euroatlantic
business consultancy

Vezetői összefoglaló a Központi Nyomozó Főügyészséggel kapcsolatos médiaaktivitásokról

forrás: 2026. szeptember

készítette: Euroatlantic Zrt.

Fontosabb megállapítások:

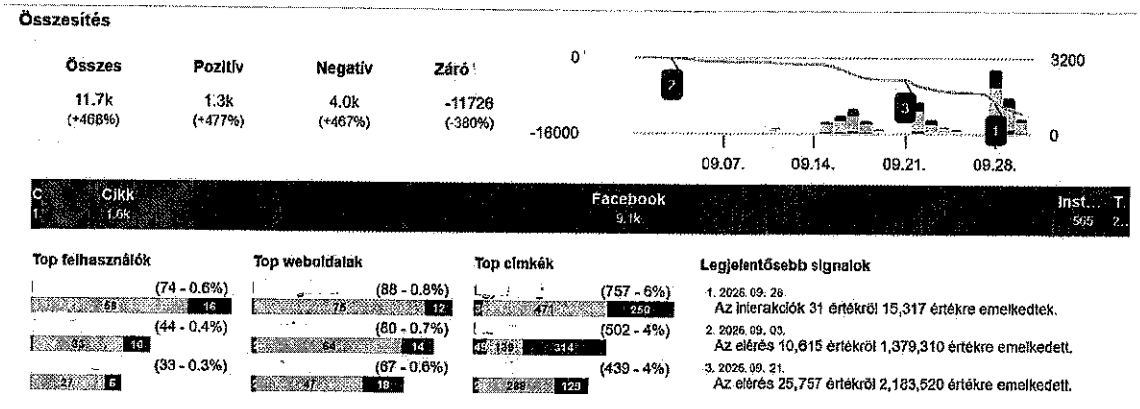
- csaknem hatszorosára nőtt a KNYF-et övező online figyelem, szeptemberben mintegy 11,7 ezer említést rögzítettünk, ami 468%-os növekedés augusztushoz képest
- a szervezetről kialakuló képet továbbra is elsősorban a közösségi média alakítja, az érzelmi elemzésben vizsgált említések 85,3%-a közösségi felületekről származott
- tartós intézményi bizalmi kérdéssé vált, a téma legalább tíz napon át szerepelt a sajtóban, és a szeptember 17-i, illetve 22-i figyelemcsúcsot is meghatározta
- a konkrét ügyek közül uralta a szerkesztett média napirendjét, mindkettő 12 napon át jelen volt a sajtóban

euroatlantic
business consultancy

- a Facebook-aktivitás néhány szereplőnél összpontosult, a tíz kiemelt oldal interakcióinak 78,7%-át
  oldala generálta
- a KNYF megítélését más ügyészségi szervek körüli viták is terhelték, a közlésekben gyakran összemosódtak az intézményi hatáskörök, így más szervek döntéseinek kritikája is átterjedt a KNYF-re
- a hónap egyik legfontosabb kommunikációs tanulsága ezért az eljáró szerv, a hatáskör és a döntések indokainak következetes, közérthető megnevezése

Részletes elemzés

euroatlantic
business consultancy



Nem túlzás azt állítani, hogy 2026 szeptemberében „felrobbant" a hírpiac, ha a Központi Nyomozó Főügyészség (KNYF) szempontjából vizsgáljuk a hónap digitálisan elérhető tartalmait: a rögzített 11,7 ezer említés és a 468%-os növekedés azt jelenti, hogy a KNYF-et érintő diskurzus az előző hónaphoz képest csaknem hatszorosára bővült. A szervezet neve, ügyei és a hozzá kapcsolt kontextus olyan erős politikai üzenetet közvetített, amelyben az egyedi eljárási döntések könnyen az egész intézmény függetlenségéről és hitelességéről szóló állításokká váltak.

A KNYF számára ebben az értelmezési környezetben az egyik legfontosabb kockázat az intézményi hatáskörök összemosódása volt. A közönség az egyes ügyészségek döntéseit gyakran általánosan „az

ügyészség" döntéseként értelmezte, vagyis más ügyészségi szervezetek körüli viták is a KNYF megítélésére hatottak.

Jól példázza ezt a hónap leggyakrabban megosztott említése, amely

nevéhez kapcsolható, aki

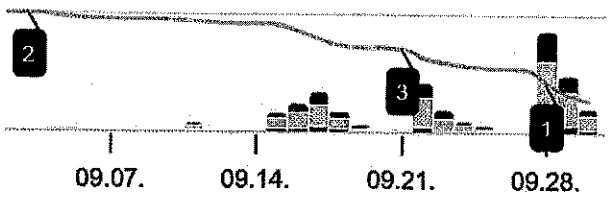
miatt posztolt. „….*Döbbenetes szégyen: alig néhány perccel azután, hogy a Legfőbb Ügyészség közleményben tudatta, elfogadhatatlannak tartja az ügyészeket megfélemlítő és nyomás alá helyező politikusi nyilatkozatokat,*

….." A szöveg ezer érzelemnyilvánítást váltott ki és ezer megosztást generált.

A bejegyzés egyúttal azt is megmutatja, milyen típusú állítás válhat különösen erőssé ebben a nyilvánosságban: a szerző az intézmény

nyilvánosan képviselt elvei és egy konkrét eljárási döntés között állított fel ellentmondást. A KNYF számára az ilyen, következetlenségnek mutatott megnyilvánulások kiemelt figyelmet igényelnek, mert egyetlen ügyön túlmutatva kérdőjelezhetik meg az intézményi működés hitelességét.

Egyébként, ahogy már több hónapja (és a szervezet egésze szempontjából több éve) a KNYF körüli nyilvánosságot is elsősorban a Facebook alakította. Az innen származó 9,1 ezer említés a teljes mennyiség közel 78%-át adta, míg a cikkekhez hozzávetőleg 14% kapcsolódott. Egy pontos intézményi közlemény hatása tehát attól is függött, hogy annak lényegi állításai megjelentek-e a későbbi posztokban és vitákban.



Mint a fenti ábra is mutatja, három olyan periódus volt a hónap során, amelyek a trendvonalból kiemelkedő érdeklődést mutattak a KNYF esetében, ezek a szeptember 17-ei, 22-ei és 28-ai napok. Megvizsgáltuk, hogy mi okozta a különös érdeklődést ezekben a periódusokban, és azt találtuk, hogy 17-én a váltott ki a szokásosnál több reakciót,

euroatlantic
business consultancy

ebben elemezték, ami ezer érzelemnyilvánítást és megosztást ért: „…

……". A szeptember 22-ei napon is a KNYF mozgatták a közösségi médiából tájékozódókat, ekkor az című oldal szövege váltott ki a megszokottnál több reakciót: „…

….." Szeptember 28-án – ezen a napon rögzítettük a trendvonalból a legnagyobb kiugrást – írása vált kedveltté, ebben az kapcsán megvalósult

„…

euroatlantic
business consultancy

….." Írása ezer érzelmi reagálást és ezer megosztást kapott.

A szerkesztett sajtó témastruktúrája

Szeptemberben a Központi Nyomozó Főügyészség sajtójelenlétét három témakör határozta meg:

A konkrét ügyek közül

szerepelt a legtöbbször a szerkesztett sajtóban.

1. Korrupciós és közpénzekkel kapcsolatos ügyek

euroatlantic
business consultancy

Ebbe a csoportba a mellett a

témákat soroltuk. Az több, egymástól eltérő sajtótémán keresztül maradt napirenden. A hónap első felében

került előtérbe. Később ügyészséget bíráló megszólalásai,

adtak újabb megjelenési alkalmat.

Téma	**Megjelenés napjainak száma**
	12
	12
	7

euroatlantic
business consultancy

Téma	Megjelenés napjainak száma
	5
	3
	2
	1
	1
	1
	1

A a hónap második felének egyik meghatározó témájává vált.

szóló tudósítások

követték. A hírek

is kiterjedtek.

Az a hónap végén

A az új eljárási fejlemények helyett elsősorban a

tartották fenn az érdeklődést.

2. Politikusok neveivel fémjelzett ügyek

Az ebbe a csoportba került ügyek átfedést mutatnak a korrupciós témákkal, azért emeltük ki külön mégis, mert az egyes személyek által generált érdeklődést is meg szerettük volna vizsgálni. Látható, hogy továbbra is a két nagy tábor vezetői a legvonzóbb vagy leginkább aktivitásra késztető

euroatlantic
business consultancy

személyek

Téma	Megjelenések száma
	12
	7
	6
	5
	5

4. A KNYF működését és megítélését érintő témák

Külön vizsgáltuk a

kapcsolódó vitát. Ez nem

euroatlantic
business consultancy

illeszthető egyszerűen a eljárások közé, mert sokkal inkább a KNYF megítéléséről, a szervezet integritásáról szól, mint a konkrét témákról. generált kérdések legalább 10 napon át jelen voltak a sajtóban, szeptember 10-étől szinte mindvégig,

A sajtó – a címadást leszámítva, és a közösségi médiához viszonyítva – semlegesen számolt be a fejleményekről, de önmagában a hír is annyira erős tartalom, hogy alkalmas az olvasótáborok megmozgatására.

A hónap végén további intézményi kérdések kerültek előtérbe:

Címkefelhő

euroatlantic
business consultancy



A KNYF-hez kapcsolódó online nyilvánosságban – a szervezet feladataiból következően – a büntetőjogi témák erősen összefonódnak a politikai és intézményi kérdésekkel. A legfeltűnőbb kifejezések az „ügyészség", a „Legfőbb Ügyészség", a „bűncselekmény", a „vezető" és a „Fidesz". Ez arra utal, hogy a szervezet említései az egyes ügyeken túl az ügyészség egészének működéséről, vezetéséről és politikai megítéléséről szóló közlésekben is megjelentek.

A képből négy hangsúlyos összefüggés olvasható ki:

- Korrupciós és vagyoni ügyek dominanciája. A „korrupció", „vesztegetés", „lopás", „vagyon" és „visszaélés" szavak hangsúlyos

jelenléte azt mutatja, hogy ezek a témák meghatározó részei voltak a kapcsolódó tartalmaknak. A szófelhő azonban nem mutatja meg, hogy az ügyészség ezekben eljáró hatóságként, kritika címzettjeként vagy más összefüggésben szerepelt-e, ezt már a politikai kontextusból tudjuk kikövetkeztetni.

- Erős politikai kapcsolódás. A „Fidesz" kiemelkedő mérete, valamint a „politika", „állam", „országgyűlés" és „elszámoltatás" megjelenése politikai értelmezési keretet jelez. Kommunikációs szempontból ez azt jelenti, hogy a szakmai eljárásokról szóló hírek is könnyen a politikai felelősség és a pártatlanság kérdésein keresztül kaptak figyelmet.

- A vezetés és az intézményi bizalom kérdése. A „vezető", „lemondás", „függetlenség", „felelősség" és „korrektség" együttes jelenléte arra utal, hogy a személyi és vezetési kérdések mellett az intézmény hitelessége is része volt a diskurzusnak.

- A KNYF önálló arculata kevésbé látható. Az „ügyészség" és a „Legfőbb Ügyészség" uralja a képet; a KNYF megnevezése a látható részben nem hangsúlyos, vagyis a közlésekben összemosódtak az

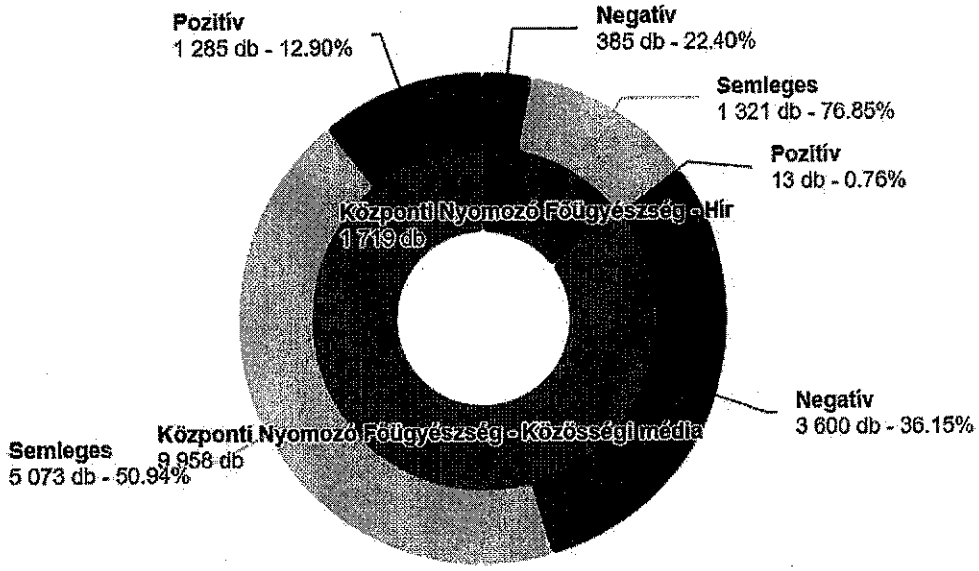
egyes ügyészségi szervezetek, így az egész intézményrendszer megítélése a KNYF értékelésére is hatással volt.

Érzelmi térkép

Továbbra is igaz az az állítás, hogy az ügyészséggel, így a KNYF-fel kapcsolatos hírek a szerkesztett médiában inkább semlegesek, mint érzelmekkel telítettek. Ezzel szemben tovább folytatódott a polarizáció a közösségi médiában

Szeptemberben a több mint 11. 6 ezer megjelenésből csaknem 10 ezret a közösségi médiában publikáltak, és csak alig valamivel több mint 1700-at a hírmédiában. Ez azt jelenti, hogy az említések 85,3%-a közösségi felületeken jelent meg: a szervezetről kialakuló online képet mennyiségileg

elsősorban ezek a tartalmak alakították.



A hírmédiában a megjelenések több mint háromnegyede semleges besorolású, ami összhangban volt az eljárásokról, nyomozásokról és ügyészségi döntésekről szóló tudósítások jellegével. A negatív tartalmak 22,4%-os aránya azonban számottevő. A pozitív megjelenések aránya elenyésző, de ebből nem következik, hogy a szakmai eredmények hiányoznának a hírekből: egy eredményes nyomozásról szóló tényszerű beszámoló is kaphat semleges besorolást (ez a elemzés sajátossága az ügyészség esetében).

euroatlantic
business consultancy

A közösségi médiában a tartalmak csaknem fele pozitív vagy negatív, míg a hírmédiában ez az arány körülbelül 23%. A negatív közlések aránya 13,75 százalékponttal magasabb, mint a hírek között, és számuk mintegy 9,4-szerese a hírmédiában mértnek. Ez jelentős kommunikációs terhelést jelez, bár a negatív besorolás önmagában nem bizonyítja, hogy minden ilyen közlés közvetlenül a KNYF-et bírálja.

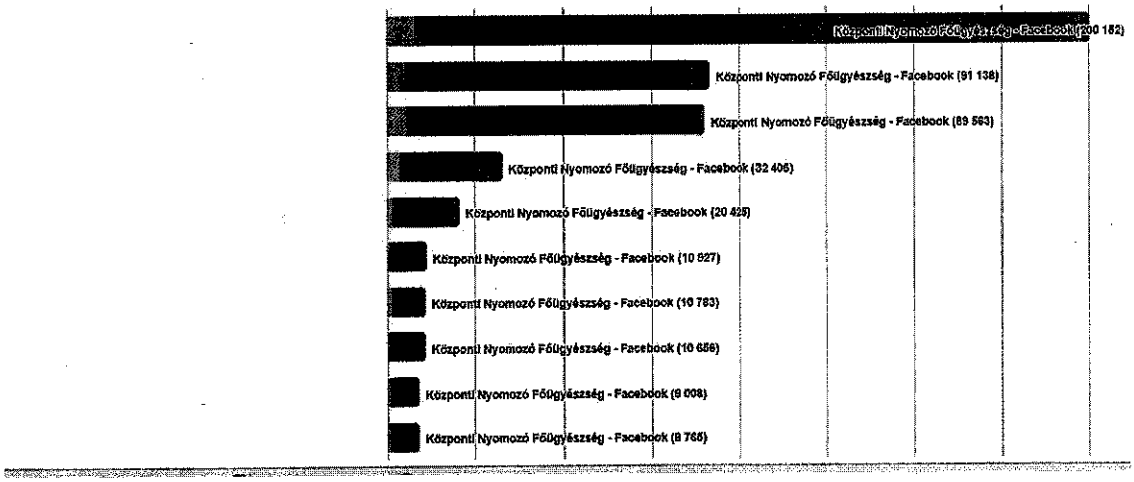
Figyelemre méltó, hogy a közösségi médiában pozitív tartalmak is érzékelhető arányban jelentek meg: az 1285 megjelenés, az összes közösségi említés 12,9%-a. A negatív közlések azonban ezeket is közel 2,8-szeresen meghaladták. A szervezet közösségi médiás képe tehát többirányú, de az érzelmileg minősített tartalmak között egyértelmű a negatív túlsúly.

Kommunikációs szempontból a fő feladat a hírekben megjelenő tényszerű információk közérthető továbbadása a közösségi felületeken, különösen az eljárási döntések indokainak, a hatásköröknek és a bizonyíthatóság követelményeinek bemutatása.

A legtöbb interakciót generáló Facebook-oldal

euroatlantic
business consultancy

A teljes kommunikációs képhez, illetve a negatív és pozitív közlések mennyiségének megítéléséhez hozzátartozik, hogy mely szereplők, vagy mely intézmények nevében beszélők váltották ki a legtöbb érzelmileg túlfűtött reakciót. Azt látjuk, hogy a KNYF-hez kapcsolódó Facebook-tartalmak körüli aktivitás erősen koncentrált: a tíz kiemelt oldal interakcióinak közel négyötödét három szereplő generálta.



oldala messze kiemelkedett a mezőnyből: több mint 200 ezer interakcióval a tíz bemutatott oldal összesített aktivitásának 41,4%-át adta. Ez több, mint a második helyezett és a harmadik helyezett együttes eredménye, amelyek 180 ezer

euroatlantic
business consultancy

interakciót generáltak. oldala tehát különösen erős közönségaktivitást váltott ki.

A 91 ezer, 89 ezer interakcióval csaknem azonos eredményt ért el. Az első három oldal együttesen 380 ezer interakciót gyűjtött, ami a tízes lista aktivitásának 78,7%-a. Ez azt jelzi, hogy a KNYF-et érintő témák közösségi médiás értelmezésében néhány nagy aktivitású szereplőnek meghatározó súlya volt. Kommunikációs szempontból minden olyan témára kiemelt figyelmet érdemes fordítani, amely ezen szereplők érdeklődését felkelti.

A következő csoportot az 32 ezer, illetve a 20 ezer interakcióval alkotta. Ez a két oldal új szereplője a kutatásoknak, az egy ezer követővel rendelkező híroldal, amelynek nemcsak közösségi médiás csatornája, hanem weblapja is van

személyes, ezer követővel rendelkező csatornája. Az első öt oldalhoz összesen a tízes lista interakcióinak 89,6%-a kapcsolódott. A fennmaradó öt szereplő –

– egyenként 8–10 ezer interakciót ért el.

A rangsorban politikusi oldalak, sajtófelületek, személyes elemzői és tematikus oldalak egyaránt szerepeltek. Ez azt mutatja, hogy a KNYF ügyei többféle közvetítőn keresztül jutottak el a közönséghez. A politikusi oldalak kiemelkedő teljesítménye azt jelzi, hogy a választások óta különös jelentősége van egy-egy szereplő megszólalásának, nagy várakozással és heves érzelmekkel követi a közönség az egyes oldalakhoz tartozók megnyilvánulásait.

Javaslatok:

A KNYF kommunikációjában az adatok alapján négy feladat élvezhet elsőbbséget:

- Érdemes erős határvonalat húzni a KNYF döntéseiről szóló közlések, a közvetlen szervezeti kritikák, és a más ügyészségekhez kapcsolódó témák között.
- A hatáskör és az eljárási szerep világos, közérthető magyarázata.
- A vitatott döntések közérthető indokolása. A jogilag közölhető keretek között célszerű választ adni arra is, hogy milyen feltételek alapján született a döntés, és mit lehet, illetve mit nem lehet abból következtetésként levonni.

euroatlantic
business consultancy

- Elsősorban azokat az állításokat érdemes azonosítani, amelyek politikai részrehajlást, tétlenséget vagy következetlen jogalkalmazást tulajdonítanak a szervezetnek; ezeknél kell mérlegelni a tényszerű pontosítás szükségességét.