euroatlantic
business consultancy

Vezetői összefoglaló a Központi Nyomozó Főügyészséggel kapcsolatos médiaaktivitásokról

forrás: 2026. I. félév

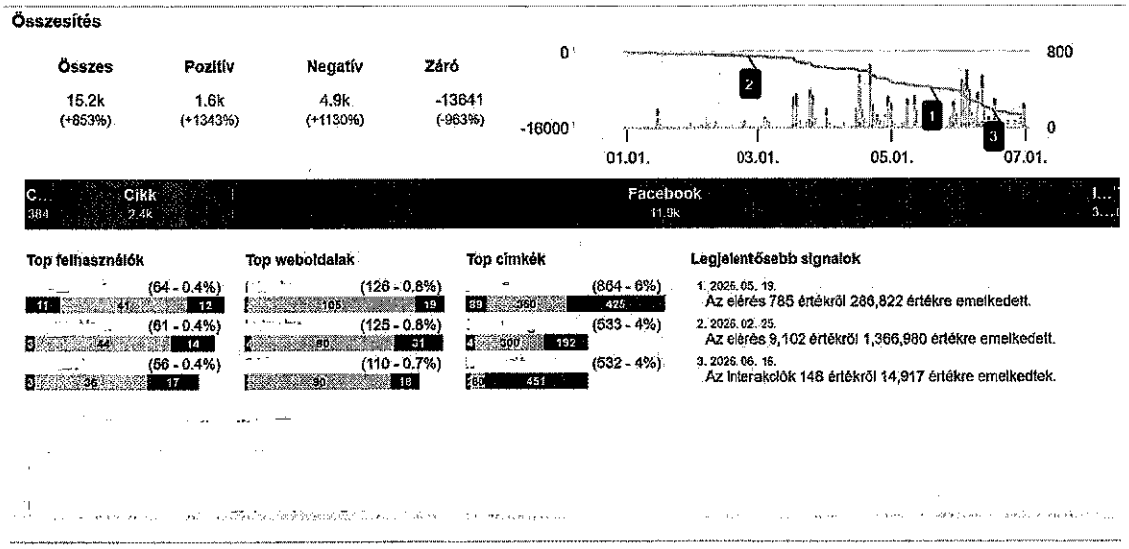
készítette: Euroatlantic Zrt.

Fontosabb megállapítások:

- a KNYF digitális láthatósága rendkívüli mértékben nőtt 2026 első félévében (január 1. és július 1. között 15,2 ezer említés jelent meg, ami 853 százalékos növekedés a korábbi összehasonlítási időszakhoz képest)
- a KNYF-ről kialakuló digitális képet elsősorban a közösségi média alakítja (az összes vizsgált tartalom 81,5 százaléka közösségi médiás említés volt)
- a szerkesztőségi média alapvetően tényszerűen számol be a KNYF-ről, illetve a szervezet által folytatott tevékenységről, dominálnak a semleges hangvételű anyagok – a közösségi média viszont jóval polarizáltabb és negatívabb kommunikációs környezet
- a KNYF digitális megjelenése – a szervezethez kerülő ügyek miatt – erősen politikai értelmezéseket kap

- a KNYF nevével leggyakrabban összekapcsolt fogalom a „Fidesz" volt, de hangsúlyosan jelent meg a „korrupció", a „bűncselekmény", a „feljelentés", a „visszaélés" és a „kormány" is
- a kommunikációs kockázatokat néhány nagy elérésű ügy és tartalom erősíti fel.

Részletes elemzés



Az adatsor 2026. január 1. és július 1. között összesen mintegy 15,2 ezer, a Központi Nyomozó Főügyészséghez kapcsolódó digitális említést rögzített. Fontos, hogy ez nem 15,2 ezer önálló sajtócikket jelent: az adatbázis valamennyi nyilvánosan elérhető magyar nyelvű digitális tartalmat

számításba vesz, így a híroldalak cikkeit és közleményeit éppúgy, mint a közösségi médiában megjelent posztokat és továbbosztásokat. Emiatt az adatsor elsősorban a KNYF körüli teljes digitális információs tér aktivitását mutatja, nem pusztán a szerkesztőségi médiamegjelenések számát.

A vizsgált időszak legfontosabb megállapításai:

1. **A KNYF digitális láthatósága rendkívül jelentősen emelkedett**

A 15,2 ezer említés 853 százalékos növekedést jelent az összehasonlítás alapjául szolgáló korábbi időszakhoz képest. Ez azt mutatja, hogy a KNYF 2026 első felében több, nagy nyilvánosságot kiváltó ügyben került a digitális diskurzus középpontjába. A növekedés azonban nem feltétlenül jelent ugyanilyen arányú bővülést az önálló sajtómegjelenésekben: jelentős részét a közösségi médiában továbbgyűrűző tartalmak adhatták.

2. **A megjelenések közel négyötöde a Facebookhoz kapcsolódott**

A 15,2 ezer említésből 11,9 ezer a Facebookon jelent meg, ami a teljes volumen 78 százaléka. Ezzel szemben az online sajtócikkek száma hozzávetőleg 2,4 ezer, vagyis körülbelül 16 százalék volt. Ez az arány világosan jelzi, hogy a KNYF-ről kialakuló képben – ahogy az a teljes szervezet esetében is elmondható – nem a szerkesztett tartalom, hanem a

közösségi médiában zajló párbeszéd, kommentálás és tartalommegosztás játszik meghatározó szerepet.

3. A negatív tartalmak száma lényegesen meghaladta a pozitívakét

A rendszer 4,9 ezer negatív és 1,6 ezer pozitív említést azonosított. A negatív tartalmak száma tehát több mint háromszorosa volt a pozitívakénak. A pozitív említések 1343, a negatívak 1130 százalékkal emelkedtek, vagyis mindkét irányban jelentősen intenzívebbé vált a kommunikáció, de a negatív hangvétel volumene jóval nagyobb maradt. **Ezt az adatot ugyanakkor körültekintően kell értelmezni. Egy bűncselekményről, korrupciós ügyről vagy büntetőeljárásról szóló tartalom a használt szavak miatt akkor is kaphat negatív besorolást, ha magának az ügyészségnek az eljárását tényszerűen vagy akár támogató módon mutatja be. A negatív minősítés ezért nem minden esetben jelent a KNYF-fel szembeni negatív véleményt.**

4. A hangulati mutató tartósan romló tendenciát mutatott

A záró -érték –13 641 volt, ami erősen negatív kommunikációs környezetet jelez. A grafikon alapján a mutató januártól júliusig fokozatosan süllyedt, miközben márciustól egyre gyakoribbá váltak a nagyobb aktivitási kiugrások. Ez arra utal, hogy nem egyetlen negatív

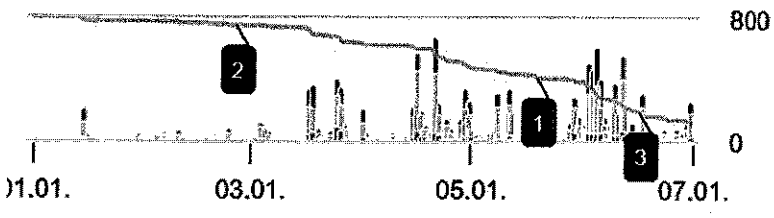
esemény határozta meg a teljes időszakot, hanem több egymást követő ügy és közösségi médiás hullám erősítette a kedvezőtlen irányú összhatást.

Az első félév legtöbbször megosztott tartalma egy
, amelyben arról számolt be, hogy
: „...*Kicsi, de fontos lépés az*

....." A poszt ezer reagálást és ezer megosztotást kapott.

5. Márciustól jelentősen intenzívebbé vált a nyilvánosság

Januárban és február elején viszonylag alacsony aktivitás látható. Március környékétől azonban megszaporodtak a kiugrások, májusban és júniusban pedig több jelentős említési hullám alakult ki.



A három kiemelt esemény (fekete kockák jelzik az ábrán):

euroatlantic
business consultancy

- február 25-én az elérés 9 102-ről 1 366 980-ra emelkedett; (ekkor jelent meg a hír, hogy a

)

- május 19-én az elérés 785-ről 286 822-re nőtt; (ekkor beszélt

)

- június 16-án az interakciók száma 148-ról 14 917-re ugrott. (ekkor jelentette be

)

A februári kiugrás különösen jelentős: itt az elérés csaknem másfél millióra nőtt. A júniusi jelzés pedig azt mutatja, hogy egy tartalom nemcsak sok emberhez jutott el, hanem kifejezetten intenzív reakciót is kiváltott.

6. **A diskurzus erősen politikai és korrupciós keretben zajlott – ún. címkefelhő**

euroatlantic
business consultancy



Az ábra azt mutatja meg, hogy a digitális tartalmak szerzői és közösségi médiás megszólalói milyen fogalmakat társítottak leggyakrabban a Központi Nyomozó Főügyészség nevéhez. A szavak mérete az előfordulás gyakoriságát jelzi: minél nagyobb egy kifejezés, annál többször jelent meg a KNYF-fel azonos szövegkörnyezetben. A szófelhő ezért nem önmagában az intézmény megítélését, hanem a róla szóló digitális diskurzus tematikus és érzelmi környezetét ábrázolja.

A szófelhő legerősebb eleme a „**Fidesz**", amely messze a leggyakrabban kapcsolódó fogalom. Mellette a „**közlemény**", a „**hivatal**", az „**ügyészség**", a „**korrupció**", a „**bűncselekmény**", a „**nyomozó**", a „**vezető**" és a „**feljelentés**" emelkedik ki. Ez azt mutatja, hogy a KNYF digitális

megjelenéseit egyszerre határozza meg az intézményi működés, a büntetőeljárások világa, valamint az ügyek politikai értelmezése.

A fogalmak négy nagyobb csoportba rendezhetők:

- Politikai kontextus: „Fidesz", „kormány", „ellenzék", „politika", „választás", „kampány", „polgármester", „országgyűlés". A politikai fogalmak nagy súlya arra utal, hogy a KNYF-fel kapcsolatos tartalmak jelentős része politikai szereplőkhöz vagy politikailag értelmezett ügyekhez kötődött. Különösen a „Fidesz" dominanciája jelzi, hogy az intézmény megítélését a digitális térben erősen befolyásolja a pártpolitikai keretezés.
- Büntetőjogi és eljárási fogalmak: „bűncselekmény", „korrupció", „feljelentés", „bizonyítás", „bíróság", „nyomozó", „ügyész", „büntetés", „kihallgatás", „börtön", „törvény". Ezek természetes módon következnek a KNYF feladatköréből, és azt jelzik, hogy a szervezet neve jellemzően konkrét eljárásokkal, nyomozásokkal és feltételezett bűncselekményekkel összefüggésben jelenik meg.
- Intézményi kommunikáció: „közlemény", „hivatal", „ügyészség", „Legfőbb Ügyészség", „főügyész", „osztály". A „közlemény" kiemelkedő mérete arra utal, hogy az ügyészségi tájékoztatások

fontos kiindulópontjai a KNYF-ről szóló digitális tartalmaknak. Ugyanakkor ezek a közlemények a közösségi médiában már gyakran új értelmezési keretben, kommentárokkal és politikai állításokkal kiegészítve terjednek tovább.

- Visszaélések és gazdasági ügyek: „visszaélés", „vesztegetés", „lopás", „rablás", „pénzmosás", „vagyon", „költségvetés", „Magyar Nemzeti Bank", „MNB", „elszámoltatás". Ez a csoport arra utal, hogy a KNYF nyilvánosságát jelentős részben korrupciós, hivatali és gazdasági bűncselekményekkel kapcsolatos ügyek alakították.

A szófelhő hangulata összességében erősen negatív. A domináns piros szavak között olyan kifejezések szerepelnek, mint a „korrupció", „bűncselekmény", „visszaélés", „lemondás", „lopás", „vesztegetés", „bizonyítás" és „feljelentés". Ez azonban részben a KNYF tevékenységének természetéből következik: egy nyomozó ügyészséggel kapcsolatos tartalmakban szükségszerűen gyakoriak a bűncselekményeket és büntetőeljárásokat jelölő negatív szavak. Önmagukban ezek nem bizonyítják, hogy a megszólalók negatívan ítélték meg az intézményt.

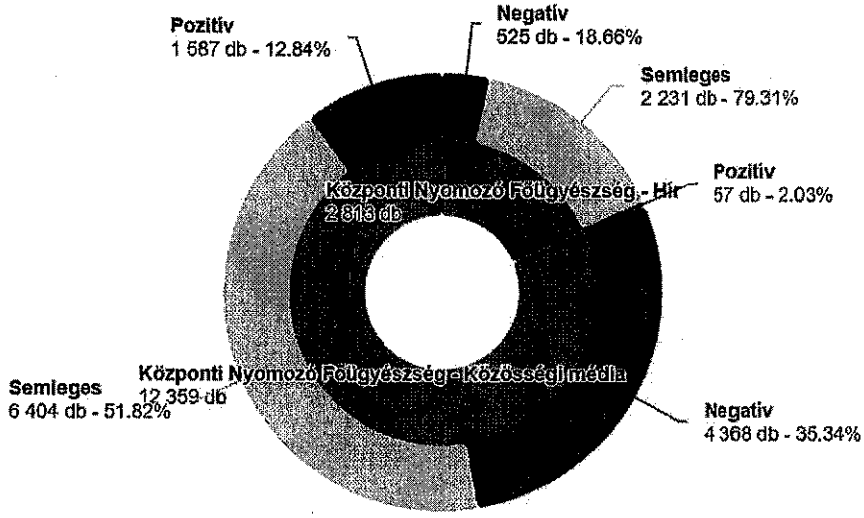
A pozitív színezetű, zöld fogalmak – például „intelligencia", „korrektség", „függetlenség", „elemzés", „áthelyezés" vagy „elvezet" – kisebb méretben

és jóval ritkábban jelennek meg. Ez azt jelzi, hogy a KNYF-fel kapcsolatos digitális diskurzusban a pozitív intézményi értékek kevésbé láthatók, mint a konkrét ügyekhez és politikai konfliktusokhoz kötődő fogalmak.

A legfontosabb kommunikációs következtetés, hogy a KNYF digitális képét nem kizárólag saját közleményei és szakmai tevékenysége határozzák meg. A szervezet neve erősen átpolitizált, korrupciós és konfliktusos környezetben jelenik meg, különösen a közösségi médiában. A „Fidesz" és a „korrupció" hangsúlya miatt fennáll annak veszélye, hogy az egyes ügyekről szóló információk helyett a pártpolitikai narratívák válnak meghatározóvá.

A szófelhő alapján ezért indokolt lenne következetesen erősíteni az eljárási függetlenséghez, a jogszerűséghez, a bizonyítékokon alapuló döntésekhez, az eredményességhez és az elszámoltathatósághoz kapcsolódó intézményi üzeneteket. A cél nem a negatív büntetőjogi fogalmak visszaszorítása – ez a szervezet tevékenysége miatt nem reális –, hanem annak egyértelműbb bemutatása, hogy ezekben az ügyekben pontosan mit tesz, milyen jogi keretek között jár el, és milyen konkrét eredményeket ér el a KNYF.

7. -elemzés



Továbbra is jelentős a különbség a és a közösségi platformok között, ami az érzelmi beállítottságot jelenti. A szerkesztőségi hírtartalmakat alapvetően semleges hangvétel jellemzi, míg a közösségi média jóval érzelmesebb és polarizáltabb kommunikációs közeget teremt.

Híroldalak és szerkesztőségi tartalmak

A híroldalakon összesen 2 813 KNYF-fel kapcsolatos tartalom jelent meg. Ezek megoszlása:

- semleges: 2 231 tartalom, 79,31%;
- negatív: 525 tartalom, 18,66%;

- pozitív: 57 tartalom, 2,03%.

A közel 80 százalékos semleges arány azt jelzi, hogy a szerkesztőségi média többnyire tényszerű, leíró módon számolt be a KNYF tevékenységéről. A híroldalak jellemzően ügyészségi közleményeket dolgoztak fel, eljárási fejleményeket ismertettek, illetve konkrét nyomozásokról és büntetőügyekről tudósítottak.

A pozitív tartalmak rendkívül alacsony, 2 százalékos aránya arra utal, hogy a sajtó ritkán értékeli kifejezetten kedvezően az intézmény munkáját. Ez önmagában nem feltétlenül kedvezőtlen: a szerkesztőségi hírműfaj alapvetően tényszerű, ezért a magas semlegességi arány fontosabb mutató, mint a pozitív tartalmak alacsony száma.

Közösségi média

A közösségi médiában 12 359 említést azonosított a rendszer. Ezek érzelmi megoszlása:

- semleges: 6 404 említés, 51,82%;
- negatív: 4 368 említés, 35,34%;
- pozitív: 1 587 említés, 12,84%.

euroatlantic
business consultancy

Bár itt is a semleges tartalmak alkotják a legnagyobb csoportot, arányuk jóval alacsonyabb, mint a híroldalakon. A közösségi médiás tartalmak csaknem fele – 48,18 százaléka – valamilyen pozitív vagy negatív érzelmi töltetet hordozott.

A negatív tartalmak aránya a közösségi médiában közel kétszerese a híroldalakon mértnek: 35,34 százalék áll szemben a szerkesztőségi tartalmak 18,66 százalékával. Ez arra utal, hogy a sajtóban még tényszerűen megjelenő információk a közösségi médiában gyakran kritikus, politikai vagy indulati értelmezést kapnak.

A pozitív tartalmak aránya ugyanakkor szintén lényegesen magasabb: 12,84 százalék, szemben a híroldalak 2,03 százalékával. A közösségi média tehát nem egyszerűen negatívabb, hanem általában véve érzelmileg szélsőségesebb és polarizáltabb közeg.

A teljes digitális nyilvánosság szerkezete

A két forrástípusban összesen 15 172 tartalom szerepel, a teljes mennyiség több mint négyötöde – 81,5 százaléka – a közösségi médiához kapcsolódott, és csak 18,5 százaléka volt híroldali tartalom. A közösségi média súlya az érzelmi kategóriákon belül még erősebbemlítések közel 90 százaléka, a pozitív említéseknek pedig több mint 96 százaléka a közösségi

médiából származott. A KNYF érzelmi megítélését tehát elsősorban nem a híroldalak, hanem a közösségi médiában megszólaló felhasználók, alakítják.

A KNYF-fel kapcsolatos tartalmak érzelmi megoszlása

Forrástípusonként, 2026. január–július

ÉRZELMI KATEGÓRIA	HÍROLDALAK	KÖZÖSSÉGI MÉDIA	KÖZÖSSÉGI MÉDIA RÉSZESEDÉSE
Pozitív	57	1 587	96,5%
Semleges	2 231	6 404	74,1%
Negatív	525	4 368	89,3%

A részesedés azt mutatja, hogy az adott érzelmi kategóriába sorolt tartalmak mekkora része jelent meg a közösségi médiában.

Az érzelmi besorolás nem azonos automatikusan a KNYF megítélésével. A „korrupció", „bűncselekmény", „letartóztatás" vagy „vesztegetés" szavakat tartalmazó, egyébként tényszerű közlés is negatív minősítést kaphat. A reputációs helyzet pontos meghatározásához ezért a negatív tartalmakon belül külön kell választani:

- a KNYF-et közvetlenül bíráló megszólalásokat;
- a politikai értelmezéseket;

euroatlantic
business consultancy

- valamint azokat a semleges vagy támogató tartalmakat, amelyeket csupán az ügy témája miatt sorolt negatív kategóriába az automatikus rendszer.

Javaslatok

Közösségimédia-központú monitoring és gyors reagálás kialakítása:

Előre meghatározott elérési vagy interakciós küszöb felett rövid időn belül kommunikációs értékelésre és – ha szükséges – tényszerű reakcióra volna szükség.

A közlemények közösségi médiára optimalizált változatának elkészítése

A teljes közlemény mellett minden jelentősebb ügyben érdemes lenne külön rövid, közérthető összefoglalót készíteni: mi történt, mit tett a KNYF, milyen jogi keretek között jár el, és mi az eljárás következő lépése. Ez segíthet abban, hogy a KNYF saját magyarázata is megjelenjen a gyorsan terjedő értelmezések mellett.

A függetlenség és a bizonyítékokon alapuló működés következetes bemutatása

euroatlantic
business consultancy

A pártpolitikai keretezéssel szemben nem politikai vitát, hanem világos szakmai ellenkeretet célszerű felépíteni.

Az eljárási eredmények láthatóbbá tétele

A nyilvánosság ne csak a feljelentés vagy a nyomozás megindításának pillanatában kapjon információt. Kommunikálni kell a későbbi eljárási mérföldköveket, a vádemeléseket, a jogerős döntéseket és az ügyek lezárását is. Ez kiegyensúlyozottabb képet adhat a KNYF eredményességéről.

A nagy érdeklődésű ügyekhez előzetes kommunikációs forgatókönyvek készítése

A politikailag érzékeny, korrupciós vagy kiemelt közérdeklődésre számot tartó ügyekhez előre szükséges összeállítani a legfontosabb tényeket, a várható kérdéseket, a félreérthető pontokat és a használható válaszokat. Így egy hirtelen kialakuló médiacsúcs esetén gyorsabban adható pontos és egységes tájékoztatás.