

A közmédia szerepe a téves és megtévesztő információk elleni fellépésben – javaslatok és nemzetközi kitekintés

Hozzájárulás a közmédia megújulásáról szóló szakmai egyeztetéshez

5. Téma: Dezinformáció, hiteles tájékoztatás és médiaműveltség

2026. Augusztus

Szerzők:

Dr. Krekó Péter; Political Capital Institute, Magyar Digitális Média Obszervatórium, ELTE PPK

Dr. Urbán Ágnes; Mérték Médiaelemző Műhely, Magyar Digitális Média Obszervatórium, Corvinus Egyetem

Tartalom

1. Helyzetelemzés	2
2. Megközelítésbeli alapelvek	3
3. Milyen szerepe lehet a közmédiának a dezinformáció elleni küzdelemben? Nemzetközi áttekintés és előremutató gyakorlatok.....	4
4. Problémák és nehézségek a magyar modellben	6
5. Javaslatok.....	7

1. Helyzetelemzés

Magyarországon az elmúlt tizenhat évben intézményesített, államilag támogatott dezinformációs kampányok zajlottak. A magyar állam a (dez)információt politikai eszközként, bizonyos esetekben fegyverként használta saját állampolgáraival szemben.

A magyar információs környezet elmúlt tizenhat évben bekövetkezett torzulásának egyértelmű és mérhető hatása van a közvéleményre. A különböző független intézetek [közvélemény-kutatásai](#) egybehangzó módon bizalomvesztést és polarizációt, az összeesküvés-elméletek és dezinformációs narratívák széles körű jelenlétét mutatják. A politikai mítoszok iránti fogékonyság ugyanakkor csak a probléma egyik oldala. A magyar társadalomban [nemzetközi összehasonlításban is jelentős](#) az áltudományos nézetekre, összeesküvés-elméletekre és tudományellenes narratívákra való fogékonyság is. Számos hazai és nemzetközi kutatás rámutat arra, hogy a lakosság jelentős része bizonytalan a tudományos konszenzus megítélésében, illetve [nyitott a konspirációs-áltudományos elméletekre és alternatív gyógyászati megoldásokra is](#). Ez a jelenség részben összefügg az intézményi bizalom alacsony szintjével, a polarizált és fragmentált információs környezettel, és a kritikai információfeldolgozás hiányosságaival. Az elmúlt tizenhat évben tapasztalható tendenciák - a médiaszabadság csökkenése, a médiapluralizmus szűkülése és az állami kommunikáció dominanciája - jelentősen hozzájárult ahhoz, hogy a polgárok egy része korlátozott és torzított információs környezetben hozta meg politikai döntéseit.

A magyar „közmédia” az elmúlt években a [kormányzati dezinformációs- és propagandarendszer egyik zászlóshajójává vált](#): a közszolgálati tájékoztatás elvileg kiegyensúlyozott funkciója helyett rendszeresen a kormányzati témák, ellenségek és [politikai narratívák felerősítésében](#) vett részt. Ezzel választási kampányokban [egyértelműen](#) a korábbi kormánypártot [segítette](#) hazai és nemzetközi megfigyelők szerint egyaránt. A közszolgálati médiát [elfoglalta](#) a politika.

További problémát jelent, hogy hazai és [nemzetközi elemzések](#) szerint a médiatudatosság fejlesztése Magyarországon továbbra is széttagolt, és rendszerszinten alulintézményesített. Ezek a hatások nem visszafordíthatatlanok, ugyanakkor nem is tűnnek el automatikusan egy kormányváltás következtében. Az információs környezet problémái nem kezelhetők pusztán politikai váltással, spontán társadalmi alkalmazkodással vagy piaci önkorrekcióval. A közmédia fontos eleme lehet ennek a küzdelemnek, de önmagában nem képes megoldani ezeket a problémákat.

A magyar médiatér jellegzetessége, hogy a közszolgálati média iránti bizalom és a közönségelérés rendkívül alacsony, ugyanakkor a különböző kutatások szerint néhány független médiabrandonk sokkal nagyobb a hitelessége. A független média a dezinformáció elleni küzdelemben is fontos innovatív lépéseket tett az elmúlt években.

2. Megközelítésbeli alapelvek

A dezinformációval szembeni társadalmi ellenálló képesség erősítése egyszerre demokratikus, társadalmi kohéziós és nemzetbiztonsági kérdés. A 2026. évi XXI. törvény már kifejezetten kimondja, hogy a közmédiának pártatlan, kiegyensúlyozott és minőségi információt kell nyújtania, és kormányzati, politikai és gazdasági szereplőktől függetlenül kell működnie.

Az Európa Tanács [javaslatai szerint](#) a szerkesztői és intézményi függetlenség, valamint a stabil finanszírozás *előfeltétele* a dezinformáció elleni hatékony fellépésnek. A közszolgálati média akkor tudja ellensúlyozni az információs zavart, ha független, pontos és megbízható információforrás, amelyben a társadalom bíz. **A közmédia első dezinformáció-ellenes intézkedése tehát maga a közmédia depolitizálása.**

Az új közmédiának olyan módon kell szembefordulnia a korábbi trendekkel (az állami dezinformáció terjesztése és az erős politikai elfogultság), hogy közben nem tekinti magát az információs ökoszisztéma egyetlen - vagy akár legfontosabb - szereplőjének. **A közmédia fontos, de nem kizárólagos és nem is mindenható szereplője a dezinformáció és a tévhitek elleni küzdelemnek**, ezért működésében különösen nagy hangsúlyt kell fektetni a hazai és nemzetközi együttműködésekre.

Fontos az is, hogy a közmédia **felnőttként kezelje az állampolgárokat**. Javaslataink megfogalmazásakor abból a demokratikus alapfeltevésből indulunk ki, hogy az állampolgárok nem pusztán a dezinformáció és a manipuláció passzív elszenvedői, hanem a demokratikus nyilvánosság aktív és kompetens szereplői. Megközelítésünk ezért nem paternalista és nem kizárólag restriktív logikára épül, hanem az állampolgárok partnerként való kezelésére, információs önrendelkezésük és kritikai kompetenciáik megerősítésére. **Pontosan meg kell határozni, hogy milyen feladatokat kell ellátnia a közmédiának, és mely területeken indokolt a szerepvállalása – valamint azt is, hogy hol húzódnak ennek a szerepvállalásnak a határai.**

A közszolgálati média egyik legfontosabb funkciója lehet **a tényyszerűség és az ellenőrizhető információ melletti elköteleződés** egy egyre inkább „post-truth”, „feelgood”, véleményvezérelt és érzelmi logikára épülő médiakörnyezetben. Fontos, hogy az új közmédia olyan tartalmat produkáljon, amelyhez képest a közönség meg tudja ítélni a többi információt. A tényekhez és a pontossághoz való ragaszkodás ugyanakkor nem azonos az unalmassággal. A hiteles, tényyszerű újságírás lehet innovatív, közérthető és széles közönség számára vonzó. Erre utal például a dokumentumfilmek és tényfeltáró videós tartalmak iránti jelentős közönségérdeklődés is. Az elmúlt években több magyar szerkesztőség – például a 444, a Telex és a Direkt36 – is jelentős közönséget tudott elérni hosszabb, dokumentarista vagy tényfeltáró tartalmakkal.

A nemzetközi szakirodalom rámutat, hogy a közszolgálati médiának [mindenek előtt a hitelességet, bizalmat kell megszerezni](#), vagy éppen visszaszerezni annak érdekében, hogy érdemi, és ne csak a kormányoldal szimpatizánsait megszólítani képes szereplője lehessen a nyilvánosságnak. A fact-checking is fontos tevékenység, ugyanakkor ennek hatékonyságbeli korlátai is lehetnek egy olyan környezetben, ahol alacsony a közmédia hitelessége, és nagyon polarizált a társadalom. Ezt hidalhatják át olyan megoldások, amelyek inkább a mindennapi működésben, az újságírói gyakorlatban használják a tényellenőrzést, nem nevesített tartalomként vagy szervezeti egységként.

3. Milyen szerepe lehet a közmédiának a dezinformáció elleni küzdelemben? Nemzetközi áttekintés és előremutató gyakorlatok

A közszolgálati média dezinformáció elleni szerepe jóval szélesebb lehet az egyes hamis állítások utólagos cáfolatánál. A szakirodalomban és a nemzetközi gyakorlatokban négy alapvető funkció rajzolódik ki, melyben a közmédia hozzájárulhat a tényszerűbb, tisztább információs környezethez:

1. tényellenőrzés és hiteles tájékoztatás;
2. a média- és információs műveltség fejlesztése;
3. olyan saját, közérdekű digitális információs terek működtetése/műsorok és tartalmak gyártása, amelyek hiteles alternatívát kínálnak a platformok által dominált információs környezettel szemben.
4. A különböző stakeholderek közötti kooperáció elősegítése, vezető szerep felvállalása a hosszútávú együttműködésekben

Ezek az elvek sokféle konkrét szerkesztőségi gyakorlatban ölthetnek testet, ahogy azt a lenti példák mutatják.

a. Szakosodott ellenőrző és OSINT-kapacitások

Külön verification/fact-checking csapatok működtetése, amelyek nyílt forrású információk, képek, videók és közösségimédia-tartalmak ellenőrzésére szakosodnak – például BBC Verify, és a hasonló egységekkel működő ARD, vagy France 24.

b. A teljes szerkesztőségre kiterjedő tényellenőrzési protokollok

Vannak azonban olyan példák is - ilyen a finn YLE - ahol nem hoztak létre dedikált szervezeti egységet a tényellenőrzésre, ugyanakkor az általános újságírói gyakorlatban, az újságírói képességek fejlesztésében hangsúlyosan jelen van a fact-checking. Általában is elmondható - függetlenül attól, hogy van-e, vagy nincs külön fact-checking egység - hogy a fact-checking nem lehet kizárólag egy külön

szerkesztőségi egység feladata: a forrásellenőrzésnek, a képek és videók hitelesítésének, valamint a bizonytalan információk kezelésének az általános szerkesztőségi működés részévé kell válnia.

c. Műsorokba integrált, innovatív fact-checking formátumok

A fact-checking megjelenhet önálló műsorokban és online formátumokban, de integrálhatók a hírműsorokba és más szerkesztőségi tartalmakba is. Különösen innovatívak azok a tartalmak, amelyek a dezinformáció elleni küzdelmet szórakoztató műsorokba építik be, példa erre a brit Channel 4 (Fake News Show) vagy a cseh közmédia (To se vi) műsora.

d. Médiaműveltségi és prebunking-programok

A közszolgálati média nemcsak ellenőrizheti az információkat, hanem a médiafelhasználóknak is megmutathatja a hétköznapi tényellenőrzés módszereit. Ez történhet médiatartalmakon keresztül, illetve iskolai és oktatási projektekben, gyakran civil és oktatási szervezetekkel együttműködésben – például a BBC, a finn, a cseh közszolgálati média vagy a ZDF egyes programjaiban. Ezek a gyakorlatok nem csak az utólagos cáfolatokon alapulnak, hanem a “prebunking” elvén. Ez a dezinformáció megelőző cáfolata: előre bemutatja a várható manipulációs technikákat vagy hamis narratívákat, hogy a közönség később könnyebben felismerje és kevésbé fogadja el őket.

e. A közönség bevonása

A közönség maga is jelezhet ellenőrzésre érdemes állításokat, képeket és videókat. Jó példa erre a France Télévisions Les Révélateurs kezdeményezése, amely elsősorban kép- és videóalapú tartalmak vizsgálatával foglalkozik, nyílt források és kereszthivatkozások segítségével.

f. Folyamatos kutatás és social listening

A közmédia figyelheti azt is, milyen állítások, hangüzenetek, videók és narratívák kezdenek terjedni a közösségi médiában. A Bayerischer Rundfunk egyes szerkesztőségi gyakorlatai például ilyen social listening megközelítést is alkalmaznak.

g. Kisebbségi és idegen nyelvű szolgáltatások

A dezinformáció elleni fellépés szempontjából különösen fontos lehet azoknak a közönségcsoportoknak az elérése, amelyek más nyelveken vagy eltérő információs környezetekből tájékozódnak.

h. Nemzeti és nemzetközi szakmai együttműködések

A jól működő közmédia “csapatjátékos”: együttműködik fact-checking szervezetekkel, kutatóintézetekkel, egyetemekkel, civil szervezetekkel, más közszolgálati médiumokkal és nemzetközi hálózatokkal.

Mindezen kezdeményezések alapfeltétele azonban a szerkesztői függetlenség és a közönség bizalma. **A dezinformáció elleni fellépés csak akkor lehet hiteles, ha maga a közmédia sem válik politikai vagy kormányzati kommunikáció eszközévé, és a kormányzat irányából származó téves információkat vagy dezinformációkat is cáfolni tudja.**

4. Problémák és nehézségek a magyar modellben

Több olyan tényező is van, mely rövidebb távon megnehezítheti a közmédia hatékony fellépését a téves információkkal szemben.

- **Jelenleg több alapvető intézményi kérdés tisztázatlan.** Nem világos a közmédia jövőbeni finanszírozási modellje; miközben már történtek szerkesztői kinevezések - ami önmagában is korlátozhatja a jövőbeli közmédia-vezetők mozgásterét - nem teljesen egyértelmű, hogyan oszlanak meg a felelőségek az intézményi szereplők között.
- **A közmédiának rendkívül súlyos reputációs veszteséget kell ledolgoznia.** Rövid távon nem lehet reális cél, hogy a teljes társadalom számára elsődleges vagy legnépszerűbb hírforrássá váljon. A közmédia függetlenségének helyreállítása ugyanakkor lehetőséget ad arra, hogy a hírszolgáltatásban, a tényfeltárásban, a dokumentumfilm-készítésben és más közérdekű tartalmakban megbízható orientációs ponttá váljon: olyan platformmá, amelyhez bizonytalan vagy vitatott kérdésekben az állampolgárok azért fordulhatnak, mert tudják, hogy az információ ellenőrzött és a szerkesztőség szakmailag független.
- A demokratikus nyilvánosság hosszútávú működése szempontjából kiemelten fontos, hogy a közmédia ne próbálja háttérbe szorítani a piacról élő **független médiavállalkozásokat, amelyeknek eddig is jelentős részük volt a dezinformáció elleni küzdelemben. Tekintettel arra, hogy ezek a vállalkozások nem mind tőkeerősek,** rendkívül nehéz helyzetben működtek és gyakorlatilag még most is túlélő üzemmódban vannak, egy “mindenható” és nagyon magas állami költségvetésből működő közmédia-építkezés könnyen ellehetetlenítené a működésüket. A közmédia vezetésének nemcsak az intézmény újjáépítésében van felelőssége, de a teljes magyar médiarendszer felé is.

- Általános nemzetközi tendencia, hogy **az idősök válnak a közmédia fő fogyasztóivá**, és a fiatalabb generációkat nem képes megszólítani. Magyarországon az elmúlt években ez különösen hangsúlyossá vált. Nem reális ambíció ennek a trendnek a teljes megfordítása Magyarországon, ugyanakkor a közmédia fogyasztóinak “fiatalítása” fontos kihívás az új közmédia számára. Mivel ugyanakkor [több kutatás szerint](#) is az idősök a dezinformáció iránt egyik legfogékonyabb csoport, ez egyfajta lehetőséget is teremt a téves információk elleni fellépésre, az edukációra - a politikán messze túlmutató területeken is (pl. online phishing, pénzügyi csalások és becsapások, unokázás, stb.).

5. Javaslatok

A közmédia reális szerepfelfogása a dezinformáció elleni harcban

- **Az új közmédia nem lehet mindenható, és nem is törekedhet a dezinformáció elleni harc monopolizálására.**
- **A közszolgálati média nem törvényszerűen népszerű, és talán nem is ez a legfontosabb mérce.** Egy lehetséges sikerindikátor éppen az lehet, hogy különböző politikai és világnézeti csoportok egyaránt találnak benne kritizálnivalót, ugyanakkor továbbra is használják és megbízható információforrásként tekintenek rá. Bizonyos értelemben ilyen helyzetben van a [BBC is olyan rendkívül polarizált kérdésekben](#), mint például az izraeli–palesztin konfliktus, vagy akár belpolitikai kérdések.
- **A bizalom visszaépítése nem elsősorban kommunikációs- vagy brandingfeladat.** Tartósan csak az intézményi függetlenség, az átlátható működés, a professzionális szerkesztőségi normák, a hibák nyilvános korrekciója és a politikai beavatkozással szembeni hiteles garanciák teremthetik meg.
- A közmédia tényellenőrző tevékenységének szűk, világosan meghatározott fókuszúnak kell maradnia, és egyértelművé kell tenni, hogy **a tényekhez való hűség nem jelentheti a legitim vélemények és nézőpontok beszűkítését, homogenizálását vagy cenzúrázását: ugyanazon, közösen elfogadott tényekből eltérő értelmezések és álláspontok következhetnek, ezek sokszínű bemutatása pedig kifejezetten a közszolgálati média feladata.**
- **Nem feltétlenül a gyors lépések a célravezetőek.** Figyelembe kell venni, hogy a közmédia eddigi fogyasztói egészen más médiakörnyezetben szocializálódtak, illetve a közmédia hitelességi deficitje nagyon magas. Ebben a helyzetben időt kell adni a közmédia brand megerősödésének és bizalom helyreállításának, még akkor is, ha sokszor az új projektek (pl. dedikált fact-checking szervezeti egység létrehozása) látványosabb eredménynek is tűnnek.

- Figyelembe kell venni a rendkívül erős társadalmi polarizációt és a közelmúltig jellemző propaganda hatásait. A **politikai dezinformációkkal szembeni fellépés különösen megosztó, érdemes külön hangsúlyt fektetni a politikailag valamivel semlegesebb**, például egészségüggyel, időjárással, tudománnyal kapcsolatos dezinformációkkal szembeni fellépésre, és ezzel erősíteni a bizalmat.

Az együttműködések szerepe

- **A dezinformáció elleni küzdelem fontosságát már évekkel ezelőtt felismerte sok közmédiaszolgáltató. Rengeteg tapasztalat halmozódott fel, ezeket érdemes hasznosítani:** egy néhány hónapos kutatási projekttel és aktív nemzetközi együttműködéssel (pl. az European Broadcasting Union-on keresztül) a jó gyakorlatok feltérképezhetők, a rossz gyakorlatok tanulságai megismerhetők. A már rendelkezésre álló tudást érdemes - a magyar nyilvánosság jellegzetességeinek figyelembevételével - felhasználni.
- **Ki kell alakítani a hazai stakeholderek közötti együttműködés kereteit**, az elmúlt években rengeteg tudás halmozódott fel a független médiában, a kutatási szférában és a civil szervezeteknél a dezinformáció elleni küzdelem eszközeiről.
- A nemzetközi minták és jó gyakorlatok alkalmazása (ld. 3-as pont) különösen fontos, és a Magyarország iránti érdeklődést kihasználva sok érdemi tudás becsatornázható más európai országok közmédiájának gyakorlatából.

Edukáció, visszajelzések, kutatások

- **A kísérletezgetés lehetősége.** A magyar közmédiának két helyzeti előnyét érdemes kihasználni: egyrészt nemzetközileg már rengeteg tapasztalat áll rendelkezésre, nem kell saját erőforrásból végigjárni a dezinformáció elleni küzdelem minden állomását, másrészt a független szcénában rendkívül sok innovatív megoldás jelent meg az elmúlt években. **Érdemes hosszabb távon olyan új formátumokat, új megoldásokat kidolgozni, amelyek nemzetközi szinten is innovatívak.**
- **A dezinformáció elleni küzdelemnek jellemzően nem a konkrét hírek cáfolata a leghatékonyabb eszköze - bár ez is fontos - sokkal inkább az edukáció és a “prebunking”,** az előzetes cáfolat és a manipulációs technikák és a mögöttük lévő “grammatika” bemutatása. A közmédiának kiemelten fontos szerepe lehet abban, hogy a hírek előállításával és terjesztésével, az újságírói munka fontosságával, a nyilvánosság működésének megismertetésével kapcsolatos tartalmakat készít.
- Közhely, hogy az egyes célcsoportokat különböző csatornákon lehet elérni, míg az idősebb generáció elsősorban a rádión, televízión, részben a hírportálon keresztül érhető el, a fiatalabbak

inkább a különböző platformokon, applikációkon keresztül szólíthatók meg. **A dezinformáció elleni küzdelem során az életkori sajátosságokat figyelembe kell venni**, de elengedhetetlen a közmédia szélesebb értelemben vett platform stratégiájának kialakítása.

- **A közmédia működését folyamatos és professzionális közönségkutatásra kell építeni.** Rendszeres, lehetőleg független közvélemény-kutatásokkal és közönségméréssel követni kell nemcsak az elérést, hanem a bizalom, a hitelesség, az információs igények és a médiafogyasztási szokások változását is. A hagyományos kutatási eszközöket érdemes kvalitatív vizsgálatokkal, **social media listeninggel**, digitális viselkedési adatok elemzésével és a közönség részletes szegmentációjával kiegészíteni. **A kutatás ebben az értelemben nem pusztán a nézettség mérésének eszköze, hanem a közszolgálati küldetés teljesítésének egyik alapvető visszacsatolási mechanizmusa:** segítségével a tartalmi, platform- és edukációs stratégia folyamatosan a társadalom valós igényeihez és a változó információs környezethez igazítható.