

**Múzeum LIKE – arculatmegújítási program a Magyar Természettudományi  
Múzeumban**

*az Új intézményi arculat kialakítását célzó projekt megvalósítása a kulturális  
alapellátás kiteljesítéséhez és a látogatószám növeléséhez című NKA-pályázat  
keretében*

**Adatlap azonosító:** A2012/N2762

**Pályázati azonosító:** 204185/00413

**Régi pályázati azonosító:** 3535/00413

**Szakmai beszámoló**

Az MTM arculatmegújítási koncepciójának vezérelve volt, hogy olyan, **nehezen megszólítható társadalmi csoportot vonzunk a múzeumba**, amelynek kulturális fogyasztásában és szabadidős tevékenységében nem szerepel preferált helyként a múzeum.

A pályázati program célja, hogy megújult fizikai arculat mellett a közösségi médián keresztül, a mai kornak megfelelő kommunikációs megoldásokkal **a fiatal korosztálynak** a jelenleginél hatékonyabb módon közvetítse a múzeum által képviselt értékeket, elősegítse körükben a közösség-szerveződést, valamint, hogy célzott programmal a hátrányos helyzetű fiatal korosztálynak is esélyt teremtsen a kulturális értékekhez való hozzáférésre, és a maga eszközeivel végső soron hozzájáruljon a társadalmi integrációjuk elősegítéséhez. Ennek érdekében a megújuló fizikai arculathoz társuló szabadidős programmal őket szólítjuk meg.

A fizikai arculatmegújítás nem érinti az egész múzeumi arculatot, kifejezetten fiatal korosztálynak készült speciális program.

**A program megvalósult elemei:**

1. Az arculatmegújítást célzó programnak a **múzeum LIKE** fantázianevezt adtuk. Az elnevezés a program fő céljára utal, azaz arra, hogy a célcsoportnak szánt programot a célcsoport „nyelvén közvetítve” és kulturális fogyasztási szokásaihoz alkalmazkodva valósítsuk meg. A LIKE felhívással szeretnénk őket arra ösztönözni, hogy a múzeumban szerzett élményt közvetítsék ismerőseik felé a közösségi médián keresztül.
2. A programnak **saját logója** készült fiatalos, figyelemfelkeltő színekkel. A logó a program keretében készült installációs elemek mindegyikén fel van tüntetve.



*A program logója*

3. A terveknek megfelelően az év során látványos, **mobil közösségi teret** hoztunk létre. A tér alapeleme egy, a csoport grafikusai által tervezett színes, ún. sajtófal (molino állvánnyal), mely hangulatában a romkocsmákat idézi, üzenetében ellenpontot állít a természet és az emberalkotta környezet között. A látványfal a múzeum fogadócsarnokában látható színes asztallal és ülőalkalmatosságokkal kiegészítve. A közösségi tér fiatalos, figyelemfelkeltő arculatával mind funkciójában, mind megjelenésében elkülönül a fogadócsarnok többi részétől. A tér kialakításával a célunk, hogy a fiatalos környezetben a várakozást kellemessé, az asztalra helyezett információs anyagokkal és ismeretterjesztő kiadványokkal tartalmassá tegyünk. A tér a múzeum LIKE program része, ezért a programra a tér részeként roll-up-pal hívjuk fel a figyelmet.



*A mobil installáció a múzeum fogadócsarnokában*





*A mobil installáció a múzeum fogadócsarnokában*

4. A programban elkészültek a látogatók körében leginkább kedvelt kiállítási tárgyakhoz a story-telling jegyében kapcsolódó történetek. A tárgyak többségéhez korábban nem tartozott leírás, azonban olyan celebtárgyak, amelyeket tapasztalataink szerint kifejezetten kedvelnek, és szívesen fényképeznek a kiállításban. A megvalósításnál fontos szempont volt, hogy nem száraz leírást, hanem a tárgyakhoz kapcsolódó történeteket jelenítsünk meg kevés szöveggel és hangsúlyos, humoros grafikával. A szövegek, melyeket rövidített formában, mobiltelefon formázó megállítótáblákra installáltuk, teljes terjedelmükben is hozzáférhetőek lesznek más felületeken. A táblákon a LIKE logó és telefonos ikon hívja fel a látogatók figyelmét egyrészt a programra, másrészt arra, hogy osszák meg élményeiket a közösségi oldalaikon. A programban kiemelten a fiataloknak szánt stílusban bemutatott kiállítási tárgyakat egy rövid túra (fantázianeven szelfi-túra) keretében lehet megtekinteni. A túrához feladatlap készült.

A programnak saját oldala van a múzeum honlapján, amely a tárgyakhoz kapcsolódó történeteket a térben megjelenítettéknél részletesebben - de nem a maguk teljességében -, az alkalmazott grafikák megjelenítésével mutatja be kedvcsinálás, figyelemfelkeltés céljából. Elérhetősége:

<http://www.nhmus.hu/hu/content/szelfi-t%C3%BAra-m%C3%BAzeumban>



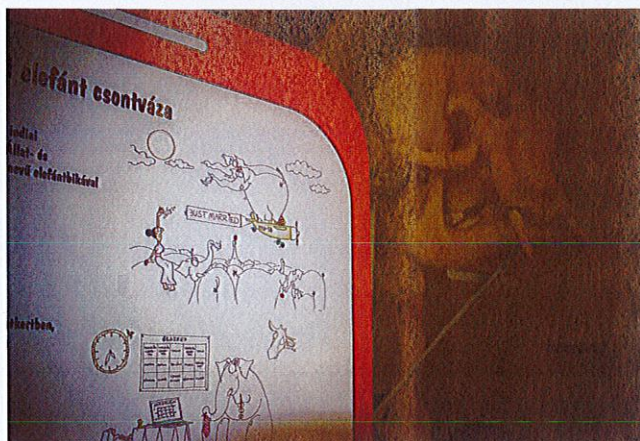


kiemelt tárgyakhoz kapcsolódó új információs táblák installálás előtt



Az egyik kiemelt tárgy az új információs táblával





*A szelfi-túra egyik kiemelt tárgyának információs táblája - részlet*

5. Együttműködés született a 8. kerületi családsegítő szolgálattal, 2017. év februárjában elindult az arculatmegújításhoz kapcsolt filmklub, amelyben hátrányos helyzetű fiataloknak mutattunk be természetfilmeket. A filmklubot összeköttöttük a szelfi-túrával, így a vetítés után a fiatalok végignézik a kiemelt tárgyakat, majd kitöltik a kapcsolódó feladatlapot. A program megvalósulása után két klubot tartottunk, alkalmanként 20, illetve 13 résztvevővel, további két alkalom már be van ütemezve. A tapasztalatok és a visszacsatolás alapján a strukturált és változatos program elnyerte a fiatalok tetszését.



*Az első filmklub hátrányos helyzetű fiatal résztvevői*



*Az első filmklub résztvevői a kiállításban*





*Az első filmklub résztvevői a szelfi-túrához kapcsolódó feladatlapok megoldása közben*

6. A program további célja volt, hogy a múzeumban való eligazodást új irányítóegységgel segítsük, ezt nyilakkal ellátott irányítóoszlop segítségével, valamint új fali irányító táblákkal oldottuk meg. Az alkalmazott színek és betűtípus, összhangban az arculatmegújítás szándékával színesek, figyelemfelkeltőek, és a program logójának színeivel harmonizálva, egységesen jelennek meg az információs pult fölé helyezett, átvilágított hirdetőtáblán és irányítóegységeken.



*Fali irányítótáblák*





Irányítóegység a múzeum közönségforgalmi terében



7. A program **reklám**jának részeként logóval ellátott szilikon-karkötők készültek, melyek különböző rendezvényeken, valamint a filmklub részeként a résztvevőknek promóciós ajándékként átadunk. A munkatársaknak a közönségforgalmi terekben történő egységes megjelenése és felismerhetősége érdekében a program keretében egységes nyakpántok készültek.



*Az arculatmegújítási programot reklámozó promóciósajándékok, és az egységes belső arculathoz hozzájáruló nyakpántok*

Az arculatmegújítás keretében megvalósított program további működtetése során első lépésként intenzív facebook-kampányt valósítunk meg a program népszerűsítésére, az alkalmazott arculati elemeket pedig a jövőben a fiataloknak szóló programokban, információs anyagokban alkalmazzuk és bővítjük.

Budapest, 2017. április 7.

Készítette:

Jókuthy Emese

Programfelelős