euroatlantic
business consultancy

Vezetői összefoglaló a Központi Nyomozó Főügyészséggel kapcsolatos médiaaktivitásokról

forrás: 2026. január

készítette: Euroatlantic Zrt.

euroatlantic
business consultancy

Fontosabb megállapítások:

1. Az intézmény neve 2026 januárjában leggyakrabban a

ügyével, a

gyanújával, valamint

eljárásokkal összefüggésben jelent meg. Ez azt mutatja, hogy a KNYF médiajelenléte nem rutinszerű bűnüldözési ügyekhez, hanem magas közéleti relevanciájú, konfliktusos témákhoz kötődik.

2. A volt a domináns és legnagyobb hatású téma. A legtöbb interakciót kiváltó tartalmak többsége ehhez az ügyhöz kapcsolódott, és ez generálta a legerősebb médiacsúcsokat is. Az ügy kommunikációja kettős hatást váltott ki

3. A közösségi média jóval kritikusabb, mint a hagyományos sajtó, ha a KNYF-fel összefüggő tartalmat publikál egy-egy szerző: a Facebookon a negatív hangvételű anyagok aránya (45,3%) jóval magasabb, mint a pozitívaké (10,3%). Ezzel szemben a hagyományos digitális sajtó

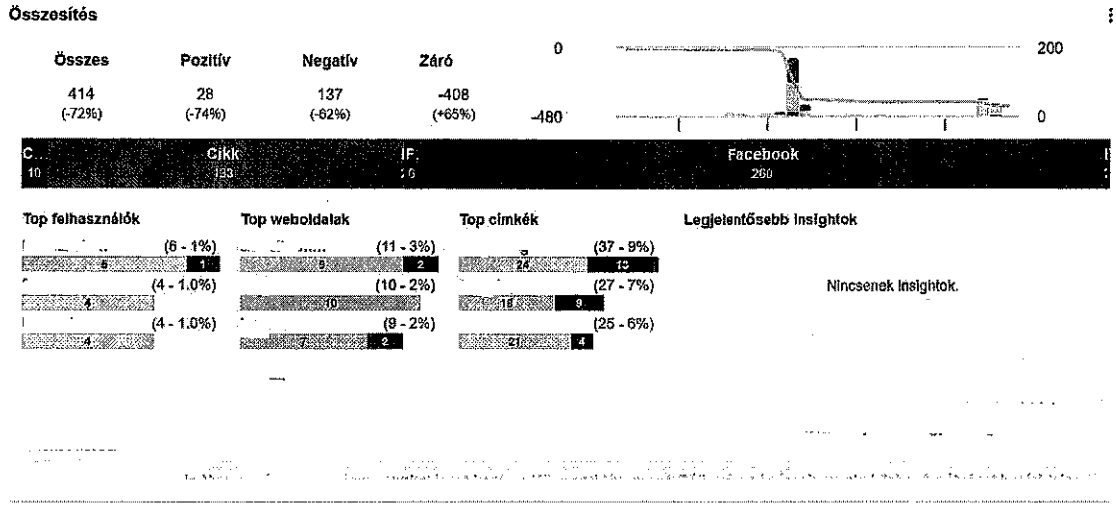
túlnyomórészt (90%) semleges és tényszerű hangnemben számolt be az intézményt is érintő ügyekről.

4. A médiadiskurzus dinamikáját egy-egy konkrét esemény vagy publikáció hirtelen és jelentősen befolyásolja.

5. Az influenszerek, nagy követőbázissal rendelkező véleményformálók hatása kiemelkedő. Egyes influenszerek (például több százezer követővel rendelkező) elérése és interakciós szintje meghaladta a legtöbb hagyományos médiumét, ami azt jelzi, hogy az intézmény megítélését egyre inkább decentralizált, nem szerkesztőségi szereplők is formálják.

6. A KNYF három fő szerepben jelenik meg a nyilvánosságban.
Az intézmény egyrészt a kiemelt bűnügyek nyomozó hatóságaként, másrészt politikailag érzékeny ügyekben eljáró szervezetként, harmadrészt pedig a hatósági működés törvényességét ellenőrző kontrollintézményként. Ez komplex, többdimenziós közjogi pozíciót eredményez a médiában.

Részletes elemzés

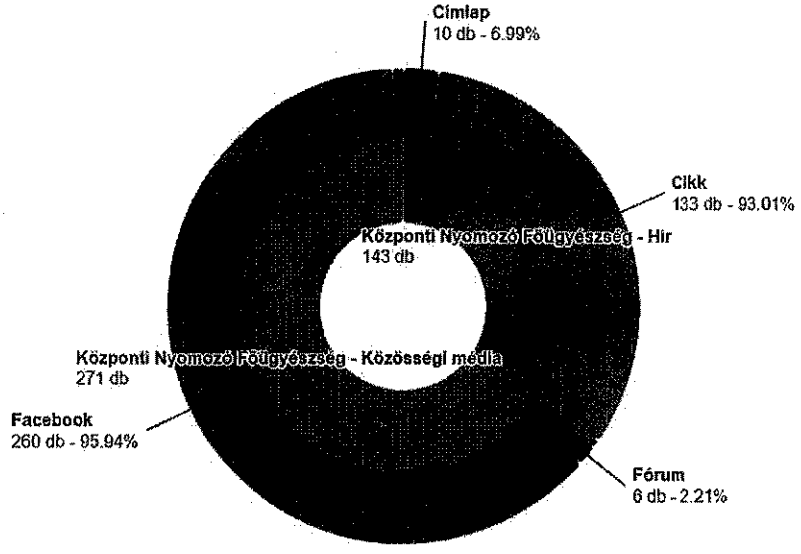


A fent látható ábrát minden elemzésünkben bemutatjuk, mert átfogó képet ad a vizsgált kulcsszó vagy kulcsszavak a digitális térben megjelent mennyiségéről, a tartalmak polaritásáról, valamint megmutatja, hogy mely platformokon volt a legnagyobb a kulcsszavakkal összefüggő aktivitás. Az adatok a mennyiségi trendek láthatóvá tétele mellett, rávilágítanak arra is, mely felületeken és milyen hangnemben formálódik leginkább a diskurzus. Emellett a legaktívabb – illetve legkritikusabb – szerzők, oldalak és visszatérő témák azonosításával segíti a kommunikációs kockázatok és beavatkozási pontok feltérképezését.

Az idei év bázis adatait a januári számok adják, így a következő hónapok méréseit ehhez az adatsorhoz viszonyítjuk majd: 2026 januárjában 414 olyan tartalmat rögzítettünk, amely a Központi Nyomozó Főügyészségre

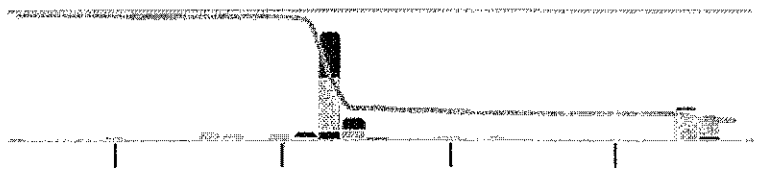
vonatkozó kulcsszavakat tartalmazta, ebből tízet a „címlap", 133-at a „cikk" kategóriába sorolt a rendszer (itt lehetnek átfedések a tartalmak között), 260 anyag jelent meg a Facebookon, a többi kisebb social média felületeken. A tartalmak megoszlása kiegyensúlyozottabb képet mutat, mintha a teljes, ügyészi szervezetre vonatkozó adatsort vennénk figyelembe. A teljes adathalmazban már hónapok óta kb. 90-10 százalékos arány figyelhető meg a Facebook „javára", vagyis az említések 90 százalékának forrása a legnagyobb közösségi felület, míg 10 százalékot rögzítünk a hagyományos digitális sajtóban.

Az alábbi ábrán az egyes platformokon megjelent, a KNYF-fel összefüggésbe hozható tartalmak volumene látható. A hagyományos digitális médiában leggyakrabban a „cikk" kategóriába sorolt anyagok jelennek meg, a social médiában pedig a Facebook számít a legtöbbször használt platformnak, ha az ügyészségről van szó.



Minden hónapban megmutatjuk azt is, hogy a kulcsszavakkal összefüggésbe hozható szövegek, képek vagy videók közül melyik volt a legtöbbször megosztott: 2026 januárjában a KNYF esetében ez egy álláshirdetés volt az ügyészség saját Facebook oldaláról.

Ugyanígy minden hónapban megvizsgáljuk azokat a napokat, amelyek a felrajzolható trendvonaltól eltérőek (a trendvonal az említések száma, azok pozitív-negatív besorolása alapján keletkezik), az alábbi grafikon ezt

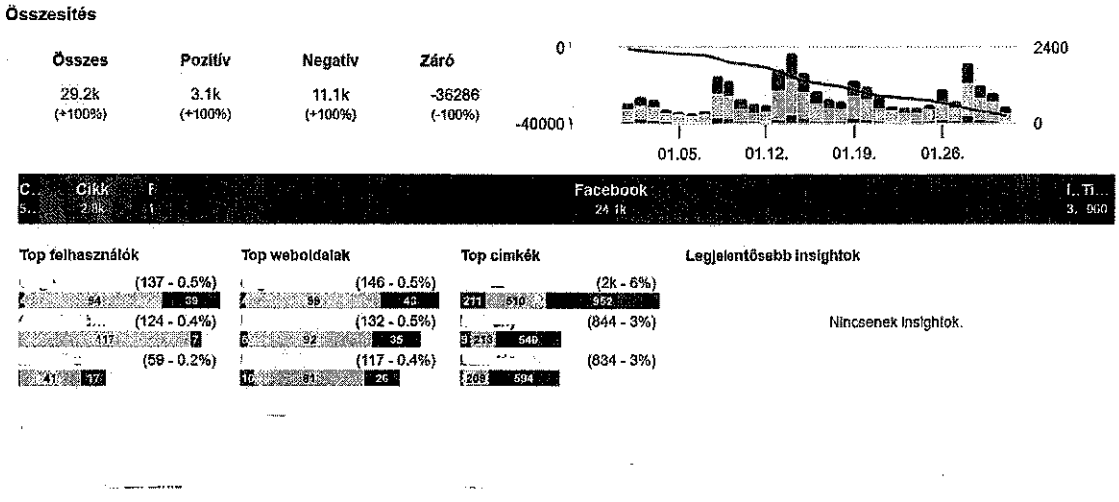


mutatja meg.

euroatlantic
business consultancy

Az ábrán látható, hogy egy olyan nap volt januárban, ami a trendvonalból kiemelkedett, 14-e, amikor a ismét írt a . A cikk címére azonnal klaviatúrát ragadott a Facebook közönsége

Mivel a KNYF a teljes szervezet szempontjából kulcsfontosságú, a politikusokat, közszereplőket érintő ügyek itt jelennek meg, ezért a teljes adatbázisra vonatkozó kutatást is bemutatjuk. Nagyon sok tartalom ui. nem nevezi meg, hogy az ügyészség mely szervezeti egysége járt vagy jár el egy ügyben, hanem csak egyszerűen általános alanyt használva „ügyészségként" hivatkozik a forrásra.



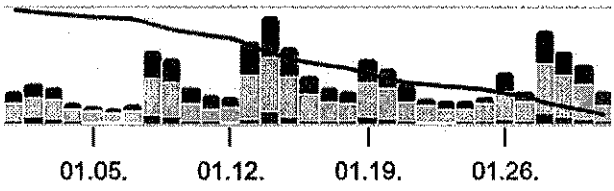
A teljes adatbázis összesítő ábráján látható a már fent említett asszimetria: a több mint 29 ezer említésből 24 ezer a Facebookon jelent meg, 2.7 ezer a hagyományos digitális sajtóban. A hónap legtöbb interakciót kiváltó posztja pedig egy videó volt,

A ezer követővel rendelkező önmagában több embert ér el, mint napi átlagban a legtöbb magyar netes portál (ezzel a követőszámmal minden egyes nap az első tíz helyezett között lenne, és szinte mindig megverné az egyik meghatározó).

Az említett videóját ezren kedvelték és ezren osztották meg. A szerző befolyásolási képessége, brandértéke így jóval meghaladja a legtöbb szerkesztett tartalommal megjelenő médiumét.

euroatlantic
business consultancy

A teles adatbázisban jól azonosíthatók a trendvonalból kiemelkedő napok is.



Több ilyen periódus is volt januárban, a legerősebb médiaterhelést jelentették, de nagy figyelmet kapott a

Ha ezzel összevetjük a hagyományos digitális média alapján végzett kutatásunk adatait, akkor azt látjuk, hogy a KNYF, mint a „legforróbb" témák kezelője egyszerre jelent meg, mint közjogi szereplő és mint a büntetőigény érvényesítésének mindennapi letéteményese.

Részletesebben, a hagyományos digitális média alapján végzett elemzés is azt mutatja, hogy a KNYF-et érintő kommunikáció kiemelten érzékeny ügyekhez kapcsolható. A hónap során az intézmény neve elsősorban három tematikus területen jelent meg hangsúlyosan:

euroatlantic
business consultancy

Ezek a megjelenések egyértelműen azt mutatták, hogy a KNYF médiabeli jelenléte elsősorban nagy horderejű, relevanciával bíró ügyekhez kötődik, és kevésbé kapcsolódik a rutinszerű bűnüldözési tevékenységhez.

A legnagyobb médiavisszhangot a váltotta ki, amelyben a KNYF központi szereplőként jelent meg. A sajtó beszámolt arról, hogy

Ez a kommunikációs keret kettős hatást eredményezett: egyrészt a KNYF-et aktív, a rendszerszintű felelősségi kérdéseket is feltáró nyomozó hatóságként jelenítette meg, másrészt a politikai és sajtóviták tárgyává váltak. Ennek következtében az intézmény szerepe túlmutatott a büntetőeljárások technikai lebonyolításán, és a hatósági működés integritását vizsgáló, kontrollfunkciót is ellátó szervezetként jelent meg a nyilvánosságban.

A hónap második felében a médiamegjelenések egy másik hangsúlyos témája a

volt. Az ügy kommunikációs fókuszában elsősorban a kérdése állt, különös tekintettel arra, hogy az A KNYF tájékoztatása alapján az eljárás nincs, ugyanakkor megalapozott gyanú felmerülése esetén a

A sajtómegjelenések jelentős része ezt a kérdést kontextusba helyezte, ami a KNYF-et közvetve a részeként jelenítette meg, noha az intézmény kommunikációja alapvetően eljárásjogi tények közlésére szorítkozott. Ez a tematika jól mutatta, hogy a KNYF működése bizonyos ügyekben szükségszerűen közjogi és politikai értelmezési térbe kerül, még akkor is, ha az ügyészségi megszólalások szigorúan szakmai keretek között maradnak.

Emellett több sajtóanyag foglalkozott olyan esetekkel is, amelyekben vetette fel a büntetőjogi felelősség kérdését. Ezekben az ügyekben a KNYF szerepe jellemzően abban állt, hogy a hozzá érkező beadványokat feljelentésként értékelte, illetve a hatáskörrel rendelkező nyomozó hatósághoz továbbította, vagy tájékoztatást adott arról, hogy az adott ügyben nincs folyamatban büntetőeljárás. Ez a megjelenési forma a KNYF-et a hatósági működés törvényességét felügyelő, kontrollfunkciót ellátó intézményként

pozicionálta. Kommunikációs szempontból ez a szerep stabil, ugyanakkor érzékeny, mivel minden olyan ügy, amely a hatóságok korábbi döntéseit vagy esetleges mulasztásait érinti, fokozott közéleti figyelmet generál.

A médiadinamika szempontjából megállapítható, hogy a KNYF megjelenései elsősorban országos online hírportálokon és politikai tematikájú felületeken koncentrálódtak, míg regionális vagy kisebb jelentőségű bűnügyekben az intézmény neve ritkábban jelent meg hangsúlyosan. A legnagyobb médiaterhelést

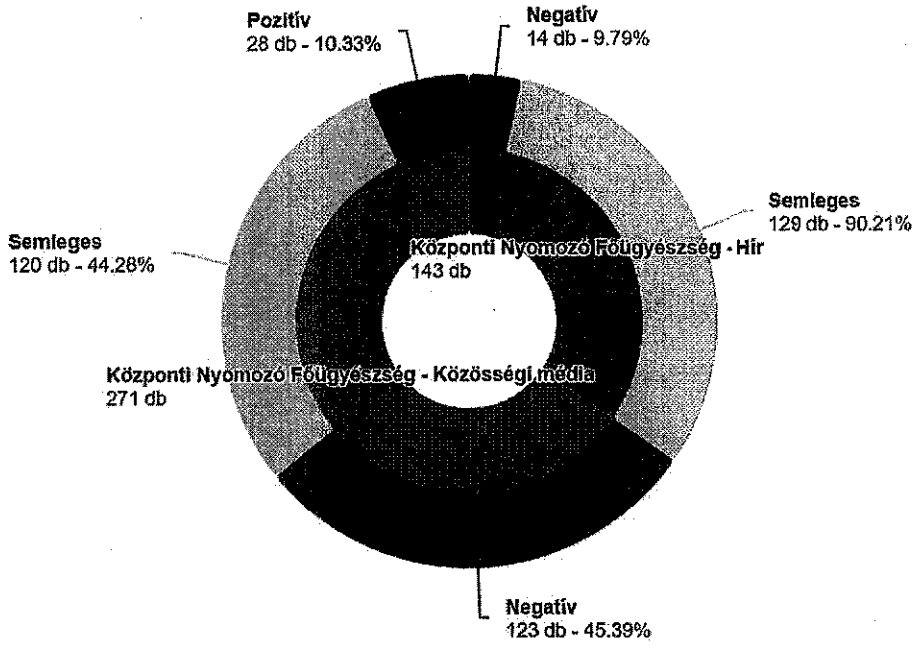
generálták, amelyek egyértelmű kommunikációs csúcspontokat jelentettek. Ezekkel szemben a hónap többi részében a megjelenések inkább tényszerűek, alacsonyabb intenzitásúak voltak, és elsősorban az eljárási státusz pontosítására korlátozódtak.

Összességében a januári sajtókép alapján a Központi Nyomozó Főügyészség három, jól elkülöníthető intézményi szerepben jelent meg a nyilvánosságban: egyrészt kiemelt, rendszerszintű jelentőségű bűnügyek nyomozó hatóságaként, másrészt
ügyek eljáró szerveként, harmadrészt pedig a

. A kommunikációs környezetet erősen meghatározta a politikai polarizáció, amelynek következtében a KNYF szakmai jellegű, eljárásjogi válaszai gyakran

politikai értelmezési keretbe kerültek. Ugyanakkor az intézmény a sajtómegjelenésekben következetesen a hatáskör, az eljárási státusz és a nyomozás szakaszának pontos meghatározására helyezte a hangsúlyt, ami a kiemelt figyelemmel kísért ügyekben is a szakmai működés stabilitását és jogszerűségét erősítő képet közvetített.

Érzelmi grafikon



Havi rendszerességgel elkészítjük az ügyészséggel kapcsolatos tartalmak elemzését is. Ez több kihívást is tartogat, egyrészt mert a köznyelv és jogi szaknyelv jelentős mértékben eltér egymástól, másrészt mert ami az ügyészség számára eredmény, vagyis pozitív/kedvező történés

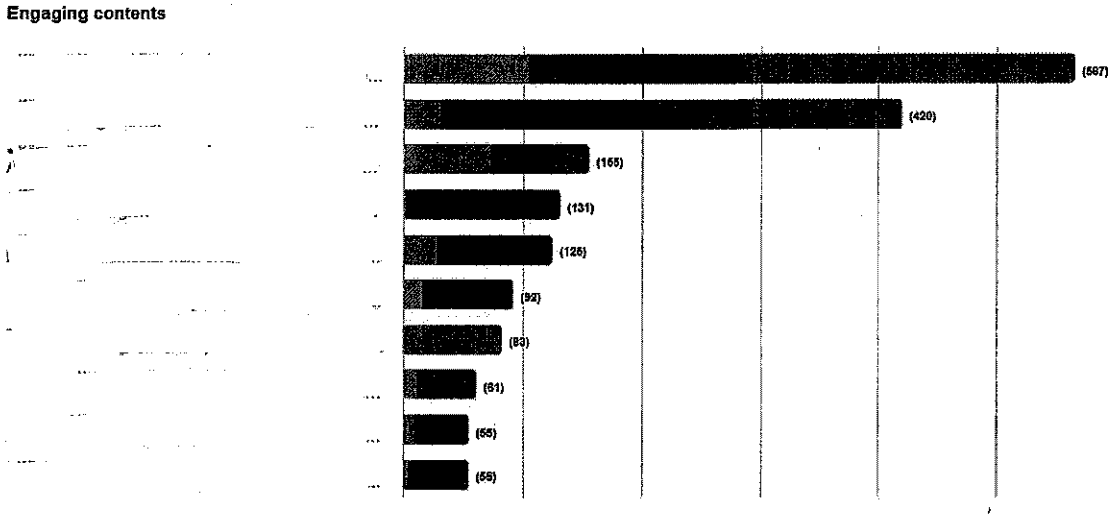
euroatlantic
business consultancy

(például vádemelés), az a köznyelvben negatív jelentéssel bír. Ugyanakkor az általunk [illegible], vagyis nem érdektelen időről-időre ránézni a szervezettel kapcsolatba hozható tartalmak érzelmi beállítottságára.

A KNYF-fel kapcsolatba hozható szövegek, képek, videók megítélése nagyon hasonló, mint amit az ügyészség egészére vonatkozó adatsor alapján mondhatunk: az érzelemvezérelt közösségi médiában sokkal magasabb a negatív megjelenések aránya, mint a hírmédiában. A közösségi médiában a megjelent tartalmak 44.2 százaléka semleges, 45.3 százaléka negatív és 10.3 százaléka pozitív. A hagyományos digitális médiában az anyagok 90.2 százaléka semleges volt és 9.7 százaléka negatív. Vagyis a klasszikus sajtó – legyen az digitális vagy az offline digitális lenyomata – szinte minden esetben semlegesen, objektíven közvetíti a KNYF-fel összefüggő tartalmakat. Ezt kedvező jelenségként értékeljük, hiszen a szervezet státuszából, feladataiból következik, hogy az objektív, tárgyilagos hangvételű közlések esnek egybe azzal a képpel, amit az ügyészség közvetíteni szeretne magáról. Ez a törekvés kevéssé érvényesül a közösségi platformokon, amelyeken a civil „beszélők" számossága, stílusa, érzelmi beállítottsága erősen befolyásolja a kommunikáció minőségét.

A legtöbbinterakciót kiváltó témák

euroatlantic
business consultancy



2026 januárjában összegyűjtöttük azokat a témákat is, amelyek a legtöbb interakciót generálták a KNYF témái közül. Az első tíz legtöbb reakciót kiváltó tartalom közül hét foglalkozott, a szerzők között pedig szerepeltek. A legtöbb interakciót a posztja váltotta ki, amelyben azt a kérdéskört dolgozta fel, hogy

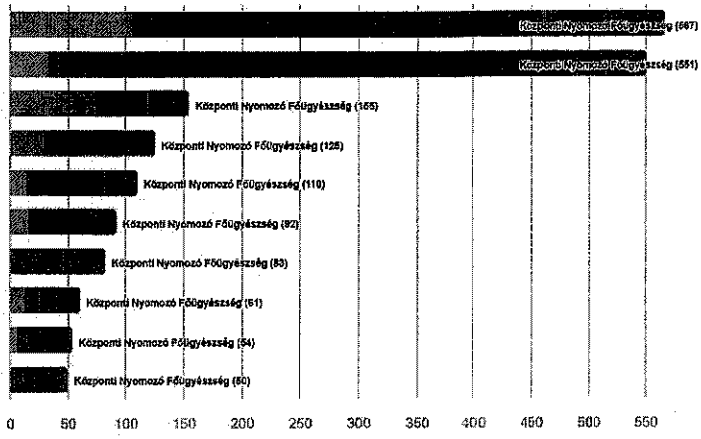
Ugyanezt a kérdést taglalta a lista harmadik helyén szereplő A sorrendben ötödik szöveg az megosztása (ez került egyébként a nyolcadik helyre is), amelyben

euroatlantic
business consultancy

Lényegében ugyanezeket a témákat ismételte meg a (6. hely), az (7.hely) és (10.hely) is.

Három olyan téma volt a tízes listában, amelyek nem a legtöbb interakciót kiváltó tartalmak listáján második lett az az ügyészségi saját tartalom, amelyben számolt be az oldal, negyedik helyre került a sorban a már említett álláshirdetés és kilencedik lett szóló poszt.

Megítélésünk szerint ez a lista mutatja meg legpontosabban, hogy mennyire , mekkora hatása, befolyása van a médiafogyasztókra és hogy Ennek az összesítésnek egy másik aspektusát ábrázolja az a grafikon, amely a legtöbb interakciót generáló tartalomkészítőket mutatja.



A lista végén, a 9. és 10. helyen szerepel , az

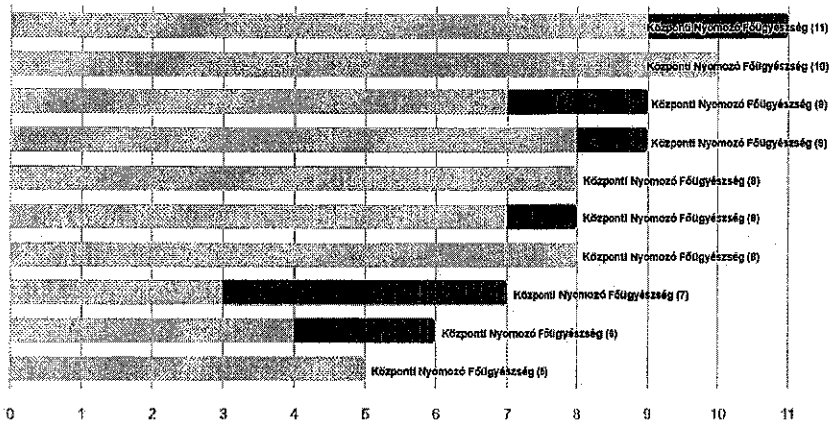
Előbbi „

a híreket, utóbbi

oldallá vált, amelynek

funkciója továbbra is ugyanaz, minél több helyre szétosztani a híreket.

A KNYF-fel leggyakrabban foglalkozó lapok



Érdemes azt is tudni, hogy mely csatornák foglalkoznak a leggyakrabban, olyan tartalmakkal, amelyekben a KNYF is felbukkan. E feltételrendszer alapján is összeállítottunk egy tízes listát, amelyet a már említett vezet, majd követ. Utóbbi kettőről érdemes tudni, hogy azon kevés közé tartoznak, amelyek még szakújságírókat foglalkoztatnak, így rendszeresen megjelennek bűnügyi hírek, az ügyészséget érintő tartalmak is az oldalakon. Negyedik helyen szerepel , majd a , a és a következik. Az szerkesztőségi irányelve, hogy kiad minden fontos hírt, a pedig továbbra is erős bűnügyi tematikában. A , a és a elsősorban az ellenzék által fontosnak tartott témák miatt emlegeti gyakran az ügyészséget, s így a KNYF-et is. Míg a a bűnügyek iránti érdeklődése, az pedig a közösség aktivitása miatt került a listára.

euroatlantic
business consultancy

Javaslatok

A januári médiakép alapján indokolt a proaktív, kontextusteremtő kommunikáció erősítése a kiemelt figyelmet kapó ügyekben. A tapasztalatok azt mutatják, hogy a médiaterhelés és a közösségi reakciók intenzitása egy-egy konkrét ügy új fejleményeihez kapcsolódik, és ezekben az esetekben az információhiány gyorsan találgatásokkal és érzelmi alapú értelmezésekkel töltődik fel. Ennek mérséklése érdekében célszerű rendszeres, közérthető formában bemutatni az eljárások aktuális státuszát, azok jogi kereteit és az egyes eljáró hatóságok hatásköreit.

Különösen fontos a közösségi médiában való tudatosabb jelenlét, mivel ez a tér meghatározó szerepet játszik a KNYF megítélésének formálásában, és itt jelennek meg legnagyobb arányban az érzelmileg telített, kritikus tartalmak. Ennek kezelése nem elsősorban a vitákban való részvételt, hanem a szakmai szempontok látható és érthető képviseletét igényli. Rövid, tényszerű és közérthető tartalmak – például magyarázó posztok vagy vizuális összefoglalók – alkalmazása segíthet abban, hogy a hivatalos információk gyorsan és közvetlenül eljussanak a nyilvánossághoz, és mérsékeljék a félreértelmezések kialakulásának kockázatát.

Emellett célszerű következetesen erősíteni azt a kommunikációs keretet, amely a KNYF-et a törvényesség érvényesítésének és a hatósági működés

kontrolljának garanciális szereplőjeként mutatja be. A médiamegjelenések alapján az intézmény gyakran olyan ügyekben jelenik meg, amelyek túlmutatnak az egyedi büntetőeljárásokon, és szélesebb közéleti vagy intézményi felelősségi kérdéseket is érintenek. Ennek tudatos kommunikációja hozzájárulhat ahhoz, hogy a KNYF működése ne kizárólag az egyes ügyekhez kapcsolódó konfliktusokon keresztül jelenjen meg, hanem stabil, jogállami funkciót ellátó intézményként rögzüljön a nyilvánosságban.