euroatlantic
business consultancy

Vezetői összefoglaló az ügyészséggel kapcsolatos médiaaktivitásokról

forrás: 2026. augusztus

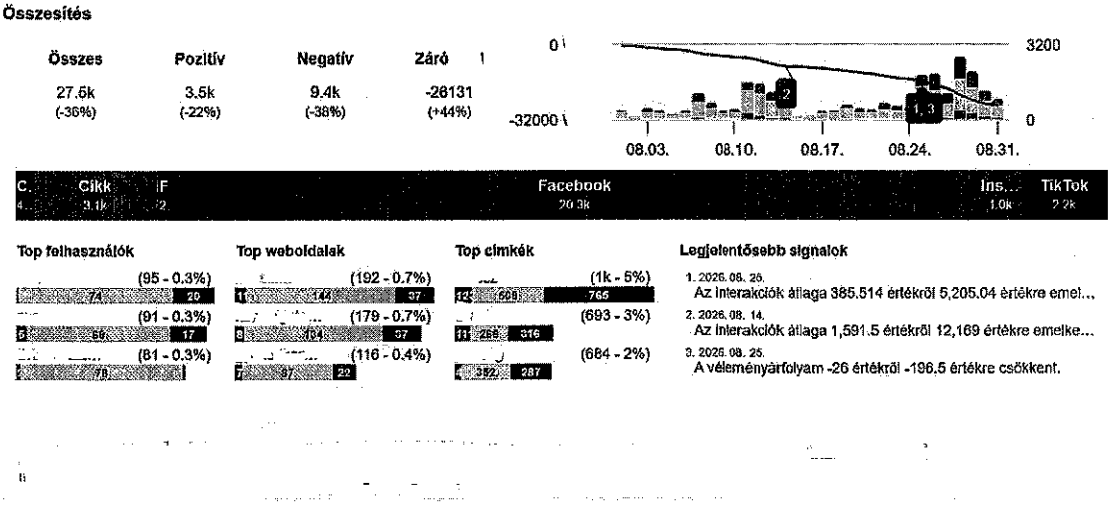
készítette: Euroatlantic Zrt.

Fontosabb megállapítások:

- az ügyészség körüli kommunikáció intenzitásának csökkenése nem jelent valódi reputációs javulást (bár augusztus összességében csendesebb hónap volt, a hónap végére romló hangulati mutatók azt jelzik, hogy a kedvezőtlen véleménykörnyezet fennmaradt (NVVH körüli vita)
- az intézmény neve rendszeresen kormányzati, pártpolitikai, korrupciós és elszámoltatási narratívák részeként jelenik meg, ez mára olyan jelenséggé vált, amitől vélhetően a következő években sem szabadul a szervezet, ezért érdemes a kommunikációs stratégiát ennek megfelelően alakítani
- a politikai szereplők kommunikációs fölénye veszélyezteti az ügyészség önálló intézményi identitását
- a rövid videós tartalmak önálló napirendformáló erővé váltak

- a kapcsolódó konfliktus mérséklődött, de annak narratív utóhatása nem szűnt meg
- az ügyészség hétköznapi szakmai munkája jelen van a médiában, de nem ez határozza meg az intézményről kialakuló összképet viszont olyan erős hátteret jelent a kommunikációhoz, amit érdemes folyamatosan használni

Részletes elemzés



Bár a választások utáni, y csak kevéssé mérséklődött, augusztus mégis „csendesebb" hónap volt az

ügyészség számára, mint a korábbiak. Összesen 27,5 ezer, az ügyészséghez kapcsolódó digitális említést rögzítettünk, ami 36 százalékos csökkenést jelent júliushoz képest. Az adatsor nem kizárólag sajtócikkeket tartalmaz, hanem valamennyi nyilvánosan elérhető magyar nyelvű digitális tartalmat, így a híroldali közlések mellett a közösségi médiás posztokat és megosztásokat is. A visszaesés ellenére az aktivitás továbbra is jelentős maradt, a hónap második felében pedig több nagyobb kommunikációs hullám alakult ki.

A rendszer 9,4 ezer negatív és 3,5 ezer pozitív említést azonosított, ami megközelítőleg 34 százalékos negatív, 13 százalékos pozitív és 53 százalékos semleges megoszlásnak felel meg. A negatív tartalmak száma 38 százalékkal, a pozitívaké 22 százalékkal csökkent. Bár a negatív említések nagyobb arányú visszaesése kedvező irányú változást jelezhet, számuk még mindig csaknem háromszorosa volt a pozitívakénak. Az érzelmi besorolást ugyanakkor körültekintően kell értékelni, mivel a bűncselekményekről, korrupcióról vagy büntetőeljárásokról szóló, egyébként tényszerű közlések is negatív minősítést kaphatnak.

A záró –26 131 volt. Az összehasonlítási időszakhoz viszonyított 44 százalékos változás javulásra utalhat, a hónapon belüli

euroatlantic
business consultancy

tendencia azonban kedvezőtlenül alakult: a mutató az augusztus eleji, nullához közeli szintről folyamatosan süllyedt, és a hónap végére erősen negatív tartományba került. Ez azt jelzi, hogy az említések összmennyiségének csökkenése nem járt együtt a kommunikációs környezet egyértelmű javulásával.

A megjelenések forrásmegoszlását továbbra is a közösségi média, azon belül a Facebook dominálta. A Facebookon 20,3 ezer említés jelent meg, ami a teljes volumen közel 74 százaléka. A híroldali cikkek száma 3,1 ezer, a TikTokon megjelent tartalmaké 2,2 ezer, az Instagramhoz kapcsolódó említéseké pedig körülbelül ezer volt. Figyelemre méltó, hogy a TikTok volumene már önmagában is elérte a híroldali megjelenések több mint kétharmadát, ezért a rövid videós platformot a reputációs monitoringban önálló és egyre jelentősebb csatornaként indokolt kezelni.

A hónap első felének mérsékeltebb aktivitását augusztus 24–27. között több jelentős kiugrás követte. Augusztus 14-én az interakciós átlag 1 591,5-ről 12 169-re emelkedett, ekkor rövid, a . .lapján készült videója váltott ki nagy érdeklődést, amelyben arról beszélt, hogy: „*...Miközben az ügyészség Magyarország történetének*

euroatlantic
business consultancy

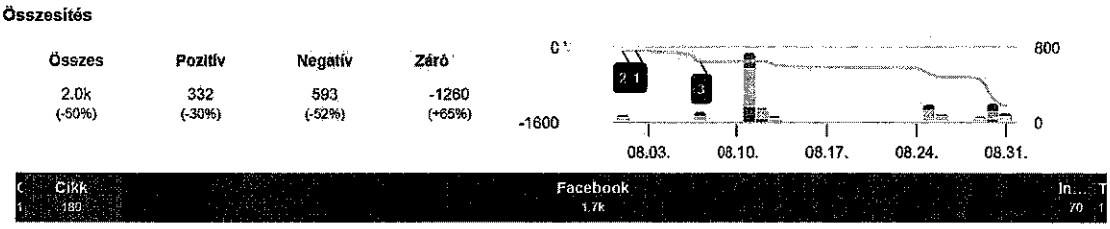
...” Augusztus 25-én pedig újabb erőteljes növekedés következett be. Ugyanezen a napon az átlagos véleményérték –26-ról –196,5-re romlott, ami arra utal, hogy az egyik legnagyobb aktivitású tartalmi hullám kifejezetten kedvezőtlen érzelmi környezetben zajlott, de ez nem az ügyészségről szóló vita volt, hanem a Nemzeti Vagyonszerzési és Vagyonvédelmi Hivatal vezetőinek megválasztásáról. Ebbe a vitába értelemszerűen az „ügyészség” szó is gyakran elhangzott, hiszen az új hivatal Magyarország Ügyészségéhez hasonló jogosítványokat kapott.

A hónap legtöbbször megosztott tartalma is az NVVH alapításához kapcsolódott, ez szintén egy ún. Reels videó volt, amelyben

. A videó – ahogy az a posztjainál gyakran látjuk – ezer felhasználóból váltott ki reagálást, összesen ezren jelezték egyetértésüket a Facebook „like” jelével. Kommunikációs szempontból az adatok azt mutatják, hogy a megjelenések számának csökkenése önmagában nem jelent reputációs javulást. A hónap végére romló és az egyes eseményekhez kapcsolódó, nagy aktivitású negatív hullámok miatt különösen fontos a Facebook és a

TikTok folyamatos figyelése, valamint a gyorsan terjedő állítások és narratívák tartalmi elemzése. A pártpolitikai értelmezések ellensúlyozására következetesen a döntések jogalapját, az eljárások függetlenségét, a bizonyítékokon alapuló működést és a konkrét szakmai eredményeket célszerű hangsúlyozni.

végzett kutatás



Augusztusban még megvizsgáltuk, hogy milyen kommunikációs utóhatása volt , 2 ezer olyan magyar nyelvű digitális tartalom jelent meg, amelyben szerepelt Ez 50 százalékos visszaesést jelent az előző hónaphoz képest, vagyis a z kapcsolódó nyilvánosság számottevően mérséklődött. Az aktivitás ugyanakkor nem tűnt el teljesen: a hónap során több rövidebb médiacsúcs alakult ki, közülük a legjelentősebb augusztus 10–11. környékén volt, kisebb kiugrások pedig a hónap utolsó hetében

jelentkeztek. Augusztus 10-én hagyta jóvá az Országgyűlés

A rendszer negatív és pozitív említést azonosított. A negatív tartalmak száma 52 százalékkal, a pozitívaké 30 százalékkal csökkent. Az összes említésből számítva a tartalmak megközelítőleg 30 százaléka negatív, 17 százaléka pozitív, valamivel több mint fele pedig semleges lehetett. Bár a negatív említések száma továbbra is meghaladta a pozitívakét, a negatív tartalmak erőteljesebb visszaesése arra utal, hogy a korábbi időszak intenzív, konfliktusos kommunikációs hulláma fokozatosan gyengült, a politikai kérdésekben rendszeresen megszólalók ui. elérték céljukat .

A esetében is rögzíthetjük, hogy a megjelenések döntő része a közösségi médiához kötődött. A Facebook körülbelül 1,7 ezer említéssel a teljes volumen mintegy 85 százalékát adta, míg a híroldalakon hozzávetőleg 180, az Instagramon pedig 70 tartalom jelent meg. A személyéhez kapcsolódó digitális képet tehát továbbra is elsősorban a közösségi médiás posztok, kommentárok és megosztások formálták, nem pedig az önálló szerkesztőségi cikkek. Összességében a téma intenzitása augusztusban jelentősen csökkent, de az

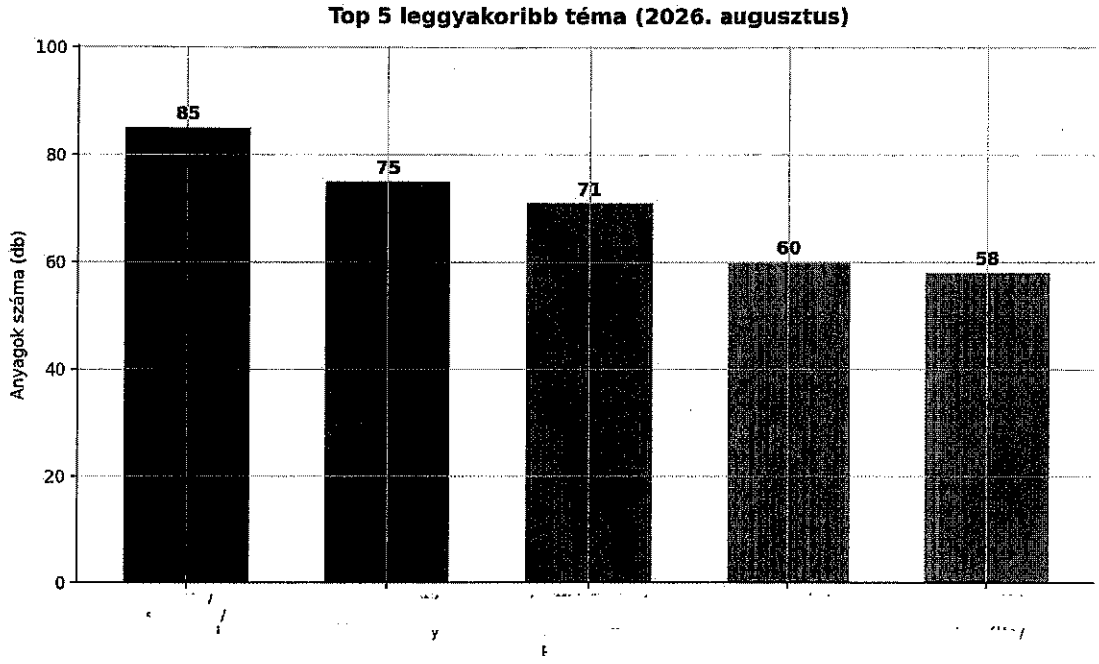
időszak végi hangulati romlás arra utal, hogy az újabb ügyek vagy politikai értelmezések rövid idő alatt ismét felerősíthetik a negatív diskurzust.

A digitális sajtó témáinak meghatározása

2026 augusztusában azt is megnéztük, hogy mely, az ügyészséggel, illetve az ügyészségi munkával összefüggő tartalmak érdekelték leginkább a szerkesztőségeket, és kerültek be szerkesztett, kontrollált formában a nyilvánosságba, és mely lapok foglalkoztak leggyakrabban ezekkel a kérdésekkel. Az anyagokat kulcsszó-alapú módszerrel ügytípus szerint kategorizáltunk (**a.,** , **b.,** , **c.,** a hírek, **d.,** , **e.,**). Minden anyaghoz hozzárendeltük az összes megjelentető lapot/portált/csatornát, és így kaptuk meg az alábbi ábrákat. Mivel 140 anyag (a teljes állomány ~20%-a) egyik fő kategóriába sem volt besorolható, ezek az „egyéb / vegyes" csoportba kerültek.

euroatlantic
business consultancy

1. Top 5 leggyakoribb téma



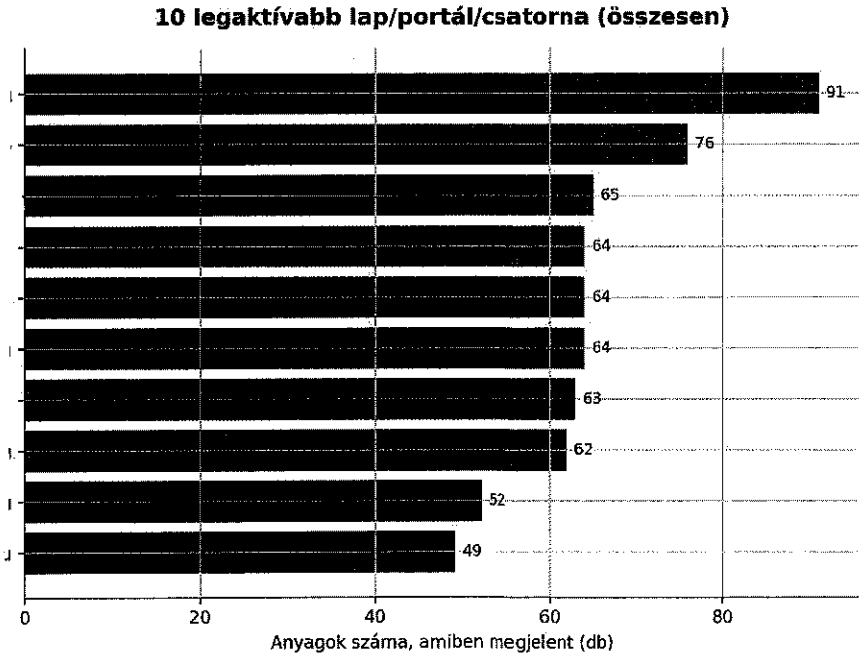
1. ábra – A 15 azonosított ügytípus közül az öt leggyakoribb (az „Egyéb" gyűjtőkategória nélkül)

Az ábrán jól látható, hogy a legnagyobb közéleti érdeklődést kiváltó témák, mint a hírek vagy a volumenüket tekintve elmaradtak a szervezet hétköznapi tevékenységét uraló témáktól, azoktól a bűnesetektől, amelyek kommunikációja a munka nagy részét adta.

euroatlantic
business consultancy

2. Legaktívabb lapok

A teljes vizsgált időszakban az alábbi 10 lap/portál/csatornán jelent meg a legtöbb anyag. Továbbra is nagy érdeklődést mutatnak a bűnügyi témák iránt a hírportálok és a . A teljes digitális médiaképhez viszonyítva ebben a kategóriában kevesebb hírgyűjtő oldal jelenik meg, de megjelenik, ami azt mutatja, hogy a szerkesztett tartalommal futó oldalak azokkal a „hibrid" megoldásokkal dolgozó lapokkal is versenyeznek, amelyek már félig-meddig automatizáltak



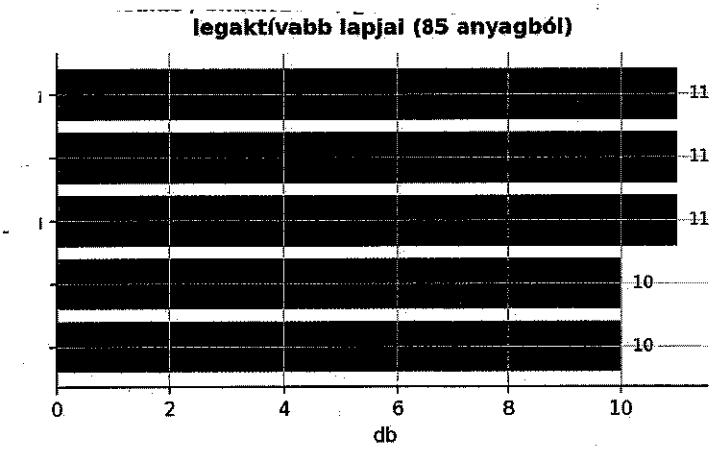
2. ábra – A 10 legaktívabb megjelentető (összes anyagban való előfordulás alapján)

euroatlantic
business consultancy

3. A top 5 téma legaktívabb lapjai

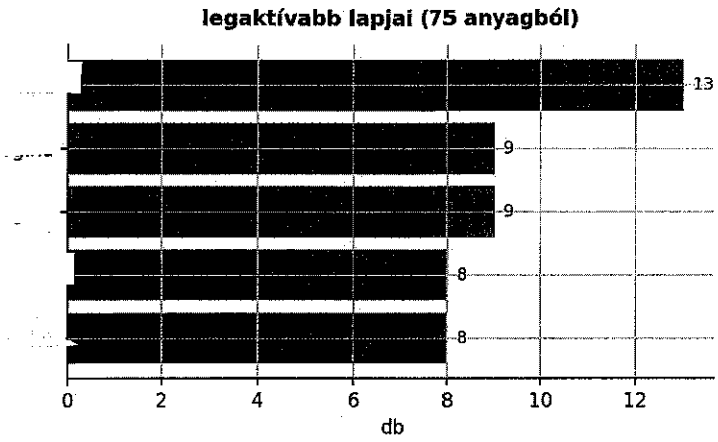
Az alábbi ábrák témánként mutatják az adott témával legtöbbször foglalkozó 5 lapot/portált/csatornát.

3.1 (85 anyag)

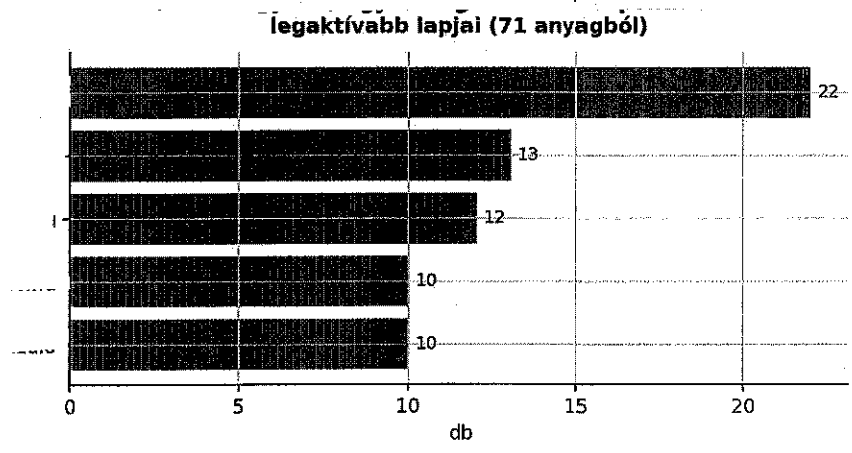


euroatlantic
business consultancy

3.2 (75 anyag)

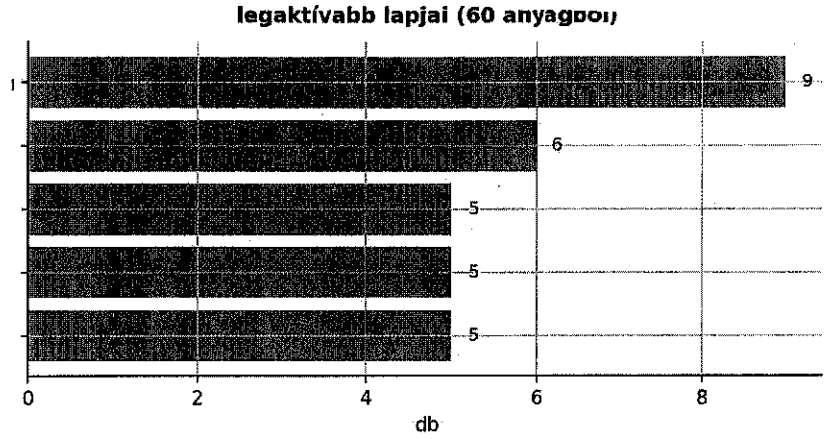


3.3 hírek (71 anyag)

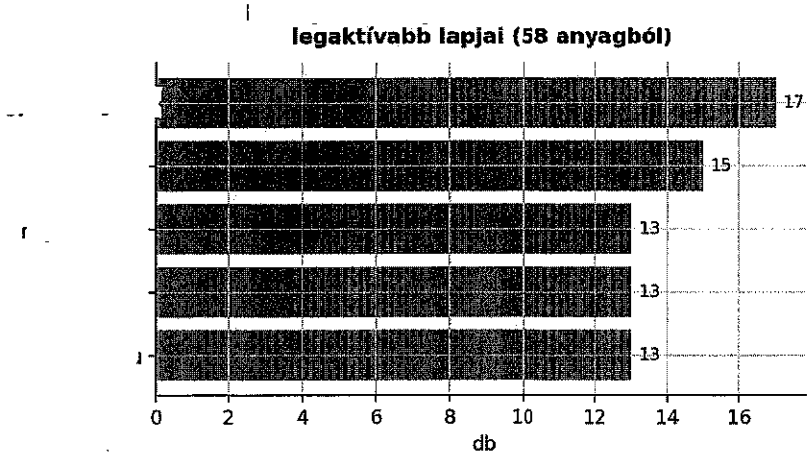


euroatlantic
business consultancy

3.4 (60 anyag)



3.5 (58 anyag)



Címkefelhő – ügyészség

euroatlantic
business consultancy



Az ún. címkefelhő alapján az ügyészséghez kapcsolódó megszólalások kulcsszómezőjét továbbra is a „Fidesz" kifejezés uralta. Nem csillapodik az a jelenség sem, hogy a beszélők az ügyészséget leggyakrabban politikai kontextusban, elsősorban a volt kormánypárthoz kapcsolódóan említették. A „kormány", az „állam", a „hivatal", valamint kisebb súllyal a „választás", a „szavazás" és az „államtitkár" szavak jelenléte tovább erősítette ezt az értelmezési keretet, amelynek fenntartása a [illegible] szereplők kiélezett harcában a felek érdekével egybeesik (a [illegible] ezen keresztül kívánja bizonyítani, hogy az előző rendszerben az ügyeket „elhallgatták", a hatóságok nem tették a dolgukat, a [illegible], mint a hatósági túlkapások áldozata kíván megjelenni a

nyilvánosságban, függetlenül attól, hogy van-e alapja az egy-egy potentátjuk ellen indult eljárásnak).

A második hangsúlyos témacsoportot az igazságszolgáltatás és a büntetőeljárások fogalmai alkotják. Gyakran társult az ügyészséghez a „döntés", a „bíróság", a „törvény", a „feljelentés", a „bizonyítás", a „büntetés", a „börtön" és az „indítvány" kifejezés. Ezek azt mutatják, hogy az intézmény elsősorban konkrét jogi döntések, büntetőügyek, feljelentések és számonkérési kérdések kapcsán jelent meg a diskurzusban.

Külön csoportot képeznek a közpénzekkel, vagyoni kérdésekkel és feltételezett visszaélésekkel összefüggő szavak: ilyen a „vagyon", a „lopás", a „korrupció", a „hűtlen kezelés", a „rablás" és az „elszámoltatás". Ezek többnyire negatív vagy konfliktusos ügytípusokat jelölnek, ezért az ügyészséghez kapcsolódó beszéd tematikailag erősen probléma- és botrányközpontú lehetett.

A címkefelhő üzenete, hogy az ügyészség társadalmi megítélését a vizsgált megszólalásokban nem önálló intézményi teljesítménye, hanem elsősorban a politika, a büntető igazságszolgáltatás és a korrupciós-vagyoni ügyek keretezték.

euroatlantic
business consultancy

Az ún. eredményeként a fentiekhez nagyon hasonló állításokat tudunk megfogalmazni, a legtöbb interakciót kiváltó posztok rendre politikai tartalmú írások voltak. A **„Fidesz"** címke alatt a legtöbb reagálást a az írása generálta, aki a

: „….*BILINCS HELYETT KIFOGÁSOK – A BŰNÖZŐI MÁR DÖRZSÖLHETIK A TENYERÜKET?*

…." A második leggyakoribb **„döntés"** címke alatt a legtöbb interakciót kiváltó poszt bejegyzése volt, amelyben arról tájékoztatták a közönséget, hogy az„…*új törvényi kötelezettségként mától az honlapján is*

euroatlantic
business consultancy

elérhetők a korrupciós ügyekben hozott elutasító és megszüntető határozatok, anonimizált formában – és bárki kezdeményezheti a felülvizsgálatukat. Ha egy korrupciós ügyben például vesztegetés, költségvetési csalás, hűtlen kezelés a nyomozó hatóság vagy az ügyészség lezárja az eljárást, a döntés nem marad többé zárt ajtók mögött….." A **„szavazás"** címke egy kapcsolódó hír miatt vált a leggyakoribb kulcsszavak egyikévé, az oldal közlését támogatta annyira az algoritmus, hogy a technikai részleteivel foglalkozó hír nagy aktivitást generáljon: „… *csütörtökön kezdeményezte, hogy a parlament augusztus 10–11-i rendkívüli ülésén szavazzon a* …" A „hivatal" címke az NVVH létrehozása miatt vált fontos címkévé, az ezzel kapcsolatos legtöbb reagálást pedig posztja váltotta ki, aki a szervezet vezetése körül kialakult vitában – követve a kommunikációját – maga is írt :

„….Íme az ember, akinek az egyik legfontosabb feladata lesz feltárni, hová és kikhez került Magyarország vagyona.

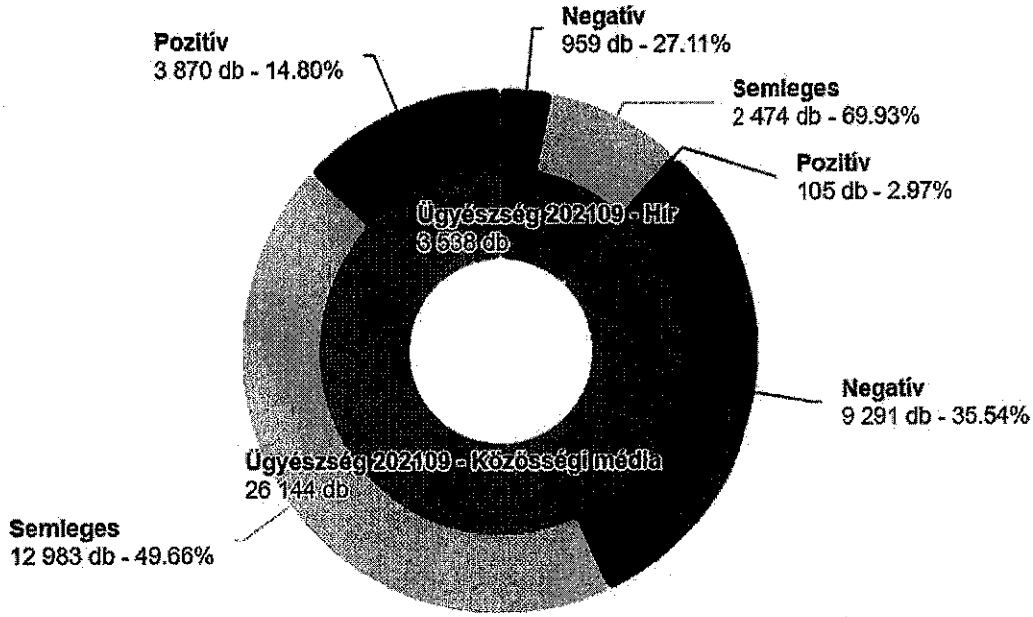
….." A **„kormány"** címke is azért

euroatlantic
business consultancy

került gyakran az ügyészségi kulcsszavak mellé, mert

: „...

Érzelmi térkép



Minden hónapban elkészítjük az ügyészséggel kapcsolatos közlések érzelmi beosorlását is. A fenti ábra két forrásttípust használ a pontosabb érzelmi beállítottság megrajzolásához, a szerkesztett hírmédiát és a közösségi platformokon megjelent tartalmakat. Az ábra az ügyészséghez kapcsolódó 29 682 megjelenés érzelmi megoszlását mutatja: a híroldalak hangvétele továbbra is inkább semleges, mint negatív vagy pozitív: a 3 538 megjelenésből 2 474-et, vagyis 69,93 százalékot sorolt semleges

kategóriába a rendszer. A negatív híroldali említések száma 959, aránya 27,11 százalék, míg pozitív minősítést mindössze 105 tartalom, a megjelenések 2,97 százaléka kapott. Ez azt jelzi, hogy a professzionális médiában az ügyészség többnyire tényszerű, információközlő kontextusban szerepelt.

A közösségi médiában ennél jóval polarizáltabb kép rajzolódott ki. A semleges tartalmak aránya 49,66 százalék volt, miközben 9 291 negatív említést regisztráltak, ami a közösségimédia-tartalmak 35,54 százalékának felel meg. A 3 870 pozitív említés 14,80 százalékos aránya ugyanakkor lényegesen magasabb a híroldalakon mért értéknél. A közösségi médiában tehát nemcsak a negatív, hanem a pozitív állásfoglalások is sokkal hangsúlyosabban jelentek meg, miközben a semleges közlések súlya jelentősen csökkent.

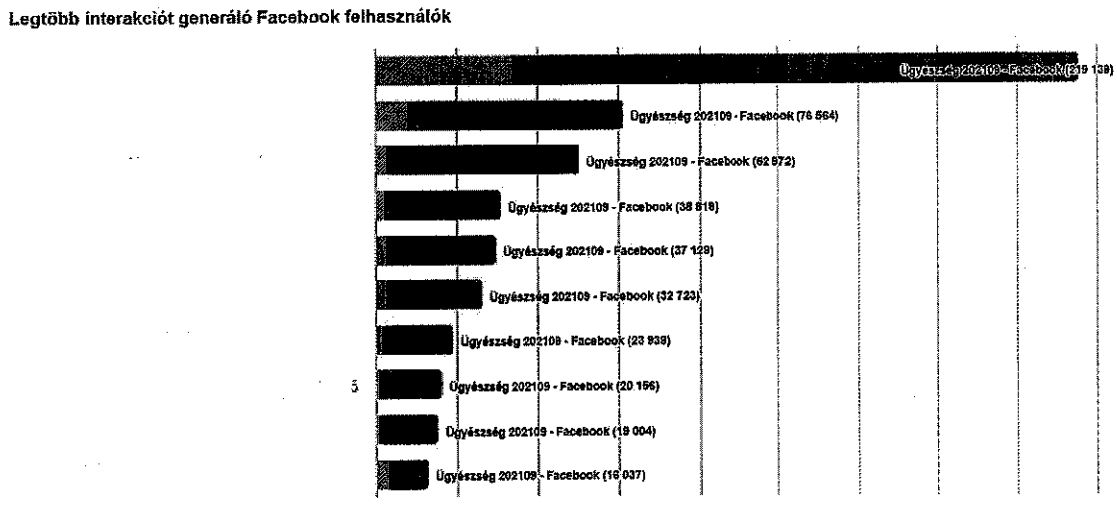
A két forrástípus együttes adatai alapján az összes tartalom körülbelül 52,1 százaléka semleges, 34,5 százaléka negatív, 13,4 százaléka pedig pozitív volt. A negatív említések száma összességében több mint két és félszerese a pozitívakénak. Az ügyészség reputációja szempontjából ezért a közösségi média jelenti a meghatározó kommunikációs terepet és egyben a

euroatlantic
business consultancy

legnagyobb reputációs kockázatot: itt keletkezik a megjelenések túlnyomó többsége, és itt a legerősebb az értékelő, véleményalapú tartalmak jelenléte.

Az eredmények értelmezésekor ugyanakkor figyelembe kell venni, hogy az automatikus érzelemelemzés a bűncselekményekkel, vádemelésekkel vagy büntetésekkel kapcsolatos tényszerű közléseket is negatívnak minősítheti. A negatív besorolás ezért nem minden esetben jelent közvetlenül az ügyészséggel szembeni kritikát.

A legtöbb interakciót generáló szerzők



Az ábra azt mutatja, hogy az ügyészséggel kapcsolatos Facebook-tartalmak közül messze a generálták a legtöbb

euroatlantic
business consultancy

interakciót: 219 139-et. Ez csaknem háromszorosa a második helyen álló 76 564 interakciójának, és önmagában megközelíti a következő négy szereplő együttes eredményét. A lista egészét tekintve is elsősorban politikusok, politikai közéleti szereplők és politikai profilú médiumok határozták meg az ügyészségről folyó közösségimédia-diskurzust.

Ilyen helyzetben az ügyészség tevékenysége a nyilvánosságban könnyen kikerülhet a jogi-szakmai értelmezési keretből, és a politikai verseny részévé válhat,

A kiugró interakciószám azt is jelzi, hogy a politikai értelmezés lényegesen nagyobb közönséghez juthat el, mint az ügyészség saját, tényszerű tájékoztatása. Ez tartós reputációs kockázatot teremt: ismétlődő politikai állítások hatására az intézmény neve összeforrhat a pártpolitikai konfliktusokkal, függetlenül attól, hogy az adott állítások tényszerűen vagy jogilag mennyire megalapozottak. Az ügyészség így nemcsak konkrét döntései miatt kerülhet kritikák kereszttüzébe

euroatlantic
business consultancy

A jelenség hosszabb távon az igazságszolgáltatásba vetett közbizalmat is gyengíti. Ha a nyilvánosság egy része az ügyészséget valamely politikai oldal ellenfelének, eszközének vagy szövetségesének kezdi tekinteni, elmosódik az intézményi és a pártpolitikai működés közötti határ. Ez különösen azért veszélyes, mert az ügyészség legitimációjának egyik alapja éppen a pártpolitikai érdekektől független, törvényes és kiszámítható működésbe vetett bizalom.

Javaslatok:

1. Gyors, közérthető reagálás a politikailag felerősödő ügyekben

Az ügyészségnek a nagy érdeklődést kiváltó ügyekben már a kommunikációs hullám kezdetén röviden és közérthetően be kellene mutatnia, hogy milyen jogszabályok, bizonyítékok és eljárási szabályok határozzák meg a döntéseit. A cél nem a politikai vitába való bekapcsolódás, hanem annak megakadályozása, hogy az információs teret kizárólag politikai szereplők értelmezései töltsék ki.

2. Önálló, rövid videós tájékoztatási forma további fejlesztése

3. A hétköznapi szakmai eredmények láthatóbbá tétele

A médiaképben az ügyészség alaptevékenységét gyakran háttérbe szorítják a politikai és korrupciós konfliktusok. Ezt rendszeres, ügytípusokra épülő kommunikációval lehetne ellensúlyozni: konkrét eseteken keresztül kellene bemutatni, hogyan védi az ügyészség az áldozatokat, a közpénzeket, a fogyasztókat és a közösség biztonságát. Nem pusztán intézkedéseket, hanem azok társadalmi jelentőségét és kézzelfogható eredményét érdemes megmutatni.

4. Az intézményi függetlenség következetes bizonyítása

A függetlenséget nem elegendő általános kijelentésekben hangsúlyozni. Rendszeresen és ellenőrizhető módon be kellene mutatni az ügyészi döntések jogalapját, a felülvizsgálati lehetőségeket, az eljárási garanciákat és – ahol ezt a jogszabályok lehetővé teszik – a döntési gyakorlatot. Egy átlátható, könnyen kereshető online felület segíthetne abban, hogy az állampolgárok közvetlenül az intézménytől kapjanak hiteles információt, ne kizárólag politikai vagy médiainterpretációkon keresztül találkozzanak az ügyészség munkájával.