euroatlantic
business consultancy

**Vezetői összefoglaló az ügyészséggel kapcsolatos médiaaktivitásokról**

forrás: 2026. október

készítette: Euroatlantic Zrt.

*A* ***alapuló elemzésről.*** *A havi vezetői riportok elkészítéséhez*

*használunk, amely folyamatosan figyeli a magyar nyelvű digitális tartalmakat. Ez nemcsak a digitális sajtót jelenti, hanem minden olyan tartalmat, ami kikerül az internetre, tehát ha egy rádióban vagy televízióban elhangzó hírből, interjúból kerül fel részlet vagy egész adás a világhálóra, a rendszer megtalálja, és a megadott szempontok alapján feldolgozza azt. A rendszer*

*dolgozik,*

*elérhető oldalakat és adatbázisokat figyeli, de azokat 24 órában:*

*átnézik a magyar nyelvű odalakat, kategorizálják azokat és összeállítják – a megadott kulcsszavak alapján – azt az adatbázist, ami az elemzés alapjául szolgál. Az* *a strukturálatlan webes adatokból (hírportálok, blogok, fórumok) nyerik ki a releváns szövegeket, és képesek emberi pontossághoz közeli szinten megérteni és elemezni az interneten megjelenő tartalmak kontextusát és hangulatát*

euroatlantic
business consultancy

*. Így az ügyészség esetében is, a megadott kulcsszórendszer alapján minden hónapban összeállítják azt az adatbázist, amit az elemzőink értékelnek és elkészítik belőle a havi riportot.*

**Fontosabb megállapítások:**

- új jelenségként regisztráltuk, hogy az ügyészséggel kapcsolatos negatív említések száma októberben gyorsabban csökkent, mint az összes megjelenésé
- a Facebook maradt az ügyészségi témák legfontosabb csatornája, a havi összesítés szerint az említések 88,2%-a közösségi felületeken jelent meg, olyan, a szervezet kommunikációja szempontjából új platformok is bekapcsolódtak a folyamatba, mint az Instagram, és a TikTok
- a politikusokat és közpénzeket érintő eljárások uralták a szerkesztett sajtó és a közösségi média napirendjét is:

  ügyével egyaránt 20 napon át foglalkozott a média

  az ügyészi döntések függetlensége több ügy tudósításában is visszatérő kérdéssé vált, amit elsősorban

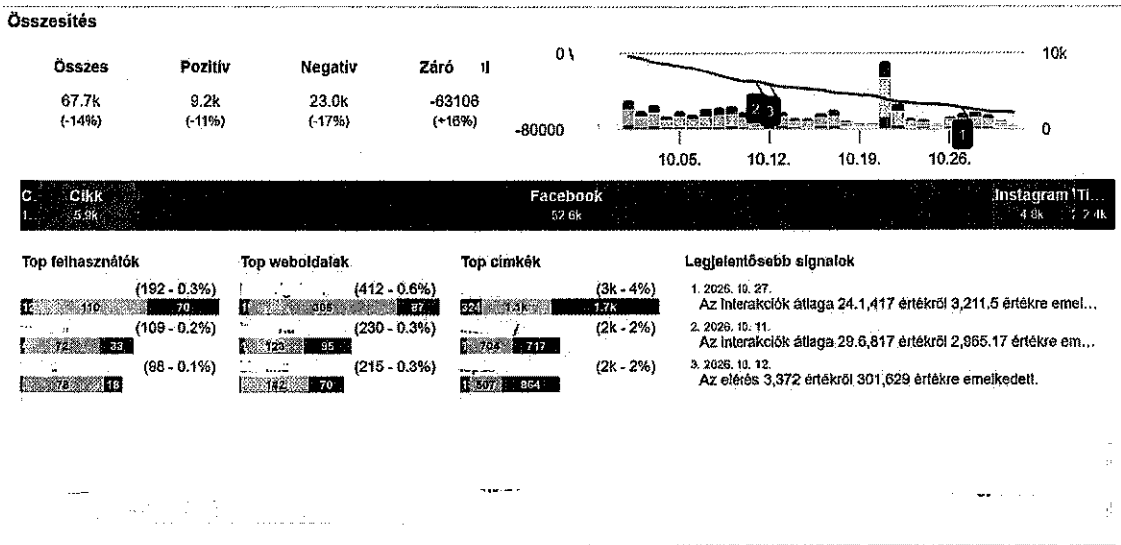
euroatlantic
business consultancy

- a semleges hangvétel mindkét forrástípusban, a hírmédiában és a közösségi médiában is többségben volt, a vezető országos híroldalakon jellemzően semleges hangvételben jelentek meg az ügyészségi témák
- a Facebookon a közönségaktivitás néhány oldalra összpontosult, a tíz vezető oldal több mint 2 millió interakciójának 75,1%-át

adta

**Részletes elemzés**

euroatlantic
business consultancy




A fenti ábra a alapján készült összesítő, amely az ügyészséggel kapcsolatos valamennyi megjelenés alapján készült, beleértve a digitális, az audiovizuálisból digitálisra konvertált és a közösségi médiát is. Azt látjuk, hogy októberben 67,7 ezer ügyészséggel kapcsolatos említést rögzített a rendszer, ami az előző hónaphoz képest 14 százalékos csökkenést jelent. Új jelenség, hogy a negatívként azonosított említések száma az összes megjelenésnél gyorsabban, 17 százalékkal mérséklődött – értékelésünk szerint ez két eseménnyel függhet össze:

Előbbi a szervezet vezetésének konszolidációját ígérte,

ráadásul a kétharmados kormánypárti többség sem nyilvánított előzetes véleményt, így a közösségi média is inkább vártak, minthogy állást foglaltak volna.

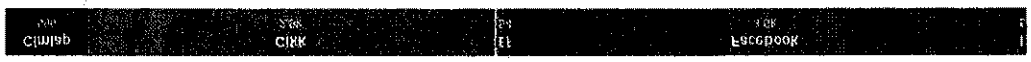
A vonaldiagramról leolvasható, hogy – mint már több éve – a közösségi médiában megjelenő tartalmak teszik ki a megjelenések döntő többségét.




Százalékokban kifejezve ez azt jelenti, hogy az összes megjelent szöveg, kép, videó 88.2 százaléka valamilyen közösségi csatornán érte el a közönséget. Ezen belül is kiemelkedő a Facebook szerepe, amelyen 52,6 ezer említést rögzítettünk, miközben az Instagramon 4,8 ezret, a TikTokon 2,4 ezret – utóbbiakkal kapcsolatban érdemes megjegyezni, hogy a [redacted], 2021-ben a Facebook-említések száma volt annyi, mint most, 2026-ban az Instagramon vagy a TikTokon rögzítetteké.

euroatlantic
business consultancy

2021 október (címlap: 596 – cikk: 2.9 e – Facebook: 3.6 e összː 7.4 e adat)



2023 október (címlap: 1.2 e – cikk: 4.3 e – Facebook: 7.2 e összː 13.4 e adat)




2026 július (címlap: 1.4 – cikk: 4.7 e – Facebook: 31.6 e összː 42.4 e adat) – TikTok: 3.3 e




Bár a múltbéli adatok alapján pontos predikciót nem adhatunk, a tendencia kirajzolódik, a következő években várhatóan a jelenleginél is rövidebb, és elsősorban képekkel dolgozó tartalmaké lesz a főszerep, még egy olyan szervezet esetében is, mint az ügyészség. A kommunikáció áttolódása a közösségi médiába azt is jelenti, hogy a szerkesztett tartalom, vagyis a lapok, televíziós és rádiós csatornák munkatársai által előállított tartalom a közlések mindössze alig 12 százalékát adta októberben.

Miért fontos ismerni a kommunikációs csatornák közötti munkamegosztást egy olyan szervezetnél, mint az ügyészség? A válasz a politikai döntéshozók és a közönség kapcsolatának átalakulásában keresendő. Ma már a laikus közönség elvárásai közvetlenül befolyásolják a politikai döntéshozókat (és nemcsak 4 évente, hanem minden nap), akik az intézkedések társadalmi hatásai alatt nem a szakpolitikai értelemben vett

euroatlantic
business consultancy

„közjót" értik, hanem a közönség tetszésnyilvánításait. A szakpolitikákról, mint az igazságszolgáltatás, az alkotmányos berendezkedés, a bűnüldözés – vagy bármilyen más szakpolitikai témáról – alig-alig esik szó, ezek a háttérintézmények, a think tankek, a minisztériumok tanácsadói vagy a szakmai szervezetek belső nyilvánossága előtt megjelenő kérdésekké degradálódtak. Ráadásul – mint sok más nyugat-európai vagy észak-amerikai országban – Magyarországon is évek óta megfigyelhető jelenség, hogy kriminalizálódik a politikai kommunikáció, a jelenség nem csupán a kampányok időszakára korlátozódik, hanem folyamatosan jelen van a közbeszédben, ami kíváló eszköz a laikus közönség érdeklődésének fenntartására, befolyásolására

Jól példázzák ezt azok a tartalmak, amelyek a havi jelentésekben a „hónap legtöbbször megosztott" közléseként szerepelnek. Ezek rendre

köthetők. Októberben

továbbították a legtöbben, összesen ezer tetszésnyilvánítást és ezer megosztást szerzett. „ ...

euroatlantic
business consultancy

…." Mint olvasható

"

**A szerkesztett média elemzése**

euroatlantic
business consultancy

A szerkesztett média hangütése, az ún. kategóriába sorolható témák – a címadástól eltekintve – viszonylag semleges kezelése, a klasszikus médiamunkát előnyben részesítő szervezetek számára ismerős terep. Átnéztük az októberben megjelent szerkesztett sajtót abból a szempontból, hogy milyen témákkal foglalkozott leggyakrabban, azokat milyen hosszan tartotta napirenden, és mely lapok mutatták a legnagyobb érdeklődést az ügyészséget érintő kérdések iránt. Mivel a politikai események részben igazságszolgáltatási kérdésekké váltak, s ezek uralták októbert is, így nem meglepő, hogy

indult eljárások határozták meg a publikációkat. Mindkét témával 20 napon át foglalkozott a sajtó. Ezek mellett nagy nyilvánosságot kapott

mindkét téma 14 napig volt jelen a nyilvánosságban. Míg a hónap elején a

adták a tudósítások fő témáit, addig a hónap második felében

kapott nagyobb figyelmet. Utóbbihoz kapcsolódott a

október 14–30. között foglalkozott

euroatlantic
business consultancy

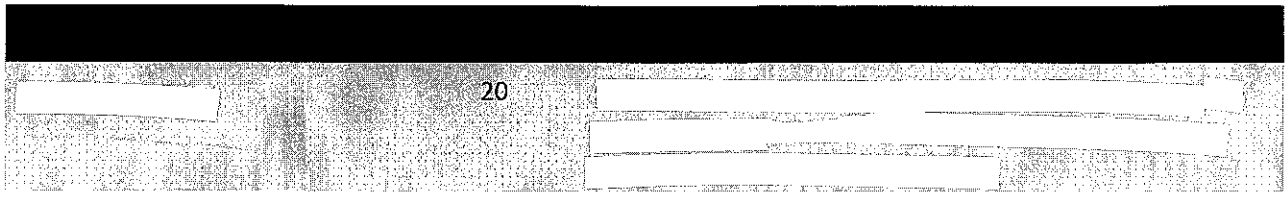
intenzíven a sajót, összesen 11 napon át. A

## Az ügyészséggel, mint intézménnyel kapcsolatos témák

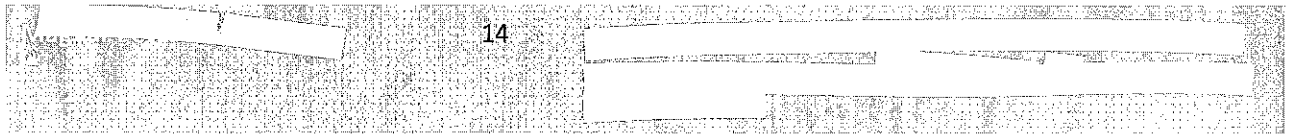
| | | |
|---|---|---|
| NVVH és vagyonvisszaszerzés | 16 | |
| A legfőbb ügyész kiválasztása | 13 | |
| Csatlakozás az Európai Ügyészséghez | 8 | |

euroatlantic
business consultancy

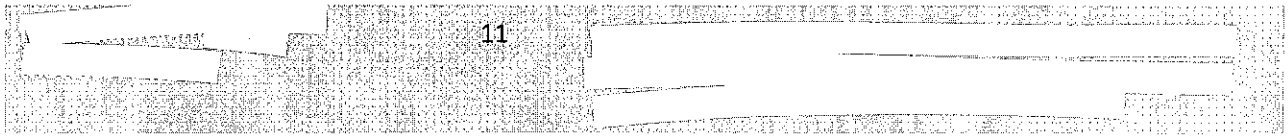
## Politikusokat és közpénzeket érintő kiemelt témák



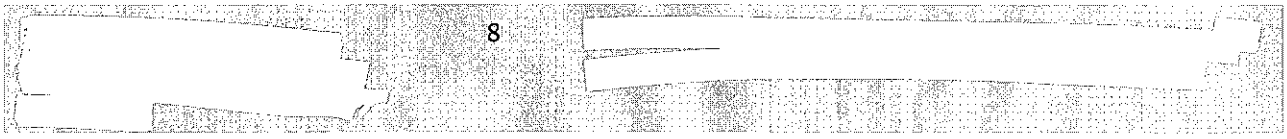

20




14



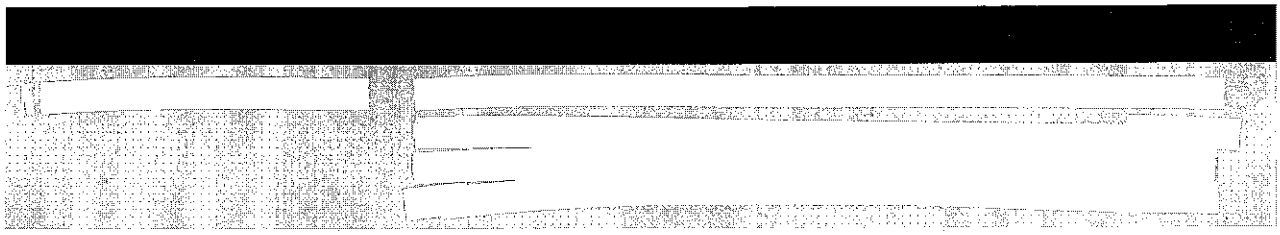

11

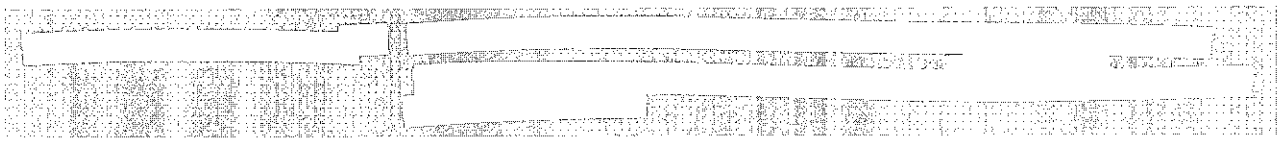


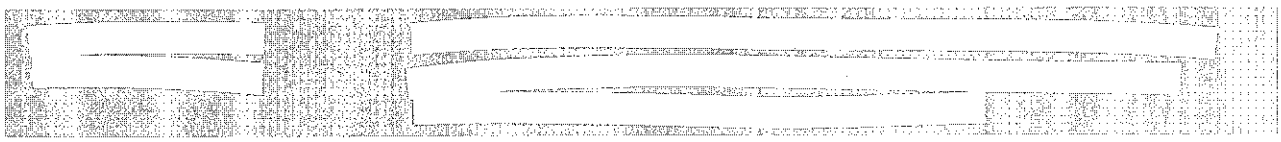

3

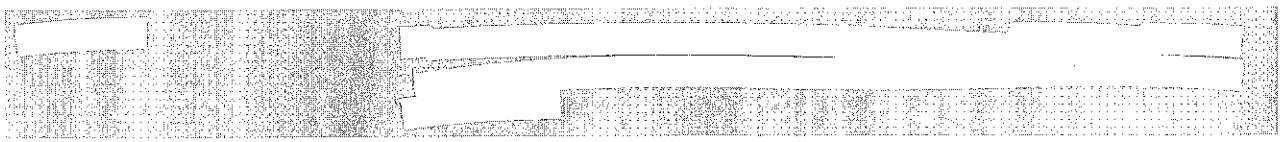
euroatlantic
business consultancy

## Egyéb bűnügyi témák









## Címkefelhő

A ún. címkefelhő azoknak a szavaknak, kifejezéseknek a listája, amelyeket a beszélők legtöbbször társítanak az ügyészségi kulcsszórendszer valamely eleméhez. Ebből az adatbázisból készült az alábbi ábra, amelyen minél

nagyobb betűvel szerepel egy szó, annál gyakrabban került az ügyészség neve mellé (a színek pedig a szókapcsolatok kontextusa alapján a negatív-pozitív skálán helyezik el a tartalmakat, a piros a negatív, a zöld a pozitív – itt meg kell jegyeznni, hogy egy-egy ügyészséggel kapcsolatos hír akkor is kaphat negatív besorolást, ha egyébként a szervezet számára sikert jelent, hiszen a bűnügyekkel kapcsolatos köznyelv inkább negatív érzelmi töltetű).




Az ügyészség októberi digitális megjelenéseinek címkefelhőjében a „Fidesz" volt a legmarkánsabb kifejezés. A pártnév mellett a kormányra, a politikára, a függetlenségre és az elszámoltatásra utaló címkék is megjelentek, ami a politikai kontextus erős jelenlétét mutatja. Ezzel párhuzamosan a büntetőügyekhez és az eljárásokhoz kötődő fogalmak, köztük a „büntetés", a „börtön", az „indítvány", a „döntés" és a „bíróság" is

euroatlantic
business consultancy

kiemelkedtek. A közpénzekhez, a vagyonkezeléshez és a korrupcióhoz kapcsolódó címkék rendre visszatérő témák. Ebben a médiakörnyezetben az ügyészségi tájékoztatás egyik fő feladata az eljárás aktuális szakaszának, az ügyészi intézkedésnek és a bírósági döntésnek a közérthető megkülönböztetése.

Minden hónapban külön elemezzük, hogy az első öt leggyakrabban említett címke, szókapcsolat halmazában melyek a legtöbbször megosztott említések, vagyis milyen témák váltották ki a legnagyobb érdeklődést, elköteleződést a közönségből. A **„Fidesz"** címkét 3054 esetben társították a beszélők az ügyészséggel, ami nem meglepő, hiszen az utóbbi években a „fideszes ügyészség" állandó szókapcsolattá vált a korábbi ellenzéki, jelenlegi kormánypárti beszélők körében. Októberben ebben a több mint 3000 elemet tartalmazó halmazban a legtöbbször megosztott említés már idézett, publikált posztja volt. A második leggyakoribb fogalom az **„indítvány"** kifejezés, ezt 1525 esetben rögzítette a rendszerünk. Önmagában ez a kifejezés akár az ügyészség szakmai munkájának leképeződése is lehetne, ha a legtöbbször megosztott említés nem egy politikai nyilatkozat volna. Az ismét köthető a poszt egy részlete már kifejezetten lett címezve: „*...Bármelyik magyarázat is áll közelebb a*

euroatlantic
business consultancy

*valósághoz, egy biztos: hamarosan az új legfőbb ügyészen lesz a világ szeme, hogy végre*

....." A szöveg apropóját az a sajtóhír adta, mely szerint

szöveg ezer tetszésnyilvánítást és ezer megosztást ért el. Harmadik helyen szerepelt a leggyakoribb címkék listáján a **„börtön"** kifejezés, amelyet 1515 esetben kötöttek össze a beszélők az ügyészséggel. Ez is lehetne egy viszonylag semleges, szakmai kifejezés, ha nem

írása lenne a több mint 1500 elemet tartalmazó halmaz legtöbbször megosztott említése

: „....

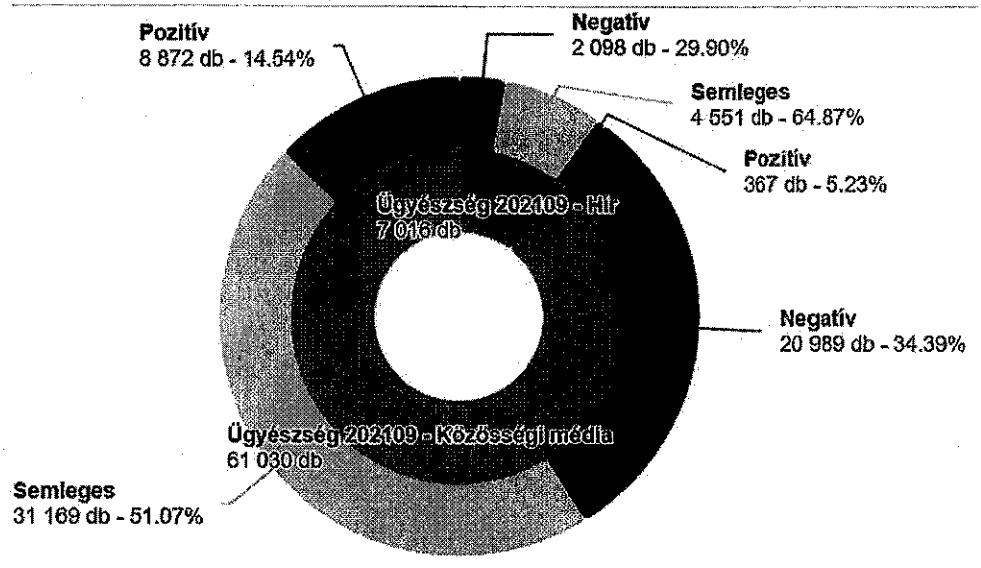
euroatlantic
business consultancy

...."

A **„büntetés"** kifejezést 1407 esetben kötötték össze a beszélők az ügyészségi kulcsszórendszer valamely elemével. Ebben a halmazban is írása volt a legtöbbször megosztott említés. A közügyekben korábban kevésbé aktív osztotta meg gondolatait a „közpénzekről", ebben a szövegben szerepelt említésszerűen az ügyészség is: „....*A rendőrség, az ügyészség, a bíróság majd a büntetés-végrehajtás munkája ennek az egésznek "csak" a jogi része. Fontos, sőt: talán a legfontosabb része! Ám a jogi felelősségre vonás még nem minden. A szökevénynek azért is haza kellene jönnie, mert vannak, akikkel szembe kell néznie*....." Nem nevesítette az írásában, de valószínűleg rá utalt, a poszt több mint ezer tetszésnyilvánítást és ezer megosztást ért el. Végül átnéztük a **„bíróság"** címke halmazát is, és ebben is a fenti, szövegét találtuk, mint legtöbbször megosztott említést.

euroatlantic
business consultancy

## Érzelmi térkép




Minden hónap készítünk egy ún. is, ami azt mutatja meg, hogy milyen érzelmi töltetű az ügyészséggel kapcsolatos közbeszéd. A alkalmas arra, hogy hozzávetőleges képet adjon arról a hangulatról – és így közvetve a szervezet reputációjáról is – ami az ügyészséggel kapcsolatos híradások kontextusát adja. Két jelentség azonban torzítja a havi riportokba kerülő , az egyik a szervezet speciális tevékenységéből következik, mivel jellemzően bűnesetekkel foglalkozik, a köznyelvi értelemben vett negatív kifejezések,

negatív szövegkörnyezet nem jelenti automatikusan azt, hogy magának a szervezetnek a megítélése is negatív. A másik torzító tényező az adathalmaz, mivel a közösségi platformokról származó tartalmak dominálják azt, s ez a csatorna eleve az érzelmekkel telített, szubjektív kommunikáció terepe, így az ügyészség számára nem a negatív-pozitív tartalmak aránya, sokkal inkább a semleges közlések száma a mérvadó.

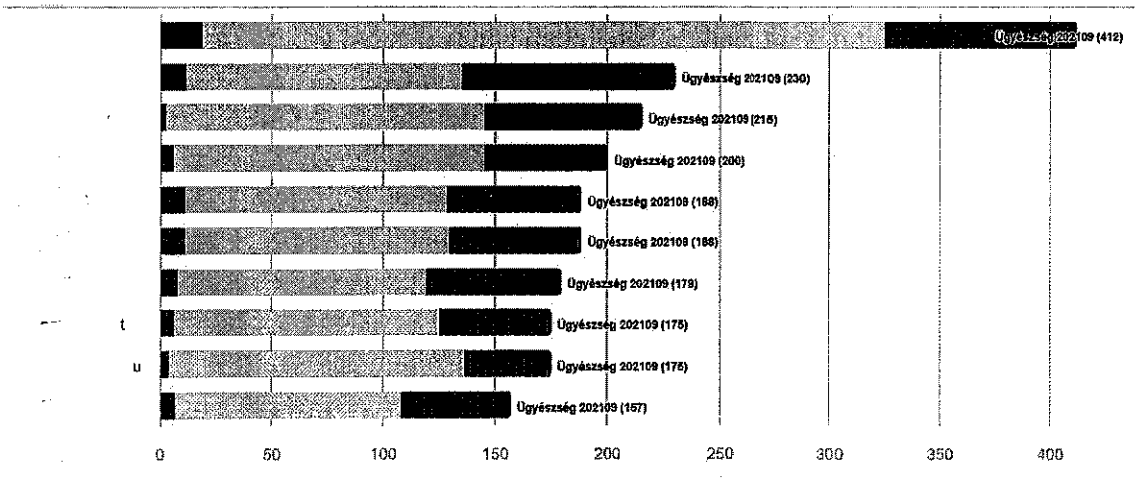
Mindez októberben is igaz volt, hiszen a közösségi média alakította a nyilvános beszédet, innen érkezett tízből kilenc említés. Ha források szerint vizsgáljuk a tartalmak érzelmi töltetét azt látjuk, hogy a hírek, vagyis a szerkesztett média inkább semleges, vagyis tényszerű beszámolókat közölt azokban a témákban, amelyekben az ügyészséget is említette: a 7 016 említésből 4 551 volt semleges (64,87%), 2 098 negatív (29,90%) és 367 pozitív (5,23%). A közösségi médiában is meghaladta az 50%-ot a semleges említések aránya (ez nem minden hónapban volt így), ami összefügghet a fentebb említett, a szervezet ellen zajló negatív kampány enyhülésével: a 61 030 említésből 31 169 volt semleges (51,07%), 20 989 negatív (34,39%) és 8 872 pozitív (14,54%).

A elsősorban reputációs szempontból érdekes az ügyészség számára, a kommunikációs stratégia további alakítása

szempontjából az lehet a reális cél, hogy a beszélők semleges, tárgyilagos hangvételben, kontextusban említsék a szervezet nevét és a lehető legkevesebbszer érzelmileg túlfűtött szövegkörnyezetben.

A azonban nem helyettesítik egy reprezentatív, a szervezet megítélésére kiterjedő kutatás elvégzését. A kommunikációs stratégia jövőbeni alakításához ez kellene, hogy a kiindulópont legyen, egy ilyen kutatás tudná hitelesen megalapozni azokat a stratégiai teendőket, amelyek a szervezet kommunikációs munkájának alapjait adhatnák, legyenek akár ügyészek, főügyészek vagy hivatásos kommunikátorok a beszélők.

**Az ügyészséggel leggyakrabban foglalkozó híroldalak – 2026 október**

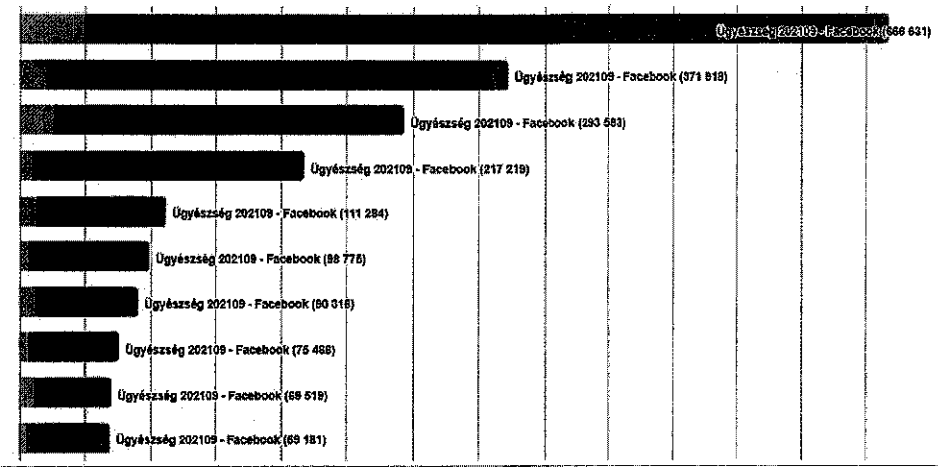


euroatlantic
business consultancy

Még két adatösszesítéssel egészítjük ki az októberi elemzést. Egyrészt megmutatjuk az ügyészséggel leggyakrabban foglalkozó híroldalak listáját, amely – ebben a hónapban – viszonylag kevés oldalt mutat. Az első tíz oldal közül , ezek kevéssé érdekesek, főleg a listában szereplő többi médium anyagainak átvételével generálnak forgalmat. A szerkesztett médiumok közül a legnagyobb országos lapok mindegyike kiemelkedő mennyiségű, és főként semleges hangvételű anyagot közölt a szervezetről vagy olyan eseményekről, amelyek a szervezetet is érintették. Bár a pozitív-negatív hangvételű anyagok aránya eltért egymástól az egyes lapok esetében, jelentős különbség nem rajzolódott ki, vagyis azzal a jelenséggel nem találkoztunk, hogy egyik vagy másik lap különösen negatív beállítottságú lett volna a szervezettel kapcsolatban.

**A legtöbb interakciót generáló Facebook felhasználók**

euroatlantic
business consultancy




Mindez nem mondható el a közösségi médiában beszélőkről. A lista első hat helyén olyan közszereplők állnak, akik az elmúlt években folyamatosan bírálták a szervezetet,

A lista második felében pedig azok a politikusok szerepelnek, akik nagyon hasonló állításokat fogalmaznak meg,

és benne az ügyészséget is. Ez akár igazolhatná is a szervezet függetlenségét, ha a közszereplők nyilvános kommunikációja nem változott volna meg alapjaiban. A korábbi vélt vagy valós elvárásoknak a nyilvánosságban alig-alig volt nyomuk, a

st a 2026-os kampányban és az azóta eltelt időszakban felváltotta a nyílt beszéd arról, hogy az

euroatlantic
business consultancy

igazságszolgáltatásnak ki mindenkit kellene felelősségre vonnia és börtönbe juttatnia. A közbeszéd ilyetén átalakulása nem segíti az ügyészség integritásáról kialakítandó képet

Ha részletesebben megvizsgáljuk a fenti listát, azt látjuk, hogy az ügyészséggel kapcsolatos Facebook-tartalmakra érkező interakciók erősen koncentrálódtak a rangsor élén. A tíz vezető oldal összesen több mint 2 millió interakciót gyűjtött, ennek 75,1%-a az első négy oldalhoz kapcsolódott. oldala több mint 666 ezer interakcióval vezette a listát, ami önmagában a tízes mezőny aktivitásának 32,3%-át adta. oldala 371 ezer, a 293 ezer, oldala pedig 217 ezer interakcióval követte. Az első két oldal együttesen a rangsorban szereplő interakciók valamivel több mint felét adta. A rangsor élén személyekhez kötődő oldalak álltak, ahogy az a Facebook jellegéből következik. Mindössze két híroldal fért fel az tízes listára, a harmadik helyre és az ötödikre a , ezek együttesen 404 ezer interakciót értek el.

euroatlantic
business consultancy

**Javaslatok:**

A kommunikációs stratégia további alakítását reprezentatív közvélemény-kutatással érdemes megalapozni. A kutatás mérje fel, mennyire ismeri a lakosság az ügyészség feladatait, hogyan ítéli meg a szervezet működését, és mely kérdésekben igényel pontosabb tájékoztatást. A médiamonitoring adataival együtt ez segíthet kijelölni azokat a témákat, amelyekben a szervezetnek gyakrabban vagy közérthetőbben érdemes megszólalnia.

Az törekvéseivel összhangban indokolt bővíteni a felkészített ügyészségi nyilatkozók körét, hogy több szakterületről legyen elérhető olyan szakember, aki közérthetően tud beszélni az eljárásokról és az ügyészi döntések hátteréről. Ezzel párhuzamosan érdemes erősíteni a klasszikus bűnügyi tájékoztatást, és rendszeresebben bemutatni a mindennapi ügyészi munkát. A nyilatkozatokban legyen világos, melyik szakaszban tart az ügy, milyen intézkedést tett az ügyészség, és mely kérdésekben dönt a bíróság.

A napi tájékoztatást több edukációs tartalomnak kellene kiegészítenie. Ezek a tartalmak a közösségi felületeken önállóan is használhatók, és az aktuális ügyekről szóló tájékoztatásokhoz is kapcsolhatók. Ráadásul jól

hasznosíthatók lennének oktatási célokra is, amelyek akár a középiskolák felsőbb éves diákjait, akár a szélesebb lakosságot céloznák.