



A magyar Indiana Jones-ok Sándor Imre PR-díj 2015



A pályázati anyag címe: **A magyar Indiana Jones-ok**

Kategória: kommunikációs kampány

Az ügyfél iparága: egyéb (régészet, kultúra)

Ügynökség: Lounge Communication

A kommunikációs program személyi felelősei: Mamusits Péter, Saliga Réka

Alaphelyzet bemutatása, kommunikációs kihívások

A régészet olyan szakma, amelyet az emberek többsége csupán a filmekből ismer, vagy csak a régészeti munka kiemelkedő eredményeit látják a múzeumokban. A valóságban az Indiana Jones-ok munkája sokkal összetettebb. **Hogyan tudnánk tényközlő sajtóközlemények mellett izgalmasan bemutatni a régészetet és eredményeit? Hogyan tudnánk az eredményeket a laikusok és a régészet iránt kevésbé érdeklődők számára is izgalmasan bemutatni? Hogyan tudnánk egy keveseket érdeklő témát sokak számára izgalmassá tenni? Hogyan tudnánk a régészetet közelebb hozni az emberekhez? Hogyan tudnánk egy régészettel foglalkozó magánvállalkozást ismertebbé tenni, a sajtóban ingyenes megjelenéseket generálni a számára?**

A Salisbury Kft., a régészet és műtárgyvédelem terén hazánk egyik legrégebb óta működő magánvállalkozása a fenti feladattal bízta meg ügynökségünket. Ehhez pedig kapóra jött, hogy 2015 májusában egy – a debreceni Déri Múzeum megbízásából folytatott – útépitést megelőző feltárás során Berettyóújfalunál egyedi, közel **200 sírból álló gepida temetőre** bukkantak a vállalkozás szakemberei – további számos izgalmas lelet mellett.

Célok, célcsoportok

A **cél** az volt, hogy egy viszonylag kevés embert érdeklő témát izgalmassá tegyünk; hogy a berettyóújfalui leleteket a laikusok, régészeti témák iránt kevésbé érdeklődők számára is izgalmassá tegyünk; hogy érdekfeszítően, ne csupán száraz tényekkel mutassuk be a Berettyóújfaluban feltárt leleteket; hogy közelebb hozzuk a szakmát az emberekhez, ismertessük meg a jövő generációt a régészettel; valamint, hogy a Salisbury Kft. nevének ismertségét növeljük a magyar lakosság körében.

Célcsoportok:

- a régészeti témák iránt kevésbé érdeklődők
- kultúra, történelem, régészet iránt érdeklődők
- helyi, régióbeli lakosok
- helyi általános iskolások

Időszak: 2015. május – június közepe

Büdzsé: nem állt rendelkezésünkre

Kommunikációs stratégia, üzenetek

A sajtó általában beszámol az izgalmas – különösen külföldi – feltárt régészeti leletekről, de szerettük volna, hogy az általános sajtómegjelenések helyett olyan kommunikációs csatornát találjunk, ahol újszerűen, látványosan tudjuk bemutatni az egyedülálló berettyóújfalui leleteket; és olyanokat is el tudunk érni, akik valószínűleg nem olvasnának el egy régészeti feltárással kapcsolatos hírt. Ezért alapvetően videós anyagban gondolkodtunk.

Emellett pedig, hogy a régész szakmát is közelebb hozzuk az emberekhez, és izgalmassá tegyük ezt számukra, ásatáslátogatást szerveztünk a helyi iskolásoknak.

Üzenetek: A régészet többet jelent a múzeumokban kiállított daraboknál. A régészet izgalmas és sokrétű. A Salisbury Kft. régészettel foglalkozik.

A stratégia megvalósítása, módszerek, eszközök, időzítésük

A fentiek miatt Magyarország egyik legolvasottabb hírportálját kerestük fel. Az **Index.hu** és az **Indavideo** csapatának exkluzív riportlehetőséget ajánlottunk fel.

Az egyeztetések után 2015. május 19-én az Index-Indavideo stábja ellátogatott az ásatásra, ahol az ásatás vezetőjével interjút készítettek a talált leletekről. Május 25-én publikálták a videót, amelyet azóta **több mint 66 500-an** látták, és [ezen](#) linken lehet megtekinteni.

Az újságírók érdeklődésének felkeltése után, az Index-Indavideo anyag megjelenését követően május 26-án kiadtunk egy **sajtóközleményt látványos képanyaggal** a kultúra, tudomány rovattal rendelkező és a régészeti témákkal is foglalkozó, azt bemutató médiumoknak, valamint a regionális (Hajdú-Bihar megye) és berettyóújfalui és környékbeli médiumoknak.

A sajtóközlemény kiküldését követően számos **interjú megkeresés** érkezett, így nem csupán a közleményből születtek sajtómegjelenések, de a médiumok saját interjúkat, anyagokat is készítettek.

Ezt követően 2015. június 1-jén és 2-án **rendhagyó történelemórára hívtuk a helyi általános iskolásokat**, tovább erősítve ezzel az ásatás érdekességét és további aktualitást adva a feltárásnak.

Június 2-án a gyerekek ásatáslátogatásáról **sajtóközleményt** küldtünk ki a helyi, regionális médiumoknak.

A munka/kampány eredményének mérési módszerei és a ténylegesen elért eredmények bemutatása

Az Indavideo anyag az Index főoldalán vezető hírként szerepelt 2015. május 25-én. **A videót több mint 66 500-an nézték még.** A feltárt gepida temetőről és/vagy az iskolások látogatásától összesen **40 db ingyenes megjelenés** született (nyomtatott és online médiumokban, televízióban és rádióban, regionális médiumokban, a helyi kisebb médiumok Facebook oldalukon is beszámoltak róla, az MTI nyitóképeinek is felkerült, amellet, hogy fotóval dokumentálták az ásatást.) A nagyobb megjelenések a következők voltak: Index főoldalon szerepelt a videó, Indavideo, MTV, Népszabadság, Népszabadság Online, Origo, Múlt-kor.hu, Vs.hu, Magyar Nemzet Online, Metropol, Metropol Online, Lánchíd Rádió, Magyar Hírlap, Hajdú-Bihari Napló, Debrecen Televízió, Berettyó Televízió.

Közel 300 gyerek látogatta meg az ásatást június 1-jén és 2-án. A berettyóújfalui József Attila Általános Iskola, a II. Rákóczi Ferenc Általános Iskola, a Diószegi Kis István Református Általános Iskola és a Hunyadi Mátyás Tagiskola 5-8. osztályos diákjai kisebb csoportokban érkeztek a helyszínre interaktív történelem órára. A gyerekek első kézből tanulhattak a múlttól: a szakemberek meséltek nekik a gepidák történelméről és bemutatták a feltárt leleteket. Majd egy kis időre maguk is régésszé válhattak: a szervezők játékos módon a szakmába is betekintést nyújtottak az érdeklődőknek. A látogatásukról az iskolák Facebook oldalainak számoltak be.

A munka/kampány eredménye és a jövőbeni felhasználás/folytatási lehetőségei

A munka eredményeként sokakhoz eljutott a berettyóújfalui leletek híre, a videós anyagnak köszönhetően érdekesítő módon került bemutatásra a feltárt gepida temető, és olyanokat is elértünk vele, illetve kíváncsivá tettünk a régészet iránt, akiket egy általános régészettel kapcsolatos híryanaggal nem biztos, hogy elértünk volna.

Számos ingyenes sajtómegjelenést generáltunk, ezzel növelve a Salisbury Kft. hírét és feltéve őket a „médiaterképére”. Ennek köszönhetően sajtókapcsolatokat építettünk ki, amelyet a jövőben további hírek megjelentetésére, interjúlehetőségek kiejánlására tudunk felhasználni. A gyerekek látogatásának köszönhetően a régészetet emberközelibbé tettük a diákoknak, tanáraiknak és a tanulók szüleinek is, illetve remélhetőleg néhány gyerekben elvetettük a magot, hogy pályaválasztáskor a régész szakma is izgalmas lehetőség legyen számukra.