euroatlantic
business consultancy

Vezetői összefoglaló a Központi Nyomozó Főügyészséggel kapcsolatos médiaaktivitásokról

forrás: 2026. május

készítette: Euroatlantic Zrt.

Fontosabb megállapítások:

- májusban csökkent a KNYF-fel kapcsolatos médiamegjelenések száma, de sok esetben a szervezetre nem önálló egységként, hanem mint „ügyészség" hivatkozik a sajtó vagy a közösségi médiában posztoló szerző, ezért feltételezésünk szerint a volumencsökkenés csak látszólagos
- a KNYF-ről szóló diskurzust egyértelműen a Facebook dominálta, a reputációs hatást elsősorban az itt terjedő értelmezések, megosztások és kommentárok alakították
- a KNYF májusi médiaképe

  köré szerveződött, a legfontosabb napirendi témák

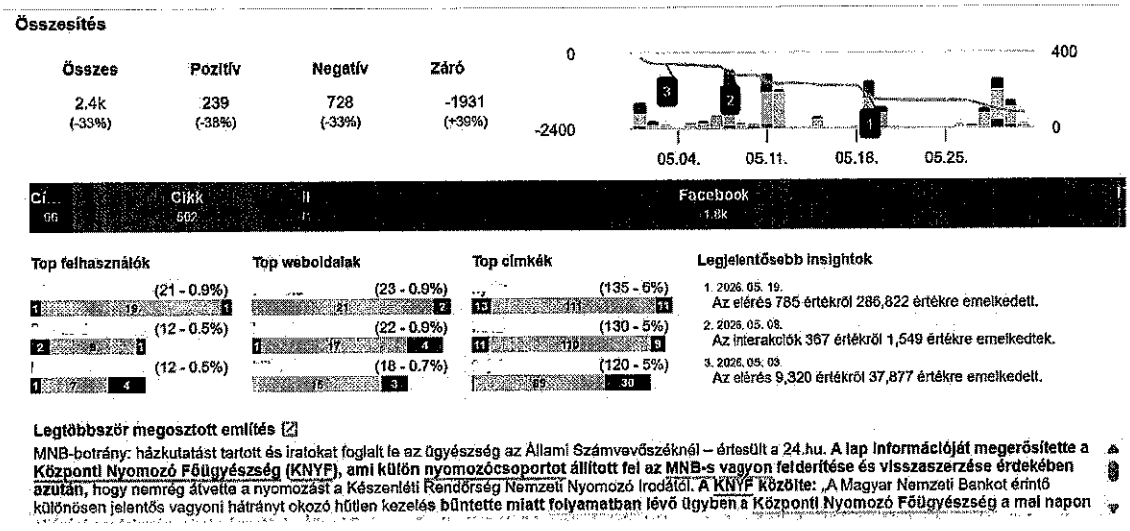
, valamint több eljárási kommunikációs ügy volt, a

euroatlantic
business consultancy

szervezet így elsősorban

jelent meg

Részletes elemzés

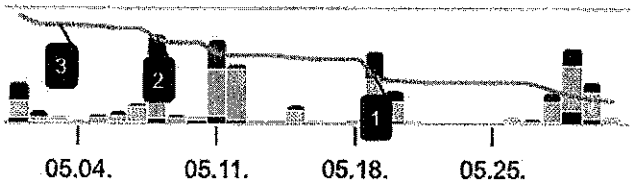


A Központi Nyomozó Főügyészséggel kapcsolatos híreket, digitális tartalmakat elemezve azt láttuk, hogy mérsékeltebb volumenű, de reputációs szempontból továbbra is érzékeny az a környezet, amelyben a szervezet működni és kommunikálni kénytelen. Az összes említés száma 2,4 ezer, ami 33 százalékos csökkenés az előző időszakhoz képest. A pozitív említések száma 239 volt, 38 százalékos visszaeséssel, míg a negatív említések száma 728, szintén 33 százalékkal alacsonyabb. A záró WOI-érték –1931, ami továbbra is negatív összhatást jelez, ugyanakkor az

előző időszakhoz képest 39 százalékos javulás látható. Ez arra utal, hogy a KNYF-ről szóló médiatér kevésbé volt intenzív, de a szervezet megítélése még nem fordult át pozitív vagy semleges tartományba.

vagyis az adott időszak médiamegjelenéseinek összesített reputációs hatása.)

A forrástípusok megoszlása alapján a KNYF-ről szóló diskurzust egyértelműen a Facebook dominálta: az összes említésből körülbelül 1,8 ezer ehhez a platformhoz kötődött. A cikkek száma 502, ami a teljes volumenhez képest érdemi, de jóval kisebb arányt képvisel. Ez azt mutatja, hogy a KNYF megjelenései egyszerre voltak jelen a szerkesztőségi hírfolyamban és a közösségi médiában, de a reputációs hatást elsősorban a Facebookon terjedő értelmezések és megosztások alakították.



A hónap során több aktivitási csúcs látható. Az első kiugrás május 3–4. körül, a második május 8–11. között, a harmadik pedig május 19. körül jelentkezett. A legjelentősebb i nt május -én az elérés 785-ről

euroatlantic
business consultancy

286 822-re emelkedett, ami egyértelműen kiemelt médiatörténésre utal. Ez

kapcsolódott. A hónap vége felé újabb kisebb aktivitási hullám látható, amely

kapcsolódhatott.

A top címkék alapján a KNYF májusi médiaképét három kulcsfogalom határozta meg: nyomozó, és feljelentés. A „**nyomozó**" címke 135 említéssel, az „ " 130 említéssel, a „**feljelentés**" pedig 120 említéssel szerepelt. Ez pontosan kijelöli a szervezet májusi tematizációját: a KNYF elsősorban nem általános intézményi szerepben, hanem konkrét nyomozati ügyek, különösen a a hozzá kapcsolódó feljelentések, kutatások, lefoglalások kapcsán jelent meg.

A legtöbbször megosztott említés, volt, amely megerősíti, hogy a hónap legerősebb tartalma kapcsolódott. A poszt arról szólt, hogy

Ez a megjelenés azért jelentős, mert a KNYF-

et határozott, cselekvő nyomozóhatóságként mutatta be

ügyben.

Napirend – május

A szervezettel összefüggő digitális megjelenéseket aszerint is megvizsgáltuk, hogy azok mennyiben köthetők híroldalakhoz és mennyire korlátozódnak a közösségi médiára. A májusi adatok alapján a Központi Nyomozó Főügyészség médiamegjelenéseit elsősorban nagy

ügyek határozták meg – tehát ebben a részhalmazban is ugyanazt a jelenséget rögzítettük. A KNYF nem általános intézményi szereplőként jelent meg, hanem konkrét, magas közéleti érzékenységű nyomozásokhoz kapcsolódva. A megjelenések többsége

vizsgálata köré szerveződött.

A legfontosabb KNYF-hez kapcsolódó ügy

volt. A sajtó több hullámban dolgozta fel, hogy

A kommunikációban hangsúlyosan megjelent, hogy

euroatlantic
business consultancy

. A hónap végén az ügy újabb erős médiavisszhangot kapott, amikor a KNYF

egyik központi hatósági szereplőjeként jelenítette meg.

A másik kiemelt ügy ügye volt. A KNYF miatt vonta eljárás alá . A hatóság

. Az ügy médiaképe azért vált erősen politikai jellegűvé, mert

jelentek meg benne. A megjelenések jelentős része , tárgyalta.

Jelentős sajtófigyelmet kapott

euroatlantic
business consultancy

gyanúját vetette fel. Az ügy a KNYF-et szereplőjeként mutatta be.

Külön ügycsoportként jelent meg miatt tett . A sajtó szerint gyanúja miatt tettek feljelentést a Központi Nyomozó Főügyészségen. A megjelenésekben a is kö[illegible] e. Ez az ügy azért volt jelentős, mert a KNYF-hez érkező feljelentés lehetőségét vetette fel.

ügy kisebb volumenű, de eljárási kommunikációs szempontból fontos KNYF-megjelenés volt. A sajtóban megjelent, hogy

euroatlantic
business consultancy

. Ezt a KNYF szóvivője erősítette meg. A megjelenés jelentősége abban áll, hogy a KNYF ebben az esetben nem látványos nyomozati cselekmény, hanem az eljárási státusz pontosítása révén került a nyilvánosságba.

ügy szintén megjelent KNYF-vonatkozásban. A sajtó ügyében azt idézte fel, hogy

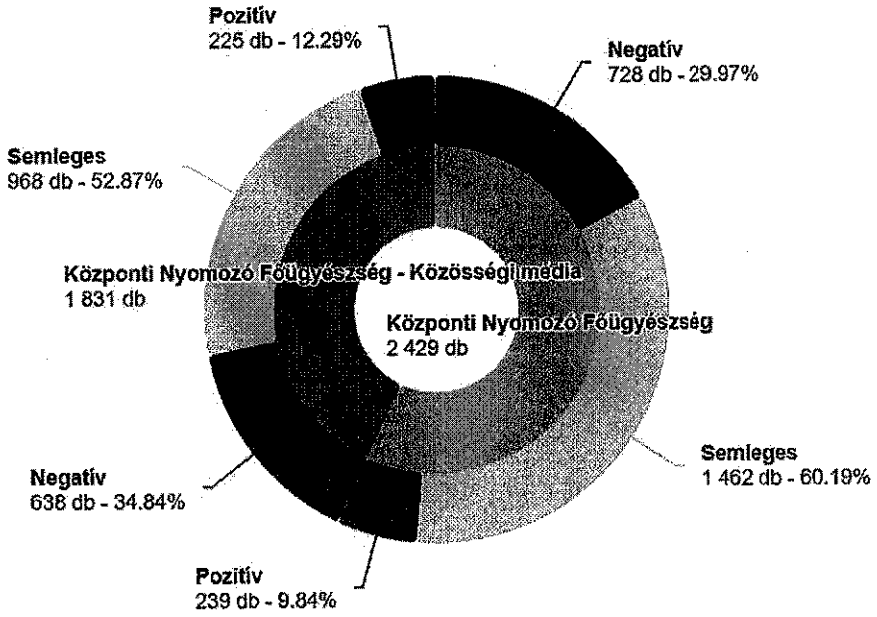
Ez a megjelenés a KNYF számára az eljárási értelmezés és a közvélemény számára félreérthető bírósági döntések magyarázatának jelentőségét mutatta.

A KNYF májusi médiaképe koncentrált, de nagy súlyú ügyek mentén alakult. A szervezet megjelenései nem rutinszerű bűnügyi kommunikációhoz, hanem elsősorban érzékeny nyomozásokhoz kapcsolódtak. A legerősebb médiahatást kötött váltotta ki.

euroatlantic
business consultancy

Kommunikációs szempontból a KNYF számára a legfontosabb kihívás az, hogy eljárásai szinte automatikusan politikai értelmezési térbe kerülnek. Ezért a szervezet hitelességét elsősorban a visszafogott, tényszerű, jogilag pontos és következetes kommunikáció erősítheti. Különösen fontos az eljárási státuszok, hatáskörök, nyomozati lépések és jogi korlátok világos magyarázata, mert ezek hiányában a közvéleményben könnyen politikai elfogultságról, késlekedésről vagy részrehajlásról szóló narratívák erősödhetnek meg.

Érzelmi grafikon



A KNYF-fel kapcsolatos májusi tartalmak érzelmi beállítottsága forrástípusonként eltérő képet mutat: összességében a semleges hangvétel dominál, de a közösségi médiában jóval erősebb a negatív tónus, ahogy azt az ügyészség egésze szempontjából is rögzítettük.

A teljes adatkörben 2429 említés szerepel. Ebből 1462 semleges, ami 60,19 százalékos arányt jelent. A negatív tartalmak száma 728, arányuk 29,97 százalék, míg a pozitív tartalmak száma 239, ami 9,84 százalék. Ez alapján a KNYF májusi médiaképe alapvetően semleges, de jelentős negatív kitettséggel terhelt.

euroatlantic
business consultancy

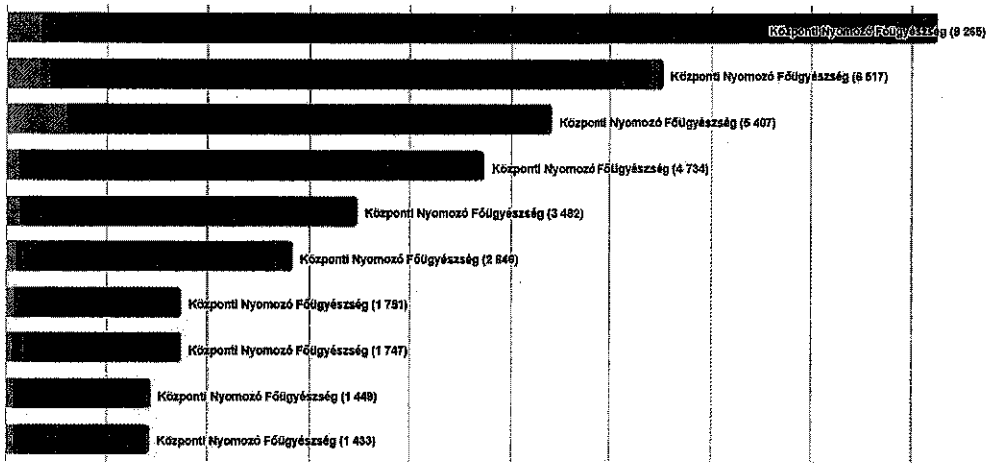
A közösségi médiában összesen 1831 említés jelent meg. Ezek közül 968 semleges, vagyis 52,87 százalék, 638 negatív, vagyis 34,84 százalék, és 225 pozitív, ami 12,29 százalékos arányt jelent. A közösségi térben tehát a semleges tartalmak továbbra is többségben vannak, de a negatív említések aránya jóval magasabb, mint ami egy tisztán eljáráskövető, szakmai intézményi megjelenésnél kedvező lenne. Ez arra utal, hogy a KNYF-ről szóló ügyek a közösségi médiában könnyen politikai, kritikus vagy indulati értelmezést kapnak.

Összességében a KNYF májusi megjelenéseinek többsége semleges volt, de a közösségi médiában közel minden harmadik tartalom negatív hangvételű. Ez azt jelzi, hogy a szervezet szakmai működéséről szóló hírek a közösségi térben könnyen reputációs kockázattá alakulnak, különösen a politikailag érzékeny és közpénzügyi ügyek esetében.

A legtöbbinterakciót generáló szerzők

euroatlantic
business consultancy

Legtöbb interakciót generáló szerzők



Érdekes megvizsgálni, hogy mely szerzők váltják ki a legnagyobb aktivitást a közösségi térben. Azt látjuk, hogy a Központi Nyomozó Főügyészséggel kapcsolatos közösségi médiás interakciók erősen koncentráltak: néhány médium és közéleti szereplő posztjai generálták a legnagyobb aktivitást. A lista élén interakcióval, ami jelentős előnyt jelent a többi szereplőhöz képest. jellemzően értelmezési keretben dolgozza fel az ügyeket, ezért az interakciók magas száma azt is jelzi, hogy a KNYF megjelenései nem pusztán hírként, hanem ügyként terjedtek.

A második helyen szerepel interakcióval, majd a következik interakcióval. Ez a két szereplő azt mutatja,

euroatlantic
business consultancy

hogy a KNYF-ről szóló tartalmak nem egyetlen oldalon vagy médiatérben jelentek meg intenzíven, hanem több eltérő közönségű felületen is képesek voltak figyelmet kiváltani. jelenléte különösen fontos, mert a KNYF-ügyek értelmezési mezőben is aktívan tematizálódtak.

A negyedik helyen interakcióval, ami arra utal, hogy a KNYF-hez kapcsolódó ügyek között is jelentős hatást tudott elérni. Ez feltehetően kapcsolódó kommunikációval függ össze, amely a KNYF-et vizsgálatához kötötte.

A klasszikus online hírportálok közül interakciót generált. Ezek a szereplők a KNYF-hez kapcsolódó ügyeket elsősorban közéleti, keretben dolgozták fel. A számok alapján ugyanakkor a nagy hírportálok interakciós hatása ebben az adatkörben elmaradt teljesítményétől.

A lista végén szerepelnek, 1400–1750 közötti interakcióval. Jelenlétük azt mutatja, hogy a KNYF

témái véleményformálói és közéleti kommentátori szinten is terjedtek. Ez reputációs szempontból azért fontos, mert az ilyen szereplők sokszor nem egyszerűen továbbosztják a híreket, hanem értelmezési keretet is adnak hozzájuk.

Javaslatok

A legfontosabb feladat a KNYF kommunikációjának következetes eljárási keretben tartása. Minden jelentősebb ügyben világosan el kell magyarázni, hogy mi történt, milyen jogszabályi alapon, milyen hatáskörben jár el az ügyészség, és mi a következő eljárási lépés. Ez különösen azért fontos, mert a májusi ügyek jelentős részét a sajtó politikai időzítésként vagy intézményi állásfoglalásként értelmezte, miközben a szervezetnek a szakmai, törvényességi és eljárásjogi logikát kell láthatóvá tennie.

A KNYF legerősebb pozitívabb megjelenései azokhoz az ügyekhez kapcsolódnak, amelyekben látható a konkrét hatósági cselekvés, például kutatás, lefoglalás vagy összehangolt bűnügyi akció. Ezeket érdemes jobban kiemelni, a társadalmi hasznosságot említeni, illetve azokban az ügyekben, amelyekben az nem veszélyezteti az eljárás érdekeit, a részletes beszámoló lehetőségével minél többször élni.