euroatlantic
business consultancy

Vezetői összefoglaló a Központi Nyomozó Főügyészséggel kapcsolatos médiaaktivitásokról

forrás: 2026~~. január~~ február

készítette: Euroatlantic Zrt.

euroatlantic
business consultancy

Fontosabb megállapítások:

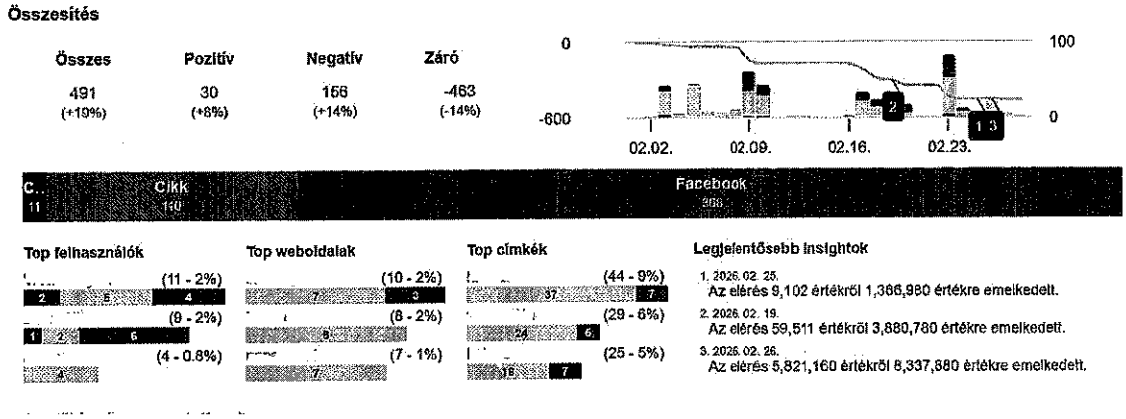
1. jelentős növekedést regisztráltunk a médiamegjelenések számában (2026 februárjában 491 KNYF-hez köthető tartalom jelent meg, ami 19%-os emelkedés az előző hónaphoz képest. A kommunikáció súlypontja továbbra is a közösségi médiában van)
2. a KNYF esetében kedvezőbb az arány, mint a teljes ügyészségnél: egy cikkre két Facebook-poszt jut, ami erősebb organikus jelenlétet jelez
3. néhány kiemelt ügy tematizálta a teljes médiateret:

- ügyei (stb.)
- elleni eljárás
- elleni

4. a KNYF médiaképe erősen ügyvezérelt és „reaktív"
5. a szervezet szinte kizárólag kiemelt, nagy társadalmi vagy politikai jelentőségű ügyek kapcsán jelenik meg, és a hírek többsége rövid, hírügynökségi jellegű

6. jelentős különbség a médiatípusok hangvétele között: a hagyományos média: döntően semleges (87,6%), a közösségi média: magas negatív arány (38,1%) – ez arra utal, hogy a reputációs kockázat elsősorban a social térben koncentrálódik
7. a legaktívabb szereplők között elkötelezett szerzők dominálnak (különösen), ami torzíthatja a KNYF-ről kialakuló képet

Részletes elemzés



2026 februárjában is elkészítettük azt, az adatokat összesítő ábrát, amely megmutatja, hogy hány KNYF-fel kapcsolatos tartalom jelent meg a digitális térben, azok milyen platformokon voltak elérhetők és melyek váltották ki a legnagyobb érdeklődést. Az év második hónapjában az előző

euroatlantic
business consultancy

hónapot 19 százalékkal meghaladó számú közlést rögzítettünk, összesen 491-et. Ezek többsége, 368 a Facebookon jelent meg, de találtunk 110 cikk és 11 címlap kategóriába sorolt anyagot is (ezek között lehet átfedés). A számok azt mutatják, hogy minden egyes cikkre jutott legalább 2 Facebook-poszt, ami az ügyészség teljes adatainál kedvezőbb kép. Ha a teljes ügyészségre vonatkozó adatokat vizsgáljuk, akkor 10-90 százalék a közlések aránya, a közösségi média javára.

A hónap legtöbbször megosztott említése továbbra is egy, a
kapcsolatos volt.
jelentette be, hogy „...

Az összesítő ábráról az is leolvasható, hogy feb. 9-10-e körül volt a havi átlagnál több említés, illetve feb. 23-án. Külön megvizsgáltuk ezeket a napokat, hogy vajon mi okozta az átlagosnál nagyobb érdeklődést? Február

euroatlantic
business consultancy

első harmadában miatt került be a hírfolyamba többször a KNYF, például a megosztásai miatt:

„… *tett feljelentést a Központi Nyomozó Főügyészségen és a Nemzeti Nyomozó Irodánál*

Február került ismét az érdeklődés középpontjába miután

A írása volt a legnagyobb aktivitást kiváltó poszt azon a napon, amely tárgyilagossága ellenére is tartalmaz , ezt főként azzal érte el, hogy a szöveg , majd ezt követi az első bekezdés:

A teljes digitális adatbázist érdemes összevetni a cikk, illetve címlap kategóriába sorolt anyagokkal, amelyeket a „hagyományos sajtóhoz" tartozónak nevezünk (miközben már ezek is az online léteznek). A februári

euroatlantic
business consultancy

megjelenések három nagy témakör köré csoportosíthatók: a

, a

nyomozások, valamint a

ügyek.

A hónap egyik legnagyobb sajtóvisszhangot kiváltó KNYF-ügyét

jelentette. A hírek szerint a

Központi Nyomozó Főügyészség

. A hírt számos országos és regionális médium – köztük televíziós híradók, rádiók és online portálok – is átvette. A beszámolók jellemzően rövid, hírügynökségi jellegű tudósítások voltak, amelyek az és a fókuszáltak. A hagyományos sajtóban ez a történet volt a leggyakrabban megjelenő, közvetlenül a KNYF tevékenységéhez kapcsolódó ügy.

A februári médiamegjelenések másik jelentős csoportját a megjelenő ügyek alkották. Ezek közül kiemelkedett

, amelyek több alkalommal is megjelentek.

volt, amelyet a teljes adatbázis alapján már

euroatlantic
business consultancy

említettünk,

Bár februárban csillapodott az érdeklődés iránt, a sajtó több alkalommal beszámolt arról, hogy a

A Budapesti Regionális Nyomozó Ügyészség indítványára a bíróság

Folytatódott

cikkekkel is.

A Központi Nyomozó Főügyészség egy másik, nagy érdeklődést kiváltó ügyben is szerepelt a médiában: ez volt. A KNYF a sajtó kérdésére megerősítette, hogy az eljárás

A februári elemzések alapján a Központi Nyomozó Főügyészség médiaképe több sajátosságot is mutat. Egyrészt a szervezet minden olyan ügyben megjelenik, amelyik kiemelt közéleti vagy politikai jelentőséggel bír, ami státuszából következik. Másrészt a hírek jelentős része rövid, hírügynökségi jellegű tudósítás, amelyet számos regionális portál is átvesz.

euroatlantic
business consultancy

A KNYF neve a sajtóban leggyakrabban a következő kontextusokban jelenik meg:

- hivatali visszaélés vagy korrupció gyanújával indított nyomozások,
- politikai szereplőket érintő büntetőeljárások,
- ,
- különösen nagy társadalmi érdeklődést kiváltó nyomozások.

Címkefelhő

Lehetőségünk van arra is, hogy megvizsgáljuk, milyen szavakat rendelnek a szerzők leggyakrabban a KNYF-et említő tartalmakban a szervezet neve mellé. Mint az alábbi ábra mutatja, a „hivatal", a „visszaélés", az „indítás", a , az szavak fordultak elő leggyakrabban a KNYF neve mellett februárban.



Azt is megnéztük, hogy ezek a címkék, milyen adathalmazt takarnak, és azokban melyek a leggyakrabban megosztott tartalmak. A „**hivatal**" és „**visszaélés**" kifejezéssel jelzett halmazokban a legtöbbször megosztott említés a , a cikke volt, amelyben a számolt be. Ugyanez a téma bukkant fel, amikor az „**indítás**" szóval végeztük el a kutatást. A címke is már ismerős témát fedett, volt a legtöbb megosztást generáló tartalom. Az szó pedig témát jelölte – ezúttal

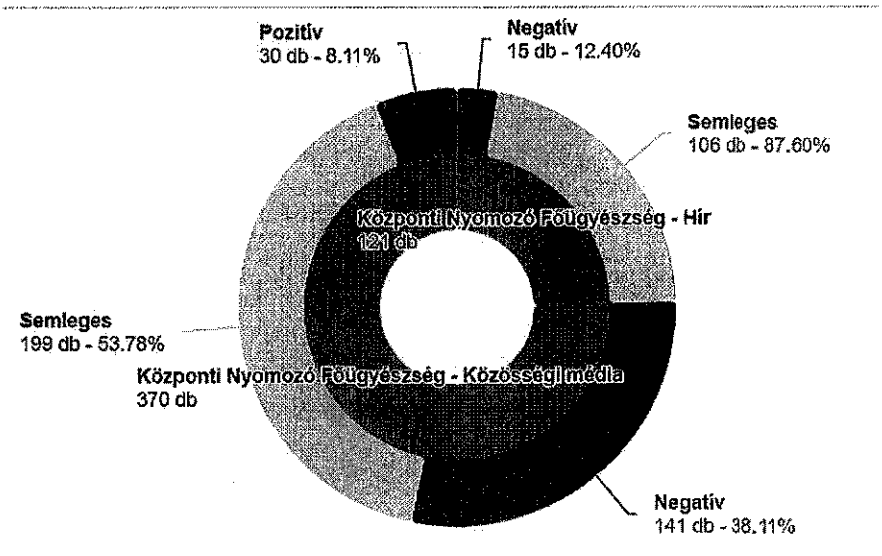
Jól látható, hogy a címkefelhőben talált, leggyakrabban használt kifejezések is megerősítik, amit a hagyományos sajtó alapján már

elmondtunk,

témák voltak februárban. A pedig visszaszorult, ha a teljes digitális képet nézzük.

Érzelmi térkép

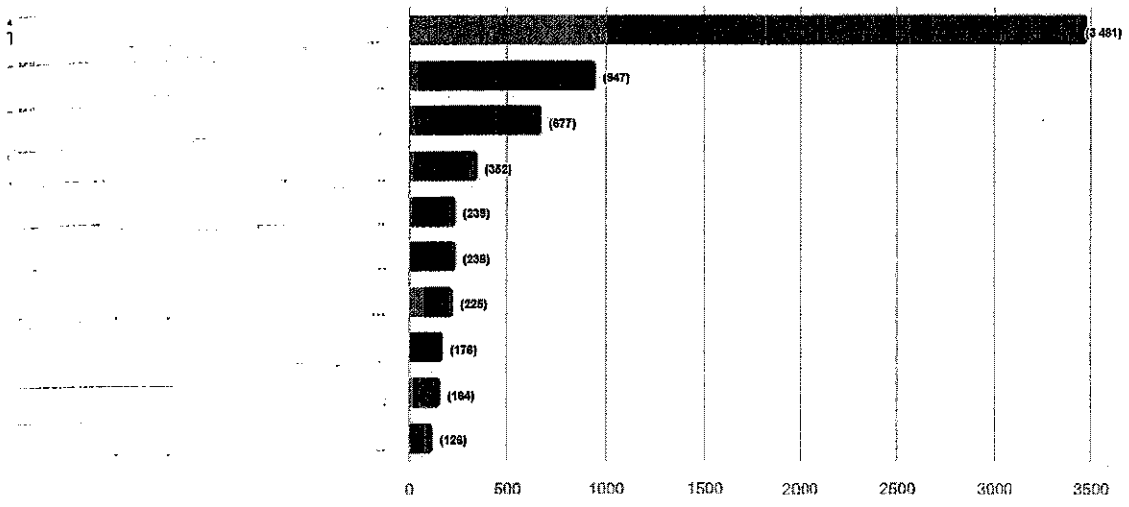
A kommunikációs környezet megértésének fontos eleme, hogy milyen kontextusban, milyen stílusban beszélnek a szereplők a KNYF-ről, Ehhez nyújthat segítséget az ún. érzelmi térkép, amely forrástípusonként mutatja be, hogy a hagyományos sajtó és a közösségi média attitüdje mennyire semleges, pozitív vagy negatív, ha a KNYF-ről van szó.



euroatlantic
business consultancy

A fenti grafikonról az olvasható le, hogy februárban a közösségi médiában a közlések 53.7 százaléka semleges volt, 38.1 százaléka negatív és 8.1 százaléka pozitív. Ezek az adatok jobbak, mint amikor a teljes ügyészi szervezetre vonatkozó adatsort vizsgáltuk, de elmaradnak a kívánatostól. A hírmédiában tapasztalható arányok, melyek szerint a közlések 87.6 százaléka semleges és csak 12.4 százaléka negatív sokkal inkább megfelelnek az ügyészség imidzsének, a működéséből következő társadalmi képnek. A problémát az jelenti, hogy a közönség egyre nagyobb százaléka tájékozódik az érzelmileg elkötelezett beszélőket kedvelő közösségi platformokról és egyre kevesebben ellenőrzik az algoritmusok által szerkesztett híreket a hagyományos, többé-kevésbé szerkesztett platformokon is.

A legtöbbinterakciót kiváltó témák



euroatlantic
business consultancy

2026 februárjában összegyűjtöttük azokat a témákat is, amelyek a legtöbb interakciót generálták a KNYF-fel összefüggésbe hozható tartalmak közül. Az ábrán jól látszik, hogy , és az ennek nyomán tett intézkedésekről szóló hír háromszor annyi reagálást generált, mint a lista második helyére került poszt, köthető. Az egy bejegyzésben annak kapcsán, hogy a . Harmadik helyre került a már említett , negyedik pozícióba . Hasonlóan sok interakciót váltott ki

Ugyancsak nagy érdeklődés övezete a már többször említett cikket

került a lista nyolcadik helyére, a kilencedik helyen

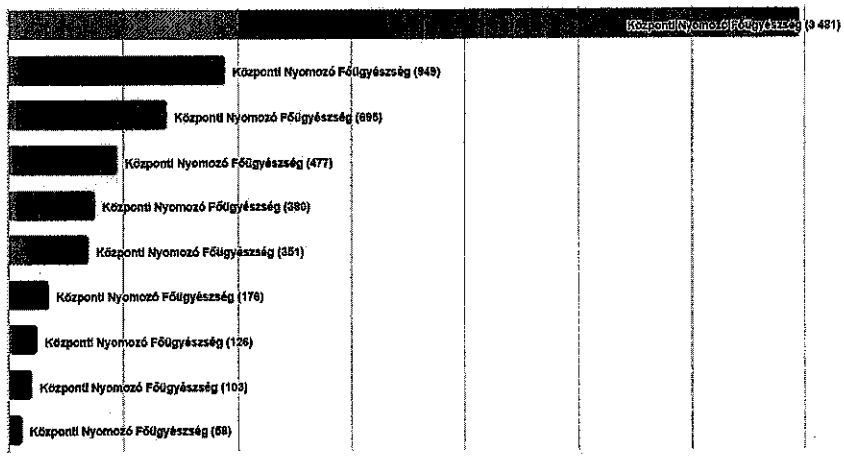
. A tizedik helyre pedig

. Összegezve azt mondhatjuk, hogy februárban 4-5 olyan téma volt, ami nagy aktivitást váltott ki a közösségi médiában, a

szóló hír,

, a vagy a

A KNYF-fel leggyakrabban foglalkozó szerzők



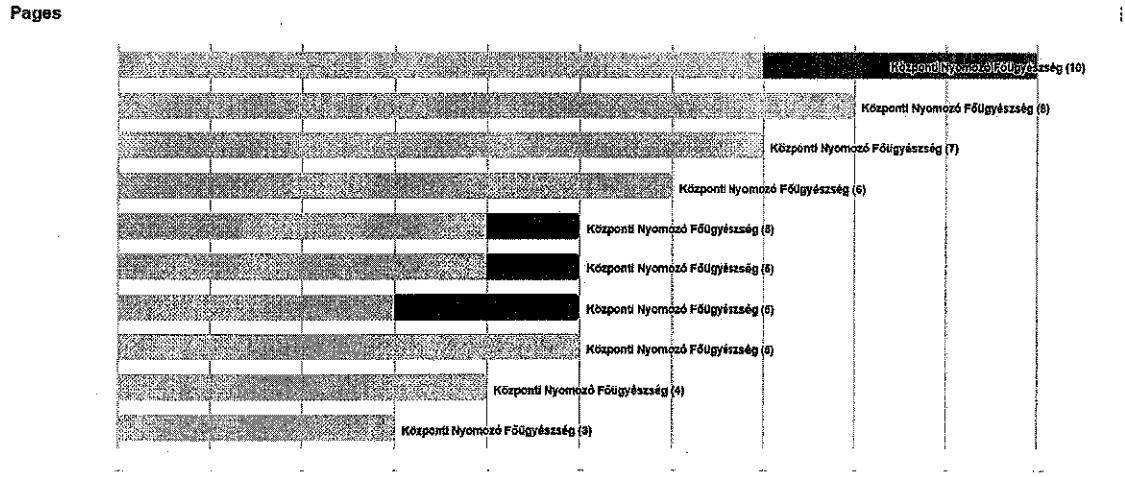
A KNYF-fel a közösségi médiában leggyakrabban foglalkozó szerzők listája szinte teljesen leköveti a legtöbb interakciót generáló tartalmakat. A már említett, híre, vagy

valamennyien a legelkötelezettebb beszélők közé tartoztak februárban.

Még egy szempontot érdemes figyelembe venni a legelkötelezettebb szerzők esetében, hogy

Mindez azt mutatja, hogy a bűnügyek és azok feltárása, a felelősök felkutatása iránt továbbra is nagy érdeklődést mutatnak

A legtöbb KNY-es hírt közlő lap



Ezen az ábrán is jól látható, hogy megjelenő hírek döntő többsége semleges hangvételű, amikor a KNYF-et említi. Februárban az közölte a legtöbb olyan cikket, amiben az ügyészségnek ezt a

központi szervezetét is említette. Majd ezt követi oldal, ami az impresszum szerint

. A került a harmadik helyre megelőzve az egyébként rendszeres érdeklődést mutató és

. Ezt követte az (ritkán szokott az aktív oldalak listájára felkerülni, most

, majd oldal, végül következett.

Néhány javaslat:

A megjelenések többsége kiemelt ügyekhez kötődik, ezért kulcsfontosságú, hogy a

készíteni.

A reputációs kockázat egyértelműen a social térben koncentrálódik, jelentős része információhiányból vagy félreértelmezésből fakad. A kockázatok kiküszöbölésére, csökkentésére a saját tartalmak, edukatív, magyarázó anyagok jelenthetik az ellenszert. A kiemelt ügyeknél elengedhetetlen a kulcsmondatok és narratívák egyszerűsítése (nem jogi nyelven).

euroatlantic
business consultancy

A kommunikációs munkatársaknak tudniuk kell arról, hogyha a kiemelt ügyekben mérföldkőhöz érkezett az eljárás, csak így tudnak készülni az esetleges kérdésekre, a saját narratíva felépítésére.

Fontos lenne tájékoztatása is. Ezek az i erősítik a bizalmat, ami hosszú távon eredményes munkakapcsolatot jelenthet.