal élő emberek mindennapjai;



- a társadalmi mobilitás és a területi egyenlőtlenségek kérdései;
- a mentális egészség és a közösségi jóllét;
- a környezetvédelem és a fenntartható életmód;
- a tudományos eredményeket közérthetően bemutató tartalmak;
- a digitális biztonság és a médiatudatosság;
- valamint az eltérő véleményeket valóban ütköztető, szakmailag moderált viták.

Szükség van több olyan tartalomra is, amely nem problémaként, hanem értéként mutatja be az együttélést, a kulturális kölcsönhatásokat, a vegyes családokat, a különböző generációk együttműködését és a közösségek közötti kapcsolatokat.

b) Mi működik jól, és mit nem szabad elveszíteni?

A megújulás nem jelentheti a közmédia értékes szakmai műhelyeinek és kulturális örökségének felszámolását.

Feltétlenül meg kell őrizni és tovább kell fejleszteni:

- a rádiós és televíziós archívumokat;
- a kulturális, irodalmi, zenei és tudományos műsorokat;
- a dokumentumfilmes műhelyeket;
- a nemzetiségi szerkesztőségek felhalmozott nyelvi és szakmai tudását;
- a regionális tudósítói hálózatot;
- a gyermek- és ifjúsági műsorokat;
- a magyar nyelv igényes használatát;
- a közvetítések szakmai és technikai kultúráját;
- valamint a rendkívüli helyzetekben használható országos tájékoztatási képességet.

A társadalmi, kulturális, tudományos, oktatási és nemzetiségi tartalmakat nem szabad kizárólag alacsony nézettségű vagy nehezen elérhető időszávokba szorítani. Ezek nem kötelezően teljesítendő mellékfeladatok, hanem a közszolgálatosság lényegi elemei.

A meglévő tudást úgy kell megőrizni, tovább fejleszteni, hogy közben a formátumok, a nyelvezet és a terjesztési csatornák alkalmazkodjanak a jelenlegi médiahasználathoz.



3. Egyidejű generációs elérés

a) Milyen tartalmak érdekelhetik az idősebb korosztályt?

Az idősebb korosztály számára továbbra is fontosak a részletes, nyugodtabb tempójú és megbízhatóan szerkesztett tartalmak. Ilyenek lehetnek a hírműsorok, kulturális magazinok, történelmi dokumentumfilmek, rádiós beszélgetések, egészségügyi és fogyasztóvédelmi műsorok, valamint a helyi közösségekről szóló összeállítások.

Kiemelt közszolgálati feladat az idősebb emberek digitális felzárkóztatása is. Rendszeresen szükség lenne olyan műsorokra, amelyek segítséget nyújtanak az elektronikus ügyintézéshez, az online bankoláshoz, az adatvédelemhez, a közösségi média használatához és az internetes csalások felismeréséhez.

Az idősebb generáció megszólítása nem jelentheti a múltba fordulást. A közmédia segítséget nyújthat abban is, hogy az idősebb emberek érthető módon kapcsolódhassanak a jelen technológiai, társadalmi és kulturális változásaihoz.

b) Milyen tartalmak szólíthatják meg a fiatalabb korosztályt?

A fiatalok eléréséhez nem elegendő ugyanazt a tartalmat rövidebbre vágni vagy divatosabb képi elemekkel ellátni. A fiatalabb közönség elsősorban hitelességet, közvetlen hangnemet, valódi részvételt és számára releváns témákat vár.

Az új generáció már nem a régi sérelmek feldolgozásával van elfoglalva, mint elődeik. Sokkal inkább nyitott az új dolgok megismerése, kuriózumok elmélyült felfedezése irányába. Szereti felfedezni mindazt, ami a családi és egyéni határokon túl húzódik, valamint tapasztalatink alapján szeret elmerülni a tőle különböző, más kultúrák, személyiségtípusok medrében.

Fontos témák lehetnek:

- a továbbtanulás és pályakezdés;
- a lakhatás és önállósodás;
- a mentális egészség;



- a digitális kultúra;
- a mesterséges intelligencia;
- a környezetvédelem;
- a társadalmi felelősségvállalás;
- a zene, film, játék és kortárs művészet;
- a nemzetiségi és kulturális identitás;
- valamint a közösségi részvétel lehetőségei.

A fiatalokat ma már nemcsak közönségként, hanem alkotóként is be kell vonni. Lehetőséget kell biztosítani számukra arra, hogy saját történeteiket, közösségeiket és kérdéseiket saját nyelvükön és saját formátumaikban mutathassák be.

Szükség van fiatal szerkesztőkre, gyakornoki és mentorprogramokra, közösségi riporterekre, többnyelvű podcastokra, rövid dokumentumfilmekre, digitális történetmesélésre és közösségi gyűjtésen alapuló archívumokra.

A közmédia nem beszélhet kizárólag a fiatalokról, be kell vonni őket. Kommunikálni kell velük, és teret kell biztosítani számukra, hogy ők maguk is alakítsák a közszolgálati nyilvánosságot.

c) Lehetséges-e mindkét csoport hiteles megszólítása?

Igen, de nem feltétlenül ugyanazzal a műsorral és ugyanazon a platformon.

A **közös témák között** szerepelhet a család, a helyi közösség, a gasztronómia, a zene, a természet, a kultúra, a munka, a lakóhely története, a digitális változás vagy a generációk közötti tudásátadás.

Egyetlen témából többféle formátum is készülhet. Egy hosszabb televíziós dokumentumfilmhez kapcsolódhat rövid közösségimédia-videó, podcast, iskolai segédanyag, archív fotógyűjtemény és interaktív online tartalom.

Az NKMCS médiaportfóliójának tapasztalata is azt mutatja, hogy különböző érdeklődési körű és élethelyzetű közösségek célzott tartalmakkal



**szólíthatók meg, miközben a kiadói értékek és a társadalmi küldetés
közösek maradhatnak.**

A közmédiának ezért nem korosztályi szigeteket kell létrehoznia, hanem olyan tartalmi rendszert, amelyben az egyes generációk saját formátumaik mellett egymás történeteit is megismerhetik.

4. A közmédia szerepe a helyi közösségek életében

a) Mi legyen a közmédia szerepe a helyi közösségek életében?

A közmédia nem lehet kizárólag fővárosi központból működő országos műsorgyár. Magyarország társadalmi és kulturális valóságának jelentős része helyi szinten érthető meg.

Meg kell erősíteni a regionális szerkesztőségeket és tudósítói hálózatokat. A helyi munkatársaknak nem csupán országos szerkesztőségi megrendeléseket kellene végrehajtaniuk, hanem megfelelő szakmai önállósággal is rendelkezniük kellene.

A közmédia feladata legyen:

- a helyi közélet rendszeres bemutatása;
- a települési és regionális problémák feltárása;
- a kulturális és közösségi események közvetítése;
- a helyi civil és nemzetiségi kezdeményezések bemutatása;
- a vidéki alkotók és szakemberek megszólaltatása;
- valamint a helyi nyelvek, nyelvjárások és kulturális sajátosságok megőrzése.

A lényeg, hogy a helyi közösségek és szerkesztőségek ne csupán hírek forrásai legyenek. Regionálisan személyre szabottan részt kell venniük annak meghatározásában is, hogy a közmédia milyen kérdésekkel és milyen módon foglalkozzon. Példaként a Magyarországi betelepítési hullámok során az ország számos megyébe különféle nemzetiségi polgárokat költöztettek, így a helyi szerkesztőségeknek idomulni kell hozzá, hogy az adott régióban milyen hagyományok alakultak ki.

b) Milyen együttműködési modell tehetné fenntarthatóvá ezt a szerepet?



A közmédia alakítson ki átlátható és hosszú távú partneri rendszert a helyi és regionális médiával, nemzetiségi önkormányzatokkal, civil szervezetekkel, kulturális intézményekkel, iskolákkal, egyetemekkel, múzeumokkal és közösségi műhelyekkel. Mindehhez saját megyei regionális lapokat és szerkesztőségeket is alapíthat, melyet a korábbi kormány alatt a propaganda eszközévé alakítottak.

Az együttműködés megvalósulhat közös műsorkészítésben, regionális tudósítói hálózatban, tartalomcserében, technikai infrastruktúra megosztásban, képzési programokban és nyilvános tartalmi pályázatokban.

Külön alapot lehetne létrehozni helyi, nemzetiségi és közösségi tartalmak támogatására. A pályázati feltételeknek nyilvánosnak, kiszámíthatónak és a kisebb szervezetek számára is teljesíthetőnek kell lenniük.

A partnerség nem jelentheti azt, hogy a közmédia ingyen vagy aránytalanul alacsony díjazás mellett használja fel a helyi szerkesztőségek munkáját. A közreműködőket tisztességes díjazás, pontos forrásmegjelölés és megfelelő szerzői jogi védelem illeti meg.

c) Milyen szerepe legyen a külföldön élő magyarság elérésében?

A külföldön élő magyar közösségeket nemcsak lineáris televíziós adással, hanem időzónától függetlenül használható digitális szolgáltatásokkal kell elérni. Erre a közmédiának korábban YouTube csatornája volt.

Szükség van könnyen hozzáférhető online műsortárra, podcastokra, feliratozott videókra, tematikus hírszolgáltatásokra és jól kereshető archívumokra.

A közmédia és az MTVA digitálisan elérhető oldalai jelenleg nem áttekinthetőek, nem felhasználóbarátak és sok esetben nem egyértelmű azok használata, hogy melyik rész melyik divízióhoz tartozik. A közmédia megújulásában elengedhetetlen egy profi, könnyen kezelhető, átlátható oldal képpel rendelkező központi weboldal, ami akár RSS alapon képes más divíziók tartalmainak egységesítésére, beolvasztására.



A közmédia alakítson ki közvetlen kapcsolatot a diaszpóra szervezeteivel, oktatási intézményeivel, kulturális központjaival és helyi magyar médiumaival.

Fontos, hogy a külföldön élő magyarok ne kizárólag magyarországi hírek befogadói legyenek. Saját életüket, eredményeiket, problémáikat és közösségi kezdeményezéseiket is bemutathassák a közös magyar nyilvánosságban. A diaszpóra közösségeit ez esetben alkotópartnerként, nem pedig csupán célközönségként kell kezelni.

5. Dezinformáció, hiteles tájékoztatás és médiaműveltség

a) Hogyan kezelje a közmédia a dezinformáció kihívását?

A közmédiának kiemelt felelőssége van a dezinformáció elleni fellépésben, mert közpénzből működő intézményként magasabb hitelességi és átláthatósági követelményeknek kell megfelelnie.

Állandó tényellenőrző és forrásellenőrző kapacításra van szükség. A hírekben egyértelműen fel kell tüntetni az információ eredetét, a bizonytalanságokat és azt, ha egy állítás még nem ellenőrizhető teljes körűen.

Minden cikk készítésben résztvevő munkatársat (szerző, újságíró, szerkesztő, képszerkesztő, stb.) jól látható módon fel kell tüntetni. Meg kell szüntetni a név nélkül, vagy portál nevében történő publikálás lehetőségét a közmédia felületein.

A tényeket és a véleményeket világosan el kell különíteni. Egy vélemény, politikai állítás vagy értelmezés nem jelenhet meg ellenőrzött tényként.

A hibák elismerése nem gyengeség, hanem a hitelesség alapja. A helyesbítéseket és korrekciókat ugyanazon a felületen és megfelelő láthatósággal kell közzétenni, ahol az eredeti téves információ megjelent, emellett külön archívumot (kategóriát, címkét, témát) kell létrehozni a helyesbítések számára.



A mesterséges intelligenciával készített vagy jelentősen módosított kép-, hang- és videótartalmakat egyértelműen jelölni kell. A közmédiának nyilvános mesterségesintelligencia-használati szabályzattal kell rendelkeznie.

Emberi szerkesztői ellenőrzés nélkül mesterséges intelligencia nem dönthet hírek megjelenéséről, rangsorolásáról vagy a társadalmi csoportok bemutatásáról.

b) Milyen szerepe lehet a közmédiának a keresőplatformok korában?

A keresőmotorok és mesterségesintelligencia-alapú szolgáltatások korában a közmédiának megbízható digitális tudásforrássá kell válnia.

Olyan közérthető háttéranyagokat, magyarázó cikkeket, fogalomtárakat, idővonalakat, adatbázisokat és archív összeállításokat kell létrehozni, amelyek segítik az állampolgárokat az összetett kérdések megértésében.

A tartalmakat megfelelő metaadatokkal, pontos forrásmegjelöléssel és kereshető szerkezetben kell közzétenni. Ez különösen fontos a történelmi, kulturális, tudományos és nemzetiségi témák esetében.

A közmédiának díjmentessé kell válnia, hogy más szerkesztőségek díjmentesen vehessék át a képeket, híreket és egyéb tartalmakat a megfelelő forrásjelölés és linkelhelyezés mellett. Ez a közmédia számára extra SEO és még inkább GEO forrást is jelent.

A közmédia saját digitális felületeinek fejlesztése azért is szükséges, hogy a közszolgálati tartalmak hozzáférése ne függjön kizárólag külföldi technológiai vállalatok algoritmusaitól és üzleti döntéseitől.

A közmédia tartalmi lehetőség szerint tartós hivatkozásokkal, akadálymentesen és közérthető formában legyenek hozzáférhetők.



c) Milyen szerepet vállalhat a digitális műveltség fejlesztésében?

A médiaműveltséget nem időszakos kampányként, hanem állandó közszolgálati feladatként kell kezelni, ahol **korosztályonként eltérő programokra van szükség.**

A gyermekeknek és fiataloknak meg kell tanítani a források ellenőrzését, a reklámok és szerkesztett tartalmak megkülönböztetését, a közösségi algoritmusok működését és a mesterséges intelligencia felelős használatát.

Az idősebb korosztály számára az online csalások, megtévesztő üzenetek, hamis weboldalak, adatlopási kísérletek és manipulált tartalmak felismerésében kell segítséget nyújtani.

A közmédia együttműködhet iskolákkal, könyvtárakkal, egyetemekkel, civil szervezetekkel és helyi közösségekkel. Készíthet tanórai segédanyagokat, rövid magyarázó videókat, podcastokat, nyilvános képzéseket és rendszeres tényellenőrző műsorokat.

Mindez nemcsak a közszolgálati célt erősíti, hanem a közmédia és az MTVA márkájának fiatalokhoz történő becsatolását is, hiszen a prevenciós anyagok iskolákban történő vetítése, plakátolása, kiosztása közelebb hozza a fogyasztókat és a márkát.

A cél nem az lehet, hogy a közönség feltétel nélkül elfogadja a közmédia állításait, hanem az, hogy képes legyen önállóan és tudatosan értékelni bármely médiaszereplő tartalmait.

6. Kultúra, oktatás és tudomány közvetítése

A kultúra, az oktatás és a tudomány közvetítése a közmédia alapfeladata, nem pedig olyan kiegészítő tevékenység, amely csak alacsony nézettségű időszakokban vagy kevésbé hozzáférhető csatornákon jelenhet meg.

A kulturális tartalom fogalmát szélesen kell értelmezni. A klasszikus művészetek mellett beletartozik a kortárs zene, film, irodalom, színház, tánc, digitális kultúra, formatervezés, közösségi alkotás, gasztronómia és a különböző nemzetiségek kulturális öröksége is.



A közmédiának rendszeresen be kell mutatnia az ország különböző régióinak kulturális életét, a helyi műhelyeket, fiatal alkotókat, kisebb kulturális intézményeket és közösségi kezdeményezéseket.

A nemzetiségi kultúrákat nem szabad kizárólag folklórként vagy történelmi emlékként kezelni. A közmédiának be kell mutatnia a nemzetiségi közösségek ma élő kortárs művészeit, zenészeit, íróit, színházi alkotóit, fiataljait és jelenlegi kulturális kérdéseit is.

A tudományos eredményeket közérthetően, ugyanakkor szakmailag pontosan kell bemutatni. **Szükség van kutatókat, egyetemeket és tudományos műhelyeket bemutató műsorokra, valamint olyan tartalmakra, amelyek segítenek megérteni az egészséggel, technológiával, környezettel és társadalommal kapcsolatos változásokat.**

A közmédia alakítson ki ingyenesen vagy széles körben hozzáférhető oktatási tartalomtárat. Ebben tantárgyak, életkorok és témák szerint kereshető videók, hanganyagok, interjúk, dokumentumfilmek és archív felvételek szerepelhetnek.

A tartalmak kialakításába pedagógusokat, kutatókat, kulturális szakembereket, nemzetiségi vagy más társadalmi kisebbségi csoporthoz tartozó közösségeket és fiatalokat is be kell vonni. **A kulturális és tudományos tartalmaknak nemcsak közvetíteniük kell a már elismert értékeket, hanem lehetőséget kell biztosítaniuk új alkotók, új nézőpontok és kisebb közösségek bemutatkozására is.**

7. A társadalom reprezentációja

a) Mi legyen a közmédia szerepe a kisebbségek és a vallási közösségek bemutatásában?

A közmédia felületein Magyarország teljes társadalmi valóságának meg kell jelennie. Egyetlen közösség sem érezheti úgy, hogy láthatatlan, másodrendű vagy csak előítéleteken és leegyszerűsítő ábrázolásokon keresztül lehet része a nyilvánosságnak.



A közmédia nemcsak beszélhet a közösségekről, hanem lehetőséget kell biztosítani arra, hogy azok saját hangjukon is megszólalhassanak.

A nemzetiségi, vallási és más kisebbségi közösségek bemutatása legyen rendszeres, sokoldalú, méltóságteljes és sztereotípiáktól mentes.

Ezek a közösségek ne kizárólag ünnepeken, konfliktusok vagy társadalmi problémák kapcsán jelenjenek meg. Tagjaikat szakértőként, művészként, pedagógusként, vállalkozóként, sportolóként, szülőként, fiatalként és a társadalom teljes jogú szereplőiként is meg kell szólaltatni.

A vallási közösségek bemutatásakor is biztosítani kell a sokoldalúságot. Nemcsak a történelmi és intézményi szerepüket, hanem mindennapi közösségi, kulturális, karitatív és társadalmi tevékenységüket is érdemes megmutatni.

A közmédia egységet teremtő szerepe azon múlik, képes-e bemutatni, hogy a különböző nemzetiségekhez, kultúrákhoz, vallásokhoz, régiókhoz és társadalmi csoportokhoz tartozó emberek nem egymástól elkülönült világokban élnek, hanem ugyanannak az országnak az egyenrangú polgárai.

b) Hogyan javítható a kisebbségek és hátrányos helyzetű csoportok reprezentációja?

A reprezentáció nem pusztán azt jelenti, hogy egy-egy közösség időnként megjelenik a képernyőn vagy a hasábookban. A közösségeknek a szerkesztési és döntési folyamatokban is részt kell venniük.

Szükségesnek tartjuk egy állandó Nemzetiségi és Társadalmi Sokszínűségi Tanács létrehozását, amelyben a magyarországi nemzeti-ségek, vallási közösségek, LMBTQ+ közösségek, fogyatékkal élő



emberek szervezetei, helyi közösségek, fiatalok és más társadalmi csoportok képviselői is részt vehetnek.

A tanács feladata nem az egyes műsorok közvetlen irányítása lenne, hanem a közszolgálati célok véleményezése, a reprezentáció rendszeres értékelése és a közösségi visszajelzések közvetítése.

Szükség van nemzetiségi és kisebbségi háttérű újságírók, szerkesztők, műsorvezetők és tartalomkészítők bevonására. Gyakornoki, ösztöndíj- és mentorprogramokat kell indítani azoknak a fiataloknak, akiknek egyébként kevés lehetőségük lenne belépni a média világába.

Évente nyilvános reprezentációs jelentést kellene készíteni arról, hogy a közmédia tartalmaiban és munkatársi közösségében milyen módon jelenik meg Magyarország sokszínűsége.

A közösségeket már a témák és műsorok tervezésekor be kell vonni. Nem elegendő, ha csak egy elkészült tartalom utólagos véleményezésére kapnak lehetőséget.

A fogyatékossgal élő és neurodivergens emberek megfelelő reprezentációja mellett a médiatartalmak akadálymentes hozzáférését is biztosítani kell. A feliratozás, a jelnyelvi tolmácsolás, az audionarráció és a könnyen érthető kommunikáció a közszolgálati média alapvető feladatai közé tartozik. Ugyanilyen fontos a neuroaffirmatív szemlélet megjelenése, amely a neurodiverzitást az emberi működés természetes változatosságaként értelmezi.

c) Jó hazai vagy nemzetközi gyakorlatok

Jó gyakorlatnak tekinthetők azok a közszolgálati modellek, amelyek önálló szerkesztőségi és nyelvi lehetőséget biztosítanak a kisebbségi közösségek számára, és nem csupán alkalmi műsoridőt rendelnek hozzájuk.

Követendő gyakorlat lehet:

- a többnyelvű szerkesztőségek működtetése;
- a kisebbségi közösségekből érkező újságírók alkalmazása;
- a közösségi tanácsadó testületek létrehozása;



- a kisebbségi alkotóknak szóló nyílt pályázatok;
- a helyi és közösségi médiaszereplőkkel létrehozott koprodukciók;
- a fiatal közösségi riporterok és újságírók képzése;
- valamint a kisebbségi nyelveken készült tartalmak digitális és archív hozzáférhetővé tétele.

Különösen értékesek azok a gyakorlatok, amelyekben a közösségek nemcsak témaként vagy szereplőként, hanem szerkesztőként, alkotóként és döntéshozóként is jelen vannak.

Magyarországon a meglévő nemzetiségi rádiós és televíziós műsorok szakmai tapasztalata fontos alapot jelenthet. Ezeket azonban korszerű digitális jelenléttel, nagyobb láthatósággal, fiatal alkotók bevonásával és a nemzetiségi szerkesztőségek nagyobb szakmai önállóságával kellene továbbfejleszteni.

8. Platform- és archívumstratégia

a) Milyen platformokon kell jelen lennie a közmédiának?

A közmédiának valamennyi jelentős tartalomfogyasztási környezetben jelen kell lennie, de minden platformon meg kell őriznie közszolgálati értékeit és szakmai hitelességét.

Szükség van országos és regionális televíziós és rádiós csatornákra, saját online hír- és videóplatformokra, podcastszolgáltatásokra, mobilalkalmazásokra, közösségimédia-jelenlétre, valamint a külföldön élő magyarokat elérő nemzetközi szolgáltatásokra.

Nem elegendő ugyanazt a tartalmat változtatás nélkül valamennyi felületre feltölteni. Az egyes platformokhoz eltérő hosszúságú, szerkezetű és nyelvezetű változatokat kell készíteni, miközben a tartalmi pontosság és a közszolgálati alapelvek változatlanok maradnak.

A közmédia saját digitális felületeinek egyszerűen használhatónak, gyorsnak, akadálymentesnek és átláthatónak kell lenniük. A közszolgálati tartalmak eléréséhez lehetőség szerint ne legyen szükség kötelező regisztrációra vagy indokolatlan mennyiségű személyes adat megadására.



Mindenképpen szükség van egy központi porálra, ahol minden maximum két kattintással, gyorsan elérhető, a kezdőlapra pedig a regionális, belföldi és nemzetközi hírek RSS alapon összefűzik a beérkező tartalmakat.

A platformstratégia kialakításakor azokat is figyelembe kell venni, akik nem rendelkeznek korszerű eszközökkel vagy stabil internetkapcsolattal. **A digitális fejlődés nem vezethet újabb társadalmi kizáráshoz.**

b) Milyen szerepet kaphat az archívum és a mesterséges intelligencia?

A közmédia archívuma nemzeti kulturális vagyon. Megőrzése, digitalizálása és mindenki számára díjmentesen hozzáférhetővé tétele kiemelt közfeladat.

Az archív tartalmakat jól kereshető, témák, személyek, helyszínek, időszakok és nyelvek szerint rendezett rendszerben kell elérhetővé tenni. Külön figyelmet kell fordítani a nemzetiségi, regionális és helytörténeti anyagokra, amelyek gyakran más forrásból nem pótolhatók. **Archiválásnál a mesterséges intelligencia hasznos eszköz lehet:**

- a beszéd automatikus átírásában;
- a feliratozásban;
- a fordításban;
- a tartalmak témák szerinti rendezésében;
- a képi és hanganyagok kereshetővé tételében;
- a sérült felvételek helyreállításában;
- valamint oktatási és kutatási összeállítások készítésében.

AZ MI által létrehozott eredményeket szakembernek kell ellenőriznie, különösen történelmi, nyelvi, kulturális és nemzetiségi témák esetében.

A közmédia nem alkalmazhat és tehet közzé mesterséges intelligencia által alkotott képet, szöveges vagy más egyéb tartalmakat, mint a kulturális örökség része vagy hírszerkesztés. Azonban a mesterséges intelligencia bemutatása, gyakorlati alkalmazása egy folyamatosan



visszatérő téma kell legyen, amely a képernyők elé vonzza a generációkat, így használatát nem lehet mellőzni.

Az archiválásban és az RSS szálak összefűzésében is kiemelt feladata lehet a mesterséges intelligenciának. Ezzel a szervezet időt és személyzeti terheket spórol meg.

Biztosítani kell a személyiségi jogok, a szerzői jogok és az adatvédelem tiszteletben tartását. Az archívum nem használható korlátlanul személyek profilozására, arcfelismerésre vagy más, eredeti céljától eltérő megfigyelési tevékenységre.

A közönség számára azt is egyértelművé kell tenni, ha egy archív felvételt digitálisan helyreállítottak, módosítottak vagy mesterséges intelligencia segítségével egészítettek ki.

c) Milyen szerepet töltsön be a közösségi média?

A közösségi média fontos terjesztési, kapcsolattartási és közönségbevonási eszköz, de nem válhat a közszolgálati tartalmak egyetlen vagy elsődleges elérési helyévé.

A közösségi platformok segítségével a közmédia elérheti a fiatalabb korosztályokat, gyorsan reagálhat eseményekre, visszajelzéseket gyűjthet és új közösségeket vonhat be.

Ugyanakkor a közmédia nem igazíthatja teljes tartalomstratégiáját a közösségi platformok figyelemalapú és gyakran konfliktusokat erősítő algoritmusaihoz.

Nem lehet cél a felháborodást kiváltó, leegyszerűsítő vagy megosztó tartalmak gyártása csak azért, mert azok nagyobb elérést eredményeznek.

Átlátható moderálási szabályokra van szükség. A kritikus véleményeket nem szabad politikai vagy világnézeti alapon eltávolítani, ugyanakkor fel kell lépni a gyűlöletkeltő, fenyegető és emberi méltóságot sértő hozzászólásokkal szemben.

A közösségi médiában megjelenő rövid tartalmaknak lehetőség szerint el kell vezetniük a közmédia saját felületein elérhető részletesebb és forrásokkal alátámasztott anyagaihoz.



9. Médiapiaci ökoszisztéma

a) Hogyan működjön együtt a közmédia a piacon jelen lévő más médiaszereplőkkel?

A közmédia nem légtüres térben működik. Döntései hatással vannak a helyi, regionális, tematikus, kulturális, nemzetiségi és független médiaszereplőkre is. **A közmédiának nem kizsákmánia, hanem erősítenie kell a magyar médiapiac és kulturális nyilvánosság sokszínűségét.**

A közmédia feladata, hogy támogassa a független, objektív alapokon működő szerkesztőségek fennmaradását, akár tartalmi átvételi lehetőségekkel, akár transzparens támogatások útján pénzügyi módon is.

A kisebb és tematikus szerkesztőségek gyakran olyan közösségi kapcsolatokkal, szaktudással és közönségismerettel rendelkeznek, amelyeket egy nagy országos szervezet nehezen tud önállóan kiépíteni. Ezért értékes partnerei lehetnek a közmédia számára.

Az általános együttműködés formája lehet:

- közös műsorgyártás;
- tartalomcsere és -átvétel;
- regionális és közösségi tudósítói együttműködés;
- tematikus szerkesztőségekkel létrehozott koprodukció;
- nyilvános tartalmi pályázat;
- díjmentes archívumi hozzáférés és tartalom felhasználás biztosítása;
- technikai és képzési együttműködés;
- valamint közös médiaműveltségi, prevenciós, ismeretterjesztő kampányok és egyéb programok.

Az együttműködések nyilvános és átlátható feltételek mellett kell kialakítani. A kiválasztás nem történhet politikai kapcsolatok vagy informális megállapodások alapján.

A kisebb kiadók és szerkesztőségek számára is teljesíthető pályázati feltételekre van szükség. A túlzott adminisztráció és az aránytalan pénzügyi előírások gyakran éppen



azokat a helyi és közösségi szereplőket zárják ki, amelyek bevonása közszolgálati szempontból indokolt lenne.

A közreműködő médiaszereplőket tisztességes díjazás, egyértelmű szerződés, pontos forrásmegjelölés és kiszámítható fizetési határidő illeti meg.

A közmédia nem sajátíthatja ki indokolatlanul a kisebb partnerek tartalmait, márkáit vagy közösségi kapcsolatait. A szerzői és felhasználási jogoknak arányosnak kell lenniük az együttműködés céljával.

b) Hol van tér együttműködésre, és hol kell elhatárolódni a piaci szereplőktől?

Együttműködésre van lehetőség technológiai fejlesztésekben, kulturális közvetítésekben, képzésekben, archívumi projektekben, regionális tudósításban, műsorgyártásban és közérdekű tájékoztatásban.

A közmédiának ugyanakkor világosan el kell határolódnia:

- a rejtett reklámoktól;
- a politikai vagy gazdasági megrendelésre készülő, szerkesztőségi tartalomnak álcázott kommunikációtól;
- a pártpolitikai kampánytevékenységtől;
- az indokolatlan kizárólagossági megállapodásoktól;
- a piacot torzító tartalombeszerzéstől;
- valamint a magánszereplők tisztességtelen kizorításától.

A közpénzből finanszírozott tartalmak esetében különösen fontos az átláthatóság. Nyilvánosan megismerhetővé kell tenni a jelentősebb külső megrendelések, koprodukciónak és tartalombeszerzések kedvezményezettjeit, összegét és kiválasztási szempontjait.

Mielőtt a közmédia új, kereskedelmi szereplőkkel közvetlenül versengő szolgáltatást indít, célszerű lenne nyilvános közszolgálatiérték-vizsgálatot végezni. Ennek azt kellene értékelnie, hogy az új szolgáltatás valóban hiányzó közfeladatot teljesít-e, és milyen hatással lesz a magyar médiapiac sokszínűségére.

10. Záró kérdés, további témák



A **Nemzetiség Kulturális és Média csoport** szerint a közmédia megújulása nem valósítható meg pusztán technológiai, szervezeti vagy arculati változtatásokkal. A valódi megújuláshoz a működés alapelveit, az irányítás rendszerét és a társadalommal fennálló kapcsolatot is újra kell gondolni.

Szerkesztői függetlenség

A közmédia hitelességének alapja a szerkesztői függetlenség. A szakmai döntéseket nem határozhatják meg közvetlen politikai, kormányzati vagy gazdasági elvárások.

A vezetők kinevezésének és felmentésének átlátható, szakmai és társadalmilag ellenőrizhető eljárásban kell történnie. A pályázatok, szakmai programok és döntési szempontok legyenek nyilvánosak.

A szerkesztőségek számára olyan szabályokat kell kialakítani, amelyek biztosítják, hogy egy újságíró vagy szerkesztő szakmai munkáját ne érhesse hátrány politikailag kényes, de közérdekű téma feldolgozása miatt.

Közszolgálati alapokmány

Szükségesnek tartjuk egy nyilvános és számonkérhető közszolgálati alapokmány elfogadását.

Az alapokmány határozza meg:

- a hiteles tájékoztatás szabályait;
- a szerkesztői függetlenség garanciáit;
- a társadalmi sokszínűség követelményeit;
- a politikai szereplők bemutatásának alapelveit;
- a helyreigazítás és panaszkezelés szabályait;
- a mesterséges intelligencia használatának kereteit;
- valamint a közönség részvételének lehetőségeit.

Az alapokmány megsértésének érdemi és nyilvános következményekkel kell járnia.

Társadalmi ellenőrzés és részvétel

A közmédiának rendszeres és intézményes kapcsolatot kell fenntartania a társadalommal. Nem elegendő alkalmi kérdőíveket vagy egyszeri konzultációkat szervezni.



Szükség van közönségtanácsokra, nyilvános szerkesztőségi beszámolókra, rendszeres regionális fórumokra és olyan online felületre, ahol az állampolgárok javaslatokat tehetnek és nyomon követhetik azok kezelését.

A közmédia működését felügyelő testületekben a szakmai, civil, kulturális, nemzetiségi és regionális szempontoknak is meg kell jelenniük.

Független közszolgálati ombudsman

Indokolt lenne egy független közszolgálati médiaombudsman létrehozása, akihez az állampolgárok és közösségek panasszal fordulhatnak.

Az ombudsman vizsgálhatná a kiegyensúlyozatlanságot, a közösségeket sértő ábrázolást, a helyreigazítások elmaradását és a közszolgálati alapelvek megsértését.

Az ombudsman éves jelentése legyen nyilvános, ajánlásaira pedig a közmédiának érdemben és határidőn belül reagálnia kelljen.

Kiszámítható és átlátható finanszírozás

A közmédia finanszírozásának kiszámíthatónak, több évre tervezhetőnek és átláthatónak kell lennie. **A finanszírozás nem használható szerkesztőségi nyomásgyakorlásra.** Ugyanakkor a közmédiának részletesen be kell számolnia arról, hogy a rendelkezésére álló közpénzt milyen célokra, milyen szerződések alapján és milyen eredménnyel használta fel.

A közszolgálati feladatok, a műsorgyártási költségek, a külső beszerzések és a vezetői kiadások legyenek megfelelő részletességgel megismerhetők.

Akadálymentesség

A hozzáférhetőség nem kiegészítő szolgáltatás, hanem alapjog és közszolgálati kötelezettség. Fokozatosan növelni kell a feliratozott, jelnyelven is követhető, audionarrációval ellátott és könnyen érthető tartalmak arányát. **A közmédia digitális felületeinek is meg kell felelniük az akadálymentességi követelményeknek.**

Területi kiegyensúlyozottság



Csökkenteni kell a közmédia Budapest-központúságát. A regionális szerkesztőségeknek megfelelő költségvetést, technikai infrastruktúrát és szakmai önállóságot kell biztosítani. **Nem elegendő, ha a vidéki Magyarország elsősorban természeti katasztrófák, balesetek, bűncselekmények vagy politikai események kapcsán jelenik meg.** A helyi társadalom, kultúra, gazdaság és hétköznapi élet teljesebb bemutatására van szükség.

Szakmai utánpótlás

A közmédia jövője nem képzelhető el tudatos utánpótlás-nevelés nélkül. **Gyakornoki, ösztöndíj- és mentorprogramokat kell indítani vidéki, nemzetiségi, kisebbségi és hátrányos helyzetű fiatalok számára.** A programok ne csupán rövid betekintést biztosítsanak, hanem valós szakmai fejlődést és munkalehetőséget is kínáljanak.

A szakmai utánpótlás átképzéssel is biztosítható. Az újabb generációk életpályáját egyre kevésbé egyetlen, nyugdíjig tartó karrier határozza meg: életük során akár három-négy különböző szakmai pályát is bejárhatnak.

Adatvédelem és digitális önrendelkezés

A közmédia digitális szolgáltatásai nem épülhetnek indokolatlan adatgyűjtésre, állampolgári profilozásra vagy manipulatív felhasználói megoldásokra.

Az állampolgároknak közérthető tájékoztatást kell kapniuk arról, hogy milyen adatokat gyűjtenek róluk, azokat milyen célból használják, és hogyan kérhetik törlésüket.

A személyre szabott ajánlási rendszerek működését átláthatóvá kell tenni, és lehetőséget kell biztosítani arra, hogy a felhasználó algoritmikus személyre szabás nélkül is igénybe vehesse a szolgáltatásokat.

Kiberbiztonság és válságállóság

A közmédia nemzeti jelentőségű információs infrastruktúra. Természeti katasztrófa, járvány, háborús veszélyhelyzet, kibertámadás vagy más rendkívüli esemény idején is működőképesnek kell maradnia.

Biztosítani kell a rendszerek technikai védelmét, a tartalmak biztonsági mentését, a hiteles veszélyhelyzeti kommunikációt és az alternatív műsorszórási lehetőségeket.



A rendkívüli tájékoztatásnak a fogyatékkal élő emberek és a Magyarországon élő, magyarul korlátozottan beszélő közösségek számára is hozzáférhetőnek kell lennie.

Zárszó

A **Nemzetiség Kulturális és Médiacsoport** álláspontja szerint a jövő közmédiájának nem egyszerűen technológiailag korszerűbbnek, hanem társadalmilag nyitottabbnak, hitelesebbnek, függetlenebbnek, sokszínűbbnek és közösségteremtőbbnek kell lennie.

A közmédia csak akkor töltheti be valódi közszolgálati szerepét, ha nem megosztja, hanem összekapcsolja a társadalmat. Nem az lehet a feladata, hogy egymással szemben álló csoportokra ossza az országot, hanem az, hogy közös nyilvánosságot biztosítson valamennyi magyar állampolgár és minden Magyarországon élő közösség számára.

A közmédia egységet teremtő szerepe nem jelentheti a véleménykülönbségek elhallgatását vagy az ország kulturális és társadalmi sokféleségének egységesítését. Az egység nem egyformaság.

Valódi nemzeti egység csak akkor jöhet létre, ha Magyarország képes teljes valóságában meglátni és elfogadni önmagát: a fővárost és a vidéket, a többséget és a kisebbségeket, a különböző nemzetiségeket, kultúrákat, vallási és világnézeti közösségeket, a fiatalokat és az időseket, az eltérő társadalmi helyzetű és életutat bejáró embereket.

Szent István király Intelmeinek gondolata ma is iránymutató számunkra: „Az egynyelvű és egyszokású ország gyenge és esendő.” Magyarország és lakosainak sokszínűsége nem olyan probléma, amelyet el kell fedni vagy meg kell szüntetni. Olyan érték, amelyet meg kell ismerni, meg kell őrizni és közösen kell továbbadni.

A közmédia feladata, hogy ezt a sokszínűséget ne csak különleges alkalmakkor, ünnepi műsorokban vagy folklorisztikus keretek között mutassa be, hanem a mindennapi magyar valóság természetes részeként.

A közmédia képernyőin, rádióműsoraiban és digitális felületein valamennyi közösségnek jelen kell lennie. Nemcsak nézőként vagy hallgatóként, hanem megszólalóként, szakértőként, alkotóként, szerkesztőként és partnerként is.



Olyan közmédiára van szükség, amely a különbözőségek bemutatásával nem eltávolítja, hanem közelebb hozza egymáshoz az embereket. Amely nem félelmet kelt a másik emberrel szemben, hanem kíváncsiságot és megértést. Amely nem egyszerűsíti le a társadalmat egymással szemben álló csoportokra, hanem megmutatja életünk és közös történeteink összefonódását.

A megújulás alapja ezért a szerkesztői függetlenség, az átlátható működés, a hiteles tájékoztatás, a társadalmi és területi sokszínűség, a helyi és nemzetiségi közösségek érdemi részvétele, valamint annak felismerése, hogy a közszolgálati érték nem mérhető kizárólag nézettségi és elérési adatokkal.

A közmédia akkor lehet valóban nemzeti, ha nemcsak a társadalom egyik részéhez szól, hanem mindannyiunk közös intézményeként működik.

A **Nemzetiség Kulturális és Médiacsoport** egy olyan közmédia kialakítását támogatja, amely Magyarország sokszínűségének bemutatásával erősíti az összetartozást, segíti a közösségek közötti párbeszédet, megőrzi kulturális örökségünket, és egy nyitottabb, békésebb, egymást jobban értő ország megteremtéséhez járul hozzá.

Bízunk a jövőbeni, hosszú távú együttműködés lehetőségében!

Budapest, 2026. augusztus 10.

Üdvözlettel,

Marczinka Máttyás

Nemzetiség Kulturális és Médiacsoport
elnök

Kiegészítés Gyenge-Rusz Anett tollából:

Feladat és közszolgálatiáság 2030-ban



Az utóbbi időben sokat foglalkoztam, foglalkozom olyan emberek és közösségek történeteivel, akik valamiért perifériára szorulnak a társadalmunkban. Voltak, vannak köztük művészek, civil kezdeményezések, más közösségek és főként autista gyerekek és családjaik. Mindezek, és a közmédia elmúlt években betöltött szerepe alapján azt gondolom, hogy annak egyik legfontosabb feladata az olyan minőségű tájékoztatás, ami nem szolgálja egyetlen politikai közösségét érdekeit se, viszont maximálisan figyelembe veszi azt a társadalmat, amelynek a műsorokat készíti és sugározza. A tájékoztatásnak pedig segítenie kell a társadalmat abban, hogy jobban megértsük egymást.

Ma, amikor mindenki pillanatok alatt hozzájuthat bármilyen információhoz, nem a hírek mennyiségével érdemes foglalkozni, hanem azoknak a célzatos használatával. Egyre kevesebbet tudunk egymás életéről, így könnyen alkotunk véleményt olyan emberekről, akikkel soha nem találkoztunk, vagy éppen ismerjük, de sosem vettük a fáradságot, hogy meglássuk az ő szempontjait.

Ezért gondolom, hogy a közszolgáltatóság nem lehet egyenlő azzal, hogy hiteles tájékoztatást ad, még akkor sem, ha a közelmúltig ebben is mutatkoztak hiányosságok. A közmédia társadalomformáló szerepe legalább annyira - ha nem jobban - fontos, mint a hitelesség képviselője. Olyan felületen, olyan eléréssel rendelkezik, amelyet felelősséggel kell használnia. Azt kell közvetítenie, hogy ebben az országban minden ember egyforma értéket képvisel, függetlenül attól, hogy fogyatékossgal él, neurodivergens, valamely nemzetiséghez tartozik, az LMBTQ-közösség tagja, vagy bármilyen más kisebbség része.

A közmédiának a jövőben olyan történeteket kellene eljuttatnia a nézőkhöz és hallgatókhoz, amelyek közelebb hozzák egymáshoz az embereket, ezáltal is vállalva a tudatos társadalomformáló szerepet. Természetesen még a közmédia sem határozhatja meg, hogyan gondolkodjanak az emberek, abban azonban igenis szerepe van, hogy lehetőséget adjon a megismerésre. Ez sokat tenne hozzá a fent említett társadalmi csoportok elfogadásához.

Az érzékenyítés fogalmát tisztázva, nem olyan műsorokra van szükség, amelyek együttérzést, vagy sajnálatot váltanak ki az emberekből. Mindössze láthatóvá kell tenni, hogy egy autista fiatalnak, egy kerekesszékkal közlekedő nőnek, egy Down-szindrómás gyermek családjának, vagy éppen egy meleg párnak ugyanúgy vannak hétköznapi örömei, nehézségei, tervei és álmai, mint bárki másnak.

Amíg az ő történeteik, perspektívájuk hiányoznak a nyilvánosságból, addig a helyüket sztereotípiák töltik ki, amelyeket az elmúlt években, különösen a hírműsorok tekintetében, inkább erősített a kormányközeli média, mintsem segített volna ennek lebontásában.



Autista gyermeket nevelő édesanyaként ezt nap mint nap megtapasztalom. Az emberek többsége nem rosszindulatú, de nem ismeri az autizmus jelenségét. A legtöbben vagy csak szélsőséges példákon keresztül, vagy egyáltalán nem találkoznak vele, kivéve, ha célzottan érdeklődnek a téma iránt. Bár az interneten teret kaphat az érintettek és szakemberek által működtetett érzékenyítés, az nem egyenlő a tudatos médiaközpontú informálással. Ugyanez igaz számos másságot jelentő csoportra. Az érzékenyítés az érintettek érdeke is, de a többségi társadalomnak van rá a legnagyobb szüksége. A megismerés biztonságot ad. Lebontja az általában alaptalan félelmeket, oldja a bizonytalanságot, és nyitottságot, kíváncsiságot eredményez. Ebben a folyamatban a közmédiának pótolhatatlan szerepe lehet.

A tartalmakat illetően elsősorban nem új műfajokra van szükség, hanem másfajta szemléletre. Az lenne fontos, hogy a különböző társadalmi csoportok ne az erre tematizált műsorokban jelenjenek meg. Ne csak az Autizmus Világnapján beszéljünk az autizmusról, ne csak egy esélyegyenlőségi rovatban találkozzunk fogyatékkal élő emberekkel, és ne csak akkor mutassunk be kisebbségi közösségeket, amikor valamilyen konfliktus vagy ünnep apropót ad rá. Ezek az emberek jelenjenek meg "csak úgy" a képernyőn. Riportalanyként, szakértőként, művészként, tanárként, szülőként stb. Mert ők ugyanúgy részei a társadalomnak.

Ugyanezt gondolom a kultúráról is. Ne csak a nagyobb kulturális eseményeket mutassák be, hanem azokat a helyi alkotókat, közösségeket és kezdeményezéseket, akik és amelyek ugyanúgy értéket teremtenek a világunkban.

Érdeemes lenne tehát vizsgálni, hogy a közmédia mennyiben járul hozzá a társadalmi párbeszédhez. Csökkenti-e az előítéleteket. Erősíti-e a különböző közösségek közötti bizalmat. Eljutnak-e a műsorai olyan emberekhez is, akik korábban láthatatlanok voltak a nyilvánosság számára.

Ha egy dokumentumfilmet megnézve, egy neurotipikus gyermeket nevelő szülő jobban megérti autista gyermeke osztálytársát, ha egy riport közelebb hozza egymáshoz a többségi és a kisebbségi társadalmat, ha egy kulturális műsor új alkotókat ismertet meg a közönséggel, vagy ha valaki egy televíziós beszélgetésnek köszönhetően először mer segítséget kérni bántalmazás, vagy éppen coming out terén, akkor van értelme a közemberek által összeadott közpénzből, közmédiát működtetni.

Kiegészítés Pagonyi Adrienn tollából:

Híreket mindenki gyárt. Véleménye mindenkinek van. Azt viszont egyre ritkábban érezzük, hogy valóban megértettünk egy másik embert.



Számomra ezért a **közmédia egyik legfontosabb feladata nem csupán a tájékoztatás, hanem a kíváncsiság fenntartása**. Annak megmutatása, hogy a világ sokkal árnyaltabb annál, mint amit egy címsor vagy egy közösségi médiás vita el tud mesélni.

Az elmúlt években több száz vállalkozóval, művésszel, közgazdással, sportolóval és hétköznapi emberrel beszélgettem. Újra és újra ugyanazt tapasztaltam. Amikor valakinek időt adunk arra, hogy elmesélje a saját történetét, nagyon nehéz tovább egyszerű címkékben gondolkodni róla.

A közmédia szerintem akkor végzi jól a munkáját, ha nem gyors ítéleteket segít kialakítani, hanem kérdéseket tesz fel. Nem eldönti helyettünk, mit kell gondolnunk - ahogy azt az elmúlt évek alatt megszoktuk -, hanem segít több nézőpontot megismerni.

A társadalomnak ma talán minden eddiginél nagyobb szüksége lenne olyan beszélgetésekre, amelyek azért jönnek létre, hogy jobban értsük egymást, ahelyett, hogy meggyőzzön egyfajta igazságról.

Ehhez nem feltétlenül új műsorokra van szükség, hanem új szemléletre, ahol több a valódi beszélgetés és kíváncsiság és kevesebb szerepjáték és az előre gyártott válasz.

A közmédia különleges helyzetben van. Nem kell mindenáron kattintásokért vagy nézettségért versenyeznie. Éppen ezért megengedhetné magának azt a luxust, hogy lassabban, mélyebben és emberibben meséljen.

Hiszek abban, hogy egy jól elkészített interjú, egy dokumentumfilm vagy egy őszinte portré sokkal többet képes tenni a társadalom bizalmáért, mint egy újabb hangos vita. Ettől még nem fog mindenki egyetérteni, ugyanazt gondolni, ellenben megszűnik, megszűnhet az ellenségeskedés.

Végül ezt tartanám a közmédia egyik legfontosabb feladatának, hogy emlékeztessen arra, hogy a másik oldalon is ember ül, sorssal, történettel, ahelyett, hogy meggyőzni akarna egyetlen igazságról.

Kiegészítés dr. Szoboszlai Anita tollából:

Szerintem a közmédiának 2030-ban már nem az lesz a legfontosabb feladata, hogy elsőként számoljon be egy eseményről, hiszen ezt ma már a hírportálok és a közösségi média is



megteszi. **Inkább arra kellene törekednie, hogy olyan tartalmakat készítsen, amelyek segítenek megérteni az események háttérét.** Egy jól működő közmédia nemcsak hírt közöl, hanem összefüggéseket mutat be, szakértőket szólaltat meg és segít eligazodni a rengeteg információ között. Emellett fontosnak tartom, hogy a közmédia ne csak televízióként gondoljon magára. A fiatalok jelentős része már nem tévét néz, hanem telefonon vagy online platformokon fogyaszt tartalmat. Ha a közmédia valóban mindenkit el akar érni, akkor ezekhez a fogyasztási szokásokhoz is alkalmazkodnia kell.

Úgy gondolom, hogy a közszolgálatiáság leginkább a hitelességet jelenti. A közmédia akkor látja el jól a feladatát, ha a néző vagy az olvasó biztos lehet abban, hogy pontos, ellenőrzött és több szempontot bemutató információt kap. Ez különösen fontos egy olyan időszakban, amikor nagyon sok hamis vagy félrevezető tartalom jelenik meg az interneten. Szerintem a közszolgálati média nem attól lesz értékes, hogy mindenki ugyanazt gondolja róla, hanem attól, hogy a különböző véleményeket képes kulturált módon bemutatni. A nézettség szerintem ma már önmagában kevés. Egy közszolgálati médium lehet nagyon nézett, de ettől még nem biztos, hogy valóban hasznos. Érdemes lenne azt is vizsgálni, hogy mennyire bíznak benne az emberek, mennyire tartják hitelesnek, illetve hogy képes-e megszólítani különböző korosztályokat. Szerintem fontos mutató lehet az is, hogy mennyi oktatási, kulturális vagy közérdekű tartalmat készít, illetve hogy ezek mennyire jutnak el a közönséghez.

Véleményem szerint több olyan műsorra lenne szükség, amely a fiatalok mindennapi problémáival foglalkozik. Ilyen lehet például a pénzügyi tudatosság, a digitális biztonság, a mesterséges intelligencia vagy a közösségi média veszélyei. Ezek olyan témák, amelyek sok embert érintenek, mégis viszonylag kevés figyelmet kapnak. Emellett szerintem hiányoznak azok a beszélgetős műsorok is, ahol különböző nézőpontokat képviselő emberek kulturált vitát folytatnak egymással.

Mindenképpen meg kell őrizni azokat a tartalmakat, amelyeket a kereskedelmi csatornák ritkábban készítenek. Ide tartoznak a dokumentumfilmek, a kulturális műsorok, a komolyzenei közvetítések vagy a magyar történelemmel foglalkozó műsorok. Szerintem ezek jelentik a közmédia egyik legnagyobb értékét, hiszen nem feltétlenül termelnek nagy nézettséget, mégis fontos szerepük van a kultúra és a nemzeti értékek megőrzésében.

Az idősebb nézők szerintem továbbra is elsősorban a hagyományos televíziós műsorokat keresik. Ide tartoznak a híradók, a közéleti magazinok, az egészségügyi témájú műsorok vagy a dokumentumfilmek. Fontos azonban, hogy ezek is korszerű formában készüljenek, mert az idősebb korosztály is egyre gyakrabban használ digitális eszközöket.

A fiatalok figyelméért ma már nagyon sok platform versenyez, ezért szerintem nem elég ugyanazt a televíziós műsort feltenni az internetre. Rövidebb, gyorsabban fogyasztható és



látványosabb tartalmakra van szükség. A podcastok, rövid videók vagy közösségi médiára készített magyarázó tartalmak sokkal közelebb állnak ahhoz, ahogyan a fiatalok ma információt fogyasztanak.

Lehet-e egyszerre megszólítani minden korosztályt? Szerintem igen, de nem ugyanazzal a formátummal. A tartalom lehet ugyanaz, csak másképpen kell tálni. Egy hosszabb riportból készülhet rövid videó, podcast vagy infografika is. Így mindenki a saját médiafogyasztási szokásainak megfelelő formában találkozhat ugyanazzal az információval.

Úgy gondolom, hogy a helyi hírek ma háttérbe szorulnak, pedig az embereket sokszor jobban érdekli, mi történik a saját városukban vagy régiójukban, mint az ország másik felén. A közmédia sokat tehetne azért, hogy nagyobb figyelmet kapjanak a helyi közösségek, civil szervezetek, kulturális események vagy akár helyi vállalkozások. Ez közelebb hozná a közmédiát az emberek mindennapi életéhez. A határon túli magyar közösségek bemutatását is fontosnak tartom, hiszen ez hozzájárulhat a kulturális kapcsolatok erősítéséhez és ahhoz, hogy jobban megismerjük egymás helyzetét.

A mesterséges intelligencia fejlődésével egyre könnyebb hamis képeket, videókat vagy hangfelvételeket készíteni. Emiatt szerintem a közmédia egyik legfontosabb feladata az lesz, hogy segítsen megkülönböztetni a valós információkat a megtévesztő tartalmaktól.

Szerintem szükség lenne rendszeres tényellenőrző műsorokra is, ahol közérthetően bemutatják, hogyan lehet ellenőrizni egy-egy interneten terjedő állítást. A digitális médiaműveltség fejlesztését szintén fontosnak tartom. Már az iskolás korosztálynak is meg kellene tanulnia, hogyan ismerhető fel egy álhír vagy egy manipulált tartalom.

Kultúra, oktatás és tudomány közvetítése, Szerintem a közmédiának ezen a területen van az egyik legnagyobb lehetősége. Olyan tudományos vagy kulturális tartalmakat tudna bemutatni, amelyek a kereskedelmi csatornákon ritkán jelennek meg. Jó lenne több olyan műsor, amely egyszerűen és érthetően magyarázza el a tudományos eredményeket, bemutatja a magyar kutatók munkáját vagy közelebb hozza a kultúrát a fiatalabb generációkhoz.

Szerintem fontos, hogy a közmédia valóban minden társadalmi csoportnak lehetőséget adjon a megszólalásra. Nemcsak a kisebbségeket vagy a hátrányos helyzetű embereket kell bemutatni, hanem azt is meg kell mutatni, hogy milyen problémákkal és sikerekkel találkoznak a mindennapokban. Ez segíthet abban, hogy az emberek jobban megértsék egymást, és csökkenjenek a társadalmi előítéletek. Összességében úgy gondolom, hogy a közmédia jövője elsősorban azon múlik, képes-e visszaszerezni és megtartani a közönség bizalmát. A technológiai fejlődés természetesen fontos, de önmagában nem elegendő. A



hitelesség, a szakmai színvonal és a társadalmi felelősségvállalás szerintem sokkal meghatározóbb tényezők lesznek. Ha a közmédia képes alkalmazkodni a megváltozott médiafogyasztási szokásokhoz, miközben megőrzi a közszolgálati értékeket, akkor 2030-ban is fontos szereplője maradhat a magyar nyilvánosságnak. Szerintem érdemes más országok közmédiáját is megvizsgálni, amelyek sikeresen alkalmazkodtak a digitális médiafogyasztási szokásokhoz. Jó nemzetközi példa a BBC, amely már nemcsak televízióként működik, hanem podcastokat, YouTube-csatornákat, mobilalkalmazást és streaming szolgáltatást is kínál. Emellett nagy hangsúlyt fektet a tényellenőrzésre, ami a dezinformáció korában különösen fontos. Szintén jó példa a Finn Yle, amely kifejezetten a fiatalok megszólítására fejlesztett online tartalmakat és interaktív műsorokat. A skandináv országokban a közmédia nagy hangsúlyt fordít arra is, hogy a közönség visszajelzéseit figyelembe vegye a tartalomfejlesztés során. Magyarországon szerintem pozitív kezdeményezésnek tekinthető az M5 csatorna, amely oktatási és kulturális műsorokat kínál, különösen a digitális oktatás időszakában bizonyult hasznosnak. Emellett a közmédia sportközvetítései és egyes dokumentumfilmjei is olyan tartalmak, amelyek valódi közszolgálati értéket képviselnek. Úgy gondolom, hogy ma már nem lehet minden tartalmat ugyanazon a felületen közzétenni. Az emberek médiafogyasztási szokásai nagyon eltérőek, ezért a platformokat is ennek megfelelően kell kiválasztani.

A televízió szerintem továbbra is a hosszabb hírműsorok, dokumentumfilmek, kulturális közvetítések és élő események legfontosabb felülete marad. Az online felületek inkább arra alkalmasak, hogy az emberek bármikor visszanézhessék a műsorokat, illetve háttéranyagokat vagy hosszabb interjúkat érjenek el. A közösségi média szerepe elsősorban a figyelem felkeltése. Ide rövidebb videók, fontos információk vagy rövid magyarázó tartalmak illenek, amelyek később átvezetik a nézőt a teljes műsorhoz.

A nemzetközi platformok, például a YouTube vagy a Spotify pedig lehetőséget adnak arra, hogy a magyar közmédia a külföldön élő magyarokat is könnyebben elérje.

Szerintem a közmédia egyik legnagyobb értéke a több évtized alatt felhalmozott archívum. Rengeteg történelmi felvétel, dokumentumfilm és kulturális műsor található benne, amelyeket ma sokszor nehéz megtalálni. A mesterséges intelligencia ezen sokat segíthet. Automatikusan felismerheti a szereplőket, helyszíneket vagy témákat, így a tartalmak sokkal könnyebben kereshetők lennének. Emellett képes lehet automatikus feliratozásra, fordításra vagy akár rövid összefoglalók készítésére is. Ugyanakkor fontosnak tartom, hogy az AI csak segítse a szerkesztők munkáját, ne helyettesítse azt. A végső szakmai döntéseket továbbra is embereknek kell meghozniuk.



Szerintem ma már nem kérdés, hogy a közmédia jelen legyen a közösségi médiában. A kérdés inkább az, hogy hogyan. Nem lenne jó irány, ha kizárólag a kattintások növelése lenne a cél. Sokkal fontosabbnak tartom, hogy a közösségi média a hiteles tájékoztatás eszköze legyen. A közmédia használhatná ezeket a felületeket arra is, hogy közvetlenebb kapcsolatot alakítson ki a nézőkkel. Például kérdéseket tehetne fel, visszajelzéseket kérhetne, vagy élő beszélgetéseket szervezhetne szakértőkkel. Ez közelebb hozná az intézményt a közönséghez, és erősítené a bizalmat. Véleményem szerint a közmédia és a kereskedelmi média nem feltétlenül egymás versenytársai, hiszen részben más feladatot látnak el. A közmédia olyan tartalmakat is készít, amelyek üzleti alapon kevésbé lennének nyereségesek, mégis fontosak a társadalom számára. Ugyanakkor szerintem vannak olyan területek, ahol az együttműködés kifejezetten hasznos lehet. Ilyen például a kulturális események közvetítése, a tudományos ismeretterjesztés vagy a médiaműveltséget fejlesztő kampányok. Ami viszont fontos, hogy a szerkesztőségi függetlenség minden esetben megmaradjon. Együttműködni lehet, de a tartalmi döntéseknek átláthatónak és szakmai szempontokon alapulónak kell maradniuk.

Véleményem szerint az egyik legfontosabb kérdés a közönség bizalmának visszaszerzése. Ma már nem elég jó tartalmat készíteni, azt is el kell érni, hogy az emberek elhiggyék: amit látnak vagy hallanak, az hiteles és megbízható. Szerintem nagyobb hangsúlyt kellene fektetni az átláthatóságra is. Jó lenne, ha a közmédia nyíltabban kommunikálná, hogyan készülnek a műsorok, milyen szempontok alapján választanak témát, illetve hogyan kezelik a nézői kritikákat. Ez hosszú távon erősíthetné a hitelességet.

Emellett fontosnak tartom, hogy a közmédia rendszeresen mérje a társadalmi igényeket, és ne csak azt vizsgálja, hányan nézik az egyes műsorokat. Legalább ilyen lényeges, hogy milyen hatással vannak a közönségre, mennyire segítik a tájékozódást, illetve hozzájárulnak-e a kulturális és társadalmi párbeszédhez.