

Az Erdőmánia Magazin

Ágazati kommunikáció a TV-ben és a közösségi médiában

Érdeklődő laikusok elérése és megszólítása volt a kommunikációs célkitűzése a 2023 júliusában debütált Erdőmánia Magazinnak, amelynek tartalmi vállalása az erdő mögött húzódó emberi tudás és munka, az erdőalapú körkörös gazdaság, valamint az erdők és a faanyag használatán alapuló gyakorlati klímavédelem bemutatása. Az Erdőmánia első évada végén képet szeretnénk adni a tapasztalatokról és az eredményekről.



„Az erdő, a fa és az ember összetartoznak. Mindig is összetartoztak. De ha azt szeretnénk, hogy megmaradjanak az erdők, szeretettel, felelősséggel és okosan kell viszonyulnunk hozzájuk. Az erdők fennmaradása és fejlődése ember és természet együttműködésén múlik. Az erdő és a fa segít, és ha okosak vagyunk, még többet segíthet abban, hogy Föld élhető maradjon” – ezzel a beköszönő szöveggel indította el Petruzsán Krisztián, az Erdőmánia arca és műsorvezetője a magazint, amelyet július és október között 13 epizódban sugárzott a TV2, októbertől pedig a közösségi médiában közvetít tematikus tartalmakat.

Az Erdőmánia kiindulópontjai

Ha 2023-ban ránézünk az erdőgazdálkodási ágazatról a köztudatban élő képre, azt látjuk, hogy az elmúlt évek sok-sok pozitív változása, kampányai, tanösvényei, az erdei iskolák eredményei, az egyes erdőgazdálkodók önálló törekvései mellett is tartja magát a régi kép: zárkózott, zöldruhás emberek,

zöld terepjáróval, nyomukban a motorfűrész brigádokkal.

A társadalom jobb esetben nem érti, rosszabb esetben nem szereti, mit csinálnak az erdészek az erdőben és erdővel. Ami nem csoda, hiszen sosem volt ismertséget és elismertséget építő, egészséges ágazati kommunikáció.

A közbeszédben, azaz a kollektív befogadói tudatban az jelenik meg, amit a legszélesebb értelemben vett média közvetít, nem pedig egyes közösségek vagy egyének személyes tapasztalatai. Ezért sikeres közbeszédalkotó tényező a szélsőséges, a tényeket gyakran torzító vagy figyelmen kívül hagyó demagógia, s az ágazat ezért nem tudja egyes szervezeteinek elszigetelt kommunikációs programjai vagy a „terepen”, azaz az erdőben végzett edukációs munkája segítségével megvívni a saját tényeinek ismertségéért és az ágazati elismertségért folytatott küzdelmet.

Az Erdőmánia abból indult ki, hogy az ágazat tényeit, igazságait és eredményeit a közbeszédbe kell bevezetni. Egy kommunikációs küldetés indult útjára

idén nyáron, amelynek sikerességét szinte nem is lenne szabad értékelni néhány hónap után, hiszen ahhoz, hogy a jelenlegitől merőben eltérő úgynevezett „toposzok” épüljenek be a kollektív tudatba, hosszú idő, az üzenetek rendíthetetlen ismétlése, érdekes kommunikációs csatornák, kitarítás szükségese.

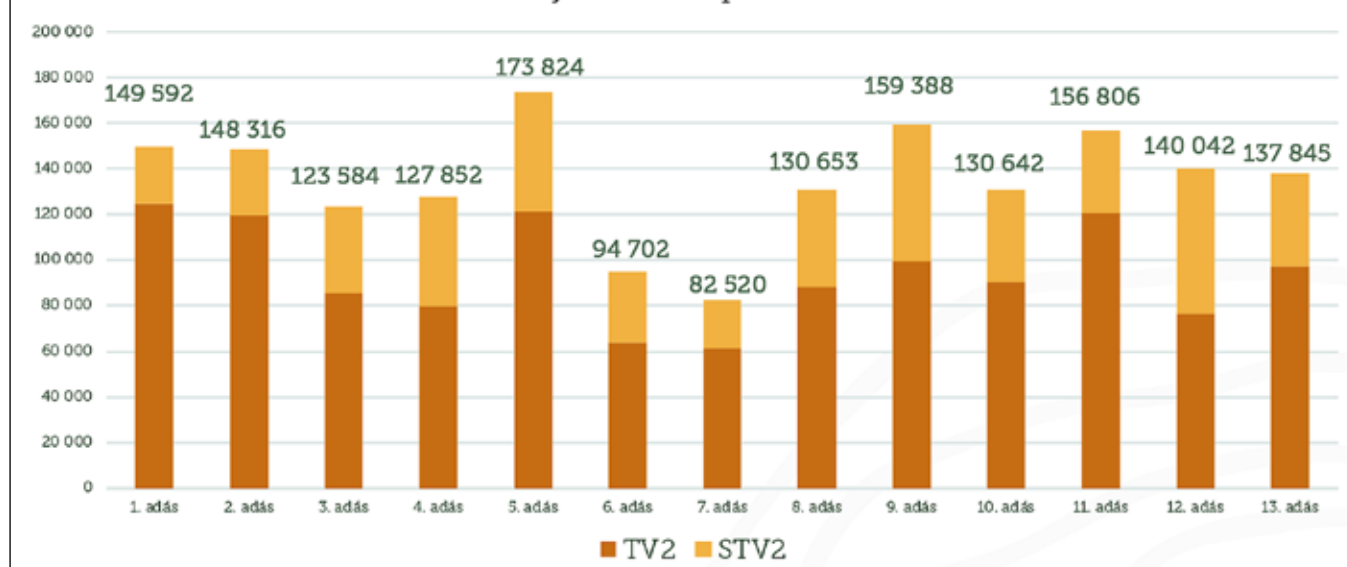
Az Erdőmánia alkotói számára is nagy kérdés volt az idei év. A TV-magazin nyáron indult el, a nézettséggel kapcsolatos reményeket ez az időszak kérdésessé tette, továbbá az sem volt evidens, hogy a rendelkezésre álló források vajon lehetővé teszik-e a vállalható elérést biztosító közösségi média-kommunikáció megvalósítását.

Mindezzel együtt a kezdeményezést ágazati oldalról bizalom és várakozás övezte, összeállt néhány kardinális tényező, ami amellet szolt, hogy most kell elindítani ezt a programot.

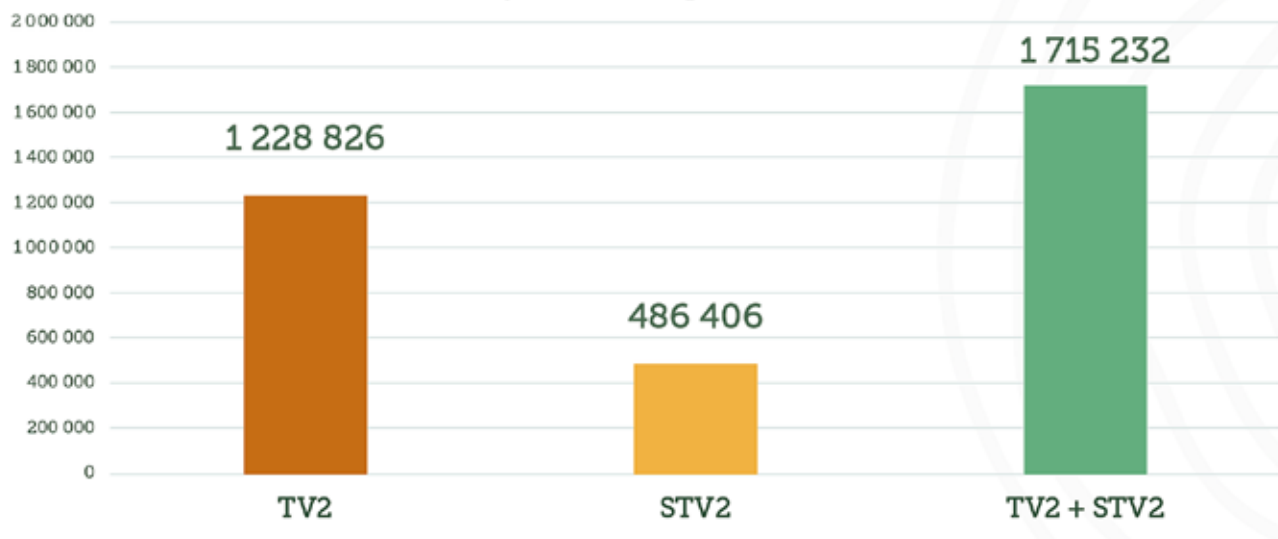
Tervezés és tudatos célzás

Az Országos Erdészeti Egyesület néhány évvel ezelőtt fontos és hiánypótló országos, reprezentatív véleménykuta-

**Erdőmánia Magazin TV2 és STV2 nézettség (fő),
2023. július 1-szeptember 26.**



Erdőmánia Magazin nézettség csatornánként (fő), 2023. július 1-szeptember 26.



tást végzett a magyar emberek erdőlátogatási szokásairól, az erdőkkel és az erdészekkel kapcsolatos véleményükről. E kutatás eredményei kimutattak egy alapvető jelentőségű összefüggést: az erdőlátogatási szokások (azok rendszeressége és minősége) és az, hogy az emberek számára mennyire fontos az erdő (általánosságban mint téma), nincsenek összefüggésben.

Sokkal kevesebben látogatják az erdőt, mint amennyi ember számára fontos. Ezért egészen biztos, hogy az ágazati tartalmak tömegkommunikációs eszközökkel történő közvetítése során a célcsoport többsége olyan, aki az erdőt szó szerint csak hírből ismeri.

Ez kommunikációs szempontból nagy lehetőség: a felnőtt magyar társadalom többsége szólítható meg edukációs célzattal úgy, hogy nincs személyes tapasztalatból származó előítélete.

Az Erdőmánia azokhoz szól, akiknek így vagy úgy, ezért vagy amazért (a fent leírt értelemben) fontos az erdő vagy éppen az onnan származó faanyag. Azokhoz, akiket érdekel, hogyan működik, mitől működik, mit ad az embereknek a jó túrázásokon, a természet szépségén kívül. S ami nagyon fontos: arról szól, hogy kik és mit tesznek azért, hogy az erdők fennmaradjanak. Az Erdőmánia műfaji besorolását tekintve szórakoztató, de érdemi ismeretterjesztő tartalmakat nyújt.

Ahhoz, hogy mindez életképes legyen, a forrásokon kívül két alapvető feltételnek kellett teljesülnie. Az egyik, hogy az ágazat kiadjon megfelelő minőségű és mennyiségű, ismeretterjesztő műsor számára alkalmas tartalmat. A másik, hogy legyen egy olyan arc, egy olyan műsorvezető, akivel a befogadó azonosulni tud. Aki nem er-

dész, de akit érdekel, mi történik az erdőben.

A tartalmak az Erdőmánia alkotói számára (ágazati kommunikációs szakmai jelenlétük okán) rendelkezésre álltak, megfelelően kreatív témakezeléssel, szerkesztéssel és utómunkával az ágazat témagazdagsága vitathatatlan.

Az Erdőmánia arcára, Petruzsán Krisztiánra hosszas válogatást követően esett a választás. Belső viták, a TV2-vel történő egyeztetések előzték meg a döntést. Szóba került televíziós celeb, színész, profi műsorvezető, szakmai kompetenciával rendelkező ágazati szereplő, s végül az érintettek egyhangúlag Krisztiánra szavaztak. Aki ugyan sosem vezetett televízióműsort, s nem is erdész, de egyértelmű volt, hogy nyitott szemű rácsodálkozásával, az erdők iránti mélyről fakadó, lefegyverzően laikus érdeklődésével ő megfelelő személy: ő hitelesen tudja képviselni és közvetíteni más érdeklődő laikusok, az erdőt csak hírből ismerők számára az ágazati témákat.

Az Erdőmánia 2023-as eredményei

Az Erdőmánia az alkotók és a TV2 számára is megdöbbentő eredményeket hozott idén. A tv-magazin nézettsége megháromszorozta azt az elvárást, amelynek elérése esetén a TV2 már sikeresnek könyvel el egy produkciót. Így a 13 epizód több mint 1,7 millió emberhez juttatta el az ágazat összesen 63 témáját, köztük a legnehezebb, legkomolyabb szakmai tartalmakat.

Az Erdőmánia Youtube-csatornáján a hosszúra vágott, illetve sokszor vágatlan szakmai beszélgetések felfelhasználásról,



Petruzsán Krisztián Ősz Gusztávval, az EGERERDŐ Zrt. vezérigazgató-bélyettesével a Mátrában, a Kékes Erdőrezervátumban



Beszélgetés Rípszám Istvánnal, a Mecsekerdő Zrt. vezérigazgatójával



Dudás Bélával, a Mátrafüredi Erdészet vezetőjével egy erdei odúkertben

erdőgazdálkodás és klímavédelem összefüggéseiről, különféle erdőalapú ipari témákról alig két hónap alatt, októbertől november végéig csaknem 300 ezres megtekintést értek el. A közönség befogadta és megszerette az Erdómániát.

Kiderült, hogy a magyar televízió- néző és internetes tartalomfogyasztó számára érdekes az erdővel és az erdő alapú körkörös gazdasággal kapcsolatos, alapvetően szakmai-tudományos- ismeretterjesztő tartalom, nyitott az er-

dészeti és faipari szaktudásra és tudományos eredményekre. A kommunikációs küldetés elindítása tehát sikeres volt.

Az Erdómánia folytatása

Még 2023-ban elkészült hét stúdióbeszélgetés, amelyben az Erdómánia három-négy, nem szükségszerűen egy álláspontot képviselő szakértővel vitatott meg olyan fontos, érdekes és sok szempontból érzékeny témákat, mint a „Lehetséges-e fenntartható erdőgazdálkodás?”, „Védd a klímát, használd fát! Igaz vagy hamis?”.

A 2024 elején nyilvánosságra kerülő tematikus beszélgetések kifejezetten a véleményformálók, értelmiségiek számára adnak „zöld tudatosság” témakörben alternatívát a közösségi médiát és a közvélekedést jelenleg uraló narratíva mellé.

Összességében 2023-ban beigazolódt az ágazati kommunikációs célkitűzések helyessége, és sikerült lerakni azokat az alapokat, amelyekre építve a jövőben akár kibővült tartalommal tervezhető a folytatás.

Az Erdómánia megvalósítását többek között erdőgazdálkodó és faipari vállalatok támogatják, kiemelt szakmai partnere az Országos Erdészeti Egyesület, médiapartnere a Turista Magazin.

Közösségi média elérhetőségek: <https://www.youtube.com/@erdomania>, <https://www.facebook.com/erdomania>, <https://www.instagram.com/erdomaniamagazin/>

Merena Rudolf, Lomniczi Gergely

Indigo Communications Kft.

Erdómánia Magazin átlagos nézettség epizódonként (fő), 2023. július 1-szeptember 26.

