



Az Országos Meteorológiai Szolgálat közösségi médiás tevékenysége: új kommunikációs formák a hiteles meteorológiai adatok közlésében

Simon Gergő

Országos Meteorológiai Szolgálat, simon.g@met.hu

DOI: 10.56474/legkor.2023.2.4

A megváltozott tartalomfogyasztási szokásokra az Országos Meteorológiai Szolgálatnak is reagálnia kellett, így 2018 szeptemberében az előrejelző osztályon egy új feladatkör, az „interaktív” (közösségi) médiás indult el. A csapat elsődleges célja, hogy a meteorológiai információkat, előrejelzéseket a kor igényeit kielégítő grafikus megjelenítésben tárja a nagyközönség elé a közösségi médiában. Emellett további fontos célkitűzés, hogy a szakma iránti sztereotípiákat ledöntse, illetve jobban bemutassa a szolgálat tevékenységeit, szervezeti egységeit.

Social media activities at Hungarian Meteorological Service: new forms of communication in the transmission of authentic meteorological data

Hungarian Meteorological Service had to react to the changing habits in the social media. Besides this, in September 2018 a new job role called „interaktív” was started at the forecasting department. The primary goal of the team is to present meteorological information and forecasts to the public with a modern graphical display on the social media. In addition, another important objective is to break down stereotypes about the profession and present the activities of the service.

Bevezetés

A közösségi médiás platformok – mint a Facebook is – a 2010-es években egyre nagyobb népszerűségnek örvendtek, majd ugrásszerű növekedést produkáltak hazánkban. Ennek hatására egyre több ember regisztrált, és az „üzenőfal” böngészése szinte napi rutinná vált. Ezzel nagyjából egy időben az okostelefonok forradalma is zajlott, így az évtized végére már szinte

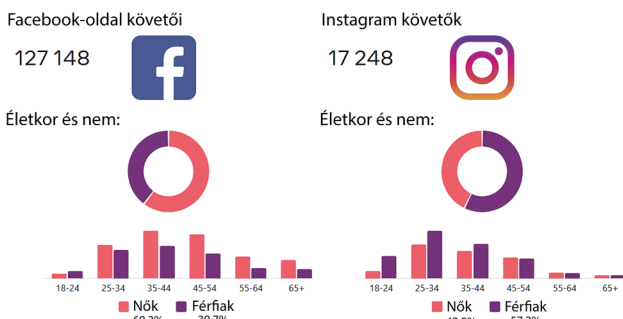
mindenki a telefonján értesült a hírekről, ezzel együtt pedig a várható időjárásról is. Összességében rövid idő alatt markáns változás állt be a tartalomfogyasztási szokásokban, amire minél előbb reagálnia kellett az Országos Meteorológiai Szolgálatnak (OMSZ) is. Ennek érdekében létesült az „interaktív” médiás munkakör, amelynek a fő feladata a közösségi médiában való kommunikáció.

Kezdetek

Az OMSZ-ban 2017 környékén egy generációváltás kezdődött, amely során egyre több fiatal kolléga érkezett a Szolgálatához, az Időjárás-előrejelző Osztályra is. Az új munkatársak az egyetemről frissen kilépve elsőként az időjárás-előrejelzés alapjait sajátították el a már rutinos kollégáktól, majd ezt követte a kellő szakmai tapasztalat megszerzése. A fiatal generáció már a kezdetektől támogatta azt az ötletet, hogy legyen egy nagyobb modernizáció a szervezet kommunikációs stratégiájában. Az „interaktív” névre keresztelt munkacsoport végül 2018 szeptemberében kezdte meg pályafutását. Az évek során folyamatosan változott a feladatkör, illetve a csapat is formálódott. A tartalomgyártás elsőként a Facebook-on és a Youtube-on indult meg, majd 2019. végén startolt az OMSZ hivatalos Instagram oldala, emellett jelen vagyunk a Twitteren és a TikTok-on is.

Új terep, új megközelítés

A közösségi médiás felületeken való kommunikációhoz át kellett gondolni, alakítani, majd modernizálni az eddig használatos meteorológiai terminológiát. Emellett a hivatalos stílust is egy közvetlenebb hangvételre cseréltük. Annak érdekében, hogy felkeltsük az érdeklődést, szükség volt arra, hogy a szokásostól merőben eltérő kommunikációs stílust alkalmazzunk, amivel már könnyebben tud azonosulni a fiatalabb generáció. Minden platformnak megvan a maga törzsközönsége, illetve korfája, például a Facebook-on már egyre inkább túlsúlyba kerülnek a 35-55 év közöttiek, míg az Instagram-on ennél bő 10 évvel fiatalabb generáció a legaktívabb (1. ábra). A kommunikációs stratégiát is ennek tükrében alakítottuk ki, így a közvetlen hangvétel minden felületen egy kicsit máshogy

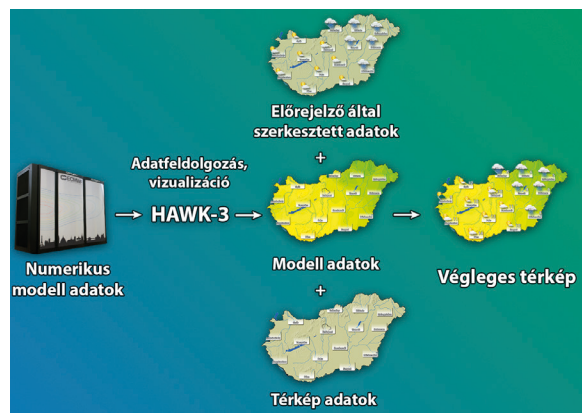


1. ábra. Az OMSZ Facebook és Instagram követőinek statisztikája életkor és nem szerint.

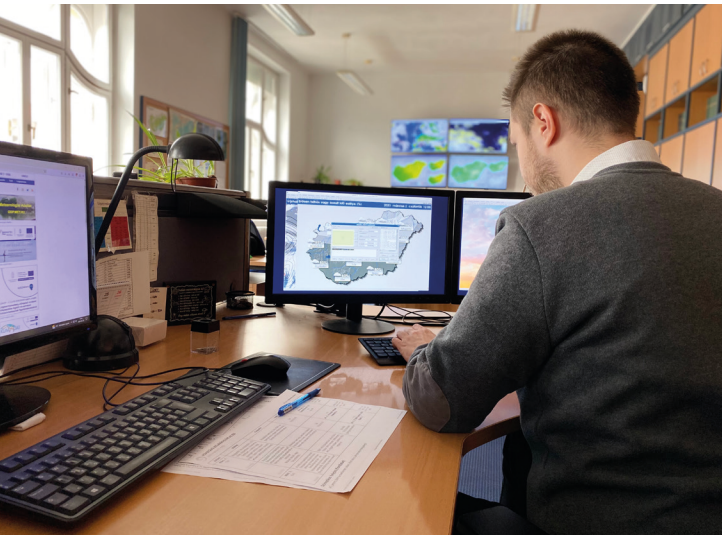
érvényesül. A meteorológia tudományának új megközelítésével igyekszünk minél több korosztályt megszólítani, de a közvetlenség mellett mindig elsődleges szempontnak tartjuk a hitelességet.

A „grafikai motor”

A közösségi felületeken használt grafikák, térképek, meteorológiai produktumok nagyrészt a HAWK-3 meteorológiai munkaállomáson készülnek. A HAWK-3 az OMSZ saját fejlesztésű interaktív megjelenítő rendszere, amelynek segítségével a meteorológiai paramétereket és a numerikus modelleredményeket jelenítjük meg, adott esetben szerkesztjük is. A program lényegében a nyers meteorológiai adatfájlokból készít vizuális produktumot. Az esetek többségében a meteorológiai paraméterek rácsponti adatként szerepelnek, de tér- és időbeli metszeteket, vertikális profilokat, meteogramokat is készíthetünk a megjelenítő program segítségével. A végleges produktum általában több adatréteg (térkép, meteorológiai adatok) kombinációjaként áll elő. A 2. ábrán látható egy sematikus kép a program működéséről, abban az esetben, amikor numerikus modelladatokat jelenítünk meg. A HAWK-3 segítségével a lehetőségek tárháza szinte végtelen, de az ábráknak mindenképpen meg kell felelni egy egységes formai követelménynek. Annak érdekében, hogy ez zökkenőmentes legyen, a közösségi médiás meteorológus egy előre definiált ábracsomagból dolgozik. Az ábrák, térképek kiválasztásának másik fontos része, hogy melyik platformra készülnek. Ugyanis más-más felbontás az optimális az egyes közösségi oldalakon. Az ábrákhoz nagyon hasonló módon készülnek a videós tartalmak is, amiket szintén házon belül készítünk el.



2. ábra. A HAWK-3 meteorológiai megjelenítőrendszer működése egy sematikus ábrán.



3. ábra. Az „interaktív” (közösségi) médiás kolléga grafikát készít a videós időjárás-előrejelzéshez.

A legfontosabb feladatok

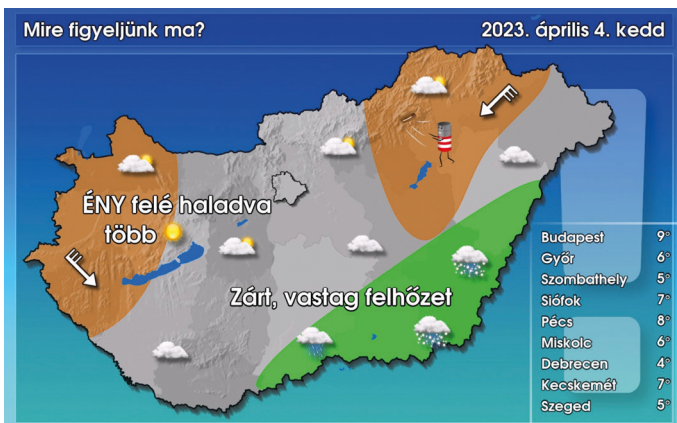
A közösségi médiás meteorológusnak a legfontosabb feladata a meteorológiai produktumok hiteles közlése, emellett a munkakör szerves része a kreativitás is. Nagyfokú önállóság is szükséges az egyes időjárási helyzetekben, hiszen rengeteg meteorológiai adat áll rendelkezésre, amiből ki kell szűrni a leginformatívabb, leglényegesebb részeket. A munkakört tehát két nagyobb egységre lehet felosztani, melyből az egyik a kreatív tartalomgyártás, a másik pedig a partnerek, illetve a média kiszolgálása. A kreatív részben gyakorlatilag nincsenek kötöttségek, ez adja az egyik előnyt a közösségi médiás kommunikációnak. Minden kolléga a saját stílusát is bele tudja csempészni a bejegyzések szövegébe, emiatt pedig nincs két egyforma nap. A tartalomgyártás mellett a napi rutin részét képezi

még a közösségi csatornák felügyelete, illetve moderálása. Emellett számos úgynevezett „kötött” feladatot is el kell végezni, amelyek között szerepel a meteorológiai előrejelzések készítése (újságoknak, rádióknak) és a különböző szövegpanelek szerkesztése. A sajtó kiszolgálása is a munkakör része, így gyakran fogadunk televíziós stábokat, adunk interjúkat rádióknak, illetve élő bejelentkezésekben is részt vesznek a kollégák. Mindezek mellett az egyik legfontosabb feladat a minden egyes nap elkészített videós időjárás-előrejelzés (3. ábra).

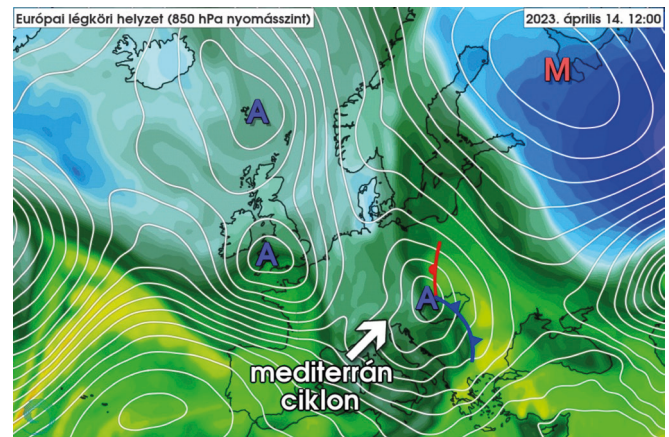
Az egyes közösségi médiás csatornák bemutatása

Facebook

A közösségi médiás portfólióból ez a felület rendelkezik a legnagyobb követőbázissal. Több, mint 127 000 ember követi az OMSZ Facebook oldalát, így erre a felületre fektetjük a legnagyobb hangsúlyt. Az itt megosztott tartalom a legtöbb esetben képi vagy videós formátumban kerül ki. Az egyik legkedveltebb bejegyzésünk a minden nap kora reggel kikerülő úgynevezett „Mire figyeljünk ma?” térkép (4. ábra), amely egy gyors összefoglalót ad az aznapi időjárásáról, és felhívja a figyelmet az esetleges veszélyekre. További népszerű produktumok az időjárási helyzetelemzések (5. ábra), amelyekben a nagytérségi időjárási folyamatokat mutatjuk be. Készítünk még heti hőmérséklet és csapadékanómália viszonyokat bemutató térképeket, több napra vonatkozó meteogramokat. A valószínűségi előrejelzésekre is nagy hangsúlyt fektetünk, illetve ismeretterjesztő bejegyzéseket is gyakran teszünk közzé. Időjárási rekordokat, tanulmányokat, publikációkat



4. ábra. Példa a "Mire figyeljünk ma?" térképre.



5. ábra. Példa a nagytérségi időjárási helyzetet bemutató, magyarázó ábrára.

is rendszeresen megosztunk. Céltudatos kommunikációt folytatunk a veszélyes időjárási helyzetekben: ilyenkor nyomtatékosan felhívjuk a figyelmet a felkészülésre, megelőzésre, illetve a veszélyjelzési rendszer folyamatos nyomon követésére. A Facebook-on a kommunikációs stílusunk egyértelműen a szakmaiság felé billen, de időnként muszáj formabontó ötleteket is bevetnünk, ugyanis hatalmas a médiazaj az időjárás-előrejelzés témakörében. Jelenleg a bulvár meteorológiai hírek sokkal gyorsabban terjednek, mint a hiteles információk. Ez ellen pedig több kampányt, figyelemfelkeltő bejegyzést is készítettünk. A Facebook oldalunkat minden korosztály számára ajánljuk, ugyanis itt mindenki megtalálja a számára legérdekesebb tartalmakat.



6. ábra. Példa a humoros képi formában prezentált meteorológiai szakkifejezésre.

Instagram

Ez az egyik legújabb és legfiatalosabb közösségi felületünk. 2019 végén indult el a kimondottan a fiatalabb korosztályt célzó hivatalos Instagram oldalunk. Ezen a platformon a képek, illetve napjainkban már egyre inkább a videós tartalmak a meghatározók. A felület fő célja, hogy az OMSZ egy új, közvetlen, fiatalos arcát is megmutassa, illetve az egyes szakterületeket, szakembereket bemutassuk a nagyközönségnek. Ezen a felületen a kreativitást teljes mértékben kiaknázzuk, és nagyon gyakran építünk a humorra is. Erre egy remek példa, amikor a meteorológiai szakkifejezéseket valamilyen humoros formában találjuk (6. ábra). Az évek során remek szakmai kapcsolatot építettünk ki a társszervezetekkel, illetve partnereinkkel. Külön kiemelendő a Magyar Közút, a Magyar Rendőrség, illetve a Katasztrófavédelem, akikkel több közös projektet, kihívást, sőt jótekonysági kezdeményezést is véghez vittünk (7. ábra). Az Instagram oldalunkon történő kommunikációs stratégiában a közvetlenség



7. ábra. Pécsi Norbert Sándor a Magyar Közút kommunikációs osztályvezetője éppen teljesíti a karácsonyi "csúnya pulcsis" kihívást, amely az évek során egy jótékonysági kezdeményezéssé formálódott.

Forrás: Instagram.com/magyarkozut

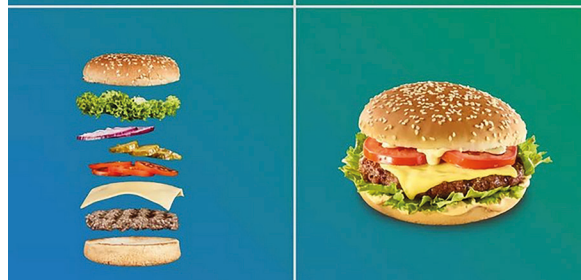
az elsődleges szempont, és igyekszünk a lehető legnyitottabbak lenni a követőinkhez. Nagy figyelmet fordítunk a beérkező kérésekre is, így gyakran teszünk közzé olyan bejegyzéseket, amiben felmérjük, hogy melyek azok a meteorológiai témakörök, amelyek nagy érdeklődésre tesznek szert (8. ábra). Az Instagram-on az úgynevezett "történetek" funkciót is rendszeresen használjuk. Ennek lényege, hogy az adott "történet" 24 óráig látható, így célirányosan, egy link segítségével át tudjuk irányítani a követőket a hivatalos weboldalunkra, illetve veszélyes időjárási helyzetek esetén is nagy segítséget nyújt ez a kommunikációs megoldás.

FIGYELMEZTETÉS

- Az összetevők lehetőséget biztosítanak, hogy a hamburger elkészüljön.
- Az összetevők megléte **nem jelenti** azt, hogy a hamburger el is készül!
- **Adott** napra és a **következő** napokra szól.
- Minél távolabbi napra tekintünk, annál bizonytalanabb (az összetevők időközben elfogyhatnak, megromolhatnak, stb...).

RIASZTÁS

- **Figyelem**, a hamburger hamarosan elkészül, vagy már elkészült!
- Fél - 3 órán belül **esély van rá**, hogy Te is kápj belőle!
- Elképzelhető, hogy elfogy, mire hozzá érne, vagy csak a szomszédnak jut belőle.
- **Légy figyelmes**, legközelebb lehet, hogy Te kapsz hamburgert!



8. ábra. Az OMSZ veszélyjelző rendszerének fokozatainak szemléletes bemutatása.



9. ábra. A megújult „green-box”-os stúdióink a kameránk „szemével”.

Youtube

Ezen a felületen minden nap megosztásra kerül egy élőszereplős időjárás-jelentés. A televízióból már megszokott formával szemben, itt jóval részletesebben be tudjuk mutatni az egyes időjárási jelenségeket, illetve nincs időbeli korlát sem. A Youtube-on bevett dolog a közvetlenség, így a közösségi médiás csapatunk is emellett tette le a voksát. Ennek köszönhetően ezen a platformon is elsősorban a fiatalabb generációt szeretnénk megszólítani, de a feliratkozóink közül minden korosztály képviselteti magát. A csatorna kezdeti időszakában még csak hangalámondásos videók készültek, majd ismét felizzottak a fények, és elindultak

az élőszereplős felvételek az OMSZ TV stúdiójában (9. ábra). A tapasztalt kollégák rengeteg tanáccsal látták el a fiatalabb generációt, és sokan kipróbálhatták magukat a képernyőn. Az elmúlt időszakban a stúdió több átalakításon is átesett, így a kezdeti “blue-box”-ról áttértünk a “green-box” technikára, illetve a világítás is modernebb lett. A fejlesztések eredménye, hogy még több videós tartalom készítésére nyílik lehetőség. Az időjárás-jelentések mellett ismeretterjesztő anyagokat, érdekességeket, illetve éghajlati összefoglalókat is megszertünk a csatornánkon (10. ábra).

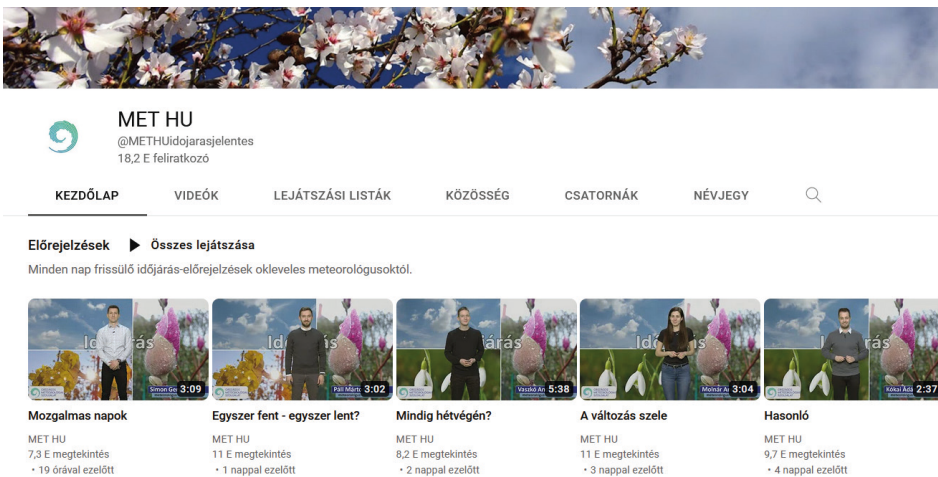
A jövőbeli tervek

Jelenleg is nagy változások zajlanak a közösségi médiában, és egyre inkább a rövid videós tartalmak kerülnek előtérbe. Ennek érdekében a terveink között szerepel az OMSZ TikTok csatornájának felfuttatása, illetve a hasonló elven működő Instagram Reels videók készítése. Az élő bejelentkezésekre is egyre nagyobb hangsúlyt szeretnénk fektetni, ezen felül további ismeretterjesztő videók is szerepelnek a középtávú terveink között. Az OMSZ szakterületeit is részletesebben be szeretnénk mutatni, így tematikus anyagok készítése is a célok között szerepel.

Összefoglalás

A megváltozott tartalomfogyasztási szokásokra reagálva az OMSZ-ban egy külön munkakör jött létre a közösségi médiában történő kommunikációra. A közösségi médiás meteorológusok a kor igényeit kielégítő grafikai megjelenítéssel készítik nap mint nap a bejegyzéseket a legismertebb internetes plat-

formokon. A kommunikációs stratégia is sokat változott, aminek hatására egyre népszerűbbek az OMSZ felületei. A csapat és ezzel együtt a munkakör is folyamatosan formálódik, és próbál lépést tartani az aktuális trendekkel. Reményeink szerint a meteorológia tudományának újfajta megközelítésével mind a szakma, mint pedig az intézmény egyaránt profitál.



10. ábra. Az OMSZ Youtube csatornájának főoldala.