

A Magyar Géniusz Vándorkiállítás és a Magyar Géniusz Program első éves kommunikációja

A Magyar Géniusz Program eddig soha nem látott lehetőséget teremtett a vidéki muzeológiai intézmények számára. A program a Petőfi 200 emlékévként keretében, 3,5 milliárd forintos kormányzati támogatásból valósul meg, amit a Magyar Vidéki Múzeumok Szövetsége koordinál. A program két részből áll: A Magyar Géniusz Vándorkiállítás egy nagyszabású és reprezentatív kiállításon belül vonultatja fel a vidék géniuszeit, a Kárpát-medencei muzeális intézmények legértékesebb és legkülönlegesebb műtárgyait. A téma forradalmian új, hiszen magyarságunk örökségét, a vidék legjelentősebb műtárgyanyagát még soha egy helyen és egy időben nem láthattuk. A tárlatot megalkotók meggyőződése: géniusz éppúgy egy magyar gondolat, egy érzés, ahogyan nemzeti hőseink tettei, lángelméink alkotásai, vagy akár a helyi tradíciókat éltető, népi tárgyak is.

A Magyar Géniusz Program pályázat keretében anyagi támogatást nyújt a vidéki, muzeális intézmények számára. A megpályázott keretből a múzeumok értékeik kidomborítására vadonatúj időszakos és állandó tárlatokat hozhatnak létre, emellett tudományos kutatásokat végezhetnek, konferenciákat, tanulmányutakat szervezhetnek helyi közösségük javát szolgálva.

Küldetés

A Magyar Vidéki Múzeumok Szövetségének, valamint a Magyar Géniusz Programnak a kommunikációs stratégiáját érintő vízióját alapvetően meghatározza a több mint 200 éves múltra visszatekintő múzeumi örökség, a Kárpát-medencei muzeológia. Igyekszünk az intézmények hírnevét és a programelemeket a korszerű PR- és marketingkommunikációs eszközök igénybevételével, az integrált tervezést és professzionális végrehajtást követően pozicionálni, a hagyományokat és a vidéki működésből fakadó jellemzőket értékké emelni. A Vándortárlat tekintetében a történelem, a néprajz, a régészet és a képzőművészet szekcióiban hangsúlyozzuk a műtárgyak páratlanságát, megismertetjük az intézmények történetét, törekszünk a magyarság kulturális emlékeinek megőrzésére és bemutatására. A Program pozicionálásakor misszióként tekintünk a nemzeti identitás és a patrióta szellemiség megerősítésére. Ezeket az alappozíciókat a tartalomgyártás terén szem előtt tartjuk, a prioritásukat megőrizzük.

A küldetés további alappillére, hogy a múzeumok népszerűsítésével azok programjainak ismertebbé tételével alapértékké emeljük a múzeumba járást, hirdessük azt a családok életébe beépülő folyamatosan jelen levő elemként. Közvetett célja a kommunikációnak, hogy az ifjúsági és a fiatal felnőttek korosztályát felelősségteljes, transzparens módon kulturális érzékenységre nevelje. A másik alappillér a múzeumi tartalmakkal és szolgáltatásokkal felkelteni a lehetséges célcsoportok érdeklődését, a már ismerős, vagy időről időre visszatérő látogatókat pedig közönséggé, közösséggé tenni.

Jövőkép

Jövőképként fogalmazható meg, hogy a Program és a Vándorkiállítás kommunikációjával identitáserősítő és edukációs folyamatként is küldetesként tekint a szervezet. Nem szabad megfeledkeznünk az aktív, intenzív kultúrafogyasztó idősebb generációról sem, akik a múzeumokba járó közönség gerincét alkotják.

Kiemelt figyelmet fordít a kommunikációs stratégia arra, hogy ne csak megszólítsuk, de minden kapcsolódási felületen – a social média platformjain és a hozzájuk kapcsolódó aktivitások, programok tekintetében és terjesztésében - magunkhoz is kössük a fiatal felnőttek és

szépkorúak célcsoportjait alkotó korosztályt. További célunk, hogy az online közösség, a magyargeniuszprogram Facebook-és Instagram-oldal, valamint a MVMSZ múzeumi tagok Facebook-és Instagram-oldalaira oldalaira **a kulturális tájékozódás színtereként** is tekintsen.

Értékkrend

A kommunikációs stratégia értékkrendjének alapvető célkitűzése a múzeumok imázsának, a Magyar Génius Programnak és a Magyar Génius Vándorkiállításnak, azok ismertségének növelése, a Kárpát-medencei muzeológia magas minőségű és színvonalú megítélésének elősegítése, a magyar múzeumi élet kultúrában betöltött szerepének hangsúlyozása. A Vándorkiállítás helyszínein a múzeumok mellett cél a városmarketing erősítése is. A kommunikációs kampányok a város és a múzeumok számára is imázs erősítő hatással bírnak. Az eszközök egyik fő kommunikációs színtere a közösségi média, amelynek ereje, hogy képes erősíteni a márkaismertséget, mindezt úgy, hogy folyamatos és innovatív módon lépünk a közönségünkkel kapcsolatba.

Környezeti elemzés

2021 nyarán a Magyar Vidéki Múzeumok Szövetsége és a magyar vidéki muzeális intézmények a Petőfi 200 emlékévként keretében eddig sosem tapasztalt kormányzati támogatáshoz jutnak a Magyar Génius Program révén. A pályázatot a Nemzeti Kulturális Alap ideiglenes kollégiuma hirdeti meg, szakmailag a Magyar Vidéki Múzeumok Szövetsége koordinálja. A kulturális szektorban a muzeológia helyzete marginálisabb pozíciót foglalt el az elmúlt években, ha a színházi, előadó-művészeti szegmensekkel szemben hasonlítjuk össze. A koronavírus-járványnak köszönhetően is sérült a múzeumi tevékenységek köre, a látogatói bizalom ebben az évben még csak elindul a visszaépülések útján. Ebbe a társadalmi-gazdasági helyzetbe érkezik a pályázat lehetősége a múzeumok életébe, és indul el a Program és a Vándorkiállítás projektfelállítása mellett a kommunikációs tervezés is.

Brandépítés a hagyományos marketingkommunikációs és Public Relations elemekkel

A Magyar Génius Vándorkiállítás kommunikációja az első félévben a brandépítésre, valamint a projekt népszerűsítése kapcsán főként a Vándorkiállításra fókuszált. A nyitóeseményt követő országos sajtómegjelenések után a vándortárlat helyszínein folytattunk és folytatunk lokációs kampányt. A helyi marketingkommunikációs megjelenések középpontjában a közterület kampányok álltak. Kecskemét, Debrecen, Gyula és Győr városában több száz óriásplakátot és city light plakátokat helyeztünk el a vándorkiállítás fennállásának időszakában. A közterület kampányt minden vándortárlat-helyszínen kiegészíti elektronikus médiamegjelenés is: a városokban járműreklámok erősítik a jelenlétet.

Erős sajtókapcsolatokkal rendelkezünk, amelyet a közlemények eljuttatása mellett PR megjelenés és egyéb interjúlehetőségekre is kihasználtunk; a mandiner, origo hasábjai mellett, a TV2 reggeli magazinműsorában, a Mokka-ban is szerepeltünk.

A Facebook-oldalunkon állandó rovatokat vezettünk be, Akik a kincseket adták (a tárlatba műtárgyat beadó múzeumok bemutatása), A csapat bemutatása, valamint Vitrinvizit (tárgyak bemutatása) címmel.

A Magyar Génius Program eredményei

A vidéki, muzeális intézmények pályázat során juthattak támogatáshoz, amelyet értékeik kidomborítására használhatnak fel. Az ideiglenes kollégium döntése alapján összesen 38 állandó és 26 időszakos kiállítás valósulhat meg a jövőben és 39 tudományos kutatás is zöld utat kapott. A Program eredményeiről, a megvalósult projektekről a lokális sajtókommunikáció, helyi közösségi médiában történő kommunikáció mellett a [Hírek – Magyar Génius Program \(magyargeniuszprogram.hu\)](https://magyargeniuszprogram.hu) hivatalos oldalán is hírt adunk. Meta-hirdetésekkal segítjük annak online térben történő terjedését és népszerűsítését.

Új utak a PR eszközszerében – kulturális fúziók, személyes emóciók, társadalmi felelősségvállalás és játékonkodás

2023 őszétől elindult a brandet érintő újrapozicionálás, amely egyrészt megmutatkozott a kétpólusú projekt szétválasztásában kétféle szlogenel, másrészt az arculati elemeket használva egységesebb irányt vet a Vándorkiállítás kreatívjainak megjelenése.

Magyar Génius Program - A teremtés ereje összeköt

Magyar Génius Vándorkiállítás – Egy ismerős érzés, ami visszavár

Ezekkel a szlogenekkel indult útjára a projekt megszilárdítása, és pozicionálja most is szervezet a Magyar vidéki múzeumokat, egy határokon átívelő nemzeti eszmévé.

Kulturális performansz a Győri Balett együttesével

A győri kampányban először nyitottunk a social média felületeinken a professzionális videós tartalmak felé. A Magyar Vidéki Múzeumok Szövetsége megkereste a Győri Balettot és egy kulturális együttműködés keretében egy különleges videóban népszerűsítettük a Vándorkiállítás győri helyszínét, ahol két táncművész táncolta végig a tárlatot. A különleges performansznak a Rómer Flóris Művészeti és Történeti Múzeum Esterházy-palotája adott otthont. A kulturális fúzió apropóját maga az összművészeti találkozó ihlette, az attrakció pedig egy olyan városban kelt életre, ahol az ország egyik legsikeresebb balettegyüttese már 44 éve ötvözi a tradíció és innováció kettőjét. Velekei László balettigazgató koreográfiája légiessen kísért végig a történelem, régészet, néprajz és képzőművészeti szekció remekeit, a mozdulatok ereje kiemeli a kincsek ragyogását, a tánc szemszögén keresztül még inkább hangsúlyt kapott a géniuszok zsenialitása.

Ünnepi karácsonyi videó

A Magyar Vidék Múzeumok Szövetsége 2022-ben rendhagyó ünnepi videóban mondta el karácsonyi üzenetét, ahol az elnökségi tagok mellett a Magyar Génius Program alkotócsapatának tagjai is megszólaltak. A múzeumigazgatók, kurátorok és a Magyar Génius csapat tagjai az alábbi kérdésekre keresték saját válaszaikat:

Mi az, amit a régi idők karácsonyaiból hozunk? Mi marad velünk felnőttként? Mit jelent számunkra ma az ünnep? Tartjuk családi szokásainkat? Őrzünk valamit a vidéki hagyományainkból?

Az ünnep, emberi oldalról kommunikált emlékeit megismerve szeretnénk volna közelebb hozni a látogatókhoz azt, mi rejtőzhet egy-egy intézmény és története mögött.

Játékonkodás, mint társadalmi felelősségvállalás

A Magyar Vidéki Múzeumok Szövetsége az ország legnagyobb múzeumi szervezete; progresszív, innovatív és érzékenyen reagál a múzeumi szférát érintő szakmai ügyekre. A

Magyar Gényusz Programmal újjászületett a Kárpát-medencei muzeológia. A fenntarthatóság és társadalmi felelősségvállalás fogalmában pedig egészen új fejezetek nyíltak.

A MVMSZ 2022 decemberében karácsonyi jótékonyági licitet hirdetett, s a befolyt adományokból származó teljes összeget a kárpátaljai KEGYES Jótékonyági Alapítvány számára ajánlotta fel. A licit mellett kommunikálta a szervezet az adományozás lehetőségét is. A vándortárlat számára a Savaria Megyei Hatókörű Városi Múzeum által kölcsönzött műtárgyának, egy arany diadémnak hű másolata került kalapács alá, így plusz kommunikációs elemként fókuszba került a sajtókommunikációban a kiállítás maga.

Online eszközrendszerek és platformok bemutatása

Facebook-oldal [\(2\) Magyar Gényusz Program | Kecskemét | Facebook](#)

Az oldal áttekintése a következőképpen alakult az elmúlt 28 napban¹, amely bár kiragadott analitikában tárja az olvasó elé az adatokat, ugyanakkor mutatja az oldal növekedésének és működésének dinamikáját. Az oldal követőinek száma meghaladja a háromezretet. Életkor és nem tekintetében a férfiak 30.10%-ban, a nők 69.90%-ban képviselik magukat. Az egy hónap alatt történt bejegyzéselérés 72 348, a bejegyzésaktivitás 15 10, az új oldalkedvelések száma 71, az új oldalkövetők száma 102 volt. Összesen 2797 reakciót, amelyből 80 hozzászólást, 333 megosztást értünk el. A fényképmegtekintések száma 3803, a hivatkozáskattintások száma pedig 837.

Instagram [Magyar Gényusz Program \(@magyargenyuszprogram\)](#) • [Instagram-fényképek és -videók](#)

Az elmúlt 90 nap²ban az @magyargenyuszprogram Instagram-oldal követőinek száma meghaladja a négyszázat, az elért fiókok száma hirdetésekkel megsegítve eléri a közel 23 ezret. A platform valódi használata 2023 októberében indult el. Az aktivitást mutató fiókok körében, a reagáló közönség arányában leggyakoribb korcsoport a 25-34 éves korosztály oszlopában mutatkozik, ezt követik 22,3%-kal a 35-44 éves korosztály, majd 13,9 %-kal a 45-54 éves korcsoport, végül 3,8%-ban képviseli magát az oldalon az 55-65 éves korosztály. Nemek megoszlásában a férfiak 54,6%-ot, míg a nők 45,3%-ot mutatnak.

Az összes követő tekintetében a leggyakoribb korcsoport a 35-44 éves korosztály 28,7%-kal, ezt követik a 25-34 évesek, 23,5%-kal és szorosan mellettük szintén 23%-kal a 45-54 éves korosztály, majd a legcsekélyebb mértékű Instagram-felhasználók csoportját az 55+-osok alkotják. Nemek tekintetében 62%-ban a nők, míg 37,9%-ban a férfiak alkotják a követőket. A legaktívabb időpontok az este 18:00-19:00 óra közötti időszakban vannak.

Google Ads hirdetési rendszer

A kezdetektől használjuk a Magyar Gényusz Vándorkiállítás online kommunikációs kampányában a Google Ads hirdetési rendszert. A kampányokkal a Google találatok között elsők között érjük el lehetséges látogatóinkat.

Török Katalin

¹ Az analitika lekérdezése 2023. május 16-án történt.

² 2023. május 16-i elemzés adatai. A vizsgált időszak: 2023. február 15. és május 15. között.