

1. Feladat és közszolgálatiáság 2030-ban

a. Mi legyen a közmédia feladata 2030-ban?

A közmédia elsődleges feladata a közjó szolgálata legyen, ne a nézettségi verseny. Olyan tartalmakat kell előállítani, amelyeket a piaci média kevésbé vagy egyáltalán nem finanszíroz: hiteles hírszolgáltatást, kultúrát, tudományt, oktatást, ismeretterjesztést, dokumentumfilmeket, színházi közvetítéseket és minőségi gyermek- és ifjúsági műsorokat. Célja az állampolgárok tájékozottságának, kulturális műveltségének és kritikai gondolkodásának erősítése.

b. Önök szerint mit jelent ma a közszolgálatiáság?

A közszolgálatiáság számunkra a politikai függetlenséget, a szakmai hitelességet és a társadalmi felelősségvállalást jelenti. Nem a mesterséges politikai egyensúly megteremtése a cél, hanem az, hogy a különböző szakmai és világnézeti álláspontok tisztességesen és magas színvonalon jelenjenek meg. A közmédia feladata a közös kulturális örökség megmutatása, ápolása és a demokratikus nyilvánosság fenntartása.

c. Hogyan mérhető a közmédia társadalmi hasznossága?

A közmédia értékét nem kizárólag a nézettség alapján kell megítélni. Fontos mutató lehet a közbizalom, az oktatásban való felhasználás, az online archívum látogatottsága, a tartalmak hosszú távú elérése, valamint a kulturális és tudományos intézményekkel kialakított együttműködések száma. A minőségi visszajelzések legalább olyan fontosak, mint a közönségmérések.

2. Tartalmi hiányok és megőrzendő értékek

a. Milyen tartalmak hiányoznak a jelenlegi kínálatból?

Hiányoznak a magas színvonalú kulturális és tudományos műsorok, az elmélyült értelmiségi beszélgetések, a történelmi és társadalmi dokumentumfilmek, valamint a rendszeres színházi és komolyzenei közvetítések. A fiatal korosztályokat célzó médiatudatosságot erősítő szórakoztatva ismeretterjesztő műsorok. Több országismereti, természetfilmes és hosszabb interjúműsorra lenne szükség, amelyek nem napi politikai logika szerint szerveződnek.

b. Mit kell megőrizni?

Meg kell őrizni a közmédia kulturális küldetését, az archívumot, a komolyzenei és hagyományőrző tartalmakat, valamint mindazokat a műsorokat, amelyek a magyar kultúrát és történelmet közvetítik. Ezekre lehet építeni egy korszerűbb, nyitottabb és szélesebb közönséget megszólító közszolgálati rendszert.

3. Egyidejű generációs elérés

a. Hogyan lehet megszólítani az idősebb korosztályt?

Az idősebb közönség számára továbbra is fontos a hiteles hírszolgáltatás, a történelmi és kulturális műsorok, a természetfilmek, a klasszikus magyar filmek és a színházi közvetítések. Ezeket korszerűbb vizuális megoldásokkal és könnyebben visszanezézhető formában is érdemes elérhetővé tenni. Fontos lenne vetélkedőket, kvízeket közvetíteni, szervezni, mint pl. Legyen Ön is milliomas, Kapcsoltam stb.

b. Hogyan lehet megszólítani a fiatalokat?

A fiatalokat nem leegyszerűsített tartalmakkal, hanem korszerű formátumokkal lehet elérni. Tudományos, történelmi, technológiai és gazdasági témákat kell podcastokban, rövid videókban és online sorozatokban feldolgozni. A hitelesség és a minőség fontosabb, mint a mesterségesen „fiatalos” stílus. A Quizard /kocsmakvíz rendkívül népszerű manapság, ezekkel a kvízzjátékokkal meg lehet szólítani az igényes kultúrára éhes fiatalabb korosztályt is.

c. Közös vagy külön stratégia?

A témák lehetnek közös, de a platformok és a formátumok igazodjanak a különböző korosztályok médiafogyasztási szokásaihoz. Ugyanabból a tartalomból készülhet televíziós műsor, podcast, YouTube-videó és rövid közösségi médiás összefoglaló is.

4. A közmédia szerepe a helyi közösségekben

a. Mi legyen a szerepe?

A közmédia mutassa be a helyi közösségek életét, kulturális értékeit és problémáit. A regionális szerkesztőségek ne csupán híreket, helyi információkat közvetítsenek, hanem segítsék a helyi identitás, a kulturális örökség és a civil kezdeményezések láthatóságát.

b. Milyen együttműködés lenne fenntartható?

A fenntarthatóság érdekében a közmédia működjön együtt önkormányzatoktól független helyi szerkesztőségekkel, egyetemekkel, múzeumokkal, könyvtárakkal és civil szervezetekkel. Így alacsonyabb költséggel, ugyanakkor hitelesebb és sokszínűbb tartalom készülhet.

c. Mi legyen a szerepe a külhoni magyarság felé?

A közmédia járuljon hozzá az egységes magyar kulturális tér fenntartásához. Ne kizárólag politikai vagy hírműsorokkal szólítsa meg a külhoni közösségeket, hanem kulturális, oktatási és közösségi tartalmakkal is, amelyek erősítik a kapcsolattartást.

5. Dezinformáció, hiteles tájékoztatás és médiaműveltség

a. Hogyan kezelje a dezinformációt?

A közmédia feladata nem az ellenpropaganda, hanem a hiteles tájékoztatás. Nyíltan ismertesse az információk ellenőrzésének módszereit, az AI által előállított manipulációk veszélyeit, valamint azt is, ha egy kérdésben még nincs egyértelmű bizonyíték.

b. Mi legyen a szerepe a keresőplatformok korában?

A közmédia legyen az egyik legmegbízhatóbb magyar nyelvű információforrás, amelyhez a keresők és a közönség egyaránt visszanyúlhat. A hitelesség és az átláthatóság fontosabb, mint a gyorsaság vagy a kattintásszám.

c. Hogyan fejlesztheti a médiaműveltséget?

A digitális és médiaműveltség fejlesztése legyen folyamatos feladat. Rövid, közérthető műsorok és online tartalmak mutassák be, hogyan lehet felismerni az álhíreket, értelmezni a statisztikákat vagy felelősen használni a mesterséges intelligenciát.

6. Kultúra, oktatás és tudomány közvetítése

a. Mi legyen a közmédia szerepe?

A közmédia egyik legfontosabb küldetése a kultúra, az oktatás és a tudomány közvetítése. Tegye világossá a tudomány és áltudomány közötti különbséget, edukáljon arra, hogy a tudományosság érték. A magas színvonalú ismeretterjesztés, a színházi előadások, a komolyzenei közvetítések és a tudományos beszélgetések nem rétegműsorok, hanem a közszolgálatosság alapvető elemei.

7. A társadalom reprezentációja

a. Mi legyen a szerepe a kisebbségek bemutatásában?

A közmédia mutassa be a nemzetiségi, vallási és egyéb közösségeket a magyar társadalom természetes részeként. A cél a hiteles megismerés és a párbeszéd elősegítése, nem pedig a politikai szimbolikus gesztusok erősítése.

b. Hogyan javítható a reprezentáció?

A reprezentációt nem kvótákkal, hanem magas színvonalú tartalmakkal lehet javítani. Fontos, hogy az érintett közösségek saját szereplőként jelenjenek meg, és ne kizárólag problémák vagy konfliktusok kapcsán kerüljenek képernyőre.

c. Jó példák

Érdemes tanulmányozni az Arte, a ZDF, a BBC vagy a finn Yle gyakorlatát. Ezek a közszolgálati médiumok egyszerre tudnak kulturális küldetést teljesíteni, magas szakmai színvonalat fenntartani és valódi társadalmi sokszínűséget bemutatni. Hazai téren érdemes tanulmányozni a magyar Youtube-csatornák világát, melyek között számos olyan akad, melyek a televíziós hír- és műsorsugárzás helyébe léptek (pl. Partizán, Jólvanezígy, Szélsőközép).

8. Platform- és archívumstratégia

a. Milyen platformokon jelenjenek meg a tartalmak?

A különböző platformok eltérő feladatot töltsenek be. A televízió a hosszabb műsorok, az online felületek a visszanezhető tartalmak, a podcastok a beszélgetések, a közösségi média pedig az ajánlás és az elérés eszköze legyen.

b. Mi legyen az archívum és az AI szerepe?

A közmédia archívuma a magyar kulturális emlékezet egyik legfontosabb gyűjteménye. Váljon nyitottabbá és hozzáférhetőbbé: archív anyagai – vagy legalább a köznevelési tananyaghoz kapcsolódó tartalmak – az oktatásban dolgozók számára legyenek szabadon kereshetők, hozzáférhetők és oktatási célból felhasználhatók. A mesterséges intelligencia segíthet a digitalizálásban, a kereshetőségben, az automatikus feliratozásban és a tematikus gyűjtemények létrehozásában.

c. Mi legyen a közösségi média szerepe?

A közösségi média ne önálló cél legyen, hanem kapu a hosszabb, értékesebb tartalmak felé. Elsősorban figyelemfelkeltésre, közönségkapcsolatra és a fiatalabb korosztály elérésére szolgáljon.

9. Médiapiaci ökoszisztéma

a. Hogyan működjön együtt más szereplőkkel?

A közmédia működjön együtt egyetemekkel, kulturális intézményekkel, múzeumokkal, színházakkal és független alkotókkal, civil szervezetekkel. Ugyanakkor kerülje a közvetlen versenyt azokban a műfajokban, amelyeket a kereskedelmi piac megfelelő színvonalon képes ellátni. Adjon lehetőséget, teret valódi tehetségkutatásnak.

10. Záró kérdés

a. Mi hiányzik még?

A közmédia sikerének alapfeltétele az intézményi függetlenség és az átlátható működés. Tartós társadalmi bizalom csak akkor építhető, ha a szerkesztőségi döntéseket szakmai szempontok vezérlik, és a közmédia valóban minden állampolgár közös intézményének tekinthető.

Budapest, 2026. 08. 10.

A Történelemtanárok Egyletének Bizottmánya