

Doktori (Ph.D) értekezés

FALAK NÉLKÜL MARADT MÚZEUM

**A COVID–19-világjárvány hatása a magyar múzeumi közgyűjtemények
online praxisára**

Berényi Marianna



Debreceni Egyetem
Bölcsészettudományi Kar

Bölcsészettudományi Doktori Tanács

Debrecen, 2022

FALAK NÉLKÜL MARADT MÚZEUM

A COVID–19-világjárvány hatása a magyar múzeumi közgyűjtemények online praxisára

Értekezés a doktori (Ph.D) fokozat megszerzése érdekében
a néprajz tudományágban

Írta: Berényi Marianna okleveles etnográfus és okleveles történelem szakos tanár

Készült a Debreceni Egyetem Történelmi és Néprajzi Doktori Iskola
Néprajz Doktori Programja keretében

.....
Témavezető: Dr. Keményfi Róbert

Az értekezés bírálói:

Dr.

Dr.

Dr.

A bírálóbizottság:

elnök: Dr.

tagok: Dr.

Dr.

Dr.

Dr.

Az értekezés nyilvános vitájának időpontja: 2022.

„Én, Berényi Marianna, teljes felelősségem tudatában kijelentem, hogy a benyújtott értekezés önálló munka, a szerzői jog nemzetközi normáinak tiszteletben tartásával készült, a benne található irodalmi hivatkozások egyértelműek és teljeseek. Nem állok doktori fokozat visszavonására irányuló eljárás alatt, illetve öt éven belül nem vontak vissza tőlem odaítélt doktori fokozatot. Jelen értekezést korábban más intézményben nem nyújtottam be és azt nem utasították el.”

Debrecen, 2022. augusztus 26.

.....

Berényi Marianna

Tartalom

1.	Bevezető	9
1.1.	A kutatás célja, kérdések, állítások	13
1.2.	A dolgozat felépítése	15
1.3.	Kutatási, elemzési módszerek, források	17
1.4.	Tudománytörténeti kontextus	19
2.	Digitális fogalmi háló	30
3.	Átalakuló múzeumi világ	46
3.1.	„Mi a muzeológia?” Szemléletváltás, módszertani megújulás a múzeumi intézményekben	46
3.1.1.	Új muzeológia, kritikai szemlélet, posztmúzeum, fordulatok	47
3.1.2.	Paradigmaváltás a múzeumi kommunikációban	52
3.1.3.	Participáció, nyitott múzeum, közösségi múzeum, részvételiség.....	57
3.1.4.	Háttérben zajló folyamatok: finanszírozás, operatív muzeológia	61
3.1.5.	Épületek és emberek	62
3.1.6.	Kölcsönhatásban: múzeumok és populáris kultúra	64
3.2.	Hömpölygő adatok: a magyar digitalizáció rögös útja	66
3.2.1.	Láttelel: 2011	68
3.2.2.	Az ezredforduló	70
3.2.3.	A KDS évtizede	72
3.2.4.	Intézményi szerepcserék.....	76
3.2.5.	Változó aggregátorok	77
3.2.6.	Gyűjteménykezelő rendszerek.....	79
3.2.7.	Tárgynevek, leírórendszerek, névterek.....	81
3.2.8.	A régészeti aggregáció.....	81
3.2.9.	Online keresők előtt láthatatlanul	83
3.2.10.	Beágyazhatóság, megoszthatóság.....	84
3.2.11.	Nyilvánosság.....	84
3.2.12.	A hipermediális kontextus hiánya.....	86
3.2.13.	Totális adatbázis és költözés.....	86
3.3.	Konklúzió	87
4.	Radikális fordulópont: koronavírus, karantén, zárvatartás	89
4.1.	Számokban mérhető hatás – nemzetközi és magyar kutatások a bezárt múzeumok helyzetéről	91
4.1.1.	Deklarált kutatási célok	93
4.1.2.	A bezárt intézmények száma	95
4.1.3.	Látogatószám-csökkenés	96
4.1.4.	Bevételek csökkenése	97
4.1.5.	Létszámleépítések.....	98

4.1.6.	A munkavégzés megváltozott körülményei.....	99
4.1.7.	Végleges bezárás? A krízishelyzet kezelése közötti különbségek.....	99
4.1.8.	Online kommunikáció, a digitális szolgáltatások fejlődése.....	100
4.1.9.	Egyenlőtlenség, digitális szakadék.....	102
4.1.10.	Gyűjtemények biztonsága.....	102
4.1.11.	Újranyitás, az offline múzeumlátogatás biztonsága.....	103
4.1.12.	Konklúzió.....	103
4.2.	Múzeumi szakemberek bezárt kapuk mögött – kutatás (2021.).....	104
4.2.1.	A válaszdók.....	104
4.2.2.	A munkavégzés megváltozott körülményei.....	108
4.2.3.	A munka szervezettsége, tervezhetősége, ellenőrzése.....	112
4.2.4.	Bércsökkenés, bevételkiesés.....	114
4.2.5.	Az otthoni munkavégzés hatékonysága, visszajelzések.....	115
4.2.6.	Online kapcsolattartás.....	117
4.2.7.	Mentális következmények.....	117
4.2.8.	Home office-feladatok.....	118
4.2.9.	Emberek a múzeumi online tartalmak mögött.....	120
4.2.10.	A hiányzó tapasztalat, a gyakorlati tudás megszerzésének lehetőségei.....	123
4.2.11.	A digitális infrastruktúra hiánya – otthoni eszközök, ingyenes programok.....	126
4.2.12.	Múzeumi szakemberek által létrehozott és eredményesnek tartott tartalmak vs. felhasználók által kedvelt online tartalmak.....	127
4.2.13.	Digitalizációs feladatok vs. online tartalomszolgáltatás.....	133
4.2.14.	Hipertextualitás mint cél, webtudatosság.....	139
4.2.15.	A jövő.....	140
4.2.16.	Konklúzió.....	141
4.3.	Az online múzeumlátogató – látogatókutatás (2021.).....	143
4.3.1.	Koronavírus és a magyar internetfelhasználók.....	143
4.3.2.	Kevesen éltek vele: közvélemény-kutatások.....	145
4.3.3.	Kutatás – Online múzeumi tartalmak a Covid–19 alatt.....	148
4.3.4.	A válaszdók.....	148
4.3.5.	Hogyan hatott a home office a tartalomfogyasztásra?.....	152
4.3.6.	Milyen tartalmakat olvastak szívesen a neten az adatközlők?.....	154
4.3.7.	Az analóg múzeumlátogatás gyakorisága.....	156
4.3.8.	Online múzeumi tartalmak megtekintése a járvány előtt és után.....	159
4.3.9.	Közösségi média és a múzeumlátogató.....	163
4.3.10.	Hírlevelek használata.....	167
4.3.11.	Munka, tanulás és múzeum.....	168
4.3.12.	Kereslet vagy csak kínálat? Fizetős szolgáltatások.....	169
4.3.13.	Kitágult világ.....	170

4.3.14.	Értékelés a látogatók szemével.....	172
4.3.15.	A legnépszerűbb tartalmak	174
4.3.16.	Online-ból offline: vissza a való világba.....	179
4.3.17.	Hogyan látta mindezt a Google?	179
4.3.18.	Konklúzió	183
4.4.	A múzeumi, a dolgozói és a látogatói kutatás együttes tanulsága	183
5.	A világháló múzeumi terei a zárvatartás idején	185
5.1.	Virtuális és online kiállítások, galériák, bejárható múzeumi terek	194
5.2.	Közösségi média.....	204
5.2.1.	Magyar kedvencek: Facebook és Instagram.....	209
5.2.2.	Kihívás, hashtagaktivizmus, sorozatok	219
5.2.3.	Örök klasszikus: múzeumi blog	220
5.2.4.	Feltörekvő műfajok: vlog, élő közelítés, podcast.....	225
5.2.5.	Konklúzió	232
5.3.	Közösségépítés a világhálón	233
5.3.1.	A világháló mind sűrűbb szövete	234
5.3.2.	Ami nélkül nem ment volna: participáció	235
5.3.3.	Több mint lájk – az online részvételiség kultúrája	237
5.3.4.	Közös munka: gyűjtés, dokumentálás	240
5.3.5.	A meglévő offline közösségek gondozása.....	241
5.3.6.	Hangnemváltás, inklúzió, esélyegyenlőség, többszólamúság, szubjektivitás ..	242
5.3.7.	Átláthatóság, fokozott hozzáférhetőség kontra archiválás	245
5.3.8.	Mérhető, de mégsem mért elkötelezettség	245
5.3.9.	Konklúzió	247
5.4.	A múzeumpedagógia online terei	248
5.4.1.	Múzeumpedagógia kontra pandémia.....	253
5.4.2.	Esettanulmány: Magyar Nemzeti Múzeum	256
5.4.3.	Újdonság: digitális „intermuzealitás”	261
5.4.4.	Változó igények.....	266
5.4.5.	Online tárlatvezetések.....	268
5.4.6.	Konklúzió	269
5.5.	A krízis dokumentálása: online múzeumi gyűjtőkampányok	271
5.5.1.	Gyors reagálású gyűjtés – a jelen pillanat dokumentálása	271
5.5.2.	A pandémia azonnali hatása	273
5.5.3.	Globális krízis, univerzális tapasztalat, egyetemes módszertani kihívás	275
5.5.4.	Egy tárgy, több értelmezés: Mutasd a maszkod! a Skanzenben.....	280
5.5.5.	Szubjektív #karanténtárgyak a Néprajzi Múzeumban.....	282
5.5.6.	Gyűjteményhez rendelt módszer: a szegedi Móra Ferenc Múzeum.....	284
5.5.7.	Járványlenyomatok a városi térben: Kiscelli Múzeum.....	285

5.5.8.	Minden lehet történelem? Sopron Múzeum, Göcseji Múzeum	286
5.5.9.	Közösségi lenyomat: Magyar Zsidó Múzeum és Levéltár.....	286
5.5.10.	Virtuális közösségépítés: Magyar Nemzeti Múzeum.....	287
5.5.11.	Közös közlekedési élmény, vállalati kapcsolatok – Közlekedési Múzeum .	288
5.5.12.	Terep: az online tér – Semmelweis Orvostörténeti Múzeum	289
5.5.13.	Mennyire reprezentatív?	290
5.5.14.	Szerzőség és nyilvánosság.....	291
5.5.15.	Nyilvántartás, élő archívumok	292
5.5.16.	Szelekció: mit őrzünk meg?	294
5.5.17.	A publikációs felület és közösségépítés	295
5.5.18.	A kurátori szerepen túl	295
5.5.19.	Offline kiállítás: vissza a forrásközösséghez.....	296
5.5.20.	Globalitásától megfosztott tapasztalat.....	297
5.5.21.	A hipermediális beágyazottság rögzítésének hiánya.....	298
5.6	Újraszótt mintázatok: szakmai kapcsolatok az online térben.....	299
6.	Kitekintés	307
	Irodalom.....	316
	Melléklet.....	364
	Összefoglaló	365
	Summary.....	366

1. Bevezető

„Van egy vízióm a 2020. évvel kapcsolatban; szeretném 20/20 Víziónak nevezni. Képzeljék el az embereket a képernyők előtt: ezermillió képernyő szerte a földön. És minden képernyő előtt ülő ember automatikusan és önhatalmúlag, kontroll nélkül bármely valaha publikált töredéket kivághat egy hatalmas közös állományból” – fogalmazott Theodor Nelson, a hipertext, a hipermédia, a virtualitás és az intervingularitás fogalmának megalkotója, 1992-ben.¹ Az amerikai filozófus, szociológus, informatikus minden bizonnyal rémülten konstataulta, hogy víziója valósággá vált. No, nem az általa indított *Xanadu Project*² valósult meg, hogy összekapcsolja linkek segítségével a digitális világ valamennyi tartalmát, hanem a koronavírus-világjárvány következtében emberek milliói kényszerültek arra, hogy életüket, munkájukat, tanulmányaikat képernyő előtt végezzék, hozzáteve és kivéve szinte bármit a meglévő globális közös internetes állományból.³ Azaz 2020-ban és 2021-ben már nemcsak a különböző internetes tartalmak csatlakoztak egymáshoz bonyolult, többnyire véletlenszerű hálózati struktúrát kialakítva, hanem az internet, a világháló hónapokon keresztül az emberi kapcsolatok, a közösségi érintkezés legfontosabb terévé is vált.

Ebbe a sűrű virtuális szövetbe a kényszerű zárvatartásra ítélt múzeumok is karakteres mintákat szöttek: az intézményi munka legfontosabb terepévé is az internet vált; a kiállítások, közönségprogramok és az ismeretátadás mellett a virtuális világba költöztek a szakmai konferenciák, kiállítások vagy az olyan klasszikus offline tevékenységek is, mint a gyűjtés vagy a múzeumpedagógia. „Egy olyan időszakban, amikor világszerte emberek milliárdjai vannak elszakítva egymástól, a múzeumok képesek összehozni bennünket” – fogalmazott az Egyesült Nemzetek Nevelésügyi, Tudományos és Kulturális Szervezete (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization – UNESCO) kulturális főigazgató-helyettese, Ernesto Ottone 2020-ban.⁴ A minden ember számára hónapokon keresztül zárva tartó múzeumok világában Ottone frappáns mondata furcsán cseng egybe Andrew McClellan 19. és a 20. századi múzeumok fejlődése kapcsán megfogalmazott régebbi gondolatával: „a nyilvánosság, a közönség kérdése immár nem arra vonatkozik, hogy kinek a számára állnak nyitva a múzeum

¹ Nelson 1992, idézi Müllner 2007.

² Nelson a Xanadu globális hipertextuális rendszerét 1974-ben megjelent *Computer Lib és Dream Machines* saját kiadású, rajzos kötetében fogalmazta meg, amellyel Szűts Zoltán legutóbb 2018-as kötetében foglalkozott (Szűts 2018). A projekt végül nem valósult meg, ma a világháló (World Wide Web) köti össze az interneten lévő dokumentumokat hiperhivatkozásokkal.

³ Nelson 1975.

⁴ Museums facing COVID-19 challenges remain engaged with communities.

04/04/2020 <https://en.unesco.org/news/museums-facing-covid-19-challenges-remain-engaged-communities>. – Utolsó letöltés: 2021. 11. 27.

*kapui, hiszen lényegében mindenki látogathatja őket, hanem hogy a múzeumok milyen szerepet vállalnak a közönség formálásában politikai és társadalmi szükségletek függvényében.*⁵

2020-ban és a 2021-ben, amikor hónapokon keresztül lényegében senki sem látogathatta a múzeumokat, új „teret” és szerepet nyert a múzeumi nyilvánosság fogalma: a közgyűjtemények világszerte virtuálisan eredtek eltiltott és izolálódott látogatóik nyomába, és igényeiket, szükségleteiket kutatva szórakozást, hírt, információt, háttéranyagot, rekreációt, online elfoglaltságot, közösségi élményt nyújtottak számukra, vagy épp múzeumpedagógiai tartalmaikkal dobtak mentőövet a világhálóra száműzött közoktatásnak. A múzeumok klasszikus gyűjtéshez, megőrzéshez, bemutatáshoz kapcsolódó funkciói széles körben egészültek ki olyan társadalmi tapasztalatokkal, amelyek egyértelművé tették: ez az intézménytípus nem csupán a múltbeli közösségek, azok képviselőinek múltbeli lenyomatait közvetíti utódaik számára, nemcsak egy-egy közösség reprezentációjának, tagjai identitásának, szocializációjának, tanulásának fontos pillére, hanem globális szinten is képes arra, hogy a jelen aktuális, égető kihívásaira és az emberek igényeire aktívan reagáljon, kilépve saját térbeli és materiális kötöttségei közül. A globális jelenséget a Seychelle-szigeteki Nemzeti Múzeum igazgatója így összegezte: *„A káosz kódében a múzeumok áttörik a bennünket elválasztó falakat. Felhasználhatják és az interneten keresztül közvetíthetik közös gyűjteményünket és információinkat, kulturális és természeti örökségünket a közösségek felé, hogy felemeljenek bennünket, és mindenkit összekapcsoljanak.”*⁶ Az igazgató üzenetéből André Malraux képzeletbeli vagy falak nélküli múzeumának víziója sejlik fel, méghozzá a legmerészebb utópistákra is ráigérő forgatókönyv szerint, fizikai reprodukciók, tárgyak és terek nélkül. A Malraux dolgozószobájában 1953-ban készült, őt ábrázoló közismert fénykép üzenete, amelyen a neves esztéta, művészettörténész, politikus lábai előtt példás rendben sorakoznak az elmúlt évezredek kiválasztott műtárgyainak reprodukciói,⁷ felülíródott. A múzeumi dolgozószoba a privát térbe költözött, a tárgyak és reprodukcióik pedig bájtokká formálódtak, hömpölygő adathalmazként kiszakadva a párhuzamosok és merőlegesek térbeli alakzatából, a lefelé néző kutatói és a felfelé pillantó látogatói tekintet iránya elfordult, más-mást nézve, mégis ugyanabba az irányba, a monitorok magasságába.

„Nem mellékesen miféle korszellem az, amelynek a hely nem, csak a virtuális tér adott?” – tette fel a kérdést még 2003-ban György Péter *Az eltörölt hely – a Múzeum* című kötetében, amikor a virtuális távolságok korszakát taglalva, még annak szinte a kezdetén, a jövőt mit sem

⁵ Idézi Abt 2012, 48.: Andrew McClellan, A brief history of the art museum public. In: *Art and its Publics. Museum Studies at the Millennium*. Szerk. uő., Blackwell, Oxford, 2003, 7.

⁶ UNESCO 2020.

⁷ György 2013, 18–19.

sejtve a közösség fogalmának átalakulásáról beszélt.⁸ A költőinek szánt kérdést a jelenkor válaszolta meg, igazolva a szerző jóslatait. A virtuális hálózatok kontextusában valóban átalakult a tér-idő társadalmi tapasztalata, és ha a virtuális távolság praxissá válása nem is gyorsította fel annyira a globális időzónák kultúrájának átalakulását, megtapasztalhatóvá tette őket. A világháló napról napra szaporodó online múzeumi tartalmi közösségi média hashtagjein, a nagy híroldalak kulturális ajánlóiban váratlanul és esetlegesen kerültek egymás mellé, mégis a fragmentáltság érzete nélkül. A korszellem, a pusztító világjárvány nyomán megjelenő félelem és szolidaritás hidat emelt a lazán kapcsolódó múzeumi tartalmak közé. A korlátozások alól ideiglenesen felszabaduló digitális archívumok, a múzeumok kreatív online programjai sokszor az intézmények ismertségétől és nagyságától függetlenül soha nem látott lehetőséget kaptak, hogy bejárják a világsajtót, és az öt földrész bármelyikéről érdeklődőt vonzanak, miközben az is előfordult, hogy tartalmaik, műtárgyaik, dokumentumaik, kutatásaik egy-egy darabja elszakadt a gyűjteménytől és az intézménytől. A kritikai muzeológia régóta visszatérő témája, miszerint a tárgyak a múzeumba kerüléssel elveszítik eredeti összefüggéseiket,⁹ most még kínzóbb dilemmával párosult: mi történik, ha a világhálón megosztott tárgy digitális lenyomata önálló életre kell, maga mögött hagyva a hozzá kapcsolódó információkat, tudásrétegeket, jelentéseket, és egy egész más kontextusba ágyazódik be, azaz a kurátorok és a múzeumpedagógusok által konstruált hipertextuális környezetből kiszakad, és egy másik, a múzeum által nem felügyelt jelentésrendszerben találja magát. Ennek fordítottja is eddig ismeretlen erővel jelent meg a múzeumok, főleg a koronavírus következményeinek dokumentálása kapcsán indított kampányok nyomán: miként archiválják, szelektálják, építsék be gyűjteményeikbe a már jellemzően digitálisan született objektumokat.

A koronavírus nyomán fellépő krízishelyzet így azt is megmutatta, hogy a múzeumi világ milyen módon és mértékben építkezett a több mint húsz éve zajló digitalizáció folyamatára, amely intézményenként eltérő mértékben, de fokozatosan bővülő, online elérhető digitális műtárgyadatbázisokat és azok hasznosítását szolgáló projekteket eredményezett. Az is kiderült, miként tudják a közgyűjtemények kiaknázni az esetenként több mint egy évtizedes múltra visszatekintő, a közösségi médiában, online felületeken szerzett gyakorlati tapasztalataikat, és milyen módon képesek az új muzeológia magyar múzeumi világban is érzékelhető diskurzusainak eredményeit átfordítani egy tér és fizikai találkozás nélküli mezőbe. Ross Parry posztdigitális múzeuma¹⁰ ebben az időszakban vált globálisan értelmezhető fogalommal: a múzeumok jelentős többségében most vékonyodott el a múzeumok fizikai és online terei között

⁸ György 2003, 150., Battro 2012, 44–45.

⁹ Frazon 2011, 75.

¹⁰ Parry 2013.

a határ annyira, hogy a digitális technológia az egyes intézmények gyakorlatában általánossá válhasson.

Az új tudás hasznosítása szempontjából kiemelten fontos kérdés, hogy a kényszerhelyzet szülte projektek milyen mértékben ágyazódtak be a világháló rendszerébe: csupán az internetre költözött offline, közlésre épülő, lineárisan felépülő tartalmakkal gazdagodtak a múzeumok online felületei, vagy olyan kezdeményezésekről, tartalmi fordításokról van szó, amelyek a már idézett Nelson fogalmai szerint is értékelhetők: a különböző nem lineáris, sokközpontú, a digitális térben hálózatosan épülő tartalmak egymással hiperlinkekkel,¹¹ beágyazó kódokkal és más internetes eszközökkel összefonódnak? Vagy éppen az intertvingularitás (*intertwined = bonyolult módon összefonódott*) szellemében a kapcsolódási pontok szaporodásával különböző tudástartományok között nem csupán integrációs folyamatok indultak meg, hanem az ebből az integrációból kialakuló, már-már áttekinthetetlen keveredésből valami teljesen új minőség születhet?¹² Itt már nem csupán arra érdemes fókuszálni, hogy a múzeumok össze tudják-e saját maguk és mások gyűjteményeit, kutatásait, publikációit, kiállításait, programjait a világhálón kapcsolni, hanem képesek-e minél többféle – korábbi vagy kortárs – tapasztalatot, tudást, élményt, információt összefonni, hogy abból esetenként új eredmények, következtetések, születhessenek a jelenben vagy a jövőben. Úgy is feltehetjük a kérdést, hogy a múzeumok digitális tartalmai mennyire válnak hálózati jellegűvé,¹³ képesek-e a múzeumok a tárgyakon keresztül olyan virtuális tereket kialakítani, amelyek révén kapcsolatok alakulnak ki, sőt integrálódhatnak a globális virtuális tér tudásfórumaiba?

A jelen dolgozat a koronavírus-világjárvány okozta offline zárva- és online nyitvatartás bezárt és mégis kitágult világára egy rövid ideig fennálló, de maradandó hatással bíró csomópontra tekint, ahol a hosszabb-rövidebb ideje zajló folyamatok nemcsak metszették, hanem ki is emelték, megfoghatóvá tették, felnagyították egymás jellegzetességeit. A 2021. november 30-án lezárt munka a digitális antropológia eszközeivel, saját, ugyanebben az évben folytatott ezerfős látogatói és 380 fős múzeumi célcsoporttal dolgozó kvantitatív, valamint nemzetközi kitekintésű kvalitatív kutatásaim eredményeire építve ennek a csomópontnak a kibontására, a kibomló elemek dinamikájának vizsgálatára törekszik, azzal a nem titkolt szándékkal, hogy a pandémiát követő újrakezdés digitális projektjeihez muníciót biztosítson.

¹¹ Szűts 2013, 66–84.

¹² Z. Karvalics 2017, 52.

¹³ Fejős 2017, 119.

1.1. A kutatás célja, kérdések, állítások

A múzeumi világ szereplői már a világháló és a digitális technológia térhódításával egy időben felismerték, hogy láthatóságuk, nyilvánosságuk megőrzése érdekében nem mondhatnak nemet az online tér rohamosan növekvő és strukturálódó lehetőségeire. Nemcsak a kommunikációjuk, hanem gyűjteményezési stratégiájuk, nyilvántartásuk területén is számos program indult. Az egyre növekvő digitalizált gyűjteményi anyaguk, adatbázisaik mellett már a 2000-es évek elejétől égető kérdéssé vált, hogyan tegyék a felhasználók számára hasznossá, használhatóvá az interneten is elérhető, olykor nemzetközi, nemzeti vagy tematikus aggregációs felületeken összeérő adataikat. Online játékok, alkalmazások készültek, amelyek a közösségi médián megjelenő kampányokkal szemben ritkán törték át a felhasználók körében az ingerküszöböt. Így a közgyűjtemények online projektjei a múzeumi szakemberek és a múzeumi látogatók körében sem élveztek prioritást. Annak ellenére, hogy mindkét irányból érdekesnek, hasznosnak találták ezeket a fejlesztéseket, a digitális megoldások nem lehettek vetélytársai a múzeumok fizikai tereinek, kiállításainak, tárgyainak, közösségi programjainak, az ezek kapcsán megvalósult személyes találkozásoknak, dialógusoknak. Hiába hangsúlyozták az UNESCO javaslatai, az Európai Unió és a magyar kormányzat döntései, a közgyűjtemények hazai fórumai a digitalizáció, az online tudásközvetítő megoldások fontosságát, hiába készültek a pályázati forrásokból olyan digitális megoldások, amelyek az oktatást vagy az esetleges akadálymentesítést segítették, néhány kivétellel esetleges maradt azok köre, akik ezen a módon kívántak interakcióba lépni különböző háttérű, korú látogatóikkal. Mivel a múzeumi szakemberek, intézményvezetők jelentős része egy-egy sikeres kampánytól eltekintve az online térben az érdeklődés hiányával találkozott, a digitalizációs stratégiák kidolgozását és az ezzel kapcsolatos feladatokat folyamatosan a jövő idejű vagy a halasztható tevékenység tartományában kezelték, erőforrásaikat pedig inkább olyan projektek irányába fordították, amelyekről erőteljesebb érdeklődést, népesebb közönséget, látványosabb megoldásokat reméltek. Ahogyan a marketingelmélet egyik képviselője frappánsan megállapította: a digitális tartalomnak nincs belső értéke, azt csak a kontextus, a közönség és az alkalmazás ideje határozza meg.¹⁴

Amikor 2020 első negyedében a koronavírus terjedése következtében világszerte bezárták a múzeumok kapuit vagy a különböző offline helyszíneken korlátozták működésüket, bizonytalan jövő várt a látogató nélkül maradó intézményekre. Külön nehézséget okozott, hogy a korábbi tapasztalatok azt sejtették, sem a közvélemény, sem a döntéshozók nem igazán

¹⁴ Rowley 2008.

járatosak abban, mi történik a múzeumokban a kiállításokon, a tárlatvezetésekben és a múzeumpedagógiai órákon túl, mivel töltik ki a közpénzből foglalkoztatott, jellemzően állami alkalmazottak a munkaidejüket zárvatartás idején. A klasszikus múzeumi funkciók¹⁵ maradéktalan érvényesítésének missziója és a bizonytalan kilátások arra ösztönözték a múzeumokat, hogy munkájukat és közszolgálati, közgyűjteményi szerepüket az egyetlen rendelkezésre álló nyilvános térben, a világhálón tegyék bárki számára megtapasztalhatóvá. Ennek érdekében a korábbi digitális tartalmaikat felfrissítették, a munka- és feladatköröket átszervezték, ami legtöbbször azzal is járt, hogy olyan munkatársaknak kellett helytállniuk, akik a karanténhelyzet miatt jellemzően otthoni környezetben, egymástól elszigetelve, a területhez szükséges szaktudás, tapasztalat nélkül, megfelelő infokommunikációs eszközök hiányával küszködve vágta bele az immár a túlélés esélyét felvillantó, stratégiaivá váló feladatba.

A jelen értekezés, azon kívül, hogy többek között alapkutatások elvégzésével, a digitális antropológia módszereivel feltárja ezt a rendkívül gyorsan lejátsszó folyamatot és azokat az előzményeket, amelyek lehetővé tették a gyors digitális átállást, azt is dokumentálni kívánja, miként kezdtek az első sokkhatás után az eleinte jellemzően kezdetleges megoldások professzionálisabbá válni, hogyan alakult ki az az eszközpark, amelyre egy-egy intézmény tevékenysége felépült. A kutatás szándéka, hogy a világháló kulcsfogalmaira, a hipertextualitás, hipermedialitás, interkonnektivitás, interaktivitás definíciójára építkezve két irányból bemutassa, miként alakult át a digitális adatokhoz, a digitalizációhoz, az online térhasználathoz, a közösségi médiához való viszony: azaz hogyan változott az ezzel kapcsolatos intézményi gyakorlat Magyarország múzeumaiban a koronavírus-világjárvány miatt, miként reagáltak az intézmények közösségei a fejlesztésekre, milyen módon hatottak vissza az újonnan létrejött kölcsönhatások a múzeumi szakemberek szemléletmódjára, motivációira. A disszertáció mindemellett arra is törekszik, hogy a nemzetközi múzeumelméleti diskurzus olyan digitális múzeumi gyakorlattal foglalkozó, a kortárs gondolkodást meghatározó modelljeire is reflektáljon, mint a posztdigitális múzeum vagy a disztributív múzeum fogalma. A digitális és online múzeumi praxist kutató értekezésnek ugyanakkor nem célja, hogy technológiatörténettel, internettörténettel, hálózatkutatással foglalkozzon, még akkor sem, ha a kutatás terepének, a világhálónak mindez elengedhetetlen részeit képezi, és bizonyos jelenségek tárgyalásánál hivatkozik az említett területek szakirodalmára.

Állításom szerint a világjárvány következtében nemcsak a növekvő múzeumi online tartalmak mennyiségi és minőségi mutatói fordultak pozitív irányba, hanem azok egyre

¹⁵ Gyűjtés, megőrzés, feldolgozás, bemutatás

erőteljesebben, mind több ponton integrálódtak a globális digitális térbe, azaz erősödött hipertextuális jellegük, nyitottabbá, interaktívabbá, játékosabbá váltak, egyre gyakrabban nyújtottak lehetőséget a részvételiségre. A kezdeti online térbe áthelyezett offline, frontális jellegű tudásátadásra épülő programoknak rögzültek azon formái, műfaji sajátosságai, amelyekkel beágyazódtak a világháló hipermediális birodalmába. A folyamatos munkának köszönhetően a területtel foglalkozó múzeumi szakemberek digitális kompetenciái fejlődtek, sőt a hónapokon át tartó gyakorlat és sikerélmény nyomán szemléletváltás tapasztalható. Már a magyar intézmények jelenős részében is értelmezhető Ross Parry terminus technicusa, a posztdigitális múzeum fogalma:¹⁶ a digitális média és technológia múzeumi asszimilációja a pandémia időszakában új fordulatot vett, egyre több múzeumi szakember mindennapi gyakorlatába beépülve most vált normatívvá, azaz a terület, a technológia mára a mindennapi élet és munka szerves részét képezi.

Ezzel párhuzamosan a közönség érdeklődése is erőteljesebbé vált, gyarapodtak és differenciálódtak a múzeumok online tartalomgyártásának célcsoportjai, a felhasználók széles körben megtanulták használni ezeket az innovatív megoldásokat. Így a pandémia 2020 őszén tapasztalt második, valamint 2021 első felében bekövetkező harmadik hullámának időszakára a korábban tapasztalat kölcsönös érdektelenség irányt váltott: a múzeumok képviselői éppúgy felfedezték az online ismeretátadásban, interakciókban rejlő lehetőségeket, mint a látogatóik.

A közös, pozitív élmény pedig azt a reményt kelti, hogy az online múzeumi tartalmaknak a pandémiát követő időszakban is érdemes megtalálni a funkciójukat egy-egy intézmény praxisában. Ennek érdekében a dolgozat alap kutatásokra épülő megállapításai támpontot nyújthatnak, hogy a területtel foglalkozó szakembereknek mely szempontok mellett érdemes kialakítaniuk, fejleszteniük stratégiáikat, eszközparkjukat.

1.2. A dolgozat felépítése

A dolgozat alapvetően három nagy egységre épül. A tudománytörténeti kontextus (1.4) felvázolását követően a disszertációban használt fogalmi struktúra bemutatása, tisztázása nyomán (2. fejezet) a kurrens szakirodalom alapján az első nagyobb egységben azt vizsgálom részletesen, melyek azok a változások, trendek, fordulatok, szemléletformáló elméletek, progresszív módszerek, innovációk, amelyek meghatározták a múzeumi világ koronavírus-világjárványt megelőző szakmai diskurzusait, és megteremtették azokat a műhelyeket, jó gyakorlatokat, együttműködések, amelyekre a különböző, kényszerűen zárva tartó muzeális intézmények az online praxisukat építették (3. fejezet). A fejezet célja, hogy feltárja azt az

¹⁶ Parry 2013 vagy lásd 2. fejezet: Fogalmi háló.

analóg és digitális kontextust, amely lehetővé tette, hogy a magyarországi múzeumok jelentős része rendkívül rövid idő alatt fordítsa át nyilvánosságát, közösségi, ismeretterjesztő, oktató, szórakoztató és szakmai tevékenységét az online térbe. A tartalmi egység ugyanakkor arra is rá kíván világítani, hogy melyek azok az elméleti és gyakorlati hiányosságok, félreértések, amelyek következtében számos múzeum világhálón megjelenő tartalmai inkoherensnek, dezorganizáltak, divergensnek és akcidentálisnak bizonyulnak.

A dolgozat kvantitatív kutatási módszerre épülő egységének (4. fejezet) a célja kettős. Egyrészt dokumentálja a magyarországi múzeumok pandémiához kapcsolódó, a kényszerű zárvatartás alatt kialakított stratégiáit, gyakorlatait, újításait, másrészt számszerűen és részleteiben feltárja azokat a folyamatokat, megoldásokat, különbségeket, egyenlőtlenségeket, ellentmondásokat, hiányosságokat és erősségeket, amelyek alapján elemezhetővé válik az intézmények krízishelyzet hatására kifejtett online tevékenysége. Ennek érdekében három alap kutatás történt.

Az első a múzeumokat mint intézményeket vizsgálja a magyar és nemzetközi, a COVID-19-világjárvány hatását rögzítő kérdőíves kutatások összehasonlításán és elemzésén keresztül (4.1 fejezet).

A második, általam 2021-ben végzett online kérdőíves kutatás a múzeumi dolgozókat célozza: a több mint háromszáz főt megszólító felmérésből kirajzolódnak a különböző nagyságú, besorolású és elhelyezkedésű intézmények, a szakmai tudás és a digitális kompetenciák közötti különbségek, az online és digitális múzeumi praxis gyakorlati, valamint módszertani hátterei (4.2 fejezet).

A harmadik, ugyancsak a disszertációhoz kapcsolódó, általam végzett 2021-es online kérdőíves kutatás ezerfős minta alapján a látogatók, felhasználók perspektívájából kívánja elemezni a múzeumok pandémia alatt közreadott online tartalmait (4.3 fejezet). A különböző látogatói célcsoportokat együttesen és előre meghatározott szempontok szerint egyenként is vizsgáló elemzés adja a kutatás tágabb kontextusát, mondhatni a külső szemet, lehetőséget teremtve arra, hogy a múzeumi folyamatok, elképzelések hatékonyságát elemezzem.

A három különböző fókuszú alap kutatás egymásra is folyamatosan reflexál, a hasonló stratégia, kérdéscsoportok mentén érkező válaszok lehetővé teszik, hogy a múzeumok jelentősen megnőtt online tartalomgyártása mellett tágabb társadalmi folyamatokat is rögzítsen a karantén- és krízishelyzet, a home office, a megnövekedett digitális éhség, internetfogyasztás globális és hazai hatásai kapcsán.

A dolgozat következő, kvalitatív kutatásra épülő, hat nagy fejezetből álló egységének a szándéka, hogy elvégezze azoknak a megváltozott gyakorlatoknak, folyamatoknak és tendenciáknak a kritikai elemzését, amelyek a múzeumok online térhasználatában

bekövetkeztek a koronavírus-világjárvány következtében (5. fejezet). Mindezt az előző két egység alapkutatásaira építve különböző témacsoportok mentén vizsgálja, főleg abból a szempontból, hogy a megnövekedett tartalomgyártás csupán a meglévő offline múzeumi gyakorlat internetre történő áthelyezését, az analóg múzeumi nyilvánosság virtuális szimulációját jelentette, vagy valódi hipertextuális, hipermediális és interaktív tartalmak jöttek létre.

Az egység néhány intézményi praxis bemutatását követően a virtuális kiállításokra (5.1 fejezet), a közösségi média online múzeumi platformjaira (5.2 fejezet), a múzeumok online közösségi, részvételi és társadalmi projektjeire (5.3 fejezet), a múzeumpedagógia megváltozott helyzetére (5.4 fejezet), majd a múzeumi szakma online fórumaira és praxisaira, azaz az internetes eszközökkel megvalósított gyűjtőkampányokra (5.5 fejezet) és tudományos eseményekre (5.6 fejezet) fókuszál, valamennyi esetben hangsúlyt fektetve a hipermediális beágyazottság vizsgálatára.

A dolgozatot záró kitekintés (6. fejezet) a kutatás eredményeinek szintézisén túl pedig arra törekszik, hogy az online múzeumi praxis gyakorlati és elméleti összegzésével feltárja, melyek azok a tartalmak, megoldások, fejlesztések, amelyek majd a hagyományos nyilvánosságra és fizikai találkozásokra épülő múzeumi működés visszatérését követően válhatnak a múzeumok online tereinek szerves részeivé számos ponton bekötve az intézmény tárgyait, gyűjteményeit, kutatásait, programjait a világháló globálisan összefüggő hipertextuális kontextusába.

1.3. Kutatási, elemzési módszerek, források

A kutatási témám bemutatásához, kontextusának felvázolásához elsősorban magyar, angol, esetenként német nyelvű muzeológiai, médiaelméleti, kommunikációelméleti szakirodalmat dolgoztam fel.

A kvantitatív kutatásokhoz két országos szintű, online kérdőíves vizsgálatot indítottam, amelyek eredményeit statisztikai adatelemzéssel dolgoztam fel, összehasonlítva más hazai és nemzetközi statisztikai adatállományokkal, kutatási jelentésekkel.

A kvalitatív kutatások során számos interjút készítettem egy-egy szakterület képviselőjével. Az interjúk nagy számát indokolta a téma frissessége: a kutatások jelentős része az eseményekkel egy időben, a pandémia alatt zajlott, így még rendkívül korlátozott volt a tudományos publikációk, közlemények száma.

A dokumentum- és tartalomelemzés módszerével tekintem át a múzeumok különböző online tevékenységének különféle megnyilvánulási formáit. Mivel egy-egy online műfaj komplex vizsgálatának érdekében igyekszem az adott terület előzményeit is feltárni, ezzel a módszerrel néztem át a Múzeumi Oktatási és Képzési Központ digitalizációval, a

közösségépítéssel, a szolgáltató szemlélettel, az ismeretátadás módszertanával foglalkozó, 2009 óta mára több mint harminc kötetet kiadó *Múzeumi iránytű* sorozatában bemutatott kutatásokat. Hasonló tekintettel néztem át a magyar muzeológia, múzeumelmélet elmúlt húsz évének meghatározó tanulmányait, köteteit. A kutatás szempontjából különösen azok a szövegek váltak meghatározóvá, amelyek foglalkoztak a múzeumok digitális jelenlétével az online média gyorsan változó világában, rögzítve egy-egy pillanat problémáit, törekvéseit. A munka hangsúlyos forrásainak tekinthetők azok a hazai¹⁷ és nemzetközi kutatások,¹⁸ amelyek a járvány hatásait vizsgálták a kultúra, a társadalom és a múzeumok szempontjából.

A különböző kutatások tervezésekor a digitális antropológia, virtuális etnográfia módszereire is építettem: amellet, hogy a digitális kultúra erős kontúrokkal körülhatárolt területét kutattam, azaz terepként tekintettem a múzeumok online tereire, kiaknáztam a web 2.0, a social media és más technológiák (analitikák, adatkezelő rendszerek, felhőalapú szolgáltatások, videóbeszélgetések, kérdőívküldő rendszerek, online könyvtárak, online adatbázisok, webináriumok stb.) kínálta lehetőségeket. A kutatási folyamat során (tervezés, megvalósítás, publikáció) interaktivitásra bízattam az adatközlőimet, bevontam őket a munkafolyamatokba, meghívtam őket, hogy vegyenek részt a rájuk vonatkozó szövegek ellenőrzésében, videómegosztó oldalakon elérhetővé tettem interjúalanyaim számára is a felvételeket. A felmérések részeredményeit azonnal publikáltam az online térben, párbeszédre inspirálva online kapcsolati hálóm, valamint újabb adatközlőket, forrásokat érve el.¹⁹ A nagyszámú, 2021-es témához kapcsolódó, a közösségi médiaprofiljaimban megosztott publikáció a témával kapcsolatos szakmai diskurzust is támogatta: számos releváns észrevételt, kritikát kaptam, amelyek nemcsak befolyásolták a munkámat, de tágították is a kutatói látószögemet.

A kvantitatív és kvalitatív kutatások során egyaránt építettem saját tapasztalataimra, hiszen a világjárvány alatt 2021. augusztus végéig a Magyar Nemzeti Múzeum Kommunikációs és Közművelődési Igazgatóságának főosztályvezetőjeként személyesen feleltem az országos múzeum nyilvánosságáért, online tartalmainak fejlesztéséért és publikálásáért. A *MúzeumCafé* folyóirat szerkesztőjeként, a *Magyar Múzeumok OnLine* főszerkesztőjeként, a *#múzeumozzszobából* sorozat egyik munkatársaként, a *ReStart* országos hibrid konferencia szervezőjeként, több más magyar és nemzetközi online tanácskozás résztvevőjeként, a *Karantén pályázat* kezdeményezőjeként, a *Kapocs projekt* munkatársaként nemcsak számos új módszert próbálhattam ki, hanem személyes tapasztalatokat is szerezhettem más intézmények

¹⁷ Szu 2020b, Pacsika 2021a.

¹⁸ ICOM 2020a-b, 2021; NEMO 2020a-b, 2021; UNESCO 2020, 2021.

¹⁹ Vö. Mester 2018, Hine 2018, Lajos 2016, Mátyus 2015.

munkájáról, jó gyakorlatairól. A mindennapi munkatapasztalatra épülő empirikus tudás a dolgozat szerves részét képezi.

1.4. Tudománytörténeti kontextus

A digitális múzeum, a múzeumok online tereinek vizsgálata fokozott kihívást jelent, ha a muzeológia klasszikus elmélete és gyakorlata felől közelítjük meg a témát. A múzeumi tárgy meghatározásának alapvető eleme annak materiális mivolta, a múzeum mint intézmény célja a gyűjteménybe kerülő objektumok fizikai állapotának megőrzése, az azokhoz kapcsolódó információk feltárása, majd mindennek a múzeumépület fizikai terében történő bemutatása, a háromdimenziós tárgyak által hordozott jelentések interpretálása. A múzeumi bemutatás lényege, egyedisége – mondhatjuk varázslata – az eredeti tárgyak, a tárgyak eredetiségének prezentációjában rejlik. Az építészet nyelvén megkomponált térben olyan fizikai mivoltukban értelmezhető objektumok jelennek meg, amelyek önmagukban és egymáshoz való viszonyukban, esetleges fizikai hiányukban is a tudomány, a kulturális kánonok, az örökség, a különböző identitások, a hagyományok, a hatalmi reprezentáció szempontjából is immateriális jelentéssel bírnak.²⁰ A múzeum erejét pont az anyagi mivoltából fakadó tulajdonságai adják: még ha a gyűjtemény keletkezését, a műtárgy befogadását, kiállítását, az ezek beágyazását, kontextusait, a hozzájuk kapcsolódó narratívákat mindig egy adott korszak szellemisége, ideológiái, hatami viszonyai, a témával foglalkozó muzeológus, kurátor szemléletmódja, tudományos, személyes vagy egyéb céljai konstruálják vagy épp dekonstruálják, addig a fizikai értelemben vett műtárgy, megfelelő műtárgyvédelmi környezetben – a remények szerint – nem változik, tárgyi forrásként lehetőséget teremt az egymással párhuzamos vagy egymást követő értelmezésekre. A múzeumok számára a műtárgyállományuk egyfajta génbankot jelent, amely materiális értelemben vett objektumokon keresztül őriz meg információkat. Ebből is fakad a múzeum alapvető, más kulturális intézményektől eltérő sajátossága: analóg térben, anyagszerű mivoltukban őriz meg tárgyakat, azaz a múzeumi küldetés, identitás, a múzeumi munka alapja a fizikai valóság, a fizikai környezettel szemben vívott küzdelem.

A tárgyak meghatározásánál, a gyűjteményi nyilvántartásokban még akkor is kiemelt szerepet kap fizikai mivoltuk – anyaguk, készítésük módja, használatuk, keletkezésük, megtalálásuk, méretük, állapotuk –, ha az adott darab nem ezek miatt, hanem tulajdonosa, használója révén, egy esemény, identitás, eszme szimbólumaként, a tudományos kutatások, gondolkodás reprezentánsaként került be a gyűjteménybe. Akár gyűjteményi raktárban, akár kiállításban helyezik el ezeket a darabokat, ugyancsak nem lehet elvonatkoztatni a

²⁰ Vö. Bennett 2012, Aby 2012, Hooper-Greenhill 1994b, Macdonald 2016, Fejős 2017, Ébli 2005, 2016, György 2003, Frazon 2011, Carman 2012.

nagyságuktól, értéküktől, szépségüktől, különlegességüktől, mívességüktől, anyaguktól, állapotuktól, sérülékenységüktől. A múzeumi szakemberek, muzeológusok, restaurátorok is ez alapján szelektálják ezeket, majd helyezik el például az anyaguk – fizikai és kémiai sajátosságaik – szempontjából a legmegfelelőbbnek ítélt környezetben.

A kurátorok a tárgyak által hordozott információk, történetek mellett olyan, a fizikai térben értelmezhető fogalmakkal operálnak egy-egy kiállítás tervezésekor, mint a két tárgy közötti távolság és közelség, kisebb-nagyobb, fent és lent, elől és hátul, középen és szélén, könnyebb-nehezebb, fényesebb-sötétebb, kihasználják a térbeliségből fakadó egymásmellettség, szembeállítás, elválasztás, kiemelés, párosítás, eltávolítás lehetőségeit egy-egy narratíva megjelenítésekor. A látogatói tekintet is először fizikai jellemzőikkel szembesül, elsőként mívességüket, kidolgozottságukat látja meg, és csak utána bontja ki – jó esetben – a kurátori üzenetet, a tárgyak által hordozott jelentéseket, mindezt olyan épületben, amelynek fizikai valósága az épített környezetben gyakran közmegegyezésre épülő, kézzelfogható jelekkel (timpanon, oszlopcsarnok, high-tech épület stb.) jelzi, hogy a kultúra sajátos, reprezentatív intézményében járnak.

A mindennapi múzeumi praxis is számos olyan fogalomra épül, amely a térben végzett, fizikai tárgyakkal való munkára utal: kiállítótér, raktár, tárló, terem, látogatói útvonal, falfelirat, vitrin, állagmegőrzés, hőmérséklet, páratartalom stb. A múzeum, a múzeumi gyűjtemény, a múzeumi gyakorlat elméleti dilemmáival foglalkozó, kritikai jellegű tanulmányok, monográfiák, kötetek magyarországi szerzői is meglepően gyakran választanak olyan címet (*Helyszíni szemle – Fejezetek a múzeum életéből*²¹, *Az eltörölt hely – a Múzeum*²², *Múzeum – A tanuló-ház*²³, *Új helyek, új metaforák*²⁴, *Múzeum és kiállítás – Az újrarajzolás terei*²⁵), amelyben az intézmények fizikai jellegére reflektálnak, ezzel is hangsúlyozva, hogy az általuk felvetett tudományos, szellemi, módszertani, ideológiai, teoretikai kérdések egy térbeli komplexum materiális valóságával szemben vagy amellett érvényesek. A múzeum és a látogatók viszonya, a múzeum nyilvánossága, társadalmi szerepe arra ösztönzi a terület szakembereit, hogy mondandójukat a fizikai világ metaforáin keresztül összegezzék, ahogy tették ezt *A nyitott múzeum*²⁶, a *Nyitott kapukkal – Kapunk kívül és belül*²⁷ kötetek szerzői.

A klasszikus múzeumi kézikönyvek, tankönyvek hasonlóan a múzeumok tárgyi, fizikai valóságára építik fel a muzeológiával kapcsolatos tudnivalókat: múzeumépület,

²¹ Turai–Székely 2012.

²² György 2003.

²³ György 2013.

²⁴ Fejős 2017.

²⁵ Frazon 2011.

²⁶ Vásárhelyi 2009.

²⁷ Pató (szerk.) 2009.

intézménytörténet, gyűjtőmunka, gyűjteményi, műtárgyvédelmi munka, anyagmegóvás, állományvédelem, a tárgyak bemutatására koncentráció ismeretátadás áll a középpontban.²⁸ Az osztrák Fridrich Waidacher eredetileg 1999-ben, magyarul 2011-ben megjelent *Általános muzeológia kézikönyve* szerint „a muzeológia az embernek a valóságához fűződő különös megismerő és értékelő viszonyának filozófiai eszközök segítségével végbemenő elméleti magyarázata és gyakorlati megvalósulása. Ezt a viszonyt muzealitásnak nevezi, konkrét kifejeződését pedig olyan tárgyakban találja meg, amelyeket egy meghatározott társadalmi valóság tanúságaiként, e társadalom szolgálatában választanak ki, őriznek meg, kutatnak és közvetítenek.”²⁹ A tárgyak az embert körülvevő dologi világ végtelenjéből pont ezzel a tanúságtévő karakterükkel emelkednek ki. Akár mesterséges, akár a természet által létrehozott objektumokról van szó, azok a múzeum kontextusában egyértelmű egyszerűségükkel fogva válnak információhordozóvá, ismeretforrássá.³⁰ Még akkor is, ha a múzeumok használnak reprodukciókat, másolatokat a bemutatás és a tudásátadás során, a műtárgyak autenticitása, eredetisége alapvető feltétel, hiszen ezáltal közvetítik azt a valóságot, amelyből származnak, amelyről tanulságot tesznek, azaz kinyilatkoztatás értékük, „aurájuk” van.³¹ A különböző tudományos területeket, szakágakat reprezentáló múzeumokban őrzött természeti tárgyak (Naturafakte) lényegükkel fogva autentikusak, az ember alkotta tárgyak (Artefakte) azonban kulturális jelentéssel és jelentőséggel megterhelt, ugyanakkor nyitott entitások.³²

Amikor a múzeumok történetét vizsgáljuk,³³ elsősorban a gyarapodás történetére, az intézmények fejlődésére, a kimagasló szakemberek eredményeire, azaz az intézmény anyagi értelemben vett gazdagodására helyeződik a hangsúly. A kritikai szempontú megközelítés, amely az intézmény történetét befolyásoló hatóerőket vizsgálja, szintén nem tekinthet el a tárgyi és fizikai környezet változásának bemutatásától.³⁴ Eilean Hooper-Greenhill, aki a múzeumi tér történetét kutatta, megállapította, hogy a múzeumok gyűjteményezési politikájában és a gyűjtemények meghatározásában, a tárgyak osztályozásában, bemutatásában, elhelyezésében a materiális dolgok dominálnak, a múzeumok tudományágai tárgyalapúak. A 19. századi hagyományokon nyugvó szemlélet inkább a tárgyak jellemzőire, a hozzájuk kapcsolódó technológiákra összpontosított, mint azokra a társadalmi kapcsolatokra, artikulációs gyakorlatokra, amelyeknek köszönhetően a tárgy keletkezett.³⁵

²⁸ Vö. Korek 1988.

²⁹ Waidacher 2011. 7.

³⁰ Király 2012, 47.

³¹ Benjamin 1969.

³² Király 2012, 47.

³³ Vö. Marosi 2012, Korek 1988, Bodó 2016, Kálnoki 2020, Waidacher 2011, Koltai 2011, Wall 2006, Hooper-Greenhill 1990, György 2003, Abt 2012, Bennett 2012.

³⁴³⁴ Fejős 2000, 11–12.

³⁵ Hooper-Greenhill 1990.

A fizikai tárgyak gyűjtése, a gyűjtemények számszerű gyarapítása, fenntartása a kezdetektől kulcsa a múzeumi gyakorlatnak. Maga a múzeum szó a görög múzsa szóból származik, és a múzsák templomának szánt helyre utal, azaz a szakralitás, az eszmeiség, a tudás kézzelfoghatóvá, megtapasztalhatóvá tételére. Az I. Ptolemaiosz (†283) alapította Museion vagy Musaion nemcsak a tudománynak, a művészeteknek szentelt hely volt, hanem gyűjteményekkel, könyvtárral is rendelkezett. A középkori kincstárak viszont inkább szakrális vagy politikai okokból halmozódó gyűjtemények voltak, mint a tudomány helyszínei, a 14–17. század nagy fejedelmi gyűjtőszemélyiségeinek indíttatásai a művészet előtti hódolat és a gazdagság anyagi reprezentációjából fakadtak. Amikor a 15. századtól kezdve a nagy földrajzi felfedezések és a gyarmatosítás révén ismeretlen tárgyak, növényi és állati maradványok jutottak el a különböző európai ritkaság- és naturáliagyűjteményekbe, már a tudományos feldolgozás igénye is megjelent, éppúgy, mint a 16–17. század Kunst und Wunderkammereiben. A „musaeum” eszméje a 16. és 17. században a kor enciklopédista tendenciáinak térbeli és tárgyasult kifejeződése volt. A fogalom tágassága folytán képes volt arra, hogy olyan filozófiai kategóriákat, mint a bibliotheca, a thesaurus és a pandechion, olyan vizuális fogalmakat, mint a cornucopia és gazophylacium és olyan térfogalmakat, mint a studio, a casino, a gabinetto, a galleria és a teatro foglaljon magába.³⁶ Ezek a fogalmak a mai, bárki számára látogatható múzeum gondolatával szemben még a hatalmi reprezentációt és a társadalmi presztízst szolgálták, a gyűjtő privát tereiben elzártan.³⁷ Az egyre többek számára nyitott, a tudományt, a tudást, a művészetet – azaz a műtárgyakat – a köz számára elérhetővé tévő múzeum gondolata a 17. század végén, a felvilágosodás hatására született, és a 19. századra vált általánossá. A legkorábbi modern állami múzeum, amelynek a célja a gyűjtemény, a tárgyi örökség „közzemlére tétele”, a londoni British Museum, amelyet 1753-ban alapítottak az angol parlament határozata nyomán, és amelyet 1759-ben mint tudományos intézményt nyitottak meg.³⁸

A múzeumok 19. századi fejlődése nyomán megszülettek azok a kritériumok, amelyek alapján elkezdték osztályozni a különböző gyűjteményeket. A korszak empirikus gondolkodásmódjában gyökerezik, hogy egy tárgy hiteles jelentése annak fizikai formájában rejlik, ezt pedig csak megfigyelések, leírások, mérések útján lehet rögzíteni. Így amint egy tárgy egy bizonyos osztályozási rendszerbe került, egy adott értelmezés érvényesült, kizárva más lehetséges jelentéseket, szubjektív nézőpontokat.³⁹ Ennek a hatása a mai napig érvényesül a dokumentációs gyakorlatban, még akkor is, ha a kortárs múzeumi világ posztstrukturalista

³⁶ Waidacher 2011, 39–45.

³⁷ Vö. Waidacher 2011, 45. és Abt 2012. 9–13.

³⁸ Waidacher 2011, 49–51.

³⁹ Cameron 2012, 161.

módszertanaiban a tárgyakhoz kapcsolódó elbeszéléseknek, szubjektív értelmezéseknek is fontos szerepük van.

Ezzel párhuzamosan elindult a különböző múzeumtípusok differenciálódása. A kezdeti univerzális szemléletet, a világ enciklopédikus leképezésének igényét felváltotta egy-egy tudományterület, művészeti ágazat reprezentatív bemutatásának a kívánalma: természettudományi, szépművészeti, iparművészeti, történeti, műszaki, szabadtéri és más intézménytípusok alapításával, amely a gyűjtemények bemutatásakor, raktározásakor éppúgy megjelent, mint az intézményiségben. Így vált ki Magyarországon az 1802-ben alapított Nemzeti Múzeumból 1872-ben az Iparművészeti Múzeum, 1896-ban pedig a képtár egy részéből a Szépművészeti Múzeum, a 20. században pedig a Néprajzi és a Természettudományi Múzeum. A műtárgyak az akadémiai tudományosság által konstruált kategóriák nyomán eltérő osztályozási, teaurusz rendszerben találták magukat, és gyakorta térben is elkülönültek egymástól, integratív megjelenítésüket hosszú időn keresztül csak időszaki, tematikus tárlatok tették lehetővé. Ezzel párhuzamosan azok az építészeti térformák⁴⁰ is megszülettek, amelyek egyrészt a múzeumokat a tudomány, a művészet templomává emelték, másrészt a látogatók folyamatosan változó igényeit kiszolgálták.⁴¹ A nyilvános múzeum így vált a 20. századra nemcsak a műtárgyak őrzésének, osztályozásának, bemutatásának helyévé, hanem olyan térré, amely lehetővé tette, hogy egyre szélesebb társadalmi rétegek lépjenek kapcsolatba azokkal az eredeti fizikai tárgyakkal, amelyek többek között a nemzeti múlt, az evolúció, a fejlődés, a haladás, a szépség, az egzotikum, a másság, a szakralitás, a dicsőség hordozóiként, többnyire temporálisan szervezett rendszerbe illesztve kerültek bemutatásra.⁴²

A folyamatosan, ám gyakran véletlenszerűen gazdagodó múzeumok a 20. század közepére, második felére szembesültek a mennyiség ugyancsak materiális problémájával: számos állam keserű tapasztalata, hogy a közgyűjteményeiben őrzött anyag beláthatatlan, áttekinthetetlen, nem megfelelően rendezett és rendkívül sérülékeny.⁴³ Megkezdődött a gyűjteménykezelési eljárások, a nyilvántartási és raktározási, valamint az állományvédelmi szabályok szisztematikus kidolgozása, egységesítése, tovább erősítve a múzeumi munka fizikai valóságához való kötődését, a háromdimenziós tárgyakhoz kapcsolódó tudás élményét.⁴⁴ A múzeumpedagógia, a múzeumi edukáció fejlődése pedig olyan új módszereket dolgozott ki, amelyek a térbeli észlelés, a vizuális kultúra, a tárgyakhoz kapcsolódó ismeretátadás, tanulás fejlődését idézték elő, ezzel is erősítve a múzeumok materiális alapjait.⁴⁵

⁴⁰ Vö. Waidacher 2011, 56.

⁴¹ Kovács 2021.

⁴² Vö. Benett 2012, 41–43.

⁴³ Balázs 2000, Sterre 2000.

⁴⁴ Uo.

⁴⁵ Hooper-Greenhill 1991, Vásárhelyi 2009.

„*A múzeum. Többnyire különleges és hatalmas épület, ahol figyelmes nézésre váró, rögzített tárgyak közt némán, vagy csak lopva egy-egy szót váltva emberek keringenek*” – kezdte múzeumkritikai tanulmányát 1995-ben Wessely Anna, górcső alá véve a látvány szubjektumát, a tekintetek kavalkádját, a múzeumi tér azon sajátosságait, amelyek megszabják a megtekintés ajánlott módjait és a bejárás útvonalait.⁴⁶ Az írás jelzi a múzeumi ismeretátadás, a látogatókhoz való viszony reformjának a múzeumi térre gyakorolt hatását: a vitrinekbe, raktárakba zárt tárgyak helyett mind gyakoribbá vált az olyan fogalmak használata, mint a nyitott múzeum, a tapintható tárgy, az akadálymentesített tér, a tárgyak által hordozott üzenet, amely a materiális környezethez való viszony megújulását, a lehetőségek szélesedését jelzi.

Mindez a múzeumdefiníciók esetében is tetten érhető, hiszen azok is főleg a múzeumok fizikai jellemzőire koncentrálnak. A muzeális intézményekről, a nyilvános könyvtári ellátásról és a közművelődésről szóló 1997. évi CXL. törvény a materiális jellemzők irányába mutat, még akkor is, ha a szellemi örökség elemeiről, tudományos kutatásról, tudásátadásról is nyilatkozik: „*A múzeum a kulturális javak tudományosan rendszerezett gyűjteményeiből álló muzeális intézmény, amely a kulturális javakat és a szellemi kulturális örökség elemeit tudományos, örökségvédelmi, oktatási és ismeretátadási céllal gyűjti, megőrzi, feldolgozza, kutatja és kiállítja, továbbá egyéb formákban közzéteszi.*” A Múzeumok Nemzetközi Tanácsa (International Council of Museums – ICOM) évek óta vitatott meghatározása szerint a múzeum profitra nem törekvő, a társadalom és fejlődése szolgálatában álló, a köz számára nyitott állandó intézmény, amely az emberek és környezetük anyagi és szellemi bizonyítékait gyűjti, megőrzi, kutatja, közvetíti és kiállítja tudományos, közművelődési és szórakoztató céllal. Hosszasan sorolhatnánk a különböző államok múzeumdefinícióit: azok elsőként (sorrendben mindig a szellemi előtt) a materiálisan értelmezhető objektumok gyűjtéséről, megőrzéséről és bemutatásáról vallanak.⁴⁷ Ezért is fontos az ICOM szervezetében évek óta zajló vita az új múzeumdefinícióról. A 2019-es kiotói közgyűlésen beterjesztett, de elutasított definíciójavaslat jól mutatja az elmozdulást: „*A múzeumok demokratizáló, befogadó és polifonikus terei a múltakról és a jövőkről folytatott kritikai párbeszédnek. Elismerve és reagálva a jelen konfliktusaira és kihívásaira, műtárgyakat és példányokat őriznek a társadalom által rájuk ruházott felelősséggel, különféle emlékeket őriznek meg a leendő generációk számára, illetve egyenlő jogokat és egyenlő hozzáférést biztosítanak az örökséghez minden ember számára. A múzeumok nem nyereségorientált szervezetek. Részvételt biztosítanak, átláthatók, és aktívan együttműködnek a különböző közösségekkel és ezek javára, a gyűjtés, megőrzés, kutatás, közvetítés, kiállítás, és a világ alaposabb megismerése érdekében, azzal a céllal, hogy az emberi*

⁴⁶ Wessely 1995.

⁴⁷ Lásd Galambos 2012, 2019a, 2019b.

méltóságot és társadalmi igazságosságot, a globális egyenlőséget és a világszintű jólétet előmozdítsák.”⁴⁸ Már ebben a javaslatban is árnyaltabban és rétegzettebben jelennek meg a különböző múzeumi funkciók, nem a tereken van a hangsúly, hanem a befogadáson és a többszólalásúágon, a materiális értékek megőrzésének missziójához felzárkóznak a társadalmi nyilvánosság, a társadalmiasítás szempontjai, hangsúlyozva a műtárgyak kulcspozícióját. Az új múzeumdefiníció bevezetésének kísérlete, a hozzá kapcsolódó viták jelzik, hogy a 21. században a múzeumi gondolkodás már jóval gazdagabb, mint a tárgyak és az általuk őrzött szellemi örökség gyűjtésének, megőrzésének, bemutatásának szándéka, egyre hangsúlyosabbá válnak a tárgyak mentén megfogalmazott üzenetek, az ezek révén kialakuló társadalmi kapcsolatok.

A folyamatot a múzeumok saját műtárgyaikhoz, gyűjteményeikhez, a tárgyak gyűjtéséhez fűződő viszonya is erősítette. Az antropológiában bekövetkező tárgyi fordulat arra a gondolatra épült, hogy a tárgyak is rendelkezhetnek cselekvőképességgel, és ellenállók azzal az időtlen reprezentációval, amelyet a múzeumok hajlamosak rájuk kényszeríteni, meghaladottá vált, hogy a tárgyak képesek egyetlen, ellenőrizhető jelentést hordozni.⁴⁹ A különböző, magukat társadalmi múzeumként definiáló intézményekben az ezredforduló óta folyamatosan erősödik a tárgyak biografikus megközelítése, amikor a tárgyvizsgálatokba beemelik a tárgyak és az emberek életrajzi dimenzióit, a személyességet. Ez a perspektívaváltás láthatóvá teszi a tárgyak szimbolikus és materiális átalakulásait, folyamatszerűségeket, dinamizmusokat, értékpreferenciákat, a bennük rejlő, őket mozgató személyes világokat,⁵⁰ és igényli a közösségekkel való együttműködéseket, akár digitális eszközökkel is.

A hagyományos kontextusból kiindulva azonban nem meglepő, hogy a múzeumok digitalizációval, a virtuális környezettel való kapcsolata sohasem volt problémamentes. A fizikai tárgyak objektív értéke tárgyi mivoltukban rögzült, szemben a hozzájuk kapcsolódó, hullámzóan változó, gyakran szubjektív értelmezési keretekkel. Az 1990-es évektől egyre erőteljesebb digitális és informatikai forradalom hatása csak nagyon lassan vált érzékelhetővé a múzeumi munkában, annak ellenére, hogy a világ több pontján már az 1960-as évektől kísérleteztek a nyilvántartás informatikai támogatásával. A digitális örökségvédelmi projektek erőfeszítései ellenére a múzeumok nem aknázzák ki teljes mértékben az ezekben rejlő prezentációs, interpretációs és kommunikációs lehetőségeket, óvatossággal és távolságtartással viszonyulnak a különböző technológiai fejlesztésekhez. Egy 1998-as, a múzeumok körében világszerte végzett felmérés már jelezte a digitális kultúrával szemben érzett idegenkedést.

⁴⁸ Galambos 2019a.

⁴⁹ Harris–O’Hanlon 2018, 11. Idézi: Appadurai 1986.

⁵⁰ Frazon 2018b.

Ekkor a kutatásban részt vevő intézményeknek kicsit több mint a fele rendelkezett honlappal. Ez tíz év alatt sokat változott, a 2010-es évekre már a jelentős múzeumok éltek ezzel a lehetőséggel,⁵¹ de Magyarországon még 561 múzeumi engedéllyel rendelkező intézményből 287-nek 2019-ben sem volt saját weboldala.⁵² Egy finn kutatás interjúkon keresztül tárta fel az információs technológia alkalmazása és a múzeumi dolgozók által igazinak vélt múzeumi munka közötti különbséget. Kiderült, hogy a megkérdezettek a „valódi múzeumi feladatokat” kézzelfoghatónak és tárgyközpontúnak tartották. Zavarba ejtette őket a technológia és az informatika gondolkodásmódja, úgy érezték, hogy a programozók logikája leszűkíti a lehetőségeket, távol áll a múzeumi diszciplínák gondolkodásmódjától, egyfajta vetélytársként jelenik meg a muzeológiai szaktudással szemben. A témáról szóló 2019-es tanulmány szerzője arra is rámutatott, hogy a múzeumi dolgozók nemcsak azt látják, hogy a digitális hálózatok összehozzák a világot, hanem inkább úgy érzik, távolságot teremtenek a múzeumi tárgyak és a kollégák között.⁵³ (A koronavírus-világjárvány tükrében ez a megállapítás különösen érdekes, gondoljunk csak az UNESCO kulturális főigazgató-helyettesének, Ernesto Ottonének a bevezető részben idézett 2020-as beszédére, amely pont arra épült, hogy a múzeumok az online térben képesek voltak összehozni az izolált polgárokat.) A muzeológia tárgy történet-központú megújítása is számos újfajta kérdést felvetett: az informatika rögzített és szabványosított leíró mezői egyetlen jelentésfogalom rögzítését tették lehetővé, ami nem illeszkedik a tárgyakat poliszemikus entitásokként kezelő új gondolkodásmódhoz.⁵⁴

A múzeumi dolgozók számára ugyanakkor nemcsak az jelent problémát a digitális megoldások terén, hogy az internetet nem érezték biztonságosnak, úgy vélték, hogy a tárgyak birtoklása és a szerzőség terén csorbulnak jogaik, kiváltságaik, intézményeik bevételétől esnek el: a tárgyakról szóló képeket, leírásaikat bármikor hivatkozás nélkül felhasználhatják, és nem követhető, milyen publikációkba, közlésekbe emelik át őket. Noha számos múzeum felismerte, hogy az interneten elérhető különböző platformok segítik a gyűjteményekhez való hozzáférést, működésük demokratizálódását, a tudásközvetítést, lehetőséget teremtenek, hogy a tárgyakat virtuálisan visszaszolgáltassák forrásközösségeiknek, könnyebben reflektáljanak a jelenkor és az emberek kérdéseire,⁵⁵ mégis rendre felmerül a tárgyak kizárólagos felügyelete feletti jog elvesztése miatt érzett félelem.

A klasszikus múzeum, muzeológia szempontjából zavarba ejtő elméleti kihívásokba ütközik az eredeti tárgy virtuális, digitális másolatainak elkészítésének szándéka vagy olyan

⁵¹ Müller 2010. 296.

⁵² Forrás: MuzeumStat <https://muzeumstat.hu/hu/summary?state%5Bdatagroup%5D=informatics> – Utolsó letöltés: 2021. 10. 10.

⁵³ Hakamies 2019.

⁵⁴ Cameron 2012, 163.

⁵⁵ Harris–O’Hanlon 201, 19–20., Geismar 2018, XVIII.

környezet kialakítása, amely eleve az eredeti, kézzelfogható objektumok, dokumentumok bemutatása nélkül, virtuálisan kívánja bemutatni a tárgyi örökséget, holott maga a múzeumi installáció már önmagában is gyakran virtuálisan jelenít meg dolgokat, eseményeket, jelenségeket. „*A múzeum egy hely, ahol a tárgyak, a képek, a szövegek »benne állnak« a térben, és ebben a látszólagos mozdulatlanságban mutatják meg magukat*” – fogalmazta meg Frazon Zsófia kurátor a Robert Capa Kortárs Fotográfiai Központban 2015. december 15. és 2016. január 25. között rendezett *Múzeum: a lassú műfaj* című tematikus kiállítás bevezető szövegében. A kiállítás a magyar múzeumok történetében szokatlan módon arra vállalkozott, hogy a 2007 óta megjelenő *MúzeumCafé* folyóirat tárgyakról, terekről, emberekről készült fényképein keresztül a kortárs magyar muzeológia állapotáról adjon kritikai olvasatot. A rövid ideig látogatható tárlat azért is különleges volt, mert nem eredeti múzeumi objektumokat vonultatott fel, hanem azok művészi fotográfiákon őrzött – mondhatni virtuális – lenyomatán keresztül beszélt a muzeológia dilemmáiról, olyan fogalmak használatával, amelyek az intézmények térbeliségét, materiális lényegiségét sűrítették: *tekintet, takarás, elfedés, elrejtett, szembenézés, látható, láthatatlan, aranyfedezet, múzeumi idő, múzeumépület, a tér, ahol a művek láthatóvá válnak, ipari táj, elkastélyosodás, közösségi találkozóhely, gondolatok térré fordítása, privát tér, a hely szelleme.*

Az említett kiállítás⁵⁶ tematikája, a kurátori narratíva és a bemutatás jellege (fotótárlat) azonban önmagában hordozta azt a bonyolult ellentmondást, amely a múzeumi világ izgalmas sajátossága. Az említett tárlaton újabb csavart jelentett például az állatpreparátumokra reflektáló „Zsákmányállat” fejezet: a diorámában elhelyezett kitömött állat akár a kiállításokban megjelenő virtuális gondolkodás, a materiális és immateriális világot összekapcsoló tárgy jelképe is lehetne „mintha élne” attitűdjével. A némiképp direktnek is mondható példán túl ebbe az irányba mutathat a tárgyak által előhívott ismeretek tudatos használata is: Petőfi kokárdája – 1848-as szabadságharc, Székely Bertalan *Egri nők* című festménye – a magyarok törökkel szemben vívott hősieles küzdelme, Ford–T modell – technikai fejlődés, miközben még nem beszéltünk a személyes, érzelmi, szubjektív értelmezési lehetőségektől. Míg az autentikus, térben elhelyezett, fizikailag értelmezhető, megfogható objektumok képezik a múzeumi létezés eszenciáját, azok a gondolati alakzatok is nélkülözhetetlenek, amelyek nyomán ezek a tárgyak helyet kapnak, megjelennek a gyűjteményekben vagy épp a kiállításokban, és a látogató értelmében, képzeletében egyéni módon kiteljesedhetnek.

⁵⁶ A kiállítás anyaga megtekinthető itt: <http://lead82.works/work/muzeum-a-lassu-mufaj/> – Utolsó letöltés: 2021. 10. 17.

Ebből a perspektívából szemlélve a muzeológia már nem a térbe helyezhető, materiális örökség tudománya, hanem a tárgyak által hordozott szellemi örökség aktuális olvasatának megjelenítését jelenti. Akár Walter Benjamin reprodukciókkal szembeállított eredeti műalkotásokhoz kapcsolódó *aura* fogalmához,⁵⁷ akár Gernot Böhme észleléshez kapcsolódó *atomszféra* fogalmához nyúlunk,⁵⁸ a műtárgyak, a múzeumi környezet által hordozott jelentések, hangulatok mentén folytatott diskurzusokba⁵⁹ ütközünk. Elegendő csak Kenneth Hudson sokat emlegetett példamondatára gondolni: „*A tigris a múzeumban, az tigris a múzeumban és nem a tigris.*”⁶⁰ Azaz a múzeumi tárgy csak az általa közvetített tudások, értelmezési mezők, jelentések, összefüggések ismeretében tölti be küldetését, a fizikai jellemzőin túl szimbolikus, sőt virtuálisként is értelmezhető üzeneteket hordoz. Ebből a szempontból vizsgálva a digitalizáció nem „lélekölő” reprodukciós technika, a virtualitást fel lehet fogni úgy is, hogy a digitális technológiák segítséget nyújtanak a gyűjtemények dologi tárgyainak kontextualizációjában,⁶¹ az online térben vagy egy digitális eszközön megjelenő kapcsolatok segítségével újragondolhatóvá, kibővíthetővé, hozzáférhetővé, többszólamúvá válnak a kézzelfogható tárgyi és szellemi örökség lenyomatai, megőrizve, gazdagítva a múzeumok hiteles, autentikus jellegét. Erre számos kísérlet történt eddig akár a múzeumok fizikai tereiben létrehozott digitális alkalmazások segítségével, akár az interneten keresztül.⁶²

A kortárs múzeumi gyakorlatok digitális elemei gyakran a klasszikus múzeumi működés alternatívájaként mutatkoznak meg, amelyek képesek az intézménytípus lassúságának, nehézkességének feloldására. Haidy Geismar 2018-as *Museum Object Lessons for the Digital Age* kötete például arra tesz kísérletet, hogy kiindulópontként véve egy-egy digitális gyűjteményben szereplő múzeumi tárgyat az adott objektum jelentéseit bontsa ki, megcáfolva számos digitális technológiával kapcsolatos hiedelmet, előítéletet. A szerző kortárs tárgyleckéi olyan „kontaktzóna” kialakítására törekednek, ahol a régi gyűjtemények és az új technológiák találkoznak, nyomon követve a gyűjtemények történetét.⁶³ Ebben a megközelítésben James Clifford és Mary Louise Pratt kontaktzóna-fogalma⁶⁴ már a digitális társadalmi hálózatok szövedékében vet fel kérdéseket, különösen a digitális szakadék, kompetencia- és infrastruktúra-hiány, az eszközök gyors elavulása szempontjából. A múzeumi

⁵⁷ Benjamin 1969.

⁵⁸ Böhme 2019.

⁵⁹ A tárgyak és a társadalmi viszonyok, a dolgok és a szubjektumok összetett viszonyrendszere, az anyagi/materiális tulajdonságok és a szubjektív tárgyválasztás fogyasztói szempontú vizsgálata, az emberek és a tárgyak közötti bonyolult interakciók és a szubjektív múzeum kapcsán lásd Frazon 2018b.

⁶⁰ Hudson 1977, 7. Vö. <https://www.neprajz.hu/madok/kutatasok-sorozatok/tigris-a-muzeumban.html>. – Utolsó letöltés: 2021. 11. 27.

⁶¹ Müller 2010, 296–297.

⁶² Bényei–Ruttkay 2021, Germán–Ruttkay 2017.

⁶³ Geismar 2018.

⁶⁴ Wilhelm 2018b.

szakembereknek pedig meg kell fogalmazniuk, hogy a műtárgyak digitális változatai miként hoznak létre tudást és jelentést, milyen szerepe lehet mindennek a digitális világban, annak megértésében, valamint a digitális technológiák hogyan segíthetik elő a tudásalkotás lehetőségeit.⁶⁵

A 2010-es évek végére a digitalizáció során adatokká vált tárgyak „representációs közegének interpretációja”⁶⁶ már nem várhatott tovább: a társadalmi nyilvánosságban meghatározó helyet betöltő világháló és digitális eszközök használata megkerülhetetlen lett az intézmények mindennapi működése során.⁶⁷ A jelen kutatás többek között arra is vállalkozik, hogy megvizsgálja, értelmezhető-e a múzeumok – fizikai szempontból megfoghatatlan – digitális, virtuális és online terei az intézményi gyakorlat számára valóságos dimenzióként? Szerves részét képezik-e a múzeum komplexitásának az ehhez kapcsolódó praxisok, vagy csupán igazodnak a globálisan megváltozott fogyasztói igényekhez, infokommunikációs trendekhez? A műtárgyakhoz való kurátori és muzeológiai viszony hol csendesebb, hol radikálisabb szemléletváltása hozzájárult-e ahhoz, hogy az online környezetben a múzeumi szakemberek a tárgyak metafizikai, immateriális jelentéseire, azok összekapcsolására koncentrálnak?

A korábbi múzeumi digitalizációval foglalkozó magyarországi tanulmányok, kutatások⁶⁸ főleg a klasszikus közgyűjteményi gyakorlat irányából foglalkoztak a múzeumok online tereivel, megkerülhetetlen külső kihívásként hol mellette, hol ellene érveltek. A koronavírus-világjárvány alatt bekövetkező, valamennyi kulturális intézmény számára hasonló helyzetet teremtő krízis újrakeretezte a digitalizált tárgyban, a világhálóban rejlő lehetőségek és veszélyek arányát. A bezárt múzeumokban az eredeti műtárgy elérhetlenné vált, sőt az igazinak vélt, „kézzel fogható” múzeumi munka is csak korlátozások mellett volt lehetséges. A tárgyközpontú múzeumi funkciók csak és kizárólag online környezetben teljeshettek ki, széles szakmai kör számára megtapasztalhatóvá téve, hogy digitális eszközökkel, digitális adatokon keresztül is megőrizheti hitelességét az intézménytípus.

⁶⁵ Vö. Cameron 2012, 158.

⁶⁶ György 2003, 11.

⁶⁷ Vö. Bényei–Ruttkay 2021.

⁶⁸ Germán–Ruttkay 2017, Pacsika 2020, György 2003, Fejős 2017.

2. Digitális fogalmi háló⁶⁹

Amióta 2013-ban Ross Parry bevezette a *posztdigitális múzeum* fogalmát, a terminus technicus a múzeumok online és digitális megjelenésével, a digitális forradalomnak az intézménytípusra gyakorolt hatásával kapcsolatos szakmai diskurzus megkerülhetetlen verbális eszköze lett. A Leicesteri Egyetem professzora a fogalommal természetesen nem a digitális forradalom végére kívánt utalni, hanem azt az időszakot kívánja jelölni, amikor a szektor kapcsolata már kellőképp megerősödött a technológiai vívmányokkal. Nem kezdet, nem vég, hanem fordulópont. Parry olyan modellt kívánt alkotni, amelynek segítségével rögzíthetővé válik az a pillanat, átmenet, amikor az új technológia, valamint az online és közösségi média már nem nehézség, hanem létjogosultsága van a szervezeten belül. Nem a fizikai valóság ellentétpárja, nem ellenség, nem barát, nem a fejlődés kulcsa, a változás lehetősége, hanem az élet természetes velejárója. A digitális eszközök éppúgy megkérdőjelezhetetlen létjogosultságra tesznek szert a múzeumokban, mint ahogyan a digitális készségek valamennyi múzeumi műveletbe beleszövődnek, a mindennapi gyakorlat szerves részévé válnak. A digitális technológia olyan új normativitás, amely a munka és az élet része, és nem egy, a múzeum fizikai mivoltától független, zavarba ejtő képződmény. A múzeum offline és online terei egyre kevésbé válnak szét, a határok felolvadnak, a virtuális és analóg rendszerek egymást kiegészítve alkotják a múzeumok kortárs valóságát.⁷⁰ Parry ugyanakkor ezt a fordulópontot nem globális folyamatként kezeli, hanem elfogadja, hogy a technológia lokálisan, regionálisan, intézménytípusonként eltérő módon és időpontban épül be a szervezeti struktúrába. Annak érdekében, hogy tetten érje, mikor válik a digitális világ normatívvá a menedzsmentben vagy az intézményi működésben, három szempontból vizsgálódik: brit múzeumok vezetőivel készült interjúk alapján a hatalom, a legitimáció és a jelentésstruktúrák szempontjából tanulmányozza a digitalizációhoz fűződő viszonyt. Megnézi, hogy a területet hogyan pozicionálják a szervezeti és működési szabályzatban, a küldetési nyilatkozatban, stratégiákban, a beszámolóokban, mennyire emelik ki a pályázatokban, nyomon követi, mikor következett be egy-egy intézményen belül az a pillanat, amikor a gyűjtemények fölött gyakorolt kizárólagos jog igényét felváltja a láthatóság, a nyilvánosság, a hozzáférhetőség jóval demokratikusabb szempontrendszerre. Ez a hagyományos működésre is hatással van: a web 2.0-ra jellemző interaktivitás, párbeszéd, közösségi működés a fizikai terekben szervezett projekteken is megjelenik. A posztdigitális múzeum jellemzője, hogy az intézmény már túllép azon, hogy végleges állapotban tegye közzé internetes fejlesztéseit. Felveszi a digitális világ ritmusát,

⁶⁹ A fejezet egyes elemei megjelentek az alábbi tanulmányban: Berényi 2021f.

⁷⁰ Parry 2013.

folyamatosan zajlanak a fejlesztések, mindig minden béta állapotban fut. Mindemellett az intézmények már nemcsak egy-egy igény kielégítésére, egy-egy projekt megvalósítása érdekében hoznak létre online és digitális felületeket, hanem elkezdik a különböző tartalmakat összekapcsolni, legyenek azok a múzeumi terek multimédiás eszközein vagy az online térben. Ez utóbbi két attitűd, ami miatt a terminus technicus megteremti a kutatás fogalmi struktúrájának alapját. A folyamatot, az átalakulást megragadó fogalom lehetővé teszi az előfeltevésként megfogalmazott állítás vizsgálatát, miszerint a koronavírus-világjárvány hatására online tevékenységre kényszerülő múzeumok erőteljesebben integrálódtak az internet globális világba, tartalmaik a korábbinál merészebben reflektáltak a világháló trendjeire.

Ebben a munkában két másik fogalom, a *disztributív múzeum*⁷¹ és a *pervazív múzeum*⁷² kifejezés használata is segítséget nyújt. A disztributív (elosztó) múzeum fogalmának megalkotói, Susana Bautista és Anne Balsamo azért hozták létre ezt a terminus technicust, hogy könnyebben leírassák azokat a kortárs hálózatokra épülő tanulási környezeteket, amelyek a digitális generáció számára evidenciaként jelennek meg. A két amerikai múzeumi szakember modelljében a múzeum már nem egy adott fizikai térben található, hanem jelenlétét kiterjeszti a világhálón található virtuális formációkra, valamint a mobilitás különféle gyakorlatai és technológiái által létrehozott átmeneti terekre. A múzeumi terek határai elvékonyodásának, elmosódásának vagy épp határtalanná válásának érzékeltetéséhez a fizikai-virtuális, helyhez kötött – mobil, zárt-nyitott ellentétpárokat használták fel.

A disztributív múzeumot szembeállítják a 18–19. századra visszatekintő múzeumok tiszteletre méltó tereivel, ahová a társadalom minden rétegét meghívták, hogy „civilizálják” őket, és megerősítsék a műveltek és hatalommal bírók elit státusát, főleg az emlékezetre építve.⁷³ Michel de Certeau szociológusra hivatkozva pedig azt állítják, a hely fogalmát – a meghatározó épületeket felemelve – az uralkodó rendek arra használták, hogy a várostervezés és az építészet segítségével megszervezzék és irányítsák a társadalmat.⁷⁴ Ebben a mobilitás alapvető változásokat idézett elő. A múzeum ma dinamikus kulturális intézmény, amely újabb átalakuláson megy keresztül: a korai helyalapú kulturális intézményből egy szétszórtabb (poszt)modern térré alakul. A különböző rádiós, televíziós, technológiai, majd internetes eszközök segítségével a múzeumi élmény kikerült a múzeum falai közül, kialakul a *mobil múzeum* fogalma, amely iskolákba, fesztiválokra kitelepülve külső helyszínekkel bővítette az intézmény működési kereteit. Ez a folyamat alapozta meg, hogy a digitális kor alapvetően zökkenőmentesen alakíthassa át az új, technológiai forradalom által formált kulturális

⁷¹ Susana Bautista és Anne Balsamo 2011.

⁷² Dziekan–Proctor 2019.

⁷³ Tony Bennette hivatkozva.

⁷⁴ De Certeau, 117.

környezetben a múzeumok pozícióját. Az amerikai szerzőpáros elsősorban Manuel Castells „áramlások tere”⁷⁵ fogalmára építkezett, aki szerint az új információs korszakban a társadalom különböző áramlások (információ-, tőke-, képek, szimbólumok stb.) köré szerveződik. Az áramlások tere már nem valós tereket köt össze. Egy részük olyan középpont, amely ellenőrzi az egész hálózat működését, más részük pedig olyan kapcsolódási pont, amely a lokális hálózatokat integrálja a globális egészbe, bonyolult, piaci értéken, társadalmi kiválasztottságon, infrastrukturális fölényen alapuló hierarchiákba szerveződve, itt is létrehozva egyfajta elitet. Olyan újfajta „tér” jön létre, ahol már nem a földrajzi távolságok, hanem a hálózaton belüli elrendeződések a mérvadók. Castells ezzel párhuzamosan az idő fogalmának átalakulásáról is beszél, az időtlen idő, az átmenetiség, az ideiglenesség koncepcióját hangsúlyozva, felhívva például a figyelmet arra, hogy elmosódnak a korábban élesen elhatárolható cselekvések között a határok (lásd munkaidő–szabadidő). Bautista és Balsamo ebben a hálózatosodó térben a modern múzeumot elsődleges csomópontként helyezi el, azt állítva, hogy az új muzeológia tere hasonlóan szétszórt, individualizált, gyakorlati, valamint a digitális világhoz hasonlóan nem lineáris. A kortárs muzeológia már nem kötődik meghatározott helyhez, hanem praxisok, kapcsolatok és tapasztalatok változásával írható le, miközben hagyományos múzeumi funkcióit (megőrzés, gyűjtés, bemutatás, közreadás stb.) sem hanyagolja el. A szerzők főleg a múzeum edukatív, oktatáshoz kapcsolódó szerepét vizsgálják, kiemelve, hogy a klasszikus gyűjteményeknek az online térben olyan újfajta konkurenciával is szembe kell nézniük, mint például a Google vagy a Flickr adatbázisai. Ebben a környezetben a múzeumok számára a legfontosabb kihívás, hogy korábbi, szakértelemre és tekintélyre épülő hangnemeiket hogyan használják olyan diákok, látogatók esetében, akik megszokták, hogy a digitális térben egymástól és olyanoktól is tanulnak, akiknek csak kevés hivatalosan dedikált tekintélye és szakértelme van. Szerintük a múzeumok új tekintélye a digitális korban arra épülhet, hogy képesek zökkenőmentesen eligazodni a digitális világ ellentmondásos világában és gyakorlataiban.

Vince Dziekan és Nany Proctor ezeket a megállapításokat gondolták tovább, amikor létrehozták a *pervazív (mindenre kiterjedő, mindent átható) múzeum* fogalmát.⁷⁶ Az ausztrál és az amerikai múzeummal, digitális médiával foglalkozó szakemberek újragondolták a néhány évvel ezelőtt publikált, disztributív múzeumokkal kapcsolatos elméletet, mivel új digitális jelenségekre figyeltek fel. Azáltal, hogy a múzeumok szélesebb körben kezdték közzétenni és megosztani saját tartalmaikat, a nyilvánosság, nyitottság terén egyfajta paradigmaváltás történt, amely például közös alkotások létrehozását is lehetővé tette. Szerintük a digitális korszakban a

⁷⁵ Múzeumi kontextusban: Castells 2012.

⁷⁶ Dziekan–Proctor 2019.

múzeum működése intézményen belül és kívül feltartóztathatatlanul eltolódott az egyre inkább nyitott és integratív módszerek felé, ami a kurátori gyakorlatok, a gyűjtemény és a múzeum értelmezésének megváltozását is jelentheti. A posztdigitális múzeum fogalmára utalva arra figyelmeztetnek a szerzők, hogy a digitális folyamatok és tapasztalatok már nem közelíthetők meg nem digitális aspektusból. A folyamat már nem értelmezhető a fizikai–virtuális, helyhez kötött–mobil vagy hasonló ellentétpárokából, a kurátori tekintély halványulása a pervazív múzeum irányába való elmozdulást jelenti, ahol az intézmény kincstárból széles körben értelmezhető alkotóhellyé változik. Erre a múzeumra már nehéz azt mondani, hogy valahol, azaz egy bizonyos térbeli pontban létezik.

Ahogy a múzeumok médiatechnológiákkal szemben érzett ellenállása erodálódott, multiplatform és hibrid stratégiák jöttek létre: azaz az intézmények egyetlen tartalomforrást több helyen tesznek közzé. A valós térben létrehozott programról készült videó felkerül a múzeum YouTube-csatornájára, azt megosztják a közösségi médiában, blogot írnak róla, amibe beágyazzák az adott felvételt. Ezzel párhuzamosan a résztvevők is folyamatosan posztolnak saját közösségi médiaprofiljukban, a sajtó pedig hasonló módon közvetít ezekről. A múzeumok ezt követően esetleg print kötetben mutatják be a projektet, amit ismét az online platformjaikon terjesztenek.

A terjesztési platformok számának növekedésével az elért közönség is exponenciálisan bővült, így a múzeumok felismerték, hogy külön stratégiát kell kidolgozniuk a tartalom és az élmény tervezésére, hiszen a közönségük egy része a valós térben sosem jelenik meg. Ettől függetlenül a látogatók saját magukra formálva terjesztik a múzeumok által közzétett tartalmakat, fittyet hányva a szerzői jogokra. A tartalom eredeti értéke ettől mégsem csökken, hanem inkább növekszik azáltal, hogy a más forrásokból származó tartalmak mellett új, gyakran váratlan kontextusokban is megjelennek. Az internetes keresőmotorok például külön díjazták azokat a tartalmakat, amelyek más hipermediális összefüggésben jelennek meg.

Ennek következtében a múzeumi terek soha nem tapasztalat „kiáradása” figyelhető meg, amely eddig nem tapasztalt távolságban és időkeretben teszi gyűjteményeiket, intézményüket, kutatásaikat, kiállításait elérhetővé, értelmezhetővé. Ahogy a szerzőpáros fogalmaz, a múzeumok elmerülnek ebben az áramlásban. Ahelyett, hogy felbomlanának vagy pusztulásnak indulnának, egyre inkább bekapcsolódnak az információ hömpölygésébe. Következésképpen a múzeumok és kurátoraik tevékenysége az utóbbi időben a korábbi szemlélődés és meditáció helyett a műtárgyak kontextusára hangolódik. Ráadásul olyan multimédiás alkalmazások születnek, amelyek a fizikai és online teret összekapcsolják: a fizikai tér digitális megoldásai az internetre vezetik a látogatót és fordítva, az online tér felhasználóját a digitális tartalmakon keresztül a fizikai valóságba irányítják.

Dziekan és Proctor a londoni Tate korábbi digitális igazgatójára, John Stackra⁷⁷ hivatkozva a jövő múzeumát olyan helynek látják, ahol nemcsak kulturális örökséghez kapcsolódó objektumokat őriznek és mutatnak be, hanem ahol a látogatók (valós és virtuális) interakcióba léphetnek a tárgyakkal, történetükkel, a múzeum munkatársaival és egymással. A jövő múzeuma olyan platform, ahol új ötletek és jelentések születnek, cserélődnek és őrződnek meg, megváltoztatva a kurátori munkát. A digitális világban nem köti gúzsba a muzeológusokat az analóg gyűjtemények tér- és időkorlátja, sem pedig az analóg gyűjteményeket érintő szelekció logikája, hanem a digitális tartalom online terjesztése lehetővé teszi a közönség „szuperkiszolgálását”.⁷⁸ Ezzel párhuzamosan arra is fel kell készülni, hogy az információ olcsó, a figyelem drága lesz, azaz a múzeumi tartalmaknak a globális hálózatok bőséges kínálatával kell felvenniük a versenyt.

Ha volt is valaha olyan időszak, amikor a digitális technológiát forradalminak tekintették, akkor ez az idő már elmúlt. A „digitalitás” inkább egy mindent átható állapottá vált. A posztdigitális múzeum a digitális folyamatok és platformok átvételének állapotából a digitális integráció vagy adaptáció szélesebb körű elterjedése felé halad, akár a stratégiai és működési politikába ágyazottan, akár a digitalizáció, akár a különböző muzeológiai gyakorlatok, többek között a kurátori munka révén. A kurátorok feladatai kiegészülnek azzal, hogy a meglévő mediátori, tudásközvetítő szerepük mellett olyan digitális csomópontokat is kialakítsanak, amelyek a megváltozott közönséggel közösen diszkurzív nyilvános tereket eredményeznek. Gondoljunk csak a *crowdsourcing* nyílt gyakorlatára, amikor a különböző intézményekhez és vállalatokhoz hasonlóan a múzeumok is a hálózatba kötött digitális eszközökön és az interneten keresztül ötleteket, megoldásokat, szolgáltatásokat vagy tartalmat kapnak számukra és egymás számára ismeretlen, önkéntes munkát végző felhasználóktól.⁷⁹ A Tate Britain például a nemzetközi Zooniverse platformjához kapcsolódva digitalizált művésznaplókat töltött fel, és arra kérte Annotate projektében online önkénteseket, hogy ezeket írják át, vitassák meg a felmerülő kérdéseket.⁸⁰

Dziekan és Proctor tehát nemcsak a kurátori szerep, a közönség pozíciójának radikális átalakulásáról is beszél. Szerintük a múzeumi gyűjtemény definícióját is újra kell gondolni: az anyagi kultúra tárgyi emlékeit, a hozzájuk kapcsolódó információkat ki kell egészíteni azokkal a digitális másolatokkal, metaadatokkal, amelyek a digitalizálási folyamatokhoz, a digitális bemutatáshoz kapcsolódnak, nem beszélve a digitálisan született anyagokról. A jövő számára

⁷⁷ Stack 2013.

⁷⁸ Chris Anderson “Long Tail” elméletére hivatkozik: Anderson, 2004.

⁷⁹ A crowdsourcing-ról lsd.: Szűts 2018. 472-476.

⁸⁰ A projektről: <https://blog.zooniverse.org/tag/tate-britain/>. A Zooniverse jelenleg futó projektjei: <https://www.zooniverse.org/> – Utolsó letöltés: 2021. 09. 26.

nagy kihívás például (lásd 5.5.21.), hogy azokat az online térben létrejött hipertextuális kontextusokat is megőrizze, amelyek egy-egy múzeumi tárgyhoz kapcsolódtak. Azaz a disztributív vagy pervazív múzeum már nem csupán online műsorszolgáltató, amely egyirányú módon közvetíti a tudást közönsége felé, hanem rizómaszerűen, több csomóponthoz kapcsolódva, szerteágazó tudásforrásra építve lép interakcióba látogatóival. Egy ilyen hipermediális kontextusban a múzeum küldetése átalakul, minél több vonzó tartalmat kell egyre több platformon elhelyeznie, bevonva, közös munkára, alkotásra inspirálva közösségeit. Ennek a munkának azonban nemcsak az internet az eszköze és az online tér a terepe, hanem a fizikai tér, valamint annak valóságos tárgyai egyaránt kiemelkedő pontjai a múzeum által szőtt hálónak.

A disztributív, valamint a pervazív múzeum elméleti háttere és modellje a múzeumok intézményi működésénél tágabb spektrumra fókuszál: a múzeumi és a kurátori munka, a gyűjtemény szempontjából is megoldást kínál arra, hogy leírhatóvá és elemezhetővé váljanak azok a folyamatok, amelyek a digitális és technológia következtében játszódnak le a szektorban. A fogalmak ahhoz is keretet adnak, hogy a koronavírus-világjárvány következtében felgyorsuló digitális folyamatok tetten érhetőek legyenek. Azonban még mielőtt ennek feltárása megkezdődne, az online, digitális és virtuális fogalmak meghatározásától sem tekinthetünk el.

A digitális múzeumi működéshez kapcsolódó fogalmak pontosítása annál is inkább fontos, mert az intézményi gyakorlatban folyamatosan keverednek a különböző kifejezések. Az online múzeumi szolgáltatások hol digitális, hol virtuális címke alatt jelennek meg, nem beszélve arról, hogy az internet fogalma sem tisztázott. Dolgozatomban az online területre vonatkozó fogalmak (internet, világháló, web 2.0) használata során Szűts Zoltán *Online. Az internetes kommunikáció és média története, elmélete és jelenségei* (2018) című kézikönyvének definícióira építetek. Eszerint az *internet* tágabb fogalom, a világháló körébe nem sorolható kommunikációs lehetőségeket is felöleli. „Azaz az internet számos ágens, a hálózatba kötött, a különböző protokollokat használó számítógépek, az okoseszközök, a digitális tartalom, a hálózaton zajló kommunikáció, a hálózaton otthonra talált médiumok és felhasználók alkotta rendszert jelöli. Az internet számos kommunikációs lehetőséget kínál, például elektronikus levelezést, telefonálást és fájlmegosztást, melyek nem feltétlenül kapcsolódnak a világháléhoz. Ezzel szemben *világhálón* a hiperlinkekkel és URL-ekkel összekapcsolt oldalak és fájlok (szövegek, képek, videók, hangok stb.) egységét értjük, melyet böngészőnk segítségével jeleníthetünk meg. A világháló magas fokú interaktivitást biztosító felülete a *web 2.0*, a speciális, a közösség által alakított közösségi oldalak, kép- és videómegosztó platformok,

blogok, vlogok, wikik és más hasonló felületek összességét jelentő szegmense pedig a *közösségi média (social media)*.⁸¹

Más olvasatban tehát a közösségi média a korszak gyakorlati jelenségeinek összefoglaló elnevezése, míg a web 2.0 sokkal inkább az elméleti, a jelenségek mögötti filozófiai mozgatóerőkre való hivatkozásra szolgál.⁸² A *felhasználó* kifejezés az olyan egyént jelöli, aki már szelektív módon fogad be (a web 2.0-ban pedig már bizonyos keretek között létre is hoz) médiatartalmakat, és tisztában van az e tevékenysége során használt technológia alapjaival is.⁸³ A *digitális tartalom* elektronikus csatornákon keresztül terjesztett bitalapú objektum. Ezek lehetnek weboldaltartalmak, videók, podcastok, felhasználók által generált tartalmak, blogok, e-könyvek stb.⁸⁴ A *digitális forradalomban*⁸⁵ kiemelkedő szerepet játszó modern kommunikációs hálózatok (mobilnet, wifi, széles sávú internet stb.) ebben a rendszerben nem gépeket összekapcsoló rendszerként értelmezhetők, hanem a társadalom tagjait kötik össze, akik számítógépeket használnak mediatizáló eszközként. A hálózati társadalom fogalmának használatakor Szűtshöz hasonlóan a kifejezés alkotójának, Manuel Castellsnek a definícióját veszem alapul: *a hálózati társadalom* olyan entitás, melynek az alapvető folyamatai az online információs hálózatokban zajlanak. Nem csupán hálózatokról vagy társadalmi hálózatokról van tehát szó, a hangsúly az információ online továbbításán és feldolgozásán van.⁸⁶

Hasonlóan tisztázásra vár a magyarországi múzeumok praxisában gyakran szinonimaként felbukkanó online, digitális, virtuális kifejezések. A Szépművészeti Múzeum honlapján⁸⁷ található „*digitális múzeum*” fül hasonló tartalmi modulokat takar, mint a Magyar Nemzeti Múzeum „*online múzeum*” főmenüpontja⁸⁸, de találkoztam már a virtuális kifejezéssel is, amikor egy-egy intézmény a világhálón elérhető szolgáltatásait, tevékenységeit, adatait, projektjeit kívánta összegezni. Ebbe az irányba mutat az Encyclopædia Britannica „*virtuális*

⁸¹ Szűts 2018, 12–13. Vö. Ryder–Zhang–Hua 2021, 14–15.

⁸² Szűts 2018, 314.

⁸³ Uo.

⁸⁴ Ryder–Zhang–Hua 2021, 3. Valamint a Museum Computer Network kategorizálja a múzeumok által létrehozott legnépszerűbb digitális tartalmakat: portálok, virtuális túrák, online kiállítások, e-tanulás, online gyűjtemények, digitális archívumok és könyvtárak. <https://mcn.edu/a-guide-to-virtual-museum-resources/> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 07.

⁸⁵ A dolgozat eltekint az internet történetének és az eszközök fejlődésének bemutatásától.

⁸⁶ Szűts 2018, Castells 2006.

⁸⁷ A [szepmuveszeti.hu](https://www.szepmuveszeti.hu/) weboldalon a digitális múzeum főmenüpontban 2021. 09. 26-án a következő menüpontok sorakoztak: online vezetések és előadások; audioguide; útvonaltippek; kvizek, játékok; Alkoss otthon!; Olvasni jó!; oktatási segédanyagok; virtuális kiállítások; filmek, videók, online tárlatvezetések rendelése és hirdetése <https://www.szepmuveszeti.hu/>. A Magyar Kereskedelmi és Vendéglátóipari Múzeum szintén a digitális múzeum kifejezést használja: múzeumi blog; YouTube-csatorna; digitális múzeumpedagógia; virtuális kiállítások; digitális gyűjtemények; digitális kiadványok; közösségi oldalak, hírlevél <https://mkvm.hu/digitalismuzeum/> – Utolsó letöltés: 2021. 09. 26.

⁸⁸ Az mnm.hu weboldalon az online múzeum főmenüpontban 2021. 09. 26-án a következő menük láthatók: kvizek, játékos tananyagok; online foglalkozások diákoknak, online tárlatvezetés felnőtteknek, családoknak, magyarul tanuló külföldieknek; online programok; virtuális kiállítások; őseink hagyatéka; múzeumi blog; műtárgyadatbázis; műtárgyfotó-rendelés; régészeti adatbázis <https://mnm.hu/hu>.

múzeumok” szócikke is, amely szerint a kifejezés azokat a digitálisan rögzített képek, hangfájlok, szöveges dokumentumok és egyéb történelmi, tudományos vagy kulturális érdekű adatok gyűjteményét jelöli, amelyekhez elektronikus médián keresztül lehet hozzáférni. A meghatározás szerint virtuális múzeum nem tartalmaz tényleges tárgyakat, ezért nem rendelkezik a múzeum intézményi meghatározás szerinti állandóságával és egyedi tulajdonságaival. A szócikk kiemeli, hogy az interneten keresztül elérhető hiperlinkek, hiperhivatkozások, multimédiás, interaktív lehetőségek révén a digitalizált reprezentációk több forrásból összegyűjthetők, így nem csak a megtekintést, hanem az összehasonlítást is lehetővé teszik.⁸⁹ A szócikk nem tér ki arra, hogy a virtuális múzeumokban megtalálható tárgyaknak milyen a viszonyuk a gyűjtemények tényleges objektumaival, mivel azonban a látogatói információkat tartalmazó honlapokat, gyűjteményi adatbázisokat is szóba hozza, itt is érzékelhető a fogalmi zavar.⁹⁰ Érdekes, ahogyan a problémát a Szabadtéri Néprajzi Múzeum weboldala kezeli. Míg a *Fedezz fel online* főmenüpontba kerültek a játékokat, appokat, online kiadványokat, praktikákat tömörítő almenüpontok, az online oktatási segédanyagok a *tanulás/pedagógus* fül alatt, az online műtárgyadatbázis a *Skanzen/gyűjtemények* részben sorakoznak.⁹¹ Bár a megoldás nem ad egyértelmű választ a fogalmi nehézségekre, azt is jelzi, hogy az egyik leghosszabb digitalizációs gyakorlatra visszatekintő múzeumban a posztdigitális múzeum modellje szerint már normatívvá vált a különböző technológiák, alkalmazások használata, az ezekre mutató menüpontok a honlapon funkció szerint integrálódnak a többi tartalom közé.

A példákából is kitűnik, az *online* (on-line), vonalban kifejezés talán a legegyszerűbb: azt az állapotot jelöli, amikor valaki vagy valami kapcsolódik a hálózathoz, a rendszerhez, elérhető az internet segítségével, megtalálható a világhálón. Ennek ellentéte az *offline* kifejezés, amely azt az állapotot írja le, amikor nem kapcsolódunk a hálózathoz. Amikor egy múzeum ezt a kifejezést használja a világhálón fellelhető tartalmi összegzésére, elsősorban az internetes elérhetőség, a hálózaton való jelenlét, láthatóság szempontjából közelíti meg a témát.

A digitális múzeum szóösszetétel egészen más logikát követ, itt inkább a fizikai világ informatikai feldolgozására helyeződik a hangsúly. A *digitalizáció* kifejezés olyan folyamatok, tartalmak, objektumok digitálissá válását jelenti általában, amelyek korábban (elsősorban vagy teljesen) fizikaiak vagy analógok voltak.⁹² A *digitális* szót leginkább akkor használjuk, ha a

⁸⁹ Forrás: “Virtual museum”. Encyclopedia Britannica, 2017.03.27., <https://www.britannica.com/topic/virtual-museum> – Utolsó letöltés: 2021. 09. 26.

⁹⁰ Érdemes összehasonlítani Werner Schweibenz múzeumi digitalizációról írt 2019-es tanulmányával, amelyben hosszas történelmi elemzés után kiderül, mennyire nem tisztázott a fogalom.

⁹¹ Szabadtéri Néprajzi Múzeum. <https://skanzen.hu/hu/> – Utolsó letöltés: 2021. 09. 26.

⁹² Csedő–Zavarkó–Sára 2019, 88.

való világ információit bináris számokká konvertáljuk. Ez a gyűjteményben létező műtárgyak informatikai eszközön való megjelenítését éppúgy jelentheti, mint a korábban papíron vagy fizikai térben végzett munkák komputerezált elvégzését.

Rab Árpád ugyanakkor a digitális kultúrát elemző tanulmányában arra is felhívja a figyelmet, hogy ma már nemcsak a meglévő kulturális objektumok digitalizálása jelentheti ezt a folyamatot, hanem a kulturális elemek digitális úton történő létrehozása is. Mindkét terület nagyon szerteágazó: napjaink online tartalmi-felhasználói forradalmának köszönhetően a második csatorna döntő túlsúlyba került, és az évekkel ezelőtt még központi feladatnak tűnő digitalizálás ma már háttérbe szorult.⁹³ Azaz a digitális kifejezés nemcsak az analóg világ technológiai átfordítását jelenti, hanem az ezzel kapcsolatos, gyorsan változó mechanizmusokat is. A megváltozott attitűd a múzeumok esetében azért jelent új kihívást, mert már nemcsak a meglévő fizikai tárgyaik szkennelésére, fotózására, metaadatok létrehozására kell koncentrálniuk, hanem a digitális környezetben született tartalmak gyűjtésére, feldolgozására és bemutatásáért is.

Maga a digitális múzeum kifejezés Ben Davisnek⁹⁴ köszönhetően 1994-ben született meg, először a digitális bölcsészet, később a múzeumok webes megjelenésével, az állománydigitalizálással, a virtuális múzeummal, majd a kiállítási interpretációs technológiákkal összefüggésben használták a nemzetközi szakirodalomban. Magyarországon elsőként egy PIM-ben publikált tanulmány címében szerepelt a kifejezés, melyben Bánki Zsolt⁹⁵ elsősorban a gyűjtemény digitalizálásának és egységes múzeumi elektronikus szolgáltató környezet létrehozásának lehetőségeit taglalja.⁹⁶ Ruttkay Zsófia és Bényei Judit digitális múzeumról szóló 2021-es tanulmánya a terminológia használata sokféleségének bemutatása után végül a nemzetközi szakirodalom összegzése nyomán a digitális múzeum alatt olyan, a digitális technológiák tárházát kiaknázó eszközöket, módszereket definiál, amelyek a fizikailag létező kulturális örökségintézmények – hagyományos múzeumok, levéltárak – közönséget szolgáló, elsősorban interpretációs munkáját segítik és terjesztik ki.⁹⁷

A *virtuális* kifejezés értelmezése még ennél is bonyolultabb, hiszen a múzeumok születésüktől kezdve számos virtuális megoldással éltek, hogy mondanivalójukat, kutatásaikat meg tudják jeleníteni. A tárgyak múzeumi gyűjteménybe történő integrálásának folyamata eleve eltávolítja, elidegeníti a tárgyat eredeti történelmi, fizikai, érzelmi kontextusából, és egy

⁹³ Rab Árpád 2007.

⁹⁴ Davis 1994, 68–70.

⁹⁵ Bánki 2007.

⁹⁶ Bényei–Ruttkay 2021, 85.

⁹⁷ Uo., hivatkozva a következőkre: The Digital Museum Tumblr, (n.d.). Presentations and interviews on the use of technology in the culture and heritage sector <https://thedigitalmuseum.tumblr.com/>, Museum Digital Transformation (n.d.). Museum digital Transformation 2018. Firenze 12/13 Aprile 2018. <http://museumdigitaltransformation.it/> – Utolsó letöltés: 2021. 07. 28.

új, virtuális múzeumi rendbe helyezi, új jelentésekkel ruházza fel a feliratoktól, meghatározásoktól elkezdve a kiállításon meghatározott helyzetükig.⁹⁸ A múzeumok fizikai tereinek diorámái, enteriőrjei éppúgy virtuálisak, mint a preparált állatok vagy a bábukon bemutatott öltözkérekonstrukciók. Különösen igaz ez, ha a kifejezést a következőképp definiáljuk: virtualitás az, ami nem a valóság, de olyan „mintha” az lenne.⁹⁹ Ropolyi László filozófus azonban nem elégszik meg ennyire egyszerű fogalommagyarázattal, a premodern, a modern és a posztmodern kor virtualitás fogalmát a valósághoz való viszony koordinátái között vizsgálja. Ez utóbbi időszakra már szerinte nem beszélhetünk egyetlen valóságról, valóságosságról, hanem helyette a hiperrealitás fogalmát érdemes használni.¹⁰⁰ A hipervalóság világában a valós és nem-valós közötti különbség elvékonyodik, ebben a világban a képek, a jelek, a szimulációk már nem referálnak semmire, saját magukat jelentik, saját valóságuk van. A posztmodern képzetek nem a valóság elleplezését szolgálják, mivel ilyen valóság nincs, hanem *a valóság hiányának* az elleplezésére, *a valóság helyettesítésére* vállalkoznak. A hipervalóság világában a hagyományos értékek legtöbbje átértékelődik, így például a hely, a test, a megkülönböztethető anyagi és szellemi entitások jelentősége elvész, és inkább összefüggéseikre és hálózataikra tevődik a hangsúly.¹⁰¹ Érdemes ezt a gondolatot a posztdigitális és a disztributív vagy a pervazív múzeum fogalmával is összeolvasni, mivel valamennyi modell a hálózatok és a kontextusok szerepét emeli ki. Azért is érdekes ebből a szempontból Ropolyi tanulmánya, mert az arisztotelészi duális ontológiai rendszert (valóság és lehetőség szerinti lét) maga mögött hagyva, az aktualitás és potencialitás jól azonosítható entitásai mellett a szükségszerű elválaszthatatlanságuk következményeként *harmadik létszférával*, a virtualitás szférájával is számol. Szerinte „a virtualitás a nem abszolút mértékkel rendelkező valóság, amelynek nem eleve adott abszolút jellege van, hanem viszonylagos és változó mértéke. A reprezentációs létforma létezői valamennyien virtuálisak: valóságosságuk mértéke az emberi reprezentációs praxisok működtetése során intenzíven változik”. Ez az állítás pedig a már említett muzeológiai elméletek azon állításaival párhuzamos, amelyek kritikusan kezelik a múzeumok tekintélyelvűségét, hatalmi gyakorlatait, miközben közösségi, részvételi attitűdjeinek kialakulására irányítják a tekintetet. Ha elfogadjuk Ropolyi téziseit, a virtuális múzeum fogalma kapcsán már nemcsak a valóság hiányáról, helyettesíthetőségéről kell beszélnünk, hanem harmadik aspektusként az összefüggések és a hálózatok megjelenéséről is. Éppen úgy, ahogyan a posztdigitális múzeumban sem különül már el a múzeumok online és

⁹⁸ Müller 2010, 297.

⁹⁹ Ropolyi 2010, Heim 1998, 220.

¹⁰⁰ A következő művekre hivatkozik: Baudrillard 1994, Nunes 1995.

¹⁰¹ Ropolyi 2010, 9–11.

digitális világa a „valós” tértől, hanem összeolvadva, őket összekötő bonyolult hálózatok rajzolódnak ki.

Ettől a gondolatmenttől el kell választani a *virtuális valóság* (*virtual reality – VR*) fogalmát, amely nem keverendő a virtuális léttel. Szűts Zoltán meghatározása szerint „a virtuális valóság egy számítógépek által generált, materiális alapot nélkülöző (de a valóságot gyakran utánzó) digitális látványvilág, mely lehetőséget biztosít a felhasználóknak a beleélésre, és bizonyos mértékig az események alakítására.” Fontos szerepet játszik a technológiában és a felhasználói élményben a képi információ, az interaktivitás, a rendelkezésre álló eszközök minősége, melynek köszönhetően a résztvevő a fizikai térben cselekszik, miközben a digitális média a virtuális valóság, azaz egy alternatív valóság érzetével kecsegteti.¹⁰² A múzeumok fizikai tereiben, kiállításában az ismeretek élménygazdag és hatékony átadása érdekében egyre gyakrabban élnek a VR-technológia módszereivel virtuálisan megidézve, felépítve egy távoli helyet, kort, de gyakran a múzeumi terek virtuális mását az online térben ezen a csatornán keresztül is elérhetővé teszik az érdeklődők számára. Ilyenkor alapvetően a felhasználó – például egy VR-szemüveget felöltve – kizárja az őt körülvevő valóságot, és „bekerül” az adott világba. Meg kell különböztetni ezeket a megoldásokat a *kiterjesztett valóság* (*augmented reality – AR*) lehetőségeitől, amely a különféle digitális eszközök közvetítésével – alapvetően a különböző okoseszközök képernyőjének érintésével – a virtuális valóság elemeinek tárgyi világra történő rétegezésével jönnek létre.¹⁰³ Azaz a technológián keresztül a szövegeket és képeket olyan eszközre helyezik, amit a felhasználó fizikailag is érzékel, lát. Szinte már megszokott megoldás a múzeumokban, hogy az okoseszközökkel egy-egy sérült tárgyra fókuszálva megjelenik annak digitálisan rekonstruált mása, eredeti környezete, vagy egy történelmi épület, település kiválasztott korszakának virtuálisan felépített makettje, láthatjuk lépni, futni a mára kihalt állatfajokat, továbbá elérhetjük, megmozgathatjuk, felnagyíthatjuk a vitrinbe zárt műtárgyak 3D-modelljét, esetleg a gyűjteményi adatbázisban, archívumban lévő kapcsolódó anyagokat, információkat, filmeket, zenéket, azok hálózatát hívhatjuk elő.

Mindennek figyelembevételével a világháló különböző jelenségeinek elemzésekor nem tekinthetünk el azoknak a fogalmaknak az értelmezésétől sem, amelyek a különböző jellegű digitális kapcsolódások leírására születtek. A hipertextualitás, a hipermédia, az interkonnektivitás, az intertvingularitás kifejezések által az általuk leírt jelenségen túl azért is megkerülhetetlenek a kutatás szempontjából, mert a világhálón megjelenő múzeumi tartalmak elemzésekor ezekből a definíciókból építkezhetünk, ha meg kívánjuk határozni, mennyire váltak a különböző intézmények online produktumai az internetes kultúra részévé.

¹⁰² Szűts 2018, 219-221.

¹⁰³ Szűts 2018, 420.

A hipertext, a hipermédia, az intertvingularitás fogalma ugyanahhoz a filozófushoz, szociológushoz kötődik, akinek a képernyő előtt töltött 2020-as évre vonatkozó víziója az értekezés nyitó gondolata volt. A szokatlan látnoki képesség itt is tetten érhető: Theodor Holm Nelson 1963-tól kezdte használni a globális karriert befutott *hipertext* és a *hipermédia* szavakat az interaktív, linkekkel, illetve képekkel átszőtt szövegekre.¹⁰⁴ Az informatikusok és a bölcsészek között húzódó senki földjén küzdő Nelson így fogalmazott: „A link nem pusztán részek összekötését jelenti. Lehetővé teszi a nonszekvenciális, azaz a folytonosság nélküli írást a maga tiszta formájában. A szövegek eddig azért voltak folytonosak, mert a könyv oldalai egymás után következtek. Milyen más lehetőség van? Nos, a hypertext – a nem folytonos írás.”¹⁰⁵ Ebből kiindulva a *hipertexten* olyan, linkeket tartalmazó, általában digitális szöveget értünk, amely szakít a linearitással, elágazik és hiperreferenciái révén választási lehetőséget kínál az olvasónak, miközben interaktivitást vár el tőle.¹⁰⁶ A *hipermedia* elve hasonló: már hang-, kép-, videófájlokat is integrál, megteremtve a különböző verbális és nonverbális információk szövetét, tovább bonyolítva a rizómaszerű, decentralizált tartalomkomplexumok létrejöttét.

Bár az utalási rendszerrel ellátott hipertextuális szöveg alkotásnak korábban is voltak előzményei,¹⁰⁷ miután azonban Tim Berners-Lee fejlesztései nyomán az 1990-es években a CERN a World Wide Webet ingyenesen közhasználatra bocsájtotta, az olvasás módja, az olvasott dolgok természete, a szövegek szerkesztésének elve is radikális – lényegi és minőségi – változáson ment át.¹⁰⁸ Nemcsak a mondatról mondatra, oldalról oldalra haladó szövegolvasás és szövegírás gyakorlata alakult át, hanem csökkent az elmélyülés lehetősége, átalakult az időhöz és a földrajzi távolságokhoz való viszony, az olvasó kommentek, hozzászólások révén részese lehet egy új tartalom születésének. Sőt azáltal, hogy az olvasó maga választja ki, hogyan halad a tartalmak feldolgozásával, ő maga is alakítja a szöveget. A szerzők kevésbé ellenőrzik a hivatkozott tartalmak hitelességét, nem foglalkoznak a szerzői jogokkal, hanem forrásmegjelölés nélkül DJ-ként remixelik a tartalmakat. Kánonoktól, tabuktól, szokásoktól,

¹⁰⁴ Szűts 2018, 189.

¹⁰⁵ Nelson 1998, 21.

¹⁰⁶ Szűts 2013, 66.

¹⁰⁷ Lásd az analóg világ szövegei esetében a keresztreferenciákra épülő konkordanciákat, enciklopédiákat, lexikonokat. A digitális hipertextrendszerekben Vannevar Bush 1945-ös memexe (memory extender/memória-kiterjesztő) elnevezésű elképzelésében konstruálta meg, hogy lehet a tudományos ismereteket összekapcsolni, archiválni, indexelni, kereshetővé tenni (Bush 1998). Nelson Xanadu-projektje már a számítógépes technológiára építve nemcsak a hálózatszerűen összekapcsolódó információkat látta meg, hanem az idézés, a másolás és a szerzői jog szabályaira is gondolt linkek alkalmazásával. Az 1960-as évek végétől ezzel párhuzamosan számos hipertextszerkesztő program is született, amelyek közül az Apple HyperCardja volt a legismertebb. A www megjelenése, annak szabványai (URL, html, http) azonban egy idő után fölöslegessé tette ezeket a programokat. Lásd Szűts 2013, 59., Gács A.

http://mmi.elte.hu/szabadbolcseszlet/mmi.elte.hu/szabadbolcseszlet/index6fd2.html?option=com_tanelem&id_tan_elem=762&tip=0.

¹⁰⁸ Müllner 2007, 45. és Landow.

társadalmi normáktól függetlenül egy klikkelésre kerülhet egymástól a szépirodalom, a bulvár, egy popsláger vagy Beethoven szimfóniái, különböző nyelvű anyagok, okostelefonnal készült homályos képek és képzett fotográfusok munkái, különböző korszakok alkotásai. Megszűnnek a korábban tapasztalt hierarchiák, az író és a szerkesztő „nyomtatott” hatalma, a világhálón a korábbinál jóval demokratikusabbá válhat a közlés és a fogyasztás. Egyes elképzelések szerint mindez az emberi gondolkodás folyamatához is közelebb áll: „A hipertext az adatintegráció és információközvetítés olyan módszere, amely a tudást a hagyományosan lineáris szövegstruktúra helyett a kognitív emberi gondolkodást hívebben tükröző, nem-lineáris, térbeli hálózatos rendszerben rendezi el. A felhasználó aktívan és közvetlenül közreműködhet a tudásbázis alakításában és formálásában.”¹⁰⁹ Viszont számos olyan új problémára kell reflektálnunk a szerzőség kérdése mellett, mint az internet változékonysága: mi történik a szöveggel, a szerző által komponált tartalomkomplexxummal, ha a hiperlinkek mögött álló tartalom eltűnik. Hiába jelölöm a jelen értekezésben is dátummal a hivatkozott internetes tartalom keletkezésének vagy letöltésének időpontját, nincs garancia, hogy az olvasó számára még elérhető lesz a linkek mögött álló tartalom. Arra sincs megnyugtató válasz, hogy milyen lehetőségei vannak egy szerzőnek, ha az általa létrehozott szöveget, képet, videót olyan környezetbe linkelik be, amely számára elfogadhatatlan, megváltoztatja az általa létrehozott jelentést. Hasonlóan aggasztó a hitelesség problémája, hiszen egyetlen rosszul megválasztott hivatkozás romba döntheti az egész struktúrát.

A világháló hipertextuális gyakorlata ugyanakkor a tudományos gondolkodásra is gyökeres hatással volt. Nelson mellett olyan, különböző tudomány és művészeti ágak és irányzatok iskolaalapító képviselőinek elméletei kerültek új megvilágításba, mint Jacques Derrida dekonstruktív filozófiája, Michel Foucault tudás és hatalom viszonyáról alkotott nézetei, Roland Barthes irodalom- és társadalomelméleti munkái vagy Jorge Luis Borges író, költő, filozófus *Bábeli könyvtárának* metaforikus képei. George P. Landow nagyhatású, magyarul is megjelent hipertextualitással foglalkozó tanulmánya Bartes 1974-ben napvilágot látott, *S/Z* című munkájából kiemeli, a jelen szempontjából újraértelmezi az ideális textualitás egymásra ható hálózatait, Foucault *A tudás archeológiája* kötetéből a könyvek sosem egyértelmű határaitól szóló eszmefuttatását, utalva arra, hogy „más könyvekre, más szövegekre, más mondatokra történő hivatkozások rendszerének része: csomópont egy hálózatban... a hivatkozások [egy] hálózatában”. Hasonlóan új értelmet nyer Derrida intertextualitásról alkotott elképzelése, amely szerint még a nyomtatott szövegek sem lezárt, egymástól lehatárolt egységek, hanem idézetek, hivatkozások révén egymáshoz kapcsolódnak,

¹⁰⁹ Süethő 1999, 27.

határozatlan számú kontextust teremtve.¹¹⁰ Borges szétesett és összetartozó posztmodern világot szimbolizáló *Bábeli könyvtára* szintén újraakasztásra vár: az interneten rejtőző végtelen információhalmaz megismerhetetlen és határtalan tárházának jelképe lett, amelyben a hipertext nyújthat némi segítséget az eligazodásra, a szétáramló, szerteágazó tudás strukturálására. A néhány kiemelt példa jól mutatja, hogy a hipertext és a világháló megjelenése nemcsak a szövegolvasásra, a szövegalkotásra, hanem az irodalomelmélet, a filozófia, a kommunikációelmélet, az informatika mellett szinte minden tudományágra hatással volt. A néprajztudományban például az *Ethnographic Hypermedia Environment* elgondolásra épülő interaktív etnográfia arra tesz kísérletet, hogy a hipertext és a hipermédia alkalmazását, legyen szó a szerteágazó információs csatornák használatáról, az olvasók és a befogadók aktivizálásáról, az adatok elemzéséről, a kapcsolatok és a kontextusok megragadására, azaz a kutatás egészére kiterjessze.¹¹¹ Mindez azonban az ugyancsak Nelson által használt *intertwingularitás* ('*intertwined*' – *bonyolult módon összefonódott*) fogalmára utal, amikor a kapcsolódási pontok szaporodásával a különböző tudástartományok között nem csupán integrációs folyamatok indulnak meg, hanem az ebből az integrációból kialakuló, már-már áttekinthetetlen keveredésből valami teljesen új minőség születik. Azaz megfelelő módszertannal, kellő tudatossággal a világhálón olyan virtuális kollázsként, asszemblázsként felfogható tartalomgyűjtemények kelhetnek életre, ahol a különböző, önmagukban is jelentéssel bíró képek, szövegek, videó- és hangfájlok, utalások, vélemények már egy egészen új minőségűvé érnek össze.

Hasonlóképp megkerülhetetlen az interaktivitás és az *interkonnektivitás* fogalma. Az információs társadalomban és a digitális világban minden interaktív, természetes bármilyen kulturális objektum megváltoztathatósága. Az interkonnektivitás az információs társadalom elektronikus eszközein keresztül megteremt a folyamatos elérhetőség és kapcsolattartás lehetőségét – ez pedig számos hagyományos kulturális mintát megváltoztat, intim szféránk kezelésétől kezdve a munkakultúránkig.¹¹² Az interkonnektivitás fogalma alapvetően a kölcsönös összekapcsolhatóságot jelöli, függetlenül attól, hogy technológiai, gazdasági vagy épp emberi kapcsolatokról van szó. „A digitális kultúráról folytatott közbeszédben azonban az interkonnektivitás tipikus előfordulásai kétségtelenül és elsősorban az emberi kapcsolatok gépi-technológiai közvetítéssel kiterjesztett világára utalnak. Azon belül is, finom utalással, a méretre és az új minőségre: ha korábban természet adta kiscsoportok és valamilyen eszme vagy médium által összeabroncsolt közösségek voltak és lehettek interkonnektívok, s alkottak

¹¹⁰ Landow 1998.

¹¹¹ Nagy Károly Zsolt 2006a és 2006b.

¹¹² Bányai-Novák 2016, https://mersz.hu/dokumentum/dj107ouem__17.

érintkezéseiken keresztül hálózatot, akkor most korábban egymástól elszigetelt hálózatok érnek össze és kapcsolódnak óriásrendszerré, s ezen keresztül olyan egyesek között is megnyílnak csatornák, akik között korábban erről szó sem lehetett” – rögzíti az ezzel kapcsolatos változásokat Z. Karvalics László,¹¹³ aki rendkívül optimistán úgy látja, hogy az interkonnektivitás egymásra „lapolódó” rétegei közelebb viszik az emberiséget ahhoz, hogy valódi világgözhösségé kovácsolódjon, amelyben bárki bármikor kapcsolatot létesíthet a szellemi kulturális örökség bármely objektumával. A minden dolgok internete, az „Internet of Everything” már azt a világot írja le, amikor a dolgok nemcsak dolgokkal, hanem emberekkel és információkkal is interkonnektálhatnak.¹¹⁴

Ugyanakkor az hipertextualitás, az intertvingularitás, az interkonnektivitás fogalma nem csupán akkor meghatározó, ha a világháló sajátosságait kívánjuk elméleti és gyakorlati szempontból elemezni. Érdemes a gondolati útvonalat megfordítani. Ha egy jelenség, egy tartalomtípus esetében azt akarjuk meghatározni, hogy mennyire „online”, milyen mértékben illeszkedik a web különböző műfajainak sajátosságaihoz, azaz mennyire válik az internetes kultúra, a digitális világ részévé, ezek a fogalmak azok, amelyek megléte segíthet az eligazodásban. Természetesen minden interneten elérhető, a böngészőkből elérhető, URL-lel megjelölt tartalom online, nem mindegy azonban, hogy egy szöveg, egy könyv önmagában felkerül az internetre és ott egy adott elektronikus felületen végigolvasható, vagy pedig a különböző keresőmotorok által elérhető, hiperlinkekkel, kódokkal ellátott, más internetes tartalmakra mutató tartalomegyüttessé válik. Csak egyetlen példa: az interneten olvasható szövegben hivatkozott költemény csupán egy lábjegyzet, vagy pedig egy hiperlink is, amely a világhálón elérhető versre mutat? Esetleg bekerül a szövegbe egy színész által elmondott változat, egy a vers által inspirált animációs film, egy tudományos vitára mutató link, netalán a költő valamely múzeumban elérhető tárgyaira mutató hivatkozás? Hogyan kapcsolja mindez össze azokat az embereket, akik például a költő örökségének ápolására fókuszálnak, és ennek érdekében online szerveződő közösségek tagjaivá válnak? A kérdésekre adott válaszok megteremtik a lehetőségét annak, hogy a múzeumok digitális elköteleződésének erősségét, digitális gyakorlatainak hatékonyságát vizsgáljuk, elhelyezzük az egyes intézmények praxisát többek között a posztdigitális, a disztributív vagy épp a pervazív múzeum modelljeinek összefüggésrendszereiben.

A hipertextualitás, a hipermedialitás, az intertvingularitás jelensége nem új a múzeumi gyakorlatban. A múzeumi tárgy önmagában is értelmezhető az analóg világban a hiperlink metaforájaként: egyszerre mutat a korra, amikor készült, amikor használták, amikor a

¹¹³ Z. Karvalics 2017, 34.

¹¹⁴ Z. Karvalics 2015 és 2017, 54.

múzeumba került vagy amikor publikálták. De megidézi a készítőjét, a technikát, amellyel készült, a korszellemet, a tudást és kreativitást, amelyre megalkotásához szükség volt, vall arról, aki megrendelte, aki a múzeum gyűjteményében elhelyezte, aki beletárolta, restaurálta, valamint azt, aki kiállította, sőt azt a tudományágot is reprezentálja, amely kutatásokat végez vele kapcsolatban. Nem véletlen, hogy a 21. századi muzeológiai kutatások egy része az egyes tárgyakra hálózati csomópontként, a cselekvőhálózat egy pontjára tekint, amely más tárgyak és kulturális történetek kapcsolatrendszerét köti össze.¹¹⁵ Egy különböző gyűjteményekből, tudásbázisokból válogató, azokat több szálon összekapcsoló kiállítás pedig hasonló elven építkezik, mint az intertvingularitás fogalma: a különböző kapcsolódási pontokból, csomóponttá szervező tartalomgyűjtésekből, párhuzamos narratívákra épülő prezentációkból új minőség születik. Ezzel szemben a kiállításokon, gyűjteményekben gyakran görcsös törekvést érzékelhetünk, hogy a múzeumi szakemberek a tárgyakhoz tartozó, ezerfelé mutató információhalmazt lineárisan megismerhetővé tegyék. Bejárési útvonal a kiállításban, látogatói útvonal a múzeumban, a vezetőfüzet, a tárlatvezető, az audioguide iránymutatása szimbóluma mindannak, hogyan is lehet a különböző világokat, tudásokat jelképező tárgyakat autoriter módon egy kuratori, intézményi, politikai ideológia zsinórmértékére felfűzni. Ha a múzeumi tárgyakat egy másik kor, kultúra, tudományos paradigma, gondolkodás, tapasztalat hiperlinkjeinek metaforáiként fogjuk fel, akkor a hagyományos múzeumi kiállítás és program a klasszikus könyv lineáris elbeszélő stílusát idézi meg, szemben az új muzeológia párhuzamos történeteket, alternatív tanulási módszereket indukáló, hipertextualitásra emlékeztető metódusaival. A klasszikus múzeumi gyakorlat másik eleme, a múzeumi nyilvántartásban kulcsfontosságú szerepet betöltő kartotékszekrények, ahol a gyűjteményi tárgyakat leíró kartonok különböző mutatók, kulcsszavak (személynév, fogalom, földrajzi név, korszak stb.) szerint váltak kereshetővé, szintén a hipertextualitás világába mutatnak, szemben a leltárkönyvek lapozható, lineáris, sorszámozásra épülő rendszerével. Nem véletlen, hogy a múzeumok és az informatika ezen a ponton talált először egymásra, és vált a számítógépes adatbázisok ügye azzá a kapuvá, amelyen keresztül a múzeumok beléptek a digitális világba.

¹¹⁵ Fejős 2017, 302.

3. Átalakuló múzeumi világ

Ma már a közgyűjtemények számára nem kérdés, hogy a digitalizáció, a virtuális és online fejlesztések a földrajzi tér,¹¹⁶ a napszakok ritmusához kapcsolódó idő¹¹⁷ összesűrűsödését idézik elő, még akkor is, ha számolniuk kell azzal, hogy elveszthetik digitális gyűjteményeik birtoklása terén a teljes kontrollt, csorbát szenvednek szerzői jogaik, valamint adatbázisaik hierarchiája egy globális metaadatkönyvtár részeként kevésbé lesz áttekinthető. A virtuális távolság praxissá válása¹¹⁸ egyszerre alakította át a technokulturális változásokon túl a globális időzónák kultúráját, a kultúrához, az globális és lokális információáramláshoz való hozzáférés, hozzákapcsolódás lehetőségét, a korábban elzárt (főleg kisebb, a turisztikai célpontoktól távoli) múzeumok perspektíváit, a gyűjtemények, az egyes intézményi teljesítmények láthatóságát, a különböző háttérű közösségekkel való kapcsolattartás, együttműködés alkalmait. A gyűjtemény már nem csupán állandó tárgyak, változó fogalmak, hanem dinamikusan változó intertextuális, hipermediális terek összessége.¹¹⁹ Mindez azonban nemcsak a technológia, a világháló fejlődésének eredménye, elképzelhetetlen lett volna ez a néhány év alatt bekövetkező fordulat a múzeumi intézményekben világszerte tetten érhető szemléletváltás, módszertani megújulás, a múzeumi szakterületek mindegyikét érintő paradigmaváltások,¹²⁰ a tömegkultúrához, a társadalom egészéhez való intézményi viszony átértékelése nélkül. Az alábbi fejezetben a 20. század utolsó és a 21. század első évtizedeiben lejátszódó folyamatokat tekintem át: elsőként a digitális forradalommal párhuzamosan zajló, a múzeumok analóg tereit, közösségeit érintő elméleti és módszertani változásokat összegzem, majd a múzeumi nyilvántartások, a gyűjtemények digitalizációját, a digitalizált tartalmak hasznosítását vizsgálom, amely – szerencsés esetben – alapját képezi a múzeumok online tartalomszolgáltatásának.

3.1. „Mi a muzeológia?” Szemléletváltás, módszertani megújulás a múzeumi intézményekben

„Mi a muzeológia?” – tette fel a kérdést több mint harminc éve, 1989-ben Peter Vergo az általa szerkesztett *The New Museology* című kötet bevezetőjében.¹²¹ Már a kérdés megfogalmazása önmagában is jelezte, hogy a múzeumi világ válságban és átalakulóban van, összeomlóban vannak azok a struktúrák, amelyek évszázadokon keresztül világszerte

¹¹⁶ A távolság kultúrájának, az ebből fakadó hatalmi viszonyoknak a megváltozásáról: György 2003, 149.

¹¹⁷ Castells 2012, 35–41.

¹¹⁸ György 2003, 150.

¹¹⁹ György 2003, 161.

¹²⁰ Frazon 2011, 39–176.

¹²¹ Vergo 1989, 1.

meghatározták a múzeumok elitista, főleg a felső középosztály látásmódja által szabott, magabiztos világképét, hol elefántcsonttoronyba zárkózó, introvertált, hol kiállítások mentén kibontakozó extrovertált magatartását, és olyan új szemlélet formálódik, amely alapjaiban konstruálja újra mindazt, amit az intézmények, fenntartóik és látogatóik gondolnak missziójukról, társadalmi, kulturális és gazdasági szerepvállalásukról a globalizálódó világban. Tanulmánykötetek, értekezések, monográfiák, konferenciák végtelen sora tükrözi, hogy az ezredforduló időszakában ez az a kulturális terület, amely hagyományai megőrzésének szándékával párhuzamosan gyökeres változásokon ment keresztül. A Peter Vergo által szerkesztett kötet főleg arra az elmozdulásra reflektált, amikor a csökkenő látogatószám, az apadó források hatására a múzeumok elkezdték felismerni, nemcsak az a kötelességük, hogy „kincseiket” bemutassák az érdeklődőknek és hozzáférhetővé tegyék a tudásvágyó emberek számára, hanem aktívan részt kell venniük a közoktatásban, a felnőttképzésben, miközben az oktatás, a turizmus és a szórakoztatás népszerű helyszínként vállalkozóként is sikeresnek kell bizonyulniuk. Mindemellett változó szerepükkel párhuzamosan saját történetüket, munkájukat is kritikusán kezdték vizsgálni; legyen szó műtárgyaik származásáról, kiválasztásáról vagy a kiállításokban felfedezhető konstrukciók, indoktrinált kontextusok feltárásáról, felülvizsgálatáról.

3.1.1. Új muzeológia, kritikai szemlélet, posztmúzeum, fordulatok

Bár a már a hatvanas években kitapintható elméleti átrendeződés hatására Duncan F. Cameron¹²² 1971-ben megpendítette, hogy a múzeumoknak nem templomoknak, hanem inkább fórumoknak kell lenniük, pörgött a latin új muzeológiának nevezett mozgalom,¹²³ Hugues de Varine¹²⁴ pedig 1978 óta váltott ki jelentős visszhangot az ökomúzeumokról és a múzeumok társadalomban betöltött szerepéről szóló írásaival, a múzeumokról való gondolkodás, a muzeológiai átfogó reformja alapvetően a digitális forradalommal egy időben, az 1990-es években kapott szárnyra. Mindezt megalapozták az olyan társadalomtudományi, filozófiai írók kritikai művei, mint Michel Foucault, Jacques Derrida, Louis Althusser, Pierre Bourdieu, Walter Benjamin, Benedict Anderson vagy a Frankfurti Iskola Theodor Adorno, Max Horkheimer, Herbert Marcuse és Jürgen Habermas munkássága nyomán érzékelhető hatása. A muzeológiában lezajló paradigmaváltást olyan meghatározó kötetek megjelenése jelezte, mint Tony Bennett szociológus, múzeumteoretikus *The Birth of the Museum. History, Theory, Politics* című, 1995-ben megjelent műve, a Sharon Macdonald antropológus és muzeológus

¹²² Cameron 1971.

¹²³ Wilhelm 2013.

¹²⁴ Varine 1978.

által szerkesztett *The Politics of Display. Museums, Science, Culture* 1998-ban vagy Claire Bishop *Radikális muzeológia* című munkája 2013-ban.

A különböző indítatással, céllal, elméleti és szakmai háttérrel rendelkező szerzők azon túl, hogy kritikusan feltárták a múzeumok nyilvánosságát, működését történeti, politikai és társadalmi kontextusban, egyúttal a múzeumok új típusú működésének elméleti alapjait is megteremtették. Olyan generáció nőtt fel és vette át a nemzetközi múzeumi világ fontosabb pozícióit, amelynek hatására a muzeológia kritikus és komplex szemlélettel bíró akadémiai tudományággá vált. Múzeumelméleti tanszékek, képzési központok jöttek létre, konferenciák, workshopok indultak, főleg angolszász és német területen. Egyre több múzeumban ismerték fel a többszörös, párhuzamos narratívák megjelenítésének lehetőségeit, vették kritika alá a szinguláris történelemszemlélet hagyományát. Ennek érdekében kiemelt jelentőséget kapott a saját intézmény, gyűjtemény kutatása, kritikus és önreflexív bemutatása. A múzeumok viták helyszínévé váltak, ahol az örökségvédelem mellett helyet kapnak társadalmi egyenlőtlenségekkel, klímaválsággal kapcsolatos küzdelmek is. Az „új múzeumban” saját hangjukon megszólalhatnak azok, akiket korábban kirekesztettek vagy akikről hallgattak, akiknek a problémáit elhallgatták: kisebbségek, nők, szegények, öregek, tabunak számító témák (gyarmatosítás, xenofóbia, rasszizmus, nacionalizmus, náci és kommunista múlt, szexualitás, bántalmazás) kerültek felszínre, új megvilágítást kapott a „sajáttal” szemben megfogalmazott idegen,¹²⁵ a tőlünk különböző „másik” kultúrája és a jelenkor aktuális dilemmái. Ezek a múzeumok alaposabban megismerik közönségüket, akadálymentesítésre törekednek, részvételen és együttműködésen alapuló projekteket bonyolítanak le, de arra is figyelmet fordítanak, hogy megértsék a részvétel hiányának okát. Kiemelt szerepet kap programjukban az oktatás, az élethosszig való tanulás, a kommunikáció, a tájékoztatás, mivel az intézmények már nemcsak az elithez, hanem a társadalom szélesebb rétegeihez is éppúgy szólni kívántak, mint a szűk, hátrányos helyzetű, megértési nehézségekkel küzdő csoportokhoz. Mindennapos gyakorlattá vált a múzeumi élmény értékelése; a múzeumi részvétel antropológiai elemzése.¹²⁶ Azaz – ideális esetben – célként fogalmazódott meg, hogy megértsék, milyen módon lehetnek a kulturális reprezentáción túl valódi hatással a társadalom egészére.¹²⁷ Azaz a gyakorlatban is értelmezhetővé vált James Clifford antropológus elképzelése, aki a múzeumot olyan kontaktzónaként modellezte, amelyben a többségi, sokszor gyarmatosító kultúra kölcsönhatásba léphet az általa bemutatott kisebbségekkel, forrásközösségekkel.¹²⁸

¹²⁵ Sloterdijk 2012.

¹²⁶ Hooper-Greenhill 2007.

¹²⁷ Merriman 2020, valamint vö. UNESCO 2015.

¹²⁸ Clifford 1997. Kritikai olvasata: Wilhelm 2018.

A nyitottságra, a többszólamúságra, az interdiszciplinaritásra, hozzáférhetőségre, a kritikai álláspontra hangsúlyt helyező *új muzeológia*¹²⁹ mellett olyan új irányzatok kaptak szárnyra, mint a múzeumok alaptéziseit, tekintélyelvűségét, történetét, építészetét, kiállításait, tárgyainak eredetét megkérdőjelező *kritikai muzeológia*¹³⁰ vagy a *posztkoloniális múzeumi diskurzus*,¹³¹ amely Európa, Észak-Amerika, Ausztrália gyarmati örökségével, dominanciájával, az őslakosok elnyomásának következményeivel, kulturális felsőbbrendűség-narratíváival néz szembe. A *posztmúzeum* képviselői a múzeumot olyan társadalmi jelenségként tárgyalják, ahol különféle jelentések képződnek, konfrontálódnak, lépnek egymással kölcsönhatásba, vagy épp kirekesztődnek. A múzeum eszerint a társadalmi identitás konstruálódásának (és az ehhez kapcsolódó ideológiák, eszmék, értékek) egyik fontos színtere, pontosabban fogalmazva lehetősége.¹³² A „posztmúzeum” szimbóluma a múzeumi identitás újragondolásának, a változatlan, szilárd oszlopokon nyugvó múzeumkép lebontásának, egy új, színesebb és nyitottabb alakzat felépítésének, a múzeumok közötti összetett kapcsolatok kifinomultabb megértésének. A posztmúzeum az új muzeológiával összhangban vizsgálja a kultúra, a kommunikáció, a tanulás és az identitás összefüggéseit, keresi a közönséggel való kapcsolat, a múzeumi tanulás megújulásának lehetőségeit.¹³³ A Claire Bishop által, főleg a kortárs képzőművészet múzeumi interpretációja mentén kidolgozott *radikális muzeológia* olyan kritikai múzeumi praxis, amely az általános és uralkodó trendek mellett a gyakorlatba illeszt olyan témákat, amelyek addig nem vagy csak marginálisan szerepeltek a kiállítási munkában, továbbá mellőzött szereplők és csoportok számára is teret enged, és radikálisan épít a gyűjteményre és a gyűjteményi tudásra – épp ebből a radikális (gyökeres, mélyreható) gyűjteményi szemléletből indul ki a radikális muzeológia elnevezése is. Ebben a megközelítésben a műtárgyak és az egyéni történetek szerepe egyaránt kiemelt jelentőséggel bír.¹³⁴ A különböző múzeumi szakterületek közötti kölcsönhatások erősödését jól mutatja, hogy a 2022-ben nyíló budapesti Néprajzi Múzeum állandó kiállításának egyik legfontosabb elméleti keretét ez az elmélet adja.¹³⁵

Külön hangsúlyt kaptak a múzeumi világ 21. századi történetében az úgynevezett *fordulatként* aposztrofált, elméleti megújulásra épülő szakmai mozgalmak. A „*memória-politikai fordulat*” következtében a kollektív memória kontrollja feletti politikai és

¹²⁹ Frazon 2012 és 2013, Wilhelm 2013.

¹³⁰ Shelton 2013.

¹³¹ A *MúzeumCafé* 83. száma 2021-ben teljes lapszámot szentelt a kérdésnek *Birtokviszony* címmel. Az itt megjelent, a magyar intézményi gyakorlatokat rögzítő beszélgetés: Berényi 2021h

¹³² Süvecz 2009.

¹³³ Hooper-Greenhill 2007, 189–201.

¹³⁴ Néprajzi é.n., Bishop 2013.

¹³⁵ Néprajzi é.n., megjelenés alatt

társadalomelméleti vita témáiban egyre nyomatékosabb hangon szólalnak meg a múzeumok.¹³⁶ A képi fordulat a digitális forradalom következményeit felmérve a vizualitás által totálisan uralt kultúra lehetőségét vizionálta, utalva arra, hogy világunkat és identitásunkat nemcsak leképezik, hanem egyre inkább alakítják is a bennünket körülvevő képek.¹³⁷ A narratív fordulat nyomán a nagy elbeszélések, világmagyarázatok, melyek „a narratívumot művészi formává avatják” az egyéni tapasztalatok által alakított különböző olvasatoknak adják át a helyüket, amely a storytelling műfajának elterjedését eredményezi, azaz – ahogyan már a radikális muzeológia esetében is hangsúlyoztam – a tudományos diskurzus tárgya és módszere is történetmondó lesz.¹³⁸ Mindez nem igazán választható el a már korábban is említett tárgyi fordulattól, ami a fizikai mivoltukban meghatározott, objektívnek tekintett rendszer szerint kategorizált múzeumi tárgyak immateriális felszabadítását jelentette, a méretek és a származás körülményeit kiegészítve a tárgy többszólamú, többféle értelmezésű, sokszor szubjektív történeteivel, biográfiájával.¹³⁹ Az 1990-es években megfogalmazott oktatási fordulat első sorában a kortárs művészet interpretációjára és a múzeumpedagógiára hatott. Az oktatási fordulat koncepciójához köthető művek, kiállítások és projektek közös vonása olyan új módszerek keresése, amelyek lehetővé teszik a tudáshoz való hozzáférés demokratizálódását, új műfajok és bemutatási módok alkalmazását, a mű, a művész, a kurátor és a befogadó kapcsolatának megváltozását, valamint a résztvevő tényleges aktiválását. Az így létrejövő interakciók hatással vannak az alkotófolyamatokra, az együttműködésre épülő projektekre, reagálnak az oktatás területén történő átalakulásokra.¹⁴⁰ Mindebben a digitális forradalom vívmányai, a hálózati társadalom új igényei is szerepet játszottak: a múzeumi ismeretátadásban számos esetben kaptak helyet olyan megoldások, amelyek információs és kommunikációs technológiai (IKT) eszközökre épültek: célcsoport-specifikus audioguide-ok, játékok, virtuális valóság (virtual reality – VR) és kiterjesztett valóság (augmented reality – AR) megoldások kaptak helyet az edukációs repertoárban.¹⁴¹

A folyamatok a magyarországi múzeumokat és a múzeumokról való gondolkodást sem hagyták érintetlenül. Nem árt azonban, ha az eddig bemutatott kritikai gondolkodásra épülő műfajok szellemében újraolvassuk Frazon Zsófia új muzeológiával kapcsolatos 2013-as írását, amelyben kiemeli, hogy az új muzeológia nem varázsszó, nem jelent semmit, míg nem kapcsolódik hozzá érzékelhető kritikai gyakorlat. „Magyarországon jól ismert eljárás – az intézmények és az intézményeket fenntartó gazdasági és politikai hatalom részéről egyaránt –

¹³⁶ György 2003, 16–17., Kemecsi 2021, 6.

¹³⁷ Mitchell 2017, Hornyik é. n.

¹³⁸ Kómár 2016, Bishop 2013.

¹³⁹ Frazon 2018b.

¹⁴⁰ Lázár 2009.

¹⁴¹ Bényei–Ruttikay 2021, Pacsika 2020, German–Ruttikay 2021, Bayer 2018, Joó 2016.

a »külföldön« bevált fogalmak verbális honosításával való fáradhatatlan bíbelődés. Ennek a munkának kitapintható felületei vannak: így váltak például a muzeológiai konferenciák előadásaiban a kiállítások témaszövegei narratívává, de a látogatóbarátság és a fenntarthatóság is helyet keresett magának a magyarországi múzeumi szókészletben. Miközben sem fenntartani nem tudjuk intézményeinket, sem különösen barátságosak nem vagyunk. Arról már nem is beszélve, hogy a látogató semmi esetre sem a barátunk. Hiába használunk új szavakat, ha továbbra is kevés az érdemben értékelhető kiállítás- és múzeumkritika, ha fel sem kapjuk a fejünket egy varázsfogalmakra épített PPT-előadás hallatán, amelyben sem tudás, sem gondolat nem csillan, kollaborálunk, menedzselünk és együttműködünk – papíron, pályázatban, önfényező előadásokon. A kritika helye és a tudásalapú módszertani fordulat ma még alig része a magyarországi muzeológiának. A reflexió nehezen kerül házon belülre, és ott sem érzi mindig jól magát” – fogalmazott, mielőtt feltette volna a kérdést: Hol van tehát az új muzeológia?¹⁴²

Az etnográfus-muzeológus 2013-ban megfogalmazott kérdése 2021-ben is jogos. A magyar múzeumi világban nem tudott megerősödni a kritikai látásmód.¹⁴³ Az új muzeológia hatása alól mégsem vonhatták ki magukat a területtel foglalkozók. Az elmúlt évtizedekben számos olyan monográfia, tanulmány, kötet, cikk, kiállításkatalógus jelent meg, amely támpontot adott a magyar szakembereknek. A Fejős Zoltán főszerkesztésében megjelent *A Néprajzi Múzeum gyűjteményei* a saját intézményi gyakorlatra tekint vissza kritikusan, György Péter *Az eltörölt hely – A Múzeum* című 2013-as kötete a New York-i Természettudományi Múzeum történetének kritikai feltárása mentén reflektál a múzeumok változó szerepére, a digitális forradalom kihívásaira, Ébli Gábor 2005-ös *Az antropologizált múzeum* munkája azt vizsgálja, milyen hatással van a közgyűjteményi tevékenységre, hogy legfontosabb szervező elve az emberközpontúság lett. Frazon Zsófia 2011-es *Múzeum és kiállítás. Az újrarajzolás terei* című kötetében a múzeumparadigmák változását, a kiállítási prezentációs eljárásokat és eszközeit saját és más múzeumok gyakorlatának kritikai elemzésén keresztül ábrázolta. Fejős Zoltán 2017-ben kiadott *Új helyek, új metaforák* kötete pedig a múzeumok társadalmi szerepének átalakulása, a múzeumok jelenhez való viszonyának változásaira helyezte a hangsúlyt, a 2018-ban megjelent *...Nyitott Múzeum... Együttműködés, részvétel, társadalmi múzeum* elnevezésű, Frazon Zsófia szerkesztésében megjelent kézikönyv a címben szereplő fogalmak elméleti és gyakorlati kontextusát tárja fel. A praxisorientált belső kritikára épülő tudományos munkának az is újdonsága volt, hogy a háttérben dolgozó népes

¹⁴² Frazon 2013.

¹⁴³ Az új Néprajzi Múzeum rendezés alatt álló állandó kiállításában is megjelennek ezek a szempontok. Lásd Néprajzi é.n., de a BTM Fővárosi Képtár, a PIM Kassák Múzeum, a Ludwig Múzeum, a Néprajzi Múzeum, a Zsidó Múzeum és a Szabadtéri Néprajzi Múzeum több kiállítási egysége, edukációs projektje épült eredményesen ezekre a modellekre. Lásd Frazon (szerk.) 2018.

kutatócsoport és szakértői háló munkafolyamataiba is beépült az együttműködés és a diszkusszió gyakorlata. Mindemellett nem szabad megfeledkezni például Mélyi Józsefnek a művészeti kiállítások kritikai elemzésére épülő publicisztikáiról és tanulmányairól,¹⁴⁴ Róka Enikő elmúlt években megvalósuló, a Fővárosi Képtár gyűjteményére, annak történetére épülő kritikai kurátori gyakorlatáról,¹⁴⁵ a Szabadtéri Néprajzi Múzeum, azon belül például Sári Zsolt interkulturális dialógusokra épülő projektjeiről,¹⁴⁶ valamint a Kassák Múzeum és a Néprajzi Múzeum részvételi programjairól sem.¹⁴⁷

3.1.2. Paradigmaváltás a múzeumi kommunikációban¹⁴⁸

Mivel az új irányzatokban a hozzáférhetőség, a nyitottság, a láthatóság, a dinamikus kapcsolatok létrehozása, a társadalom széles rétegeinek megszólítása prioritást élvez, a múzeumi kommunikáció is előtérbe került. Igaz, már 1988-ban Korek József klasszikussá vált *Muzeológia alapjai* című tankönyve is a kommunikáció kiemelkedő intézményeiként¹⁴⁹ tekint a múzeumokra, sőt a kiállításokat, a múzeumpedagógiát, a tárlatvezetést többdimenziós kommunikációs formaként értelmezi. Elképzelése szerint a múzeum alapja a gyűjtemény, erre épül a tudományos feldolgozás, a komplexen értendő műtárgyvédelem és végülként a kommunikáció múzeumi formái. A meglepően korszerű szemlélet sokáig nem ért révbé Magyarországon, de ez nem egyedi jelenség: a világ más tájain is a múzeumi kommunikáció hosszú ideig egyet jelentett a sajtókommunikációval és a programok, események hirdetésével, a tájékoztatással, a múzeumlátogatáshoz szükséges információk átadásával.¹⁵⁰ Alapvetően az ezredforduló, majd az új média megjelenése idézett elő ezen a területen is fordulatot. Míg az osztrák Friedrich Waidacher 1999-es kötete szerint a muzeális kommunikáció elmélete azt vizsgálja és magyarázza, hogy egy gyűjteményi fundus tartalmait milyen általános és különös alapelvek alapján közvetítik a társadalom felé,¹⁵¹ addig például Eilean Hooper-Greenhill, a múzeumtudományok brit professzora már az 1990-es években a múzeumok és az oktatás kapcsolatát kutatva megfogalmazta, hogy az edukáció, az interpretáció mellett a kommunikáció is létfontosságú a múzeumok fejlődése szempontjából.¹⁵²

¹⁴⁴ Egy példa: Mélyi 2020.

¹⁴⁵ Berényi 2020d.

¹⁴⁶ Sári 2016, 2017a–b., Nagyné–Lajos 2017.

¹⁴⁷ Frazon 2018 (szerk.) Lásd Esettanulmányok és Interjúk című fejezet, amely nemcsak jó gyakorlatokat mutat be, hanem azok kritikai értelmezését is adja.

¹⁴⁸ A fejezet egyes elemei megjelentek itt: Berényi 2021d.

¹⁴⁹ Korek 1988, 6., 14., 19–20., 180–208.

¹⁵⁰ Vö. Bárd 2009, 2010a–c, 2011., valamint Keményfi 2016. Ez utóbbi tanulmány a Kádár-kor múzeumainak tudomány-kommunikációjának fontos aspektusára, a helytörténeti monográfiák szerepére mutat rá.

¹⁵¹ Waidacher 2011, 135.

¹⁵² Hooper-Greenhill 1994b. Vö. Vigh 2002.

Jane Korsbæk Nielsen 2014-es doktori disszertációjának¹⁵³ fókuszában a múzeumi kiállítások állnak, méghozzá a tanulás, az interakció és az interpretáció szempontjából. A szerző szerint a múzeumok elsődleges funkciója a kommunikáció, amely szoros kapcsolatban áll a múzeumi gyakorlat fő feladataival, a gyűjtéssel és a megőrzéssel. Meghatározza a múzeumi kommunikáció fogalmát is, méghozzá az értelmezések artikulációjaként, utalva a különböző hangok megkülönböztetésének, a belső hangsúlyok megadásának nélkülözhetetlenségére. Azaz a kommunikációt nem információközvetítő tevékenységként fogja fel, hanem olyan folyamatnak és fogalomnak tekinti, amely során az információ és a jelentés létrejön. Kiemeli a történetmesélés, a storytelling jelentőségét, amely a posztmodern múzeumi kommunikáció vagy épp a radikális muzeológia gyakorlatában is domináns. A múzeumok történeteket mesélnek, és ezeket a látogatók saját, személyes módjukon értelmezik. Azaz a látogatók minden kommunikációs helyzetben megkeresik azt a jelentést, amely megfelel a személyes érdeklődésüknek, kérdésselvetéseiknek. Nielsen a digitális forradalom hatására is felfigyel már, hiszen a múzeumok évtizedek óta élnek a digitális történetmesélés lehetőségeivel, azaz nem csak a hagyományos szóbeli mesemondásra építenek. Olyan új eszközöket használnak, amelyeken keresztül a történetek hangon, szövegen, képen, interaktív funkciókon keresztül jutnak el a látogatóhoz. A szakember „transzformációs múzeumi” modellről beszél, amely feltárja a múzeumi kommunikációra vonatkozó lényegi fejlesztési pontokat, és áttekinti, miként fejlődhetnek ezek a jövőben. Ez az elmélet szükségesnek tartja, hogy a múzeumok egyidejűleg reagáljanak a múltra, jelenre és a jövőre, annak érdekében, hogy relevánsak maradjanak a jelenlegi és jövőbeli közönségük számára. Mindez egybecseng a posztmúzeum vagy az új muzeológia elveivel: a múzeum így olyan részvételi tér, amely többszólamú, egyaránt nyújt dinamikus értelmezési lehetőséget és élményt.

A múzeumi kommunikáció fogalmának és gyakorlatának átalakulását az internet, a világháló térhódítása is gerjesztette. A múzeumok aktívan kapcsolódtak be az egyéni és közösségi cselekvési formákat is lehetővé tévő online médiumok mára a mindennapokat is meghatározó világába. A múzeumi honlapok az információátadás központjaivá váltak, ahol a digitális gyűjteményi adatbázisok épp olyan fontos szerephez jutottak, mint a különböző online alkalmazások, hírek, informatív közlések, ismeretterjesztő formák. Múzeumi blogok, közösségi médiafelületek jöttek létre, ahol az intézmények szöveges és multimédiás tartalmai milliók számára váltak elérhetővé, a különböző aggregációs felületeken pedig az eltérő intézményi gyakorlatokat összekötő kontextusok ezrei születtek meg. A közösségi média, a web 2.0 – felismerve, hogy ezek a platformok ma már nemcsak kommunikációs eszközök, hanem

¹⁵³ Nielsen 2014.

szocializációnk helyszínei is¹⁵⁴ – lehetővé tette a kultúra szereplői számára, hogy formálják és terjesszék a magukról kialakítandó képet, a fogyasztók pedig ezt interaktív módon megoszthatták, saját identitásuk szerint formálhatták.¹⁵⁵

A múzeumoknak alapvetően újra kellett szabályozniuk kommunikációs elképzeléseiket, az intézményi perspektívából meghatározott átviteli modellről (amit ők akarnak átadni) a felhasználóra (amit az emberek tudni akarnak) kellett helyezniük a hangsúlyt. Nemcsak arra kellett új megoldásokat találniuk, hogy mit, hogyan és kinek kommunikáljanak, hanem arra is, hogy hol és mikor, milyen céllal történjék a kommunikációjuk. A kommunikációs folyamatok társalkotójaként pedig el kellett fogadniuk az adott közösségi médiafelületekre jellemző felhasználói csoportok tagjait és az adott felületre jellemző kommunikációs stílust.¹⁵⁶ A múzeumoknak el kellett sajátítaniuk a blogok szubjektív nyelvezetét, a YouTube videószerkesztési technikáit, a Facebook és a Twitter rövid szöveges és látványos képpel ellátott formáit, az Instagram vizuális műfaját és hashtagrendszerét, a Flickr és a Pinterest logikáját, miközben állandó figyelmet követelnek tőlük az adott platformot használó korcsoportok által követett trendek. De a Wikipedia-szócikkek folyamatosan, nem feltétlenül a hivatalos kánon által átszerkesztett verzióit vagy a Google felületein, a turisztikai oldalakon róluk megosztott, nem mindig kedvező képeket, értékeléseket is el kellett fogadniuk. Röviden: a múzeumoknak meg kellett barátkozniuk azzal, hogy folyamatosan megkérdőjelezzék korábban kőbe vésett tekintélyüket, de arra is ráébredtek, hogy mindez a közösségeikkel való együttműködést is erősítheti. A világháló és a közösségi média által létrehozott új kommunikációs csatornák használata a muzeológiában paradigmaváltást eredményezett: lehetőséget teremtett, hogy a digitális eszközöket birtokló, a közösségi médiában aktív lakosság különböző szinteken bekapcsolódjon a múzeumi munkába. A demokratizálódást előidéző folyamat is hozzájárult ahhoz, hogy a kurátorok, a muzeológusok maguk is megkérdőjelezzék saját hatalmi pozíciójukat. Olyan Facebook-, Twitter-, Instagram, YouTube, Flickr-oldalakra szerveződő projektek születtek, amelyek révén a látogatók a kiállítások, a múzeumi programok, sőt esetenként a gyűjteményezés kérdéseibe is beleszólhattak.¹⁵⁷ A témáról szóló diskurzusban már a 2017-es évek végén elhangzott, hogy az a közösségi média lehetővé teszi, hogy a múzeumok „zárt ajtóik mögött is láthatóvá váljanak”.¹⁵⁸

A magyar múzeumok a nemzetközi trendek ritmusát követve a 1990-es évek végétől gyorsuló ütemben foglaltak teret saját honlapjaikkal és digitális felületeikkel a világhálón.¹⁵⁹

¹⁵⁴ Miller–Costa–Haynes–McDonald–Nicolescu–Sinanan–Spyer–Venkatraman–Wang 2016.

¹⁵⁵ Russo–Watkins–Jerry–Kelly–Chan 2006, Berényi 2018a.

¹⁵⁶ Drotner–Schröder 2013.

¹⁵⁷ Wainwright 2019.

¹⁵⁸ Gonzalez 2017.

¹⁵⁹ Berényi 2014.

Bár az 561 érvényes működési engedéllyel rendelkező muzeális intézmény közül 287-nek még 2019-ben sem volt saját honlapja, 2016 óta legalább minden országos, 2018 óta minden megyei hatókörű városi múzeum rendelkezik weboldallal.¹⁶⁰

2009-ben, amikor a Ludwig Múzeum létrehozta az első magyar múzeumi Facebook-profilját,¹⁶¹ senki sem gondolta, hogy a web 2.0, azon belül pedig a közösségi hálózatok milyen gyorsan meghatározók lesznek a múzeumi kommunikációban. Ebben persze közrejátszottak az olyan inspiráló tanácskozások, mint a Ludwig Múzeum és a Múzeumi Digitalizálási Bizottság szervezésében megvalósuló *Museum RELOADED/Múzeum ÚJRATÖLTVE* című, első hazai web 2.0-val foglalkozó múzeumi konferencia 2010. május 7-én,¹⁶² ahol a szervezők a megváltozott online világ hatásairól beszélgettek a résztvevőkkel. Egy hónap sem telt el, amikor elindult a Pulszky Társaság interneres magazinjának, a *Magyar Múzeumok OnLine*-nak a múzeumi közösségek életében azóta is fontos szerepet játszó Facebook-profilja. Hasonlóan motiválók voltak az olyan közösségépítő web 2.0-s megoldások, mint a Képes Gábor muzeológus által 2010. június 24-én létrehozott *Űrhódító – a számítógépes játék (r)evolúciója* című, a Magyar Műszaki és Közlekedési Múzeum időszakos kiállításához kapcsolódó Facebook-oldal, ahol 2015-ig lehetett hozzászólni a témához és a tárlathoz kapcsolódó aktualitásokhoz. Az akkor rendhagyónak számító kiállítás éppúgy a jelen dokumentálását célul kitűző, a Néprajzi Múzeumon belül ma is működő MaDok-hoz kapcsolódott, mint a Simonovics Ildikó (akkor még a BTM Kiscelli Múzeum muzeológusa), által vezetett *Street Fashion Budapest* projekt, amelyben a regisztrált érdeklődők egy erre a célra létrehozott weboldalra feltöltötték saját öltözékükről készült fotóikat, leírásaikat, majd aktivitásukra olyan közösségi szolgáltatások épültek, mint a szavazás, a kommentelés, a fórumozás, a blog. Ezek tartalmi megjelenetek a kurátori posztok mellett a projekt több mint húszezer tagot számláló Facebook-oldalán is.¹⁶³ A MaDok *Etnomobil* projektjéhez hasonlóan erőteljes web 2.0-s kommunikáció járult. Frazon Zsófia, a Néprajzi Múzeum muzeológusa, a MaDok vezetője és egyben a kampány kurátora ekkor a főleg a 2010-es évek első szakaszában, az értelmiség körében meghatározó blog műfaját választotta közösségépítésre, pontosabban a közösségépítés megjelenítésére. Legújabb MaDok-projektjének a terepe és a helyszíne ugyanakkor már a Facebook: 2019 óta a *Tigristár* számára a 639 tagot számláló *NEM A TIGRIS / múzeumi gyűjtőkampány* csoportban a tanulmány írásáig már 868 olyan, a résztvevők fényképei és

¹⁶⁰ Forrás: MúzeumStat. <https://muzeumstat.hu/hu/summary?state%5Bdatagroup%5D=informatics> – Utolsó letöltés: 2021. 07. 31.

¹⁶¹ Az első magyar múzeumi Facebook-oldalra vonatkozó emlékeket Mucsi Márton, a Ludwig Múzeum korábbi digitális menedzsere erősítette meg, szintén saját emlékei alapján.

¹⁶² Ludwig Múzeum: <https://www.ludwigmuseum.hu/program/muzeum-ujratoltve-nemkonferencia> – Utolsó letöltés: 2021. 07. 27.

¹⁶³ Borsos 2010. A streetfashionbudapest.hu oldal már nem működik, de a 2010 februárjában létrehozott Facebook-oldal igen.

szövegei alapján készült tigrises poszt született, amely Kenneth Hudson angol újságíró „a tigris a múzeumban, az tigris a múzeumban és nem a tigris” gondolatából kiindulva mutatja be, hogy egy tárgy, egy fogalom hányféle variációban és kontextusban létezhet, kapcsolódhat össze. A csoport tagjai két éve összetartó virtuális közösségként kommentelik, lájkolják, osztják egymás gondolatait, szövik a tigris fogalma mentén kibontakozó gondolati hálót és személyes networkot.¹⁶⁴

Ez a fajta, a kihívásokra és a társadalmi környezetre érzékeny kommunikációs evolúció nemcsak a fővárosi múzeumoknál volt érzékelhető. A *Népszabadság* egyik 2010-es cikkéből tudjuk,¹⁶⁵ hogy a gödöllői Királyi Kastélynak saját honlapja mellett volt csatornája a YouTube-on, szerepeltek az akkor még létező iWiWen,¹⁶⁶ valamint a Facebookon. A Nádasy Ferenc Múzeumhoz kötődő *Sárvár Anno* blog és a 2012 óta működő Facebook-oldal célja, hogy az intézmény a város közösségével együtt gyarapítsa helytörténeti forrásbázisát. A múzeum folyamatosan teszi közzé saját fotógyűjteményének válogatott darabjait, miközben a honlapra bárki feltöltheti fényképeit, pontosíthatja nemcsak a múzeum, hanem a mások által megosztott felvételekkel kapcsolatos adatokat is.¹⁶⁷

A kiemelt példákban látszik, hogy néhány magyar múzeum már a kezdetektől fogva felismerte a web 2.0 különböző alkalmazásaiban a lehetőséget, azaz munkatársaik nemcsak arculatépítésre, marketingtevékenységre és kommunikációs csatornaként használták ezeket a felületeket, hanem az interaktivitás és az elkötelezettség szerepét felismerve közösségépítésre, a közösségekkel együttműködve részvételen és együttműködésen alapuló projektekre is.¹⁶⁸ Már a korai példákban kirajzolódik az, ahogyan az online közösségépítő projektek képesek kitágítani a világhálóra jellemző hipertextualitás határait. Az egy-egy téma, intézmény, ügy, csoport, analóg tárgy, tárgycsoport vagy gyűjtemény mentén szerveződő projekteken internetes tartalmak, magán- és múzeumi anyagok kapcsolódtak össze, mutattak egymásra linkeken, megosztott tartalmakon, hashtageken keresztül, miközben a társadalom aktív tagjai az online térben offline környezetükkel, saját történeteikkel részeseivé válhattak ennek a hol sűrűbben, hol lazábban szőtt, analóg és virtuális világot egybeötlő, sokszínű szövetnek.

A közösségi média megkérdőjelezte a hagyományos információáramlást a kulturális intézményekben, ugyanakkor identitást is adott nemcsak a muzeológusoknak, hanem az egyes

¹⁶⁴ Nem a tigris. Facebook-csoport: <https://www.facebook.com/groups/963214647358445> – Utolsó letöltés: 2021. 07. 27.

¹⁶⁵ Fülöp 2010.

¹⁶⁶ A magyar fejlesztésű iWiW egyike a világ legelső közösségi hálózatainak. A szolgáltatás 2002. április 14-től 12 éven át működött. 2005 és 2010 között a leglátogatottabb magyar weboldal volt. A sokáig meghívóval igénybe vehető szolgáltatás a Facebookkal ellentétben csak személyes profilok létrehozását tette lehetővé, így az intézményi tartalmak is csak a munkatársak neve alatt jelenhettek meg.

¹⁶⁷ Sárvár Anno. <http://sarvaranno.hu/tudas.php> – Utolsó letöltés: 2021.07.27.

¹⁶⁸ Ryder–Zhang–Hua 2021.

múzeumi részlegeknek is.¹⁶⁹ Az új média elmosta a határokat a kurátorok, a kiállításrendezők, a múzeumpedagógusok, a restaurátorok, a kommunikációs és a marketingterületek között. Korábban ez utóbbi területek képviselői voltak felelősek az intézmény egységes arculatának képviseletéért, de a közösségi média már lehetővé tette, hogy szélesebb körből is csatlakozzanak a munkához és a múzeum különböző identitásai egymás mellett megjelenhessenek. Egy műtárgy már nemcsak a kiállítás kapcsán, sajtófotóként kaphat nyilvánosságot, a YouTube-on megtekinthető a restaurálás vagy egy régészeti ásatás folyamata, a kurátori blogban a kiválasztás indoka, a megosztott műtárgyadatbázis-rekorddal akár 3D-ben a részletekben is gyönyörködhet a látogató, a Facebook-posztban pedig követhetjük a kiállításrendezés folyamatait, a múzeumi programról készült hangulatos instabejegyzések pedig kedvet csinálhatnak a múzeumlátogatáshoz. A témával foglalkozó szakértők világszerte egyetértenek a folyamatosan mért aktivitások, tetszésnyilvánítások alapján, hogy a belső múzeumi folyamatok megosztása az online nyilvános szerepvállalás hajtóereje. A közösségi média felületein látható azonnali reakciók ráadásul a tudáskörforgás,¹⁷⁰ a többirányú kommunikáció fejlesztésére is hatást gyakorolnak. A múzeumok rájöttek, hogy a reklámfunkciókon túl olyan ügyek érdekében is használhatják a közösségi médiát, mint a közönség megértése, a közösségépítés. A látogatók kérdéseket tehetnek fel és visszajelzést adhatnak a múzeumról, a múzeum pedig valós időben válaszolhat. A közösségi média követői aktívan részt vehetnek egy múzeummal folytatott nyílt párbeszédben, amelyet nehéz volt elérni a közösségi média megjelenése előtt.¹⁷¹ A múzeum pedig látja a rajongók, hozzászólók életkorát, lakóhelyét, nemét. A közösségi média használata – a hirdetésektől eltekintve – nem kerül hatalmas összegbe, kisebb és nagyobb, híresebb és kevésbé népszerű intézmények háttértől függetlenül, saját kvalitásaikra, erőforrásaikra és célcsoportjaikra optimalizálva használhatják. A közösségi média alapvetően lehetőséget teremtett, hogy a múzeumok lebontsák intézményiségük és látogatóik között az akadályokat.¹⁷² Ez pedig egy másik, a muzeológia átalakulásához kapcsolódó 21. századi modellel, a múzeumi participáció gyakorlatával is összefügg.

3.1.3. Participáció, nyitott múzeum, közösségi múzeum, részvételiség¹⁷³

Az angol eredetű *participáció* kifejezés részvételt jelent. A fogalom muzeológiai alkalmazása arra a gyakorlatra vonatkozik, amikor az intézmény aktivizálja az egyéni

¹⁶⁹ Gates 2012.

¹⁷⁰ Scleischer-Wilhelm 2018.

¹⁷¹ Gonzalez 2017.

¹⁷² Drotner-Schröder 2013, Kelly 2013.

¹⁷³ A fejezet egyes elemei megjelentek itt: Berényi 2019, 2021 a és d.

látogatókat, látogatói csoportokat, bevonja őket az olyan szakmai feladatokba, mint a kutatás, gyűjtés, feldolgozás, megőrzés, bemutatás, oktatás-nevelés, szervezés, finanszírozás.¹⁷⁴

Mégis, miért szeretné egy múzeum, egy kulturális intézmény részvételre, közösségi munkavégzésre sarkalni látogatóit, támogatóit? A kérdést Nina Simon, a Santa Cruz-i Művészeti és Történeti Múzeum igazgatója tette fel 2010-ben a *The Participatory Museum* című könyvében. A kötet néhány hónap alatt bejárta a világot,¹⁷⁵ a benne összegzett szemléletmódot és gyakorlatot követők százai honosították meg (vagy próbálják meghonosítani) saját intézményükben az elmúlt évtizedben, azt is mondhatjuk, hogy a 2010-es évek a múzeumi közösségépítés jegyében teltek. Nem véletlenül, hiszen azokat a problémákat, amelyekre a szerző reflektált, a világ összes múzeuma érzékeli.¹⁷⁶ Nina Simon az elégedetlenség öt olyan – a látogatók szemszögéből megfogalmazott – formáját emelte ki, amelyre megoldást kínálhat a participáció összetett és folyton változó módszertana. Ezek a következőképp összegezhetők:

- a társadalom jelentős része érzi úgy, hogy kulturális intézmények irreleváns szerepet játszanak az életükben;
- az intézmény soha nem változik, ha egyszer valaki meglátogatta, nem motivált a visszatérésre;
- az intézményben érzékelhető tekintélyre épülő hangnem, bemutatási mód nem segíti a megértést, nem integrálja a látogató világnézetét;
- a látogató nem érzi a múzeumot olyan kreatív helynek, ahol kifejezheti magát, vagy ahol a történelem, a tudomány és a művészet részesévé válhat;
- a látogató nem érzi a múzeumot olyan közösségi térnek, találkozóhelynek, ahol ismerőseivel vagy másokkal az intézmény által felvetett témákat megbeszélhetik.¹⁷⁷

A kihívásokra adott válaszként az amerikai kurátor olyan koncepciót dolgozott ki, amely a látogatók részvételére a kiállítások megtekintése mellett nemcsak a múzeumi programokon számít, hanem a tárlatok létrehozásakor, a múzeum működtetésekor is. A kurátor nem egyedül, elszigetelten tevékenykedik, nemcsak a múzeumi gyűjteményekre, a hivatalos tudományos eredményekre épít, hanem a munkájához szükséges tudást a közös tevékenységbe bevont közösségek, egyének tapasztalataiból is meríti. A látogató pedig nem passzív fogyasztóként, hanem aktív kulturális szereplőként vesz részt a folyamatokban. Azt is mondhatjuk, hogy a hagyományos múzeumi munka és a részvételen, sőt az együttműködésen alapuló megközelítés

¹⁷⁴ Gyakorlati megvalósulása a szabadtéri múzeumokban: Sári 2016, 2017a–b.

¹⁷⁵ A népszerűséghez és az ismertséghez hozzájárult Nina Simon *Museum 2.0* blogja, amelyet 2006 óta folyamatosan működtet.

¹⁷⁶ Egy kiemelkedő jelentőségű kötet: *Das partizipative Museum. Zwischen Teilhabe und User Generated Content. Neue Anforderungen an kulturhistorische Ausstellungen.* Hrsg.: Susanne Gesser–Martin Handschin–Angela Janneli–Sibylle Lichtensteiger. Bielefeld, 2012.

¹⁷⁷ *Simon* 2010.

között a fő különbség az információáramlás. A klasszikus metódus szerint a múzeum a feladó, a címzett a látogató. Az új modell szerint viszont inkább információcsere történik, ahol a feladó és címzett szerepek nem válnak el élesen, hanem keverednek.¹⁷⁸ A hangsúly – ahogyan már korábban is többször szóba került – már nem a múzeumból hierarchikusan „szétáramló” tudásra helyeződik, hanem az eszmecserére, amelynek során a felek kölcsönösen gazdagítják egymást. Azaz a látogató is energiát fektet az intézmény működésébe, ezáltal személyesen is érdekeltté válik annak sikerében.

Ez az együttműködés sosem állandó, különböző formákban és részvételi szinteken jelentkezhet, miközben a gyakorlati megvalósításnak – elméletileg – nincsenek határai. Nina Simon ennek megfelelően többféle részvételi típust határoz meg. Az első a hozzájárulás (*contribution*), amely során a múzeum szilárd keretet szab, de figyelembe veszi partnerei véleményét. A látogatók ilyenkor tárgyakat, információkat adományoznak a múzeumnak, fejlesztve annak gyűjteményeit. A második szint az együttműködés (*collaboration*), amikor a résztvevők már lehetőséget kapnak, hogy a múzeumi projekt szakértőiként és aktív partnerekként működjenek közre. A következő szint az együttműködés (*co-creation*),¹⁷⁹ amikor a látogatók a múzeum egyenrangú munkatársaiként közösen tervezik meg és hozzák létre projektjeiket. A befogadó (*host*) projektekben az intézmény már csak házigazda, amely nyitott helyként erőforrásokat és helyszínt biztosít külső csoportok és személyek számára, hogy azok elképzelései megvalósuljanak.¹⁸⁰

Az új gyakorlathoz népszerű fogalmak is kapcsolódnak. A participációra és egyben önreflexióra törekvő intézmények küldetési nyilatkozatában a múzeum gyűjteményei, műtárgyai jellemzően már nem „kincsként”, hanem „tudásként” és „tapasztalatként” jelennek meg, de az intézményi gyakorlatban gyakran találkozhatunk a „lab”, „laboratórium”¹⁸¹ elnevezéssel, amely a tudomány, a kísérletezés és az együttműködés folyton változó elegyére utal, vagy a „hub” kifejezéssel,¹⁸² amely hálózati csomópontként értelmezi saját működését. Egyre terjed a citizen science, a közösségi/civil tudomány,¹⁸³ a crowdsourcing vagy épp a

¹⁷⁸ Simon 2012, 330–350.

¹⁷⁹ Fordítás innen: Foster, H. D.–Frazon Zs.–Gadó F.–Illés P.–Schleicher V.–Szakács E.–Toronyi Zs.–Wilhelm G. 2018, 129.

¹⁸⁰ További részvételi típusokat megkülönböztető modellekről magyar nyelven itt: Foster, H. D.–Frazon Zs.–Gadó F.–Illés P.–Schleicher V.–Szakács E.–Toronyi Zs.–Wilhelm G. 2018, 129., Hivatkozási mezők. 128–131.

¹⁸¹ Egy példa: <http://www.stadtpalais-stuttgart.de/stadtlabor-konzept.html> In: Timm, Elisabeth: *Partizipation. Publikumsbewegungen im modernen Museum.* <http://www.perfomap.de/map5/transparenz/partizipation-publikumsbewegungen-im-modernen-museum/partizipation-publikumsbewegungen-im-modernen-muse.pdf> – Utolsó letöltés: 2018. 10. 28.

¹⁸² A 2019-es múzeumi világnap szlogenjét az ICOM így határozta meg: „Museums as Cultural Hubs: The Future of Tradition.”

¹⁸³ Az Európai Unióban és az Egyesült Államokban is támogatott civil tudomány kapcsán az Európai Civil Tudomány Egyesület (ECSA) tíz alapvető fogalmazott meg. Többek között azt, hogy az együttműködés valamennyi partnernek hasznos, a civilek a projektek teljes folyamatában részt vállalhatnak, és az elvégzett munkát annak minősége alapján kell megítélni.

public archeology, azaz a közösségi régészet gyakorlata. Hasonló újdonság volt, hogy a múzeum fizikai terében megvalósuló programokat felváltják azok az együttműködések, amelyek a virtuális világban, a közösségi oldalakon valósulnak meg.¹⁸⁴ Mindemellett gyakrabban hallhatunk a társadalmi tőke gyarapításáról, a társadalmi szerepvállalásról, az ezzel kapcsolatos paradigma- és szemléletváltásokról.

A részvételen és együttműködésen alapuló múzeumi munka a magyar intézményi gyakorlatot sem hagyta érintetlenül. Legutóbb a Néprajzi Múzeum gondozásában jelent meg a már említett *...Nyitott Múzeum... Részvétel, együttműködés, társadalmi múzeum* című, online és nyomtatott formában is elérhető kézikönyv, amely a részvételen és az együttműködésen alapuló múzeumi munkát, a közösségi múzeum lehetőségeit vizsgálja. Ugyancsak Simon megállapításaira hivatkozva nem választják szét élesen a részvétel és az együttműködés fogalmát, hanem komplex, társadalmi és alkotói közegbe ágyazott gyakorlatként kezelik, amelynek radikális és romantikus, kritikus és anarchista, irányított és szabad változatait is említik. Összegezve a nemzetközi tapasztalatokat, azt mondják, hogy a részvételi és az együttműködési múzeumi praxis jellegzetessége a közönség kutatáson, gondolkodáson, prezentáción és alkotáson belülré helyezése: párbeszéd, kölcsönös kritika, demokratikus térhasználat, közös alkotás kialakításával.¹⁸⁵

A szócikkeket és esettanulmányokat is tartalmazó kötet külön figyelmet fordít a közösségi múzeum (*community museums*) definíciójára is. Ezt olyan közösségek által fenntartott, a részvétel és az együttműködések módszereit alkalmazó intézményként határozza meg, amely egyfelől a közössége megerősítését, fenntartását és önreprezentációját, másfelől a múzeumi működést tűzi ki célul.¹⁸⁶ A közösségi, társadalmiasított intézményi működéssel foglalkozik a *Cselekvő közösségek – aktív közösségi szerepvállalás EFOP-1.3.1-15-2016-00001* projekt is, amelyet a Szabadtéri Néprajzi Múzeum – Múzeumi Oktatási és Módszertani Központ irányításával az NMI Művelődési Intézet Nonprofit Közhasznú Kft. és az Országos Széchényi Könyvtár indított. A programban olyan kulturális közösségfejlesztő programot, módszertant és mentori hálózatot építettek fel, amelynek során a különböző vidéki településeken 54 társadalmiasított intézmény született. Hogy mit is érthetünk ezen a fogalmon, azt új tanulmányok, elemzések, kutatások sora világítja meg.¹⁸⁷ A munka elméleti alapjául a *Nemzetközi Egyesület a Társadalmi Részvételért* közösségi részvételi modellje (IAP2) szolgál,

¹⁸⁴ Vonz-e újabb látogatókat a múzeumba, vagy a bemutatás lehetőségeit bővíti, ha nyílt városi térben rendez kiállítást egy intézmény? *MúzeumCafé*, 48/9. (2015) 4. sz., 32–36. <http://muzeumcafe.hu/hu/vonz-e-ujabb-latogatosok-at-muzeumba-vagy-bemutatas-lehetosegeit-boviti-ha-nyilt-varosi-terben-rendez-kiallitast-egy-intezmeny/> – Utolsó letöltés: 2018. 10. 28.

¹⁸⁵ Foster, H. D.–Frazon Zs.–Gadó F.–Illés P.–Schleicher V.–Szakács E.–Toronyi Zs.–Wilhelm G., 128.

¹⁸⁶ Foster Hannah Daisy 2018, 86–94.

¹⁸⁷ Részletesen: <https://cselekvokozossegek.hu/tudastar/utmutatok/>.

amely öt társadalmi részvételi szintet kategorizál: a tájékoztatás, a konzultáció, a bevonás, az együttműködés után a felhatalmazás következik, amikor az intézmény már a döntéshozatal lehetőségét is átadja a közösség szereplőinek.¹⁸⁸ Ennek a történeti gyökerekre és az egyévtizedes, átfogó szemléletformálásra és módszertanra épülő munkának¹⁸⁹ köszönhető, hogy egy alapvetően elidegenedő, a klasszikus intézményekkel szemben sokszor kritikus társadalomban a múzeumok körül olyan élő közösségek működnek, amelyek krízishelyzetben is lojálisak intézményükhöz.

3.1.4. Háttérben zajló folyamatok: finanszírozás, operatív muzeológia

A múzeumi kommunikáció szerepének és a látogatók múzeumokhoz való viszonyának megváltozása, a közönséggel való aktívabb kapcsolat ugyanakkor nemcsak a muzeológia szemléleti reformjának köszönhető, hanem egy sokkal ijeszteőbb folyamat eredményeként is értékelhető. Az elmúlt évtizedekben világszerte azzal szembesülnek a múzeumok, hogy a mind magasabb költségvetésüket egyre kevésbé akarja támogatni az állam vagy az önkormányzat, nem kapnak lehetőséget az épület és az állandó kiállítások megújítására, gyűjteményük bővítésére, innovációra, miközben egyre magasabb látogatószámot várnak el tőlük. A múzeum rangja ennek tükrében megváltozott: a gyűjtemény nagysága mellett az új varázsszó az intézmények fenntartásánál a látogatószám és a bevétel lett. Sok helyen ezek határozták meg a különböző államokban bevezetett normatív támogatások arányát, valamint gyakorta a különböző pályázatokon is sikeresebben indulhattak a látogatottabb intézmények.¹⁹⁰ Az a tény, hogy a múzeumok is részesei lettek a globális gazdaság vérkeringésének, bevételt kellett generálniuk, a kurátori munkára is hatással volt. A kiállítások témaválasztásakor, a szükséges források megszerzésekor, a támogatók megnyerésében is lényeges szerepet kaptak a szakemberek.¹⁹¹

A múzeumokban a szponzorációk, támogatók keresése azokban a régiókban is felélénkült, ahol korábban nem volt erős hagyománya a fundraisingnek. Az intézménnyel szorosan együttműködő támogatói körök, baráti körök alakultak,¹⁹² továbbá a múzeumok tudatosan kezdték használni az üzleti világ bevételnövelő eszközeit, hogy a turizmus, a kulturális szolgáltatások piacán láthatóbbá váljanak. A múzeumi marketing önálló területté

¹⁸⁸ Arapovics 2017.

¹⁸⁹ Berényi 2019. A *Folia Historica*ban megjelent tanulmányomban részletesen bemutatom a szemléletváltást a Magyar Nemzeti Múzeum esetében.

¹⁹⁰ Berényi–Grászli–Halász–Kálnoki–Gyöngyössy 2013.

¹⁹¹ A kurátorok intellektuális függetlensége, tekintélye alapvetően változott meg a 20. század végére. Lásd Szántó 2020 májusa és augusztusa között a járványhelyzet következményeivel küzdő 28 múzeumigazgatóval, Obrist a 20. század második felének sztárkurátoraiával készült interjúit: Szántó 2020, Obrist 2011.

¹⁹² Csordás 2016.

vált,¹⁹³ felismerve, hogy a marketing nemcsak egy módszer, egy tevékenység, hanem az egész intézményre kiterjedő filozófia, szemléletmód is kell, hogy legyen.¹⁹⁴ Ahogy más kulturális intézmények esetében is történt, a marketing a közgyűjtemények számára is egy olyan nyelvet jelent már, amellyel fel tudják hívni a figyelmet saját gyűjteményeik eszmei és gazdasági, sőt társadalmi értékére.

Eszközeivel a döntéshozók és a közönség széles rétege meggyőzhető arról, hogy érdemes a múzeumokat támogatni, mert pótolhatatlan szerepet töltenek be a kulturális sokszínűség, a tudásátadás, a közösség- és identitásépítés, valamint a turizmus, a kreativitás és az innováció területén. Mindez pedig nemcsak a látogatószám emelkedésére hatott estenként pozitívan, hanem a fenntartói támogatottság és a szponzoráció tekintetében is. A szemléletváltás olyan fogalmak bevezetését jelentette, mint a *látogatóbarát múzeum*¹⁹⁵ vagy a *szolgáltató múzeum*, amely olyan látásmódot tükröz, ami szerint „a múzeum működése során a bevont csoportok (stakeholderok), közülük is kiemelten a látogatók igényeit helyezi a középpontba. Mivel a muzeális intézmények a köz szolgálatában állnak, működésükben kiemelt figyelmet fordítanak a potenciális látogatókként azonosítható közösségeikre, a helyi (települési) és a társadalmi beágyazottságuk növelésére”.¹⁹⁶ A különböző digitális technológiák megjelenése is sokszor erre a szemléletre épül: a különböző generációk szokásait figyelembe véve jönnek létre olyan innovatív megoldások, amelyek a célcsoportok igényeire, fogyasztói szokásaira épülnek.¹⁹⁷

A múzeumok mindennapi működése, az operatív, az intézmény a gyűjtemény fenntartásával kapcsolatos kérdések sem hagyták hidegen az intézményeket. Az intézmények a nyilvánosság elvét fenntartva az egyes területekre vonatkozó stratégiákat alakítanak ki, küldetési nyilatkozatokat fogalmaznak meg. A gyűjteménykezelés is átalakult, amelynek célja, hogy a tárgyak károsodását megelőzzék megfelelő tárolással, védelemmel a preventív konzerválás jegyében,¹⁹⁸ sok esetben a folyamatokról a nyilvánosságot is tájékoztatva.

3.1.5. Épületek és emberek

A múzeumokat érintő elméleti és módszertani változásoknak számtalan kézzelfogható következménye volt: újfajta kiállítások, könyvek, programok, meghatározó jelenlét a turizmusban. A leglátványosabb fordulat, amely az intézmények környezetére, városuk, országuk gazdaságára is hatással volt, a múzeumépítészet 20. század végén kezdődő és máig

¹⁹³ Bárd 2010b, Bányai–Novák 2016, Pavluska 2014, Rentschler–Hede 2011, Rowlei 2008.

¹⁹⁴ Horváth–Szabó 2013.

¹⁹⁵ Pavluska–Kuráth 2019.

¹⁹⁶ Bereczki–Nagy–Szu 2019.

¹⁹⁷ Béneyi–Ruttkay 2021.

¹⁹⁸ Fejős 2000, Kemecsi 2021.

tartó reneszánsza. Az államok felismerték, hogy egy-egy régió fejlesztésében döntő szerepet játszhatnak a jelentős turisztikai vonzerővel bíró múzeumok, a múzeumok pedig saját elméleti és módszertani megújulásuk fizikai tükröződéseként tekintettek egy-egy épületbővítésre, kortárs építészeti ikonként is felfogható épületeikre. A gyűjteménnyel alig rendelkező bilbaói Guggenheim Museum harmincezer négyzetméteres alapterületű új komplexumának 1997-es megnyitását követően nemzetközi turisztikai attrakcióná vált, az ezredforduló időszakában évente egymillióan keresték fel a Frank Gehry által tervezett épületcsodát.¹⁹⁹

Magyarország ennek a globális múzeumépítési láznak késői csatlakozója: a Liget Budapest Projektben belül ezeket a tapasztalatokat felismerve épül az új Néprajzi Múzeum, a Magyar Zene Háza – még nem, de valószínű majd felépül az új Magyar Nemzeti Galéria – a Városligetben, a Közlekedési Múzeum pedig Kőbányán. Ahogy Magyarországon, úgy a világ minden pontján hatalmas társadalmi és politikai diszkussziót váltottak ki ezek a beruházások. Az urbanisztikai és a természeti környezet, a beruházás pénzügyi forrásai mellett visszatérő vitaelem, hogy a látványos építészeti tervek mennyire tükrözik az adott múzeum gyűjteményi, muzeológiai munkáját, a sztárépítészek hogyan viszonyulnak a megváltozott látogatói igények és múzeumi funkciók követelményeihez, sőt egyáltalán hosszú távon fenntarthatók lesznek-e a sokszor bravúros technológiai megoldásokat alkalmazó paloták.²⁰⁰

A múzeumpaloták felépítése körül zajló viták témánk szempontjából egészen más jelentőséggel bírnak: az építészeti projektek, a beruházások körül kirobbanó viták kiemelt helyet kaptak az online és offline médiában, hatással vannak a közbeszédre, aminek következtében a társadalom érzékenyebbé vált a múzeumok ügyeire, jobban megértette működésüket, belelátott a kiállítóterek mögött folyó munkákba, az arra fogékonyabbak árnyaltabban kezdtek el gondolkodni ezekről a kulturális intézményekről.

A múzeumok megújulása, látogatóbarát szemlélete, többszólamúsága, nyitottsága, szolgáltató funkcióinak fejlesztése, kommunikációjának és marketingtevékenységének hatása nem maradt visszhangtalanul. A stagnáló, esetleg visszaesést mutató példák ellenére összességében a múzeumlátogatók száma emelkedett. A koronavírus-világjárványt megelőző 2019-es évben párizsi Louvre-t 9,6 millióan keresték fel, a Kínai Nemzeti Múzeumban 7,4, a Vatikáni Múzeumban 6,8, a New York-i Metropolitan Museum of Artban 6,47, a British

¹⁹⁹ György 2007.

²⁰⁰ A témának rendkívül széles szakirodalma van Magyarországon is. Lásd György 2003, 2013, Ébli 2005, 2016. De a múzeumépítéssel foglalkozik a *MúzeumCafé* folyóirat 2009/2010-es rendhagyó, a Szépművészeti Múzeum akkor még aktuális térszint alatti bővítésére reflektáló 14. száma, valamint a 2021. 85. száma is. Kemecsi Lajos akadémiai doktori érkezése többek között a Néprajzi és a Szabadtéri Néprajzi Múzeum szemléletváltását, módszertani megújulását is bemutatja az új múzeumépületeken keresztül. (Kemecsi 2021)

Museumban 6,2, a Tate-ben 6,1, a londoni National Galleryben hatmillió ember járt.²⁰¹ Magyarországon ebben az évben 11,5 millióan jártak múzeumban, közülük Budapesten 4,76 millióan váltottak jegyet.²⁰² Ez a szám azonban messze elmarad a még a népművelésre épülő 1985-ös rekordtól, amikor a hazai múzeumoknak 19,3 millió látogatójuk volt, de a különböző fejlesztéseknek, átfogó programcsomagoknak köszönhetően már magasabb, mint az 1995-ös, költségvetési és szervezeti nehézségeket, az új fogyasztói szokásokkal szembeni tehetetlenséget tükröző kilencmilliós mélypont.²⁰³

3.1.6. Kölcsönhatásban: múzeumok és populáris kultúra²⁰⁴

A múzeumok társadalmi beágyazottsága nem csupán a látogatószámok emelkedésében jelenik meg, hanem a magas kultúra fellegvárainak számító gyűjteményi intézmények a populáris kultúrához való viszonyukat is átgondolták. Egyre halkabbak azok a hangok, amelyek kikérik maguknak a lármás, több ezer látogatót vonzó, koncertekkel, performance-okkal tarkított programokat a múzeumi terekben.²⁰⁵ A múzeum a 21. században már nemcsak az elit, a tanult és vagyonos rétegek igényeit tartja szem előtt, nem egyedül a tudományos és akadémiai közeg eredményeiből táplálkozik. Ahogyan a tömegkultúra lenyomatai megjelennek a gyűjteményekben és a kiállításokban, a múzeumok is be akarnak ágyazódni a tömegkultúra áramlataiba. Fesztiválokra szerepelnek, közösségi médiacelebek lesznek, óriásplakátokon hirdetnek, nagyrendezvényeket szerveznek, amelyeken meggyőző módon bizonyítják, hogy már folyékonyan beszélnek ezt a nyelvet is. A múzeumok egyre vállalkozóbb szelleműek, nem zárkoznak el a tömegkultúra olyan meghatározó műfajai elől sem, mint a popzenei celebritások videóklipjei, nagy nézettségű mozifilmek. Míg a 20. században a múzeumi terek az irodalmi műfajokban, filmes produkcióban a csend, a változatlanság szimbólumaként öltöttek testet,²⁰⁶ addig a 21. században a művészi önmegvalósítás, az alkotói üzenet eszközeiként milliókat érnek el.

Ha megnézzük Woody Allen filmjeit, azt látjuk, hogy a múzeumi közeget azért hívja segítségül, hogy szereplői karakterét árnyalja, élesítse. Filmjeiben a múzeum, a kiállítás társasági helyszín, ahol a szereplők megcsillanthatják intellektuális képességeiket, felmérhetik

²⁰¹ Forrás: Art's Most Popular: here are 2019's most visited shows and museums. *The Art Newspaper*, <https://www.theartnewspaper.com/2020/03/31/arts-most-popular-here-are-2019s-most-visited-shows-and-museums> – Utolsó letöltés: 2021. 09. 28.

²⁰² Forrás: MúzeumStat. <https://muzeumstat.hu/hu/summary?state%5Bdatagroup%5D=visitors> – Utolsó letöltés: 2021. 09. 28.

²⁰³ Az összefüggésekről lásd Koltai 2011, 31.

²⁰⁴ A fejezet egyes elemei megjelentek itt: Berényi 2020b.

²⁰⁵ Lásd Múzeumok Éjszakája, Múzeumok Majálisa.

²⁰⁶ Lásd J. D. Salinger 1951-ben megjelent *Zabhegyezője*, amelyben a 17 éves Holden Caulfield legjobban azt szereti a múzeumokban, hogy „mindig minden ott marad a helyén, ahol van”. Gyepes Judit fordítása. Európa Kiadó, 1964. 68.

egymás műveltségét, jelezhetik társadalmi hovatartozásukat, kapcsolatba, kölcsönhatásba léphetnek másokkal. Az 1979-es fekete-fehér *Manhattan* című alkotás bővelkedik múzeumi jelenetekben. Felvonulnak az Ötödik sugárút, a Museum Mile híres intézményei: a Guggenheim Museum, a Természettudományi Múzeum, a MET, a MOMA, az akkori Whitney Museum of American Art. A szereplők végtelen beszélgetéseket folytatnak egymással, izgatottan vitatkoznak, ütköztetik véleményüket. A szócsaták közben szinte presztízskérdés, ki hányféle kiállítást tud kapásból értékelni. A múzeumi jelenetek mellett, hogy ízelítőt nyújtanak New York szellemi pezsgéséből, azt is jelzik, mennyire szűk és összefonódott az a kör, amelynek tagjai olyan mértékű szellemi és anyagi munícióval rendelkeznek, hogy ebben a játszmában felszabadultan részt vehetnek.

Egészen más szerepet tölt már be a múzeum a Chad Stahelski által rendezett John Wick című akció-thriller 2014-es és 2017-es felvonásában. Az erőszakos jelenetekben tobzódó maffiafilm egyik harcos jelenetében, a római Galleria Nazionale d'Arte Moderna kiállításában a műalkotások cselekményei árnyalják a verekedő férfiak motivációit. Antonio Canova *Héraklész és Likhász* című szobra arra utal, hogy a gyilkos düh, az árulás, a bosszú, az elhamarkodott megállapodások épp olyan meghatározók a történetben, mint a mitológiai hős esetében. Egy másik teremben Giovanni Fattori *Custozzai csata* című műve pedig egyúttal meg is jósolja, mi lesz a végkimenetele a főhős és ellensége között zajló sorsdöntő beszélgetésnek. A rendezői gesztus üzenete meglepően furcsa: az egyszerű, primer ösztönökre épülő cselekmény mögé alternatív értelmezési narratívát épít, amelyet viszont csak nagyon kevesen tudnak értelmezni.

Kevésbé öncélú, amikor a sikerfilmek a kortárs muzeológia nagy kérdéseire is reflektálnak, esetleg abból építkeznek. A Marvel-univerzum 2018-as *Fekete Párducában* (rendező: Ryan Coogler) a posztkoloniális diskurzus, a gyarmatosítás során elszállított műtárgyak, a múzeumok restitúciós dilemmái is helyet kapnak egy gyilkossággal végződő drámai beszélgetés során. De érdemes megemlíteni a globális popipar két főszereplőjének, Beyoncé-nak és Jay-Z-nek Carters néven kiadott *Apesh**t* című videóját, amelyet a Louvre-ban forgattak. Az eddig több mint 250 millió megtekintést elért YouTube-klipben nem a művészet, hanem a pénz, hatalom, drog, szex, hírnév áll a középpontban. A keresztény, fehér kultúra művészeti kánonjának emblematisz helyszínén felvett videó afroamerikai szereplői ezúttal saját kulturális hagyományait emelték be a múzeumi térbe. Carterék művészetükkel beavatkoztak a Louvre megszokott értelmezési hálójába, felváltották és újracsomózták a múzeum látogatóinak gondolkodását szabályozó kötelékeket. „*I'm a gorilla in the fuckin' coop. Finna pull up in the zoo*” – utal Jay-Z a Louvre üvegpiramisa előtt énekelt szövegében a nézőpont- és pozícióváltásra, jelezve, hogy az ő tekintélyének, az általuk képviselt műfajoknak is helyük van

a magas kultúrában, ahogyan a klasszikus fehér művészeti kánontól eltérő értelmezéseknek is. Fekete férfiként és fekete nőként nem asszimilálódni, nem bevonódni kívánnak a Louvre eposzi méretű elbeszélésfolyamába, hanem teljesen új történetet írni, amelynek ők a főszereplői.²⁰⁷

A múzeumokban játszódó sikerfilmek erőteljesen visszahatnak az intézmények látogatottságára éppúgy, mint az intézménytípussal egyébként távolságot tartó társadalmi rétegek múzeumlátogatási hajlandóságára. Az Egyesült Államokban a Shawn Levy által rendezett *Éjszaka a múzeumban* című fantasy-vígjáték hatására az Amerikai Természettudományi Múzeum a téli szünetben, a 2006. december 17-i bemutatótól január 2-ig ötvenezerrel több látogatót fogadott, mint az előző év hasonló időszakában. A Louvre a már említett Carters-klip után, 2019 januárjában arról számolt be, hogy az előző évben 25 százalékkal nőtt a látogatószám: minden korábbi rekordot felülmúlva 10,2 millió ember látogatott el a múzeumba. Közülük csak 2,5 millió volt francia állampolgár, de a teljes látogatószám fele harminc év alatti volt, ami elmozdulást jelentett a korábbi évek demográfiai adataihoz képest. Ebben pedig Carterék első közös albuma videóklipjének is jelentőséget tulajdonítottak, főleg miután a Louvre egy olyan másfél órás tematikus útvonalat is meghirdetett, amely felsorakoztatja a klipben feldolgozott 17 alkotást.²⁰⁸

3.2. Hömpölygő adatok: a magyar digitalizáció rögös útja²⁰⁹

Az internet, a hipertextualitás, a közösségi média tudományos kutatásának elméleti és módszertani eredményeivel, valamint a muzeológia módszertani megújulásával párhuzamosan kezdődött meg a múzeumok terjeszkedése a digitális térben. Bár a nemzetközi múzeumi világban már az 1960-as évektől érdeklődtek a múzeumok a számítógépes adatfeldolgozás lehetőségei iránt, Magyarországon, sok más államhoz hasonlóan ez sokáig váratott magára. A múzeumokban őrzött tárgyak megismerése évszázadokig egyet jelentett a fizikai látogatással. A digitális korszak beköszöntével megváltozott a gyűjteménykezelés módszere, a közönség és a múzeum közötti interakció jellege, és ez hatással volt a kulturális intézmények jövőjére is.²¹⁰ A kilencvenes években, különösen a World Wide Web térhódítása után a folyamat megállíthatatlanná vált, azonban, ahogy már a tudománytörténeti kontextus ismertetése során is láthatóvá vált, a gyakorlati eredmények ellenére a már bemutatott internetelméleti kutatások csak szórványosan hatottak a múzeumi digitalizációs folyamatokra. Míg a gyakorlatban a

²⁰⁷ A témát részletesen feldolgoztam itt: Berényi 2020b.

²⁰⁸ Lásd Angelique Chrisafis: *Beyoncé and Jay-Z help Louvre museum break visitor record in 2018*, <https://www.theguardian.com/world/2019/jan/03/beyonce-jay-z-help-louvre-museum-break-visitor-record>., <https://www.louvre.fr/en/routes/jay-z-and-beyonce-louvre> – Utolsó letöltés: 2021. 09. 28.

²⁰⁹ A fejezet megjelent itt: Berényi 2021f.

²¹⁰ Horan 2003, 2.

múzeumok digitális adatbázisokat, virtuális kiállításokat, honlapokat, online játékokat, múzeumpedagógiai alkalmazásokat, közösségi médiafelületeket működtettek, ritkán törekedtek módszertani tudatosságra, így rendkívül változatos minőségű tartalmak jöttek létre. Bár a múzeumok digitalizációhoz fűződő viszonya, technológiai kultúrája rendkívül eltérő, amikor 2020-ban beköszöntött a koronavírus-világjárvány, a hirtelen bezárt intézményeknek az ezen a területen szerzett tapasztalataikból és a már meglévő digitális adatállományukból kellett építkezniük. A több évtizedes, számtalan megtorpanással járó folyamat így alapvetően meghatározta, hogy egy-egy intézmény milyen módon és mértékben reagálhatott a krízis okozta kihívásokra.

Magyarországon 2021-ben véget ér a Közgyűjteményi Digitalizálási Stratégia 2017–2025 (KDS) első szakasza, amely a könyvtárak, múzeumok, levéltárak és audiovizuális archívumok digitalizált állományának és a közgyűjtemények tartalomszolgáltatásának arányát, egy közös keresőfelület létrehozását, a közgyűjteményi tartalmakra épülő digitális tananyagok számának növelését sürgette a múzeumokban, könyvtárakban és levéltárakban.²¹¹ A komplex stratégiai terv kidolgozói valószínűleg még 2019-ben sem bizakodtak abban, hogy a következő évben az utóbbi területen vágyott negyvenszázalékos növekedés megvalósulhat, mint ahogyan egy másik célkitűzésük is elég távolinak tűnt: a közgyűjteményi tartalmak egyre nagyobb számú állampolgár digitális kompetenciaképzéséhez, otthoni munkavégzéséhez, színvonalas rekreációjához, hazai és határon túli turisztikai desztinációk megismeréséhez járuljanak hozzá.

A fejezet célja, hogy ezt a jelen idejű, intézményenként eltérő, rendkívül hullámzó folyamatot és közvetlen előzményeit megragadja, dokumentálja, bemutassa, hogy milyen felkészültségre építkezettek a pandémia alatt a magyar múzeumok. Ennek érdekében készítettem írásban interjút Bánki Zsolt Istvánnal, a Digitális Bölcsészeti Központ igazgatójával, Kómár Évával, az MNM Digitalizálási és Tartalomfejlesztési Csoport csoportvezetőjével, MuseuMap-koordinátorral, a múzeumi informatikai szakfelügyelet vezető szakfelügyelőjével, Lovas Lajossal, a Forum Hungaricum Nonprofit Kft. ügyvezető igazgatójával, Fonyódi Krisztiánnal, a Szépművészeti Múzeum Digitalizálási és Fotó Osztályának vezetőjével, Odler Zsolttal, a Néprajzi Múzeum Nyilvántartási és Digitalizálási Főosztályának vezetőjével, Katona Júlia művészettörténész-muzeológussal, az Iparművészeti Múzeum tudományos titkárával, korábban a BTM Digitális Média Csoportja, az MNG Informatikai Osztálya és a Schola Graphidis Művészeti Gyűjtemény vezetőjével, Dragon Zoltán művészettörténésszel, a Ludwig Múzeum főmuzeológusával, domain managerrel,

²¹¹ Forrás: KDS 40. <https://digitalisjoletprogram.hu/files/27/c4/27c41541fb75cfb0bfd4ceb02385fb4e.pdf> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 01.

Kreiter Attila régésszel, a Magyar Nemzeti Múzeum Régészeti Adatbázisának vezetőjével, Hajós Bálinttal, a Göcseji Múzeum múzeumi informatikusával.²¹²

3.2.1. Láttelel: 2011

Tíz esztendeje, hogy a *MúzeumCafé* 27. számában *Múzeumaink műtárgyai – gigabájtban mérve. A digitalizáció helyzete a hazai kiállítási intézményekben*²¹³ címmel, kilenc meghatározó múzeumi digitalizációval foglalkozó szakértő²¹⁴ megkérdezése nyomán rögzítettem a digitalizáció akkori jelenét, amelynek aktualitását a 2009-ben alakult, ma már nem működő, a területre specializálódó szakembereket tömörítő Múzeumi Digitalizálási Bizottság (MDB)²¹⁵ *Múltunk jövője 2010* című konferenciáján túl az adta, hogy véget ért a Petőfi Irodalmi Múzeum által koordinált ATHENA projekt, amelynek keretében nagyjából kilencvenezer magyar műtárgy kerülhetett be az uniós digitális könyvtár, a 2008-ban startolt Europeana adatbázisába, valamint elindult a múzeumok digitális vagyonának feltérképezésével, digitalizálásával, összekötésével és nyilvánossá tételével megbízott, mára megszűnt Magyar Nemzeti Digitális Archívum (MaNDA). Arról sem szabad elfeledkezni, hogy az Európai Bizottság 2010-ben ismertette az *Európa 2020* stratégiát, amelynek egyik pillére az Európai Digitális Menetrend volt.

Mivel a kulturális alaptörvény módosításával 2011 júniusában az Országgyűlés elfogadta a filmtörvény és a múzeumi törvény módosítását,²¹⁶ a Magyar Nemzeti Filmarchívum átalakulásával létrejött a Magyar Nemzeti Digitális Archívum és Filmintézet, a hazai közélet is a korábbinál erőteljesebben fókuszált kulturális örökségünk digitalizációjára. Hasonlóan nagy port kavart akkoriban a kulturális digitális kataszter elkészítésével megbízott MaNDA megalakulása mellett az ózdi „kultúrgyár”, azaz a Nemzeti Kulturális Dokumentációs Logisztikai Központ létrehozásának híre. A széles nyilvánosság előtt zajló, inkább politikai színezetű, mint szakmai vitából kirajzolódtak a terület alapvető hiányosságai: a különböző közgyűjteményi területek eltérő lehetőségei, az infrastruktúra és a szaktudás hiánya, a megvalósításra épp hogy, a fenntartásra egyáltalán nem elegendő pályázati források, a konvertálhatatlan és rossz minőségű digitalizált anyagok, az adatsere-forgalomra alkalmatlan,

²¹² Az adatközlők titulusa és pozíciójának megnevezése a 2021 augusztusi helyzetet tükrözi.

²¹³ Berényi 2012.

²¹⁴ A cikk nyilatkozói, akkori titulusukkal: Rezi Kató Gábor, a Magyar Nemzeti Múzeum főigazgató-helyettese, az akkori Múzeumi Digitalizálás Bizottság elnöke, Bánki Zsolt, a Petőfi Irodalmi Múzeum könyvtár és informatikai főosztályvezetője, Lovas Lajos miniszteri biztos, a MaNDA főigazgatója, Országh György, a Geo-Kart Számítástechnikai Szolgáltató vezetője, Balogh András, a Pazirik Informatikai Kft. vezetője, Dragon Zoltán, a Ludwig Múzeum adattárosa, Katona Júlia, a Nemzeti Galéria informatikai osztályának vezetője, Toronyi Zsuzsanna, a Magyar Zsidó Levéltár igazgatója, Fonyódi Krisztián, a Szépművészeti Múzeum digitális archívumának vezetője.

²¹⁵ Az MDB anyagait tartalmazó www.digitmus.hu weboldal ma már nem elérhető. A működésükkel kapcsolatos egyetlen bővebb forrás itt található: <http://www.nefmi.gov.hu/kultura/muzeumi-szakmai/muzeumi-digitalizalasi>.

²¹⁶ 2011. évi LX. törvény.

a nemzetközi szabványoknak nem megfelelő szoftverek, használhatatlan adatbázisok, amelyek hozzáférhetetlenek, a névterek és leírórendszerek sokfélesége, a szerzői jogok problematikája, a digitális adatok megőrzésének ügye, az információhiány az Európai Unió digitális projektjeiről, a digitalizálandó műtárgyvagyron felmérésnek elmaradása, a digitalizálási stratégiák el nem készülte vagy a már meglévő digitális adatok hasznosításának elégtelensége, a múzeumi munkatársak motivátlansága, ellenállása és a területre vonatkozó szaktudásuk esetlegessége. Ugyanakkor az előremutató kezdeményezésekre is nagyobb figyelem vetült: a Szépművészeti Múzeum, a Magyar Nemzeti Galéria, a Ludwig Múzeum nemzetközi cégek által fejlesztett komplex nyilvántartó rendszerei, a Duna Múzeum saját fejlesztésű KataLIN rendszere, a Néprajzi Múzeum és a Szabadtéri Néprajzi Múzeum Monarija, a Petőfi Irodalmi Múzeumban és a Természettudományi Múzeumban auditált HunTéka számos problémára adott választ. Ekkor volt új kezdeményezés az Europeana Inside, amelyben a PIM mellett a Szépművészeti és a Nemzeti Múzeum is részt vett. Ez a disszeminációs feladatokat is ellátó projekt kisebb részben tartalom-, nagyobb részben technológiai fejlesztésekre koncentrált, és múzeumi rendszereket készített fel a szabványos együttműködésre, hogy például a Magyar Zsidó Múzeum és Levéltárhoz hasonlóan adataik megjelenhessenek az Europeanán, virtuális kiállításokon, e-learning tananyagokban hívják fel magukra a figyelmet. Erre azért is nagy szükség volt, mert ekkor még nem működött Magyarországon olyan aggregátor, amely képes lett volna arra, hogy egy felületen összekapcsolja, kereshetővé tegye a különböző intézmények metaadatait. Ekkor egyetlen ilyen kezdeményezés volt még csak: az Arcanum Adatbázis Kft. munkájának köszönhetően – a szerzői jogokat is figyelembe véve – 48 hazai múzeum kiadványai, valamint négy intézmény 210 ezer tételt tartalmazó képeslap-katalógusa²¹⁷ vált a világhálón kutathatóvá.

Mindeközben a 2000-es évek vége, a 2010-es évek eleje, különösen a web 2.0-s alkalmazások, a közösségi média, az okostelefonok berobbanásával nemcsak az informatika és a technológia, hanem a társadalomtudományok irányából is meghatározó volt. Sorra születtek azok a máig releváns elméleti tanulmányok, kötetek, amelyek az internet, a világháló, a kultúra, az örökség- és memóriaintézmények, valamint a társadalom kapcsolatát vizsgálták.²¹⁸ Ekkor jelent meg többek között a 2. fejezetben idézett Ross Parry által szerkesztett, a korszak legfontosabb szakembereinek írásait felvonultató *Museums in a Digital Age* című terjedelmes tanulmánykötet, amely azóta is egyik kiindulópontja a témával kapcsolatos szakmai diskurzusnak.

²¹⁷ Forrás: https://library.hungaricana.hu/hu/collection/magyar_muzeumi_digitalis_konyvtar/. – Utolsó letöltés: 2021. 09. 18.

²¹⁸ Lsd. 2. fejezet.

3.2.2. Az ezredforduló

A magyar múzeumi digitalizáció azonban ebben az időszakban még a kezdő lépéseknél tartott. Ha elfogadjuk Fejős Zoltán azon állítását, miszerint a múzeumokat a digitális forradalom négy lépésben²¹⁹ érte el, akkor a 2010-es évek elején néhány kiugró példától eltekintve a magyar múzeumok túlnyomó többsége még az elsón, a gyűjteményi nyilvántartások digitalizálásán sem lépett túl. Tény és való, hogy a nyugat-európai, észak-amerikai intézményekkel összehasonlítva, a magyar intézmények hihetetlen késéssel kezdhették meg a munkát. A New York-i múzeumok egy csoportja mára az 1960-as évek végén megalakította a *Museum Computer Network* elnevezésű hálózatot, amely a múzeumok számítógépesítésével kapcsolatos információk gyűjtőhelyeként szolgált,²²⁰ vagy egy kevésbé ismert példa: Finnország múzeumaiban már az 1970-es évektől megjelentek a számítógépek. Ezzel szemben Magyarország 1981-ben az intézményi számítógépek és adatbázisok szinte teljes hiánya miatt nem tudott bekapcsolódni a CIDOC (International Committee for Documentation of the International Council of Museums)²²¹ konferenciája után egy nemzetközi hálózatba. Annak ellenére sem, hogy 1989-ben a Nemzeti Múzeumban beindulhatott az első komolyabb adatbáziskezelő-rendszer, a MIDAS múzeumi integrált dokumentációs adatkezelő szoftver, a közgyűjtemények informatikai felszereltsége még sokáig nem engedte meg a komolyabb digitalizációs munkát.²²² A Művelődési és Közoktatási Minisztérium késhegyig menő viták után csak 1990 októberében döntött a múzeumok nyilvántartási feladatainak elvégzésére alkalmas szoftverek beszerzéséről.²²³ Erre azért is szükség volt, mert a rendszerváltást követően aztán mind több múzeum tekintette fontosnak, hogy nyilvántartási feladatai ellátásához a számítástechnikát hívja segítségül. Az informatika iránt elkötelezett múzeumi kollégák jóvoltából egyre több adatbáziskezelő-rendszer bukkant fel, mint például a Nemzeti Múzeum INGRES-alapú adatbázis-kezelője vagy a Szabadtéri Néprajzi Múzeumban fejlesztett, DOS-alapú Textar. A sporadikusan tapasztalható kezdeményezések azonban még nem voltak elegendők egy országos rendszer kialakítására, így az 1996–1997-ben tervezett MAMA – Magyar Múzeumok Adatbázisa még nem tudta létrehozni a központi, kereshető adatcentralizációra épülő platformot. Hasonlóan kudarcot szenvedett a 2003-ban létrehozott Nemzeti Digitális Adattár vagy a gyűjtemények számára ingyenesen elérhető Múzeumi

²¹⁹ Fejős 2017, 111. 1. gyűjteményi nyilvántartás számítógépesítése; 2. gyűjtemények elektronikus hozzáférése; 3. digitálisan tárolt anyagok rögzítésének dilemmája; 4. közösségi média megjelenése.

²²⁰ Williams 2010, 18.

²²¹ Rezi 2010, 240.

²²² Korek József 1988-as muzeológiai tankönyve arról tájékoztat, hogy hazánkban az első kísérletet – a céltörténeti anyag nyilvántartásával – Éri István végezte el a Veszprémi Egyetemen együttműködve, mintegy 12 ezer múzeumi és levéltári adat feldolgozásával, negyven muzeológus részvételével, elsősorban a feldolgozó lapok kiállításával. Korek 1988, 161.

²²³ Bodó 1990, T. Bíró 1990, 2008.

Nyilvántartási Rendszer (MNYR, a 2.0-s verziótól kezdve a MINAS múzeumi integrált nyilvántartási adatbázis szoftver).²²⁴ A könyvtárakkal és a levéltárakkal ellentétben a múzeumok gyűjteményi anyagainak sokfélesége, a nyilvántartás hiányosságai ma is megnehezítik az egységes adatfelvételt, az egységes tezauszrendszer kialakítását.

A 21. század első évtizedében mégis elindult egy lassú szemléletváltás, kevés olyan eredményes projekt volt azonban, mint például a Szabadtéri Néprajzi Múzeum 2003–2004-ben elvégzett digitalizálási programja,²²⁵ valamint a PIM-ben kialakított *Egységes múzeumi elektronikus szolgáltatási környezet*. Ez utóbbi az intézményen belül egységes integrált rendszer bevezetését, újfajta webes megjelenést, a múzeumhoz kötődő társportálok összekapcsolását, digitális megoldásokat, eszközparkot, a fizikai térben megépülő kiállítások virtuális támogatását, virtuális kiállítások létrehozását jelentette az évtized második felében.²²⁶ Az ad hoc pályázatok, céltámogatások sikertelensége után a Magyar Nemzeti Múzeum kapta meg 2008-ban kiemelt feladatként „a múzeumokban őrzött kulturális javak digitalizálásával összefüggő, országos szintű módszertani és koordinációs tevékenységet”, ennek egyik eredménye a már említett Digitalizálási Bizottság létrejötte.²²⁷ Ugyancsak 2008-tól pedig már a nemzetközi projekteknek is van magyar múzeumi résztvevőjük. Az ekkor induló ATHENA projektben már ott a PIM, amelyhez két év múlva csatlakozik a Szépművészeti és a Magyar Nemzeti Múzeum is.²²⁸ 2011 októberében jött létre Magyar Nemzeti Múzeumban a Központi Múzeumi Igazgatóság jogutódjaként az Országos Muzeológiai Módszertani és Információs Központ (OMMIK), amelynek számos ágazati feladatköre mellett a múzeumokban őrzött kulturális javak digitalizálásával összefüggő országos szintű módszertani és koordinációs feladatokat is el kell végeznie.²²⁹ Az intézménynek köszönhető többek között az évről évre Budapesten megrendezett MuseumDigit nemzetközi konferencia, ahol nemcsak a különböző szolgáltatók és szakemberek találkozhatnak, hanem olyan nemzetközi hírű szaktekintélyek is felléptek, mint a már sokszor idézett brit Ross Parry professzor. A szakmai eseményre azért is különösen nagy szükség volt, mert néhány év alatt az ország múzeumai között a digitalizáció kérdésében mérhetetlen távolság alakult ki. Míg néhány nagy országos múzeum nemzetközi szintű, online kereshető nyilvános adatbázisokat hozott létre, amelyeket a robbanásszerűen fejlődő közösségi médiában, web 2.0-s felületeken is progresszív módon alkalmazott, addig

²²⁴ 2008-ban a MUNYIR-t a magyar múzeumok közül elsőként a Magyar Nemzeti Múzeum auditáltatta, ez egyben az első hivatalos nyilvántartórendszer-auditálás is volt Magyarországon.
<http://www.nefmi.gov.hu/kultura/muzeumi-nyilvantartasi/muzeumi-nyilvantartasi> – Utolsó letöltés: 2021. 09. 18.

²²⁵ Bereczki 2005, 2007.

²²⁶ Bánki 2010b.

²²⁷ Rezi 2010, 241.

²²⁸ Bánki 2008a.

²²⁹ Sz. Fejes 2016.

számos intézményben az alapvető informatikai eszközök sem voltak elérhetőek a munkatársak számára.

3.2.3. A KDS évtizede

A folyamatokat az évtizedet záró 2010-es kormányváltás terelte új mederbe, amelynek egyik nyitánya a már említett 2011-es törvénymódosítások és a 2016-ig működő MaNDA létrehozása. A kormánypártok nemzeti eszmére épülő politikája a kulturális örökség digitalizációjában és nemzeti aggregációjában meglátta a virtuális nemzetegyesítés és a nemzeti reprezentáció ideáját, valamint annak lehetőségét, hogy a nyelvi és kulturális közösség minden tagja számára biztosítani tudja a kulturális értékekhez és tartalmakhoz való hozzáférést.²³⁰ Mindezt az Európai Unió is sürgette, az Európai Tanács 2010. november 18–19-én tartott ülésén meghatározott, 2011–2014-ig terjedő kulturális munkaterve hangsúlyozza a digitalizálás területén az összehangolt fellépés szükségességét: „Európának sürgősen cselekednie kell a digitalizálás és digitális megőrzés előnyeinek kiaknázása érdekében.” Az ajánlás felhívja a figyelmet arra, hogy a digitalizálás fontos anyagokkal látja el a kreatív iparágakat, amelyek az EU GDP-jének 3,3 százalékát és foglalkoztatásának három százalékát adják.²³¹ Mindezzel párhuzamosan a társadalom teljes egészét átható digitális forradalom és a muzeológia nemzetközi trendjeinek változása sem volt figyelmen kívül hagyható, így a különböző pályázatok, támogatások hatására felgyorsult a magyar múzeumi digitalizáció fejlődése is. A kormányzat Nemzeti Infokommunikációs Stratégiája 2014–2020, majd a Digitális Jólét Program (DJP) azon belül Magyarország Digitális Oktatási Stratégiájával (MDOS) összehangolt, 2017-ben elfogadott KDS célja, hogy országosan biztosított legyen a nemzeti kulturális kincs, a közgyűjteményi tartalmak minél szélesebb körű, akadálytalan hozzáférése a felhasználók számára.

A KDS nemcsak a jövő feladatait tűzte ki, hanem feltárta a közgyűjteményi területek, így a múzeumok 2015-ig elért digitalizálási eredményeit is. A múzeumok ekkor 1,2 millió digitalizált tételt mondhattak magukénak, amely nyolc százaléka volt a teljes digitalizálandó állománynak. Azt is megállapította, hogy míg a digitalizált könyvtári és levéltári állomány nagy hányada elvben hozzáférhető bárki számára, a múzeumok vonatkozásában a digitalizálási tevékenység társadalmi realizálása alacsony hatásfokú, a digitalizált múzeumi állomány 91 százaléka nem volt hozzáférhető. Ennek okát a stratégia kidolgozói részben abban látták, hogy a múzeumi műtárgyak digitalizálási folyamata lassabb és körültekintőbb eljárást kíván, mint a

²³⁰ Lásd Nemzeti Névtér leírása: <http://abcd.hu/2019/05/13/a-nemzeti-nevter-ertelmerol-es-hasznarol/> – Utolsó letöltés: 2021. 08. 26.

²³¹ Forrás: KDS 8. <https://digitalisjoletprogram.hu/files/27/c4/27c41541fb75cfb0bfd4ceb02385fb4e.pdf> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 01.

másik két területé, ugyanakkor arra is felhívta a figyelmet a dokumentum, hogy szemléletváltásra van szükség. Az intézmények a digitalizálásban a megőrzés egyik hatékony eszközét fedezték fel, és a digitalizálásra elsősorban a biztonság és nem az érdeklődés, illetve a kutatási igények kielégítése okán került sor. A stratégia alkotói szerint ezért is egyértelműen meg kell határozni az egyes felhasználói igények szerint kialakítandó csoportokat, legyen szó közoktatásról, felsőoktatásról, közművelődésről, tudományos kutatókról vagy a kreatíviparról. A közgyűjteményeknek nemcsak a műtárgyaikat kell digitalizálniuk, nem csupán gyűjteménykezelő rendszereket kell kialakítaniuk, hanem a felhasználói igények ismeretéből kiindulva úgy kell megtervezniük a szolgáltatott tartalmat és annak felhasználhatóságát, hogy az valóban segítse a potenciális felhasználót speciális céljai elérésében, legyenek ezek rekreációs, oktatási vagy gazdasági jellegűek. Azaz a közgyűjteményeknek a kulturális örökség őrzőiből a kulturális örökség első számú, autentikus, forrásértékű megosztóivá kell válniuk, hogy az emberek könnyebben juthassanak hozzá olyan tudáshoz, amely egyéni élethelyzetüket javítja.²³² Éppen ezért vált kiemeltté a már korábban említett ráta, miszerint 2020-ig a Digitális Oktatási Stratégiához igazodva jelentős arányban kellett emelkednie a közgyűjteményi tartalmakra épülő digitális tananyagok és a tartalomszolgáltatását igénybe vevő felhasználók számának. 2025-ig, a megvalósítás második szakaszában pedig az audiovizuális archívumok tartalomszolgáltatásának teljes körűvé válása éppúgy elvárás, mint a Kárpát-medence egész területén működő webarchiválás (webaratás) szolgáltatás.

Ha ismét elővesszük a Fejős Zoltántól már idézett négy lépcsőt, a KDS alapvető célja, hogy a múzeumok többsége elérje a legmagasabb szintet, azaz a közgyűjteményi tartalmak sikeresen integrálódjanak a web 2.0 világába. A stratégia a megvalósítás érdekében elvileg szakmai és anyagi segítségek rendszerét rendelte az ágazati feladat megvalósításához. A Közgyűjteményi Digitalizálási Stratégia múzeumi ágazati aggregátora a Magyar Nemzeti Múzeum és a Szépművészeti Múzeum lett, azonban 2020 óta a Digitális Bölcsészeti Központnak (DBK) is feladata a tervezet megvalósítása, felügyelete és összközgyűjteményi koordinálása.²³³

A Petőfi Irodalmi Múzeum által létrehozott központ 2020-as létrejötte nemcsak azt jelzi, hogy a hazai közgyűjteményekben zajló digitalizáció, tartalom- és szolgáltatásfejlesztések támogatására, koordinálására és dinamizálására, az ezzel kapcsolatos problémák megoldására, ellentmondások áthidalására ismét egy új intézmény jött létre, hanem a szervezet új tónusokkal kiegészülő missziója – kapcsolatépítés a kreatíviparral, turizmussal –, valamint szakmai

²³² Forrás: KDS 41. <https://digitalisjoletprogram.hu/files/27/c4/27c41541fb75cfb0bfd4ceb02385fb4e.pdf> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 01.

²³³ A fejezet a 2021. augusztusi helyzetet tükrözi.

specifikációja – humáninformatika, digitális bölcsészet – arra is utal, hogy a magyarországi múzeumi digitalizáció lényeges határkőhöz érkezett. A magyar múzeumok, legalábbis jelentős részük, digitalizációs tevékenysége alatt már nem egyedül a számítógépes nyilvántartás, az adatbevitel, a szkennelés vagy a két- és háromdimenziós adatfelvétel, adatbázis-építés kérdéseit érti, hanem egyre fontosabb szerepet játszik a területen a már létrejött digitális adatállomány fejlesztése, aggregációja, hasznosítása, disszeminációja, megjelennek benne a globalizált világ polgárainak sokrétű igényei, a posztdigitális vagy a disztributív múzeum modelljének ismérvei. A múzeumi területre is koncentráló digitális bölcsészet ma már önálló tudományág, amely számítógépes technológiákat használ bölcsészeti és társadalomtudományi kutatások során. A PIM digitális bölcsészeti központjának így elsődleges feladata, hogy olyan platformot fejlesszen, amely egységes irodalomtudományi és nyelvtechnológiai kutatói környezetet jelent az irodalomtudomány, a nyelvtudomány és más humán tudományok számára, továbbá lehetőséget teremt digitális szövegtörzsek publikálására, nyelvtechnológiai elemzések elvégzésére, adatvizualizációk létrehozására, illetve born digital (digitálisan született) szöveges tartalmak feldolgozására és közzétételére. A központ másik missziója a humáninformatikai csoport hatásköre. Ők egyrészt a PIM gyűjteménykezelő rendszerének, illetve az intézmény által épített adatbázisoknak a karbantartásáról gondoskodnak, másrészt országos szintű koordinációt, illetve intézményközi együttműködést megvalósítva a közgyűjteményi ágazat új technológiáinak, jó gyakorlatainak felkutatására, közzétételére törekednek, valamint támogatják, felügyelik a Közgyűjteményi Digitalizálási Stratégia megvalósulását. Céljuk a terület szabványosítási feladatainak ellátása, valamint a 2019 májusa óta béta verzióként megtekinthető Nemzeti Névtér²³⁴ építése és gondozása. Ha ez utóbbi megvalósul, a magyar közgyűjtemények lassan harmincéves vágya teljesül: számos kudarc után olyan platform jöhet létre, amelyen a különböző kulturális gyűjteményi adatbázisok összeérnek. Azaz olyan integrált online felület készülhet, ahol jelenleg földrajzi, személyi és testületi nevekre keresve egyszerre kapunk adatokat az ország különböző, lokális, intézményi és országos adatbázisaiból. Hasonlóan régi álmom a Nemzeti Értéktár megvalósítása.²³⁵ A Nemzeti Turisztikai Ügynökséggel együttműködve 2020 őszén indult el egy olyan georeferált, online felület kialakítása, amely a magyar nemzeti értékek körét egységes keretrendszerbe foglalva mutatja be és teszi széleskörűen elérhetővé.

Az új intézmény létrehozása ezért azt is jelenti, hogy míg a közgyűjtemények egészét felölölő Névtér kidolgozásán a Petőfi Irodalmi Múzeumhoz kapcsolódó DBK dolgozik, addig

²³⁴ Nemzeti Névtér BÉTA. <http://abcd.hu/>. – Utolsó letöltés: 2021. 10. 17.

²³⁵ Nemzeti Értéktár. <https://pim.hu/hu/digitalis-bolcseszeti-kozpont/nemzeti-ertektar> – Utolsó letöltés: 2021. 10. 17.

a Magyar Nemzeti Múzeum OMMIK-ja működteti a múzeumi ágazat aggregációs szolgáltatását, a közös keresőfelületet biztosító MuseuMapet, hogy ezzel is segítse a múzeumokban keletkezett digitális műtárgyadatok mind szélesebb körben történő online megjelenését. A szolgáltatáshoz kapcsolódó intézmények meghatározott adatai – igény szerint – a MuseuMapen keresztül automatikusan feltöltődnek és kereshetővé válnak az Europeana portálon is. Az aggregációs szolgáltatás kiépülésével lehetőség nyílik a magyarországi muzeális intézmények koncentrált, egy helyen kereshető online hazai megjelenésére és az európai szinten kereshető magyar műtárgyadatok számának szignifikáns növelésére.²³⁶ A KDS megvalósításához szükséges források azonban már akadoznak, ezért az ágazatnak egy hároméves mintaprojektet kellett kidolgoznia, amelyben a Szépművészeti Múzeum–Magyar Nemzeti Galéria feladata a digitális gyűjteményfejlesztés, a Magyar Nemzeti Múzeum a jó minőségű digitális objektumokat és műtárgyrekordokat fogadja és szolgáltatja a MuseuMap portálon. A közgyűjtemények ezenkívül segítséget kaphatnak a gyakorlati digitalizációs munkájukban is, például egy mobil digitalizációs labor házhoz megy, és ingyenesen digitalizálják a múzeumok műtárgyait. A labor szakemberei nem csupán nagy felbontású digitális műtárgyfotókat rögzítenek, hanem lehetőséget biztosítanak a műtárgyak 3D-modelljeinek elkészítésére is. Többek között ennek is köszönhető a tárgyak kép vonatkozásai, a metaadatok minősége lassan javul. De Kómár Éva arra is felhívta a figyelmet, hogy a műtárgydigitalizálás minősége nagyban függ a digitalizáló eszközök paramétereitől, csak néhány múzeum rendelkezik megfelelő reprodukciók létrehozásához szükséges infrastruktúrával. A KDS-projektben eredetileg több mobil digitalizáló labor felállítását tervezték, de végül csak egyetlen létrehozására volt elég forrás. A Szépművészeti Múzeum által készített fotók és 3D-modellek kiváló minőségűek, ám a műtárgyakhoz tartozó leírások sokszor csak jelentős késéssel készülnek el intézményi részről. Megfelelő kontextus híján a továbbhasznosítás csak nehezen valósítható meg.

A források azonban az eredmények ellenére és a KDS-t támogatandó Digitális Bölcsészeti Központ létrehozása ellenére is tovább csökkentek, 2020-ban az előző évi keret csupán 47 százalékát kapták meg, ami nem tette lehetővé a tervezett fejlesztések folytatását. Pedig fontos lenne az aggregáció és a szolgáltatás fejlesztése, mivel a befektetett munka eredménye ezeken a platformokon mutatható meg a közönség számára. Az OMMIK 2019-re kidolgozott *Fehér Könyv – Módszertani útmutató a közgyűjteményi kulturális örökség digitalizálásához és közzétételéhez* című segédlethez kapcsolódó workshopjai is hasznosnak bizonyultak, lényeges szerepet játszanak a múzeumi dolgozók szemléletformálásában, a

²³⁶ Sz. Fejes 2016.

hátrányos helyzetben lévő intézmények felzárkózásában. A képzésnek külön jelentőséget adott a koronavírus-világjárvány, amikor az online tartalomközlésre koncentráló bezárt intézmények munkatársai webináriumokon kaptak szakmai segítséget. Hasonlóan fontos volt a 2021-es *Gyűjteményi nyilvántartások* képzés, ahol ezeröttszáz szakember fejlődhetett.

3.2.4. Intézményi szerepcserék

A közgyűjtemények digitalizációját támogató intézmények változékonysága és állandósága kapcsán nem szabad elfeledkezni a MaNDA-ról, arról a Magyar Nemzeti Digitális Archívumról, amely a 2010-es évek első felében a múzeumi digitalizációról szóló közbeszédben meghatározó szerepet játszott, mára azonban megszűnt. Az intézmény sorsáról vezetőjét, Lovas Lajost kérdeztük, aki így fogalmazott: „Az egyes központi hivatalok és költségvetési szervi formában működő minisztériumi háttérintézmények felülvizsgálatával összefüggő jogutódlásról, valamint egyes közfeladatok átvételéről szóló 378/2016. (XII. 2.) Korm.rendelet a kulturális javak digitalizációjával kapcsolatos – korábbiakban a szakmai jogelőd Magyar Nemzeti Digitális Archívum és Filmintézet által ellátott – közfeladatok ellátásának folytatására, a 100 százalékos állami tulajdonban álló Forum Hungaricumot jelölte ki. A szakmai jogelőd Magyar Nemzeti Digitális Archívum és Filmintézetnek törvény írta elő alapvető digitalizációs feladatait, ilyen jogi háttérrel a Forum Hungaricum nem rendelkezik.”

A Forum Hungaricumot irányító szakember arra is felhívta a figyelmet, hogy a szervezet továbbra is részt vesz a kulturális javak digitalizálásában, a kulturális digitális adatbázisok metaadat-sztenderdjeinek és nyilvántartó rendszereinek egységesítésében, a nemzeti kulturális digitális kataszter kialakításában és a Közgyűjteményi Digitalizálási Stratégia végrehajtásában. Az olyan, európai uniós forrásból finanszírozott, folyamatban lévő és fenntartási kötelezettséggel terhelt projekteket is folytatja, mint a térinformációra, kiállításokra fókuszáló Digitális Erőmű, a Nemzeti Filmtörténeti Élménypark vagy a közfoglalkoztatási program. A Forum Hungaricum a KDS-ben is részt vállal, a projektben az „Egyéb intézmények, kiemelten egyházi fenntartású intézmények” aggregátoraként szerepel. „Ha mérleget kellene vonni a MaNDA 2013 és 2016 közötti tevékenységéről, azt mondhatnánk, hogy noha elmaradt az egységes országos digitalizálási stratégia megteremtése; és az eszközpark differenciált fejlesztésére is szükség lett volna; mindenképpen az erősségek közé tartozik, hogy a MaNDA DB aggregációs adatbázis megvalósult; az Europeana-export szabványos alapokra került, kiépült az automatizált folyamatot biztosító infrastruktúrája; a hazai gyakorlatban pedig terjesztette a digitális tartalmakhoz rendelt jogi információk alkalmazását. Az alapítványi, egyházi gyűjteményekben, kulturális feladatokat ellátó intézményekben, civil és művészeti szervezeteknél a MaNDA megjelenéséig jellemzően nem zajlott tömeges és tervszerű

digitalizáció. Összességében a MaNDA tevékenysége – mind a részvétel feltételeit illetően, mind informatikai értelemben – fontos tanulságokkal szolgált és – a fentebb mondottakkal egyetemben – országszerte sok helyen elősegítette a digitalizálást” – fogalmazott Lovas Lajos, aki azt is kiemelte, a magyarországi aggregátorok közül a Forum Hungaricum exportálta a legtöbb (424 998) magyar kulturális elemet az Europeanába.

3.2.5. Változó aggregátorok

A múzeumi aggregáció különösen fontos területe a múzeumok digitális világának: ezek azok az online elérhető felületek, ahol leginkább, akár globális szinten, szakmailag ellenőrzött módon megvalósulhat a hipertextualitás, a hipermedialitás és az interkonnektivitás. Az eltérő nemzeti és hazai felületek lehetőséget biztosítanak, hogy a különböző jellegű, háttérű tartalmak összekapcsolódjanak, összehasonlíthatóvá váljanak, áttörve az intézményi falakat, legyőzve a földrajzi távolságokat. Talán a legnevesebb ilyen felület a 2021. szeptember 21-én 62 447 774 európai műalkotást, műtárgyat, könyvet, videót és hanganyagot összekötő Europeana. Az Európai Digitális Könyvtár, az Európai Unió multimédiás elektronikus könyvtára 2008-ban kezdte meg működését. A rendszer tartalomkezelése alapvetően crossdomain jellegű, tehát az oldal csak fogadja az egyes objektumokhoz tartozó metaadatokat, keresőfelületté integrálja azokat, majd a sikeres keresést követően már átirányítja a felhasználót az adott intézmény oldalára, tehát a tényleges tartalomszolgáltatás és az ahhoz kapcsolódó feladatok az egyes intézmények hatáskörében maradnak. Az Europeanához hasonlóan működik a Deutsche Digitale Bibliothek (Német Digitális Könyvtár), amely Németország legnagyobb tartalomszolgáltatási vállalkozása. A projekt mögött neves intézmények állnak, az adatokat könyvtárak, levéltárak, múzeumok, tudományos és művészeti intézetek, kép- és mozgóképarchívumok szolgáltatják.²³⁷

Magyarországon aggregátori szerepet a MuseuMapen és a MaNDA DB-n kívül a MúzeumDigitár (csak digitárfelhasználók tartalmi) és a Hungaricana tölt be. A 2014-ben indult MúzeumDigitár révén kisebb gyűjtemények is bekapcsolódhatnak minimális költséggel a digitális publikációba. A német fejlesztésű szoftver 2009-ben kezdte meg vándorútját, azóta csaknem hatszáz múzeum, két és fél ezer gyűjteményét és több százezer műtárgyát tömöríti. A rendszer 2019-re a magyar közgyűjteményi szféra egyik leginkább elterjedt szoftverévé vált, 105 magyar köz-, illetve magángyűjtemény és négy külföldi intézmény (Erdélyben és az Egyesült Államokban) adataival. A 2015-ben az Országgyűlési Könyvtár, Budapest Főváros Levéltára és az Arcanum Adatbázis Kft. összefogásával elindított Hungaricana is múzeumi

²³⁷ Forrás: KDS 9. <https://digitalisjoletprogram.hu/files/27/c4/27c41541fb75cfb0bfd4ceb02385fb4e.pdf> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 01.

digitalizált tartalmak sokaságát vonultatja fel. Az oldal számos olyan újszerű kezdeményezést valósított meg, mint a közösségi közreműködést, a „crowdsourcing”-et lehetővé tévő működést vagy a sikeres Google-optimalizációt. A modell rendkívül eredményes volt, például 2016 júliusában a Hungaricanát majdnem annyian látogatták, mint ez Europeanát a világ bármely szegletéből összesen.²³⁸

Fonyódi Krisztián még egy 2016-os beszélgetésünk során hívta fel a figyelmemet arra, hogy az aggregációs modell nem minden esetben váltotta be a hozzá fűzött reményeket.²³⁹ Ahogy az általa kezdeményezett, nemzetközi szakértőkkel folytatott levelezésből kiderült, a fejlesztők nem számoltak azzal, hogy a felhasználók nem alkotnak homogén közösséget, a múzeumi szakembereknek és a nagyközönségnek különböző tartalmi igényeik, elvárásaik vannak. Egy angol aggregációs portál webes látogatói viselkedést vizsgáló statisztikája kimutatta, hogy az átlagos webes látogató maximum egy tárgyra keres rá, majd elhagyja az oldalt. Tehát az aggregációs modell megalkotásában lényegesnek vélt webes látogatói magatartás, az úgynevezett „böngészés” nem életszerű, a platformokon található tartalmak pedig nem láthatók az online keresőmotorok számára. Mindez a látogatószámokból is kiderül, akár az Europeana, akár a német Deutsche Digitale Bibliothek esetében. A 2013. januári 1,411 millió látogatáshoz képest 2016 szeptemberében már csak 296 ezer látogatót regisztráltak az Europeanán. 2016 szeptemberében az alábbiak szerint alakultak az Europeanát használók havi látogatottsági adatai: Németország: 25 676 fő, Franciaország 15 157 fő, Nagy-Britannia 23 321 fő, Olaszország: 15 644 fő.²⁴⁰ Ugyancsak problémát okoz, hogy egy múzeumi aggregátorhoz az intézmények önmaguktól nem csatlakoznak, megnyerésük sok munkába kerül. Holott a Göcseji Múzeum informatikusától, Hajós Bálinttól tudjuk, hogy számukra fontos lehetőség, hogy a MuseuMapre felkerült 31 ezer tárgyuk, 190 ezer rekordjuk egyúttal a nemzetközi Europeanára is felkerülhet, vagy a tartalmaikkal részt tudnak venni tematikus virtuális kiállítások létrehozásában. Az informatikus azt is kiemelte, hogy nekik nem jelent pluszmunkát az adatok feltöltése: a muzeológusok ugyanabban a rendszerben (Huntéka-M), ugyanúgy dolgoznak, a háttérben a programok az adatcserét megoldják. Ez egy jó példája annak, miért fontosak a szabványos adatformátumok.

Többen azonban felróták éppúgy a MuseuMapnek, mint az Europeanának, hogy a hipermediális és globális kontextusuk ellenére tartalmaik nem elég vonzóak, nem mérhetőek például a virtuális térélményre és a nagy felbontású, a műalkotások múzeumi környezetben alig

²³⁸ Forrás: KDS 17. <https://digitalisjoletprogram.hu/files/27/c4/27c41541fb75cfb0bfd4ceb02385fb4e.pdf> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 01.

²³⁹ A kérdésben kialakult vitáról, eltérő tapasztalatokról lásd Berényi 2018, Sz. Fejes–Kómár 2018.

²⁴⁰ Forrás: KDS 9. <https://digitalisjoletprogram.hu/files/27/c4/27c41541fb75cfb0bfd4ceb02385fb4e.pdf> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 01.

érzékelhető részleteit virtuálisan bemutatható, 2011-ben indult Google Art projekthez. Éppen azért az elmúlt időszakban számos disszeminációs fejlesztés történt az Europeanán és a hazai MuseuMapen. Az utóbbi felületen a már említett mintaprojekt keretében mesterséges intelligencia alapú színesítő adatelemző fejlesztés készült, amely lehetővé teszi a színek szerinti keresést, valamint egy mesterséges intelligencia alapú múzeumajánló applikáció (MuseumON). A mintaprojektben előírt és tavaly digitalizált 11 ezer új digitális rekord és kétszáz darab 3D-objektum publikálása folyamatos az aggregációs portálon, amelyhez egy új oldal is csatlakozott, a virtuális kiállításokat, oktatási tartalmakat, 3D-objektumokat megjelenítő MuseumapGallery. Mindez azt is eredményezte, hogy 2020-ban a felhasználók számának növekedése mellett 41 új partner is csatlakozott a szolgáltatáshoz. A Forum Hungaricum felületén is gyarapodik a hetente megújuló virtuális kiállítások és a digitális tartalmakra fókuszáló, azokat új kontextusba helyező, a közösségi médiában is megosztott ismeretterjesztő írások száma, sőt a MúzeumDigitárhoz is kapcsolódik egy *Themator* nevű alkalmazás, amelynek segítségével történetek mentén népszerűsíthetők a gyűjteményi tárgyak. A változás jelzi, hogy már nem elégszenek meg a felhasználók azzal, hogy kulcsszórendszerrel, címkék alapján fedezzék fel a különböző kapcsolódásokat, hanem látványos megoldásokra tartanak igényt.

Hogy a látogatószám-növekedés a fejlesztéseknek köszönhető-e, már nem tudjuk meg. A pandémia felülírta a trendeket. Az Europeana statisztikai adatai szerint 2019-hez képest 2020-ban 34 százalékkal, 4,79 millióról 6,25 millióra nőtt a nemzetközi közgyűjteményi weboldal látogatottsága. Közlésük szerint partnereik is hozzájuk hasonlóan kiugró emelkedést tapasztaltak 2020 márciusában.²⁴¹ Ez Magyarországon is tapasztalható volt: a MaNDA DB-n az oldalmegtekintések száma például a 2019-es 1,86 millióról 2,58 millióra nőtt. Ami viszont biztos, az aggregátorok lehetőséget, mintát nyújtanak adatszolgáltatóiknak, hogy milyen tartalomtípusokkal lehet élményszerűvé, interaktívvá, felhasználóbaráttá tenni a digitális adatállományokat.

3.2.6. Gyűjteménykezelő rendszerek

„A muzeológusszakmában evidencia lett, hogy a korszerű szakmai munkához hozzá tartozik az informatika, beleértve a gyűjteménykezelő rendszerek, szakértői adatbázisok, online tartalomszolgáltatások és a kiállítási informatika területét. Amíg egy évtizeddel ezelőtt az intézményeknek csak egy szűkebb, főleg az országos múzeumokra korlátozódó köre látta

²⁴¹ Europeana DSI-4_C.2_C.3 Users and usage report_M30.pdf
https://pro.europeana.eu/files/Europeana_Professional/Projects/Project_list/Europeana_DSI-4/Europeana%20DSI-4_C.2_C.3%20Users%20and%20usage%20report_M30.pdf Utolsó letöltés: 2021. 11. 28.

ezeket elengedhetetlennek, addig mára a szakma döntő többsége számára ez világossá vált. Ennek fényében meghatározódott a múzeumi informatikai szolgáltatások száma, és minőségük is jelentősen fejlődött” – mondta Bánki Zsolt, aki azonban problémának érzi, hogy nem alakult ki idehaza gyűjteménykezelői szoftverpiac. A magyar múzeumi számítógépes rendszerek közül legtöbben Huntékát használnak, többen Monarit, és 2020-ban a Duna Múzeum is lecserélte saját fejlesztésű KataLIN-ját MúzeumDigitárra. Katona Júlia azonban figyelmeztet: „a hazai fejlesztésű rendszereknél a nemzetközi szabványok integrálása, pár kivétellel, az esetek többségében hiányzik vagy problémát jelent.” A Monari a Néprajzi Múzeum honlapján jelen pillanatban is több százezer műtárgy közötti nyilvános keresést tesz lehetővé, a felhasználókat azonban türelmetlenné teheti a rendszer rugalmatlansága. „A Monari természetesen sokat fejlődött, ami elsősorban a strukturális felépítésében érhető tetten. Új mezők, új adatbázisok, keresések lettek, de ez mind a struktúra javára írható. Mivel az alapok, a SQL-motor és maga filozófia nem változott, így továbbra sem tudja azokat az automatizmusokat elvégezni, amelyek a 21. században már elvárhatók lennének. Továbbra sem felhőalapú, weboptimalizált rendszerben épül. Ennek következtében a külső megjelenésben, kezelőfelületében sem történtek lényegi változások” – fogalmazott Odler Zsolt.

A nemzetközi fejlesztésű múzeumi integrált gyűjteménykezelő rendszerek közül a Szépművészeti Múzeum továbbra is a The Museum Systemet, a Ludwig Múzeum a MusemPlust használja. Ez utóbbit már a Magyar Műszaki és Közlekedési Múzeum is megvásárolta. Ugyanakkor egyre többen veszik igénybe a MúzeumDigitárat, amely olyan külföldi, felhőalapú integrált gyűjteménykezelő rendszer, amely egyben az online publikálást is megoldja, egyszerűsíti. Kómár Éva ugyanakkor arra is felhívta a figyelmet, hogy a „külföldi szoftvereket használó gyűjtemények egyike sem ment át még sikeres audit vizsgálaton, mivel a nemzetközi rendszereket nem a hazai szabályozási környezet alapján fejlesztették. Természetesen a múzeumok bármilyen szoftvert használhatnak, hivatalos nyilvántartás azonban csak akkor vezethető digitálisan, ha az audit vizsgálat után a minisztérium engedélyt adott az átállásra.” És persze a szoftver sem minden, ahogy Hajós Bálint meg is jegyezte, abból nem derül ki, hol milyen a gyűjtemény digitális feldolgozottságának a mértéke. Sőt az sem biztos, hogy bizonyos szoftvereket használva egy gyűjtemény auditált lenne, hiszen ez utóbbit vizsgálják, nem a számítógépes rendszert. Ugyancsak ő mutatott rá, hogy a számítógépes nyilvántartást szabályozó rendelet hamarosan betölti a huszadik életévét. Az utóbbi években egyre több intézményben válik mindennapossá a gyűjteménykezelő rendszerek használata, és mind több intézményben merül fel, hogy felhagy a papíralapú nyilvántartással, és áttér a digitális rendszerre, ehhez azonban érdemes lenne összehangolni a kortárs igényeket, lehetőségeket és a nagykorúvá vált szabályozást. Bizakodásra ad okot Kómár Éva, aki jelezte,

hogy a múzeumi informatikai szakfelügyelet dolgozik az auditálási eljárás módosításán, valamint a számítógépes nyilvántartásra vonatkozó szabályozás frissítésén.

3.2.7. Tárgynevek, leírórendszerek, névterek

A múzeumi nyilvántartások, adatbázisok fejlesztésének egyik legnagyobb akadálya, ha az adott intézmény gyűjteményeiben nincs egységes tárgyszórendszer, szakterületenként mások a hagyományok. Mindez a hipermediális kontextust támogató, különböző metaadatkeresők, adatcentralizálóra épülő platformok kialakítását is sokáig akadályozta. „Az utóbbi években – a képzéseknek és a módszertani kiadványoknak köszönhetően – sikerült felhívni a muzeológus munkatársak figyelmét az intézményi rendszerben kezelt közös szótárak, tárgyszólisták egységes használatára, a folyamatos karbantartás (duplumszűrés, homonimák kezelése, kiegészítő adatelemek felvétele stb.) jelentőségére” – mondta Kómár Éva, aki azt is hozzátette, problémát jelent, amikor konverzió után több szegmentált adatbázisból képződnek az intézményi névterek, szótárak. Nagyságuktól függően akár több évet is igénybe vehet a manuális tisztításuk. A Magyar Nemzeti Múzeum szakembere arról is beszélt, hogy még mindig nem szűnt meg az igény, hogy legyenek – a különböző diszciplínák szakértői által jóváhagyott – intézmények feletti, többnyelvű tárgyszólisták, amelyeket az ágazati aggregátor vagy az egyik módszertani központ oldaláról le lehet tölteni. Az egész közgyűjteményi szakma várja, hogy végre elinduljon a Magyar Nemzeti Névtér szolgáltatás, amelynek használata nagyban megkönnyítené a múzeumi feldolgozó munkát is, az entitások (tulajdonnevek, köznevek) azonosításával és egymástól való megkülönböztetésével. A jól karbantartott, közösen gondozott névterek hozzájárulnak a jobb keresési eredmények generálásához és közös szolgáltatási rétegek kiépítéséhez. Ennek hasznosságát Fonyódi Krisztián is alátámasztja, hiszen az általa vezetett MúzeumDigitárnak van saját, a nemzetközi előírásoknak megfelelő, német fejlesztésű névtere személyekre, intézményekre, időbeli, földrajzi vonatkozásokra és kulcsszavakra. A MaNDA DB jelenleg szabad tárgyszórendszerrel működik, a partnerintézményeink számára azonban az OSZK Köztezaurusát ajánlja. A PIM-ben van személy-, földrajzi és tárgyi névtér is. A személynévtér publikus, a legnagyobb közgyűjteményi névtéren, a földrajzin és a tárgyin most dolgoznak, hogy a későbbiekben önállóan is publikálják az online katalógusban. Többek között angol fordításokkal is gazdagítják a műfaji tárgyszavakat.

3.2.8. A régészeti aggregáció

Sajátos helyzetben vannak a régészeti adatbázisok, amelyek nemcsak a társadalmasítás, hanem a kutatók szempontjából is komplex szerepet játszanak, nézhetjük ezt akár az egyes területeken fellelhető régészeti leletek vagy egy adott korszak fennmaradt emlékeinek

összegzése szempontjából. Nem véletlen, hogy Magyarországon a múzeumi informatika elindításában a régészek meghatározó szerepet játszottak. Kreiter Attilától tudjuk azonban, hogy az elmúlt harminc évben számos kezdeményezés futott zsákutcába. Csak az utóbbi éveket tekintve: az iparrégészeti kataszter a mai napig nincs befejezve, a Nemzeti Múzeum közetgyűjteményét tájegységenként, lelőhelyenként és közetfajták szerint összegző Litotéka a makroszkópos leírások ellenére nem tartalmaz képet és keresőt, miközben jó példa is van, a római limes lelőhelyeit tartalmazó CLIR-adatbázis.²⁴² „Hazai viszonylatban régészeti szempontból talán az MNM Régészeti Adatbázisa a legfontosabb mérföldkő, mert minden regisztrált lelőhelyet tartalmaz az összes metaadatával együtt, sőt ahol rendelkezésre áll, ott dokumentációkat is. A hazai régészeti lelőhelyeket érintő külföldi kezdeményezések közül az Ariadne programon kívül a másik legfontosabb talán az Europeana, ahol szintén számos archeológiai anyaggal találkozhatunk.

Kreiter szerint az „MNM Régészeti Adatbázisa és az Ariadne kivételével az összes felsorolt kezdeményezés hiánya, hogy kevés metaadatot tartalmaznak, és nem tartalmaznak dokumentációkat, pedig az adatbázisoknak ez adna igazán komolyabb szakmai és társadalmi szerepet” – fogalmazott a szakember. Az MNM régészeti adatbázis célja a lelőhelyek adatainak kereshetővé tételén keresztül éppen ezért az volt, hogy az érdeklődők az egyébként szétszórt régészeti adatokat, valamint a szürkeirodalmat²⁴³ egyetlen platformon, egységes rendszeren keresztül érhék el. Ezáltal a szakma, társadalom, beruházók és a döntéshozók egy helyen érhetik el az adatokat. A célok azonban csak részben valósulhattak meg. A lelőhelyek alapadatai (a téradatok kivételével), valamint a *Régészeti Kutatások Magyarországon* kötetek jelentései alapértelmezetten bárki számára hozzáférhetők, a dokumentációk és a lelőhelyek téradatai viszont csak a szakma számára láthatók, ugyancsak kontrolláltan. Vagyis az érdeklődők (társadalom) nem mélyedhetnek bele mélyebben a régészet eredményeibe. A szakemberek a digitalizálást, vagyis az adatbázis tartalmának növelését sem tudták a terveknek megfelelően elvégezni, mert nem kaptak kellő intézményi támogatást a Központi Adattár papíralapú dokumentációjának digitalizálásához, illetve a korábban beérkezett papíralapú dokumentációkhoz tartozó digitális adathordozók (CD, DVD) digitális archiválásához, még úgy sem, hogy csak a régészek beleegyezését követően teszik nyilvánossá az adatokat. Ez a hozzáállás nem egyedi, ahogy Kreiter Attila felhívta a figyelmet, a kelet-európai országok hasonló problémával küzdenek a dokumentációk nyilvánosságra hozatalában, ugyanakkor számos nyugat-európai országban vagy például Japánban az az elv érvényesül, hogy a

²⁴² Elérhetőségek: <https://archeoindustry.com/hu>, <https://clir.hu/>, <http://www.ace.hu/litot/index.html>. – Utolsó letöltés: 2021. 11. 27.

²⁴³ Ásatási jelentések, feltárási dokumentációk, térinformatikai adatok, rajzok, fotók, restaurálási dokumentációk, feldolgozási dokumentációk, leltárkönyvek, vagyis minden.

közpénzből létrehozott dokumentációk köztulajdonnak számítanak, a régésznek kötelező nyilvános nemzeti repozitóriumban elhelyezni a dokumentációt. Embargó több helyen megengedett, de előbb-utóbb a dokumentáció nyilvános kell hogy legyen.

Ettől függetlenül és a magyarországi GPS-adatokra épülő interaktív térkép hiányától eltekintve az Ariadne platform nagyon sikeres. A teljes európai anyag korszakonként szűrhető, a nemzetközi standardok alapján rögzített metaadatok könnyedén összehasonlíthatók, sőt térinformatikai fájlok is feltölthetők, így az adott lelőhely különböző korszakai rétegenként vizsgálhatók, modellezhetők lehetnek. A jövő feladata, hogy megszülessen egy olyan országos és kötelező érvényű digitalizálási és archiválási stratégia, amely szabályozza, hogyan tárolják az ország különböző múzeumaiban őrzött ásatási dokumentációkat. Ez mindenképp sürgető, mert a Kreiter által „digitális kincsnek” nevezett anyag még a szakma számára is ismeretlen, így tudományos szinten sem tud hasznosulni, a társadalmi hasznáról nem is beszélve.²⁴⁴

3.2.9. Online keresők előtt láthatatlanul

A nagy aggregációs oldalak talán legnagyobb hiányossága, hogy az ott fellelhető adatok nem jelennek meg egy egyszerű Google-keresés során, így sokszor azok a hipermediális összefüggések sem válnak a felhasználók számára felfedezhetővé, amelyek új múzeumok, gyűjtemények megismerésére ösztönöznék őket. Ehhez hasonlóan számos más múzeumi adatbázis is láthatatlan marad az internet keresőmotorjai előtt. Ritka kivétel, hogy a Ludwig Múzeum, a MúzeumDigitár vagy a MaNDA DB és az Ariadne adatai így is előbukkannak a találatok között. Most már a MuseuMap mögött is működik a keresőoptimalizálás, így a Google felől is megtalálhatók a műtárgyak. Kómár Éva kérdésemre részletesen kifejtette, hogy a „múzeumi tartalomszolgáltatók figyelmét fel kell hívni arra, hogy ma már önmagában nem elég a webes publikálás, a gyűjteményi adatbázisokból szolgáltatott tartalmakat a keresőmotorok számára is „láthatóvá”, értelmezhetővé kell tenni. Erre szolgál a szemantikus web technológia, amely nemcsak az adatokat, hanem a köztük lévő kapcsolatokat is képes definiálni. Továbbá a weben történő tartalomszolgáltatás sikerének kulcsfontosságú eleme magának a weboldalnak a keresőoptimalizálása (SEO), hogy a tartalmainkat a keresőmotorok a találati listában minél előrébb rangsorolják. Amennyiben a keresőoptimalizálás nem vagy csak nagyon alacsony szinten valósul meg, a szolgáltatott tartalmak gyakorlatilag láthatatlanok maradnak a Google felől érkező nagyközönség számára. Az adatbázisokban tárolt publikus adatok gépi értelmezése és a weboldalak keresőoptimalizálása ma már elengedhetetlen részei a múzeumi tartalomszolgáltatási stratégiának. A jövőben a múzeumi aggregációban is jóval nagyobb hangsúlyt kell helyezni a keresőoptimalizálásra, egyrészt a MuseuMap portálon, másrészt a

²⁴⁴ Részletesebben: Kreiter 2021.

digitális kompetencia képzéseken. A KDS is célul tűzte ki egy összközgyűjteményi kereső kiépítését (NAP projekt), ahol a Google „zajos” találati listájával szemben a felhasználó célzott keresést valósíthat meg a közgyűjteményi digitális tartalmak között. A közös kereső terve a mai napig megosztja a szakembereket, a szkeptikusok szerint szükségtelen a fejlesztés, mivel a közönség továbbra is a Google keresőjét használná, inkább a SEO-ra és a szemantikus web technológiára érdemes koncentrálni.”

3.2.10. Beágyazhatóság, megoszthatóság

Hasonlóan problémát okoz a digitális tartalmak felhasználhatósága szempontjából, ha egyáltalán nem vagy csak rosszminőségben oszthatók meg a különböző közösségi médiafelületeken. Ebben az esetben pedig az eltérő motivációval rendelkező felhasználók maguk járulhatnak hozzá a múzeumi platformok népszerűsítéséhez. Hasonlóan nem segíti ezt a fajta, számos lehetőséget tartogató web 2.0-s folyamatot, ha a képeken vízjel van. A megjelenések szempontjából pedig az sem árt, ha az egyes rekordok embed, iframe vagy más kódokkal beágyazhatók különböző internetes felületek, portálok cikkeinek szövegtörzsébe, még inkább erősítve a múzeumi tartalmak hipermediális kötelékeit. Ez nemcsak a forrásmegjelölést teszi automatikussá, hanem a cikkek olvasóit egyenesen az adatbázisba vezeti, miközben a képes megjelenésnek köszönhetően az adott publikációs felületnek is extra illusztrációs, tartalmi lehetőséget kínál. A múzeumoknak minden bizonnyal ezen a területen lenne nagyobb szükségük az internetelméleti kutatások eredményeinek megismerésére, hogy munkatársaik a hálózati és digitális kultúra alapvető mechanizmusait figyelembe véve fejlesszék online felületeiket. Ezek a lehetőségek hozzásegítenék a szakembereket ahhoz, hogy tárgybiográfiai törekvéseikben, azaz gyűjteményeik, azok objektumai kapcsán többféle történetet is feltárjanak és elmeséljenek, egyben arra biztassák közösségeiket, hogy saját értelmezéseikkel is bővítsék az értelmezési hálókat.

3.2.11. Nyilvánosság

Már a tíz éve készült interjúban is megosztó kérdés volt a digitalizált adatok interneten való megjelenítésének kérdése. A helyzet azóta sem változott, az intézmények csak a tökéletesen kidolgozott rekordjaikat teszik közzé. Fonyódi Krisztián, a Szépművészeti Múzeum szakembere már abban az esetben is a nem érzékeny adatok közzététele mellett állt ki, ha a műtárgyról nem áll rendelkezésükre minden információ. „A megjelenített adatok így a tudomány jelenlegi állását mutatják, és ha bármilyen változás adódik bennük, folyamatosan frissülhetnek. Míg a hagyományos felfogás szerint a művészettörténész határozza meg, hogy a felhasználónak mire van szüksége, addig a nemzetközi trendek szerint már megfordult a dolog:

kiadjuk, amink van, és döntse el a felhasználó, mire van szüksége.” A PIM-ben a műtárgyleírások nyolcvan-kilencven százaléka, a rekordokban létrehozott metaadatok körülbelül hetven százaléka kimegy a publikus felületekre. A MaNDA DB bár olyan megállapodásokat kötött, amelyek szerint a rekordjaik metaadatait és nézőképeit közkinccsé teszik, az adatgazdák harminc százaléka mégis csak a belépett felhasználók számára teszi láthatóvá anyagaikat. A Göcseji Múzeumban alapértelmezetten nyilvánosak a metaadatok szűkített köre és a fotók. Ettől a gyűjteményért felelős muzeológus eltérhet, illetve a segédgyűjteményekben csak válogatott fotók csoportja érhető el bárki számára. Ez viszont országosan nem mondható el. Ha megnézzük a hazai múzeumok publikus katalógusait, sok műtárgyreklord rossz minőségű képpel és kevés metaadattal jelenik meg. „Az elmúlt tíz évben – nemzetközi léptékkal mérve – a hazai múzeumi terület alig mozdult el a felé, hogy a már meglévő digitális tartalmihoz széles körű hozzáférést biztosítson, a nagy felbontásban továbbhasználható reprodukciókról nem is beszélve. Az intézmények részéről a szerzői jogi akadályokon túl még mindig a bevételkieséstől való félelem a leggyakrabban megfogalmazott indok. A jövőre nézve fontosnak tartom, hogy alaposabban megvizsgáljuk az okokat, közelebről felmérve a tartalomgazdák szempontjait, és hogy intenzívebb legyen a szakmai diskurzus a probléma megoldásáról – hívta fel a következő évek egyik megoldandó feladatára a figyelmet Kómár Éva.

A probléma ugyanakkor nem egyedi. Az európai múzeumok gyakorlatáról legutóbb az Európai Múzeumi Szervezetek Hálózata (The Network of European Museum Organisations – NEMO) végzett átfogó felmérést.²⁴⁵ A válaszadó múzeumok több mint 80 százaléka gyűjteménye digitalizálásakor elsősleges célként a láthatóság növelését határozta meg, ezt szorosan követi a múzeumok 75 százaléka, amelyek a nagyobb hozzáférést és az oktatási felhasználást tartják fontosnak. A múzeumok több mint 65 százaléka pedig a kutatói igények kiszolgálását kezeli prioritásként. Ez viszont meglehetősen nagy ellentmondásba ütközik azzal a ténnyel, hogy a digitalizált gyűjteményeinek kevesebb mint 20 százaléka volt online elérhető, azaz a digitalizált tárgyak fele sem tekinthető meg a világhálón. Nem véletlen, hogy az ICOM és a Genfi Egyetem 2016-ban svájci és külföldi egyetemek szakértőiből álló csoportot hozott össze, hogy többek között jogi (szerzői jog, adatbázis-jogok, vitarendezés és a múzeumi magatartási kódex) és szakpolitikai tanácsok segítségével támogassák a múzeumok digitális környezetben végzett munkáját.²⁴⁶ A kezdeményezés jelzi a területen tapasztalható bizonytalanságot.

²⁴⁵ 2020. július 15-én közzétett jelentés: NEMO 2020b

²⁴⁶ A projekt eredményeként 2020-ban elindult a Múzeumi Gyűjtemények Digitalizálása (www.digitizationpolicies.com) című honlap.

3.2.12. A hipermediális kontextus hiánya

A digitális korban a múzeumi gyűjteményekről való tudás olyan különböző elemekből (kép, média, hang, szöveg) áll, amelyek sokféleképpen járhatók be és kapcsolhatók össze, lehetőséget teremtve arra, hogy a felhasználók egyedi módon kössenek össze információkat.²⁴⁷ A partnermúzeumok galériájának virtuális megtekintését, műalkotások fizikai és tartalmi felfedezését, virtuális gyűjtemények összeállítását lehetővé tevő Google Art²⁴⁸, az Europeana, a MuseuMap és más aggregációs felületek talán legfontosabb előnye, hogy képesek egy-egy téma, fogalom mentén összekötni a különböző múzeumok, gyűjtemények tartalmait hiperlinkek segítségével. A 2011 óta működő Google Art²⁴⁹ talán egyik legnépszerűbb és most már a MuseuMapen²⁵⁰ is alkalmazott megoldása, hogy egy-egy színárnyalatra kiadja a memóriájában őrzött, hasonló szint tartalmazó, különböző gyűjteményekből származó műtárgyakat. A számos jó gyakorlat mellett a múzeumok ritkán törekszenek arra, hogy online tartalmaikat játékosan vagy másként összekössék. Mindennaposak az olyan közlések, ahol a készítő egyszerű, hiperlinkeket sem tartalmazó, elektronikusan elérhető szöveges-képes, esetleg mozgóképes anyagot publikál. Üdítő kivétel ilyen szempontból a Ludwig Múzeum weboldala és adatbázisa, ahol nemcsak a különböző nyilvántartásban szereplő kategóriák (tárgynév, gyűjtés helye, technika stb.) mentén vannak összefűzve a tartalmak, hanem azt is láthatjuk, az adott tárgy milyen kiállításban, kontextusban jelent meg.

3.2.13. Totális adatbázis és költözés

A múzeumok digitális infrastruktúrájára, a magyar múzeumi szakma digitalizációhoz viszonyában a pandémiához hasonló változásokat indíthat el egy másik tapasztalat, ez pedig a budapesti új Országos Múzeumi Restaurálási és Raktározási Központ (OMRRK) létrejötte, ahová a Néprajzi Múzeum, a Szépművészeti Múzeum és a Magyar Nemzeti Galéria csaknem 350 ezer műtárgya költözik be. A többéves előkészítés és költözés nem csupán a tárgyak mozgatását, hanem az állomány teljes körű elektronikus adatbázisban való rögzítését is jelenti. A Néprajzi Múzeumban például 250 ezer tárgyat vettek számba az archívum és a könyvtár gyűjteményei mellett. A munka során a legapróbb darab is kapott QR-kódot: azaz egyetlen pillanat alatt elérhetők az adott objektumhoz kapcsolódó digitális adatok. Ugyanakkor Odler Zsolt arra is felhívja a figyelmet, hogy a csomagolás, a költözés több évig tartó folyamata során

²⁴⁷ Cameron 2012, 159.

²⁴⁸ wikipedia.org/wiki/Google_Art_Project – Utolsó letöltés: 2021. 11. 27.

²⁴⁹ What's your favorite color? Discover over 100,000 artworks by color. Google Arts & Culture <https://artsandculture.google.com/> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 27.

²⁵⁰ A MuseuMap színeresője:

<https://www.museumap.hu/colors?jsessionid=46E5D649E936A6E37364F12D72FCC4AD> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 27.

„a műtárgyak digitalizálása érezhetően átfordult a minőség oldaláról a mennyiség oldalára. Segítendő a költözést, igyekeztünk minden tárgyat legalább egy képi megjelenítésben leképezni. Ebbe a munkába a digitalizáló szakembereken túl más munkakörök képviselői is bekapcsolódtak.”

Ez a folyamat több szempontból is előremutatónak bizonyult. Azontúl, hogy a gyűjtemény valamennyi tárgya bekerült az adatbázisba, a múzeum munkatársai nemcsak aktív részesei lettek a digitalizáció munkafolyamatainak, hanem a terület fontosságáról, hasznosságáról is kollektív tapasztalatra tettek szert. Az előttünk álló időszak egyik ígéretes kérdése, hogy a nemzetközi szempontból is kiemelkedő digitalizációs folyamatra milyen fejlesztések épülnek majd a jövőben, és azok mennyire széles felhasználói réteget érnek majd el. Érdekes ezt a folyamatot a pandémia kapcsán is megvizsgálni: a múzeumok online és digitális tevékenységében a korábbinál nagyobb arányban részt vevő múzeumi szakemberekre milyen hatással lesz az új tapasztalat?

Összességében azt látjuk, hogy a múzeumi digitalizáció területén – a fejezet elején jelzett elméleti hiányosságok ellenére is – számos előremutató folyamat indult el 2020-ra, több országos múzeumban olyan megoldások születtek, amelyek összhangban álltak a technológia, a világháló fejlődésével, a korszak trendjeivel. Ezzel párhuzamosan a szakadék is nőtt a digitális forradalom iránt kevésbé érdeklődő múzeumok esetében: itt nemhogy nem gyarapodott a digitális rekordok száma, hanem sokszor az online tér nyilvánosságától is elzárkóztak. Az állami intézkedések nyomán születő új intézmények, intézkedéscsomagok azonban minden esetben lendítettek az ügyön, a legutóbbi, megszűnéssel fenyegetett KDS pedig hozzájárult a múzeumi dolgozók szemléletformálásához, kompetenciáinak fejlesztéséhez, és számos esetben hozzájárultak ahhoz, hogy a pandémiával járó zárvatartásra választ tudjanak adni a szakemberek.

A nyilvánosságot, a gyűjtemények áttekinthetőségét, tudományos és más típusú együttműködések is elősegítő digitalizáció eredményei azonban nem vonatkoztathatók el azoktól a muzeológiai – elméleti és módszertani – változásoktól, amelyek alapvetően alakították át a múzeumi munkát és a múzeumi világgal kapcsolatos elvárásokat.

3.3. Konklúzió

A múzeumok változó identitásának, küldetésének, a tőlük és a maguktól elvárt feladatkörök átalakulásának rövid áttekintéséből, a múzeumi digitalizáció történetének és kontextusának bemutatásából olyan online és offline térben zajló, kölcsönösen egymásra ható folyamatok rajzolódhatnak ki, amelyeket leginkább a hozzáférhetőség, a demokratizálódás, a nyitottság, a

kölcsönös kommunikáció és a közösségépítés fogalma mentén érzékeltethetünk. Ahogy az UNESCO honlapján is olvashatjuk, a múzeumok ma már nemcsak azok a helyek, ahol a tárgyakat kiállítják és megőrzik. Az elmúlt évtizedekben a kulturális turizmus növekedésével párhuzamosan a múzeumok száma világszerte az 1975-ös 22 ezerről 95 ezerre nőtt, megfelelő támogatás és felkészültség esetén vezető szerepet játszhatnak a kreatív gazdaság helyi és regionális szintű megerősítésében, egyre inkább jelen vannak a társadalmi szférában, viták platformjaként működnek, összetett társadalmi kérdésekkel foglalkoznak, nyilvános részvételre ösztönöznek, a társadalmi kohézió erősítésére sarkallnak,²⁵¹ nyitottak arra, hogy a különböző motivációjú, háttérű közösségek ne csak látogatóként, hanem saját kultúrájukkal, attitűdjeikkel, témáikkal is a múzeumi működés partnereivé váljanak. A megújulásra a közönség is pozitívan reagált: a múzeumba járás, a múzeummal való foglalkozás, a múzeumra való reflektálás az egyéni és közösségi kultúrafogyasztás részévé vált.

A muzeológia területén érzékelhető paradigmaváltások egybeesnek az online tér interaktivitására, interkonnektivitására, hipertextualitásra, párbeszédre épülő jellemzőivel, amelynek köszönhetően a 21. század második évtizedének végére egyre több múzeum vált képessé arra, hogy a jelenkor kihívásaira reagálva részvételen, együttműködésen alapuló, közösségi projekteket valósítson meg. Amikor 2020-ban a koronavírus-világjárvány következtében bezártak a múzeumok, az intézmények jelentős része rendelkezett akkora digitális adatbázissal, olyan erős közösségi média networkkel, online kommunikációs gyakorlattal, web 2.0-s tapasztalattal, közösségi támogatottsággal, amellyel kinyithatták virtuális kapuikat a világhálón.

²⁵¹ UNESCO, múzeum menüpont – <https://en.unesco.org/themes/museums>. – Utolsó letöltés: 2021. 10. 07.

4. Radikális fordulópont: koronavírus, karantén, zárvatartás

Amikor ezeket a sorokat írom, 2021 augusztusában, már meghaladta a világon a SARS-CoV-2, a COVID-19 betegséget okozó vírus által eddig megfertőzöttek száma a 200 millió főt.²⁵² 2019-ben, a veszélyes kínai kórokozóról szóró hírekre még sokan legyintettek, hihetetlennek tűnt, hogy a járványt nem sikerül a térségben megfékezni, és 2020. március 11-én az egészségügyi világszervezet (WHO) világméretű járvánnyá fogja nyilvánítani. Még a legpesszimistábbak sem jósoltak olyan forgatókönyvet, amely szerint a Magyarországhoz hasonló kis országok kormányai is néhány hónappal később vészhelyzetet hirdetnek, korlátozzák a lakosság mozgását és találkozását, online oktatást, lehetőség szerint otthoni munkavégzést vezetnek be. Mindezt nem csupán néhány héten, hanem hónapokon át, majd rövid fellélegzést követően – újabb tömegek megfertőződése és egy közepes városnyi ember tragikus halála mellett – ősszel ismét arra kényszerülnek, hogy bezárják a kulturális intézményeket, korlátozzák a szolgáltatások körét és az emberek szabad kijárását, mozgását. Tömören: a szabad életet.²⁵³ A pandémiával járó intézkedések következtében megrendült a világgazdaság, az élet minden területén válságos helyzetet teremtett a soha nem tapasztalt, váratlan krízis. Ez alól a kötelező zárvatartásra ítélt kulturális intézmények, közöttük a múzeumok sem vonhatták ki magukat; a bevételkiesés, a nyilvánossághoz, a fizikai környezethez, az analóg tárgyakhoz, gyűjteményekhez kapcsolódó működési keretek felrobbanása drámai hatással járt.

Nem véletlen, hogy a múzeumok nemzetközi szinten a végsőig kitartottak a nyitvatartás mellett. Elképzelhetetlen volt, hogy küldetésüket zárt kapuk mögött folytathatják. Félték a bevételkiesés következményeitől, sőt a korábbi tapasztalatok azt mutatták, hogy a digitális tartalmaik sem keltik fel széles körben a társadalom érdeklődését, és a szakemberek úgy érezték, nem rendelkeznek megfelelő tudással, infrastruktúrával, hogy néhány napos, hetes felkészülési idővel a szokott minőségben folytassák a virtuális térben munkájukat. Ahogyan Kalla Zsuzsa, a Petőfi Irodalmi Múzeum gyűjteményi főigazgató-helyettese megfogalmazta a járványhoz kapcsolódó egyik első szakmai szövegben, az európai nagy intézmények a

²⁵² Lásd Portfolio: <https://www.portfolio.hu/gazdasag/20210808/mar-tobb-mint-200-millio-fertozottet-tartanak-nyilvan-495678> – Utolsó letöltés: 2021. 09. 28. Hivatkozik a John Hopkins Egyetem számlálójára: <https://coronavirus.jhu.edu/map.html>.

²⁵³ A magyarországi múzeumok 2021. március 16-tól kötelező érvénnyel zárva tartottak. Először május 18-án a szabadtéri, június 16-án a többi múzeum is kinyithatott. Az intézmények ismételt bezárására 2021. november 11-én került sor. Az intézmények csak következő év májusától nyithatnak ki számos korlátozás mellett. Források: <https://koronavirus.gov.hu/cikkek/orban-viktor-bejelentese-varhato-legujabb-vedelmi-intezkedesekrol>, <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a2000046.kor>, <https://koronavirus.gov.hu/cikkek/kormanyinfo-magyarorszag-sikeresen-vedekezett-jarvany-elso-szakaszaban>, <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a2000046.kor> 46/2020. (III. 16.) Korm. rendelet, <https://njt.hu/jogszabaly/2021-194-20-22> 194/2021. (IV. 26.) Korm. rendelet – Utolsó letöltés: 2021. 08. 07.

koronavírus helyi felbukkanásától szinte az utolsó pillanatig – az állami tiltó rendelkezések megjelenéséig – folytatni akarták a szokásos üzemmenetet, bár végül korlátozásokra kényszerültek.²⁵⁴ A múzeumok hasonlóan nem akartak bezárni az őszi korlátozások idején: nemzetközi állásfoglalások, vitairatok születtek arról, hogy a járványügyi szabályokat betartva biztonságosan üzemeltethetők ezek az intézmények.²⁵⁵ Fellépésüknek nem volt hatása: ahogyan a tavaszi karantén idején, 2020 őszén és 2021-ben is hónapokon keresztül nem nyithatták ki kapuikat. Hogy társadalmi, oktatási és kulturális szerepüket betöltsék, a nemzetközi és az országos szakmai szervezetek támogatása mellett a már meglévő, majd folyamatosan új tartalmakkal és módszerekkel az online térbe helyezték át tevékenységüket. A múzeumok pillanatok alatt a média, a közösségi oldalak kedvencei lettek, ahol szervesen hozzájárultak a képernyő elé kényszerült lakosság rekreációjához, munkájához vagy az oktatáshoz, azaz digitális kínálatukon keresztül továbbra is lehetővé tették a múzeumi tartalmakhoz való nyilvános hozzáférést.

A múzeumok – látogatóik és bevételeik elvesztése dacára – olyan kreatív, digitális környezetet alakítottak ki, amellyel képesek voltak a lakosság és az állam újonnan megjelenő igényeit (online oktatás, virtuális szabadidő, otthoni munkavégzés, kormányzati elvárások) kielégíteni. Kiderült, hogy az intézmények elmúlt harminc évben végzett digitalizációs munkája (lásd 3.2. fejezet) mennyire fontos volt, a krízishelyzetben igazi aranytartaléknak bizonyult, éppúgy, mint a közösségi média, a közösségépítés, az új múzeumi módszerek kidolgozása révén szerzett gyakorlat (lásd 3.1. fejezet). Ahhoz, hogy a múzeumok egyik-napról a másikra eleget tudjanak tenni a kihívásoknak és az igényeknek, nemcsak megfelelő alapokkal kellett rendelkezniük a digitalizáció, az online kommunikáció, a szolgáltató szemlélet, a társadalmi változásokra, a közösségek igényeire nyitott új muzeológia terén, hanem innovatív gondolkodásra, fejlesztésekre is szükség volt.

Ahhoz, hogy feltárhassam, mennyire intenzív és mélyreható változást hozott mindez az online múzeumi tartalmak készítésének elméleti, módszertani és technológiai háttérében, milyen tartalomtípusok válhattak igazán sikeressé, hatékonyá és eredményessé, három területen, három perspektívából végeztem kutatást. Elsőként megvizsgáltam a környezetet, ahol a fejlesztések, az online tartalomgyártás és annak a közvetítése lezajlott. Azokat a nemzetközi és magyar kutatási eredményeket hasonlítottam össze, amelyek a múzeumok működését vizsgálták a megváltozott környezetben.²⁵⁶ A második, online kérdőíves alapkutatást már magam végeztem el a magyarországi múzeumi szakemberek körében 2021 nyarán: a járvány

²⁵⁴ Kalla 2020a.

²⁵⁵ Egy példa: *Kritikával fogadták az osztrák múzeumok bezárását*. <https://magyarmuzeumok.hu/cikk/kritikaval-fogadtak-az-osztrak-muzeumok-bezarasat> – Utolsó letöltés: 2021. 10. 28.

²⁵⁶ ICOM 2020a–b, 2021, NEMO 2020. 05., 2020. 07., 2021., UNESCO 2020, 2021, Szu 2020b, Pacsika 2021a.

alatt folytatott feladataikra, a munkavégzés körülményeire, az online tartalomgyártáshoz szükséges elméleti és gyakorlati tudásukra, kompetenciáikra fókuszáltam.²⁵⁷ A harmadik – ugyancsak online kérdőívekre épülő –, 2021. januárban elvégzett országos kutatásban arra helyeztem a hangsúlyt, hogy az intézményi és az egyéni szakmai munka hogyan hasznosult: miként értékelik mindezt a múzeumok látogatói, online tartalmaik felhasználói.²⁵⁸

4.1. Számokban mérhető hatás – nemzetközi és magyar kutatások a bezárt múzeumok helyzetéről²⁵⁹

A pandémia első és legfontosabb következménye, hogy a becslések szerint a világ múzeumainak 90 százaléka kényszerült hónapokon át teljes vagy részleges zárvatartásra. Másodsor a világ múzeumainak globális szinten egy időben kellett ugyanazokkal a gazdasági és társadalmi nehézségekkel szembenéznük: a zárvatartással járó bevételkieséssel, létszámleépítésekkel, az online munkavégzéssel, a közönséggel való online kapcsolattartással, az online kulturális tartalmak iránt megnőtt igényel. Harmadszor: a múzeumoknak, függetlenül attól, hogy miként viszonyultak az elmúlt években a digitalizációhoz, a kommunikációhoz, 2020-ban újra kellett gondolniuk a digitális tartalomgyártással, online megjelenésekkel kapcsolatos stratégiájukat. A negyedik fontos változás az, hogy mivel minden múzeumi esemény internetes eszközökön keresztül, alapvetően nyilvánosan zajlott, így a világ bármely pontján láthatóan történt. Megszűntek a földrajzi távolságok, néhány egészen kicsi és csak lokálisan ismert intézmény is a globális érdeklődés középpontjába kerülhetett. Ez is szignifikáns eleme az ötödik új attitűdnek: a különböző intézmények sokkal erősebben hatottak egymásra, a jó gyakorlatok, újítások pillanatok alatt elterjedtek, variálódtak, ezzel is erősítve a krízishelyzetre adott válaszok közötti hasonlóságot. Ebben már a nyelvtudás hiánya sem hátráltatta a felhasználókat, hiszen a közösségi médiaoldalak automatikusan fordítanak, sőt még az olyan videómegosztó oldalakra is be lehet állítani ezt a funkciót, mint a YouTube. Így az eddigi jellemzően angolszász jógyakorlat-repertoárok váratlanul kiegészültek olasz, balti, távol-keleti, dél-amerikai, arab, afrikai mintákkal is.

²⁵⁷ A *Múzeumi munkatársak tevékenysége, munkakörülményei a világjárvány alatt* című kérdőív kérdései

<https://drive.google.com/file/d/1a0wFa0QdSZRS-UXTdGyDhpm1BK8jQPPS/view> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 29.

²⁵⁸ A *Hogyan értékelik a magyar látogatók a múzeumok koronavírus alatt folytatott online tevékenységét?* című kérdőív kérdései

https://drive.google.com/file/d/1E4Ik14mWh9SajjXTq-l3zJg-8P_heknR/view?usp=sharing – Utolsó letöltés: 2021. 11. 29.

²⁵⁹ A fejezet egyes elemei várhatóan 2022 év elején jelennek meg a Kriza János Néprajzi Társaság Jakab Albert Zsolt–Vajda András által szerkesztett *Járvány-lét-helyzetek. A Covid-19 világjárvány hatása a mindennapokra és a társadalomkutatásra* című kötetében.

A hatodik elem pedig teljesen új: az ágazat szakemberei gyorsan fejlődő digitális kompetenciáinak köszönhetően egyre könnyebb volt olyan online kérdőíves kutatásokat végezni az öt kontinens államainak múzeumaiban, amelyek eredményei azonnal kiértékelhetővé és publikálhatóvá váltak, muníciót adva a nehéz helyzetbe került szektornak. Így az első, a második és a harmadik hullám alatt is több nemzetközi szervezet egyazon időben vizsgálta a kulturális és örökségi helyszínek reakcióit. Ha figyelembe vesszük, hogy az egyes országok is végeztek a pandémia kulturális intézményekre gyakorolt hatásairól kutatást, kijelenthetjük, hogy soha ennyi, egymást kiegészítő, kontrolláló adat nem állt rendelkezésre a világ múzeumairól.

Talán a legbeszédesebb ebből a szempontból az UNESCO 2020-as és 2021-es kutatási jelentése közötti különbség. Míg egy évvel korábbi közleményükben 195 állam 94 675 múzeumának nehézségeiről beszéltek,²⁶⁰ addig egy évvel később a különböző kutatásoknak köszönhetően már 104 ezerre becsülték a világ múzeuminak számát. Ezzel párhuzamosan az intézmények földrajzi eloszlását is pontosították. 61 százalékuk Nyugat-Európában és Észak-Amerikában található, 18 százalékuk Ázsiában és a Csendes-óceán szigetein, 11 százalékuk Kelet-Európában, 8 százalék Latin-Amerikában és a Karib-térségben. Afrikában, valamint az arab államokban a világ múzeumainak mindössze 0,8, illetve 0,7 százaléka működik.²⁶¹

A világ múzeumainak becsült száma, 2021		
Régió	A múzeumok becsült száma	% összes
I. Nyugat-Európa és mások	30,628	29.5%
II. Kelet-Európa	11,366	11.0%
III. Latin-Amerika és a Karib-térség	8,716	8.4%
IV. Ázsia és a Csendes-óceáni térség	18,18	17.5%
Afrika	868	0.8%
Arab államok	757	0.7%
Szentszék	19	0.02%
Állandó megfigyelők összesen	19	0.02%
Izrael	226	0.2%
USA	33,082	31.9%
Tagsággal nem rendelkezők összesen	33,308	32.1%
Összesen	103,842	100%

1. ábra
Forrás: UNESCO 2021. 53.

Az első jelentés pedig arra is rámutatott, hogy az elmúlt évtizedben világszerte csaknem 60 százalékkal nőtt a múzeumok száma, de csak 27 állam rendelkezik egymillió lakosra vetítve

²⁶⁰ UNESCO 2020.

²⁶¹ UNESCO 2021.

több mint ötven múzeummal. Az UNESCO tagállamainak túlnyomó többsége (113) kevesebb mint hat múzeummal büszkélkedhet egymillió lakosra vetítve, és bizony olyan országok is vannak, ahol még rosszabb ez az arány. Az viszont nem elhanyagolható, hogy a múzeumi világ térképének pontjai sűrűbbek és tarkábbak lettek, a fehér foltok élesebben kirajzolódnak, ami egyszerre jelenti a terület iránt növekvő figyelmet és a vele kapcsolatos tudás bővülését.

Ugyanakkor ha áttekintjük az UNESCO, az ICOM, a NEMO, a magyar Szabadtéri Néprajzi Múzeum - Múzeumi Oktatási és Módszertani Központ (MOKK) vagy bármelyik más állam kulturális vagy múzeumi szervezetének 2021 júliusáig elkészült jelentéseit,²⁶² azt látjuk, hogy meglehetősen hasonló kérdésekre építették fel a kérdőíveket. Mindez egyszerre mutatja a koronavírus-járvány globális hatásait, de azt is jelzi, hogy a különböző kormányzatok, szakmai szervezetek mely ügyek mentén tematizálják az intézményekkel kapcsolatos kihívásokat, elvárásokat. A következőkben ezt tekintem át.

4.1.1. Deklarált kutatási célok

Céljaikat tekintve a kutatást végző különböző intézmények a hasonló helyzet következtében jelentős mértékben nem térhettek el egymástól, még abban az esetben sem, mint amikor a nagy nemzetközi szervezetek (UNESCO, ICOM, NEMO) összehangolták stratégiájukat.²⁶³ Az árnyalatnyi hangsúlyeltolódások azonban arra is rámutatnak, hogy egy-egy szervezet számára mely értékek, megközelítések élveznek prioritást, hogyan határozzák meg saját intézményi identitásukat. Így akadtak, akik a világjárvány hatását kutatták, egy második csoport deklaráltan arra volt kíváncsi, hogy a hatókörükbe tartozó múzeumok milyen módszerekkel kezelik a kihívásokat, harmadrészüket pedig azért végezte el a vizsgálatot, hogy megtudja, milyen jellegű segítségre van szükségük a vizsgált intézményeknek.

Az ICOM 2021 júliusáig három jelentést publikált. Az első, amelyet 107 országban csaknem ezerhatszáz múzeumi dolgozó megkérdezésével végzett, öt témát érintett: a múzeumok, ezen belül a munkatársaik, a digitalizáció és a kommunikáció helyzetét, a gyűjtemények biztonságát, továbbá a szabadúszóként dolgozó szakemberek kilátásait. A kutatás célja egyértelműen információgyűjtés volt: a szervezet globálisan vizsgálta, hogy a járvány következtében bevezetett korlátozások miként hatnak a muzeális intézményekre.²⁶⁴ A második, 2020 kora őszén, a járvány újabb hulláma előtt végzett globális felmérés inkább a regionális különbségeket,²⁶⁵ a harmadik, 2021. április 15. és május 29. között folytatott vizsgálat már „új normalitásként” kezelte a járvánnyal együtt járó korlátozásokat, a

²⁶² Például olasz: Agostino–Arnaboldi–Lampi 2020, spanyol: Pilar–Navarro–Neri–Ceballos–Aso.

²⁶³ A kölcsönös segítségnyújtásról, együttműködésről az 5.6. fejezetben írok részletesen.

²⁶⁴ ICOM 2020a.

²⁶⁵ ICOM 2020b.

megnövekedett digitális jelenlétet, és a világjárvány okozta válság főbb tendenciáira és a múzeumi szakemberek felfogásának változására fókuszált.²⁶⁶

Az UNESCO kutatásairól már volt szó. A kutatók az ICOM-hoz hasonlóan nemzetközi terepen dolgoztak, a jelenleg 195 tagállama és tíz társult állama területére koncentrálnak. A szervezet szintén a járvány múzeumokra gyakorolt hatására volt kíváncsi, azonban más fókusszal: a krízishelyzetre adott reakciók, a múzeumok ellenállóképessége, a kultúrához való hozzáférés szempontjából tette fel kérdéseit, külön figyelve, hogy tetten érhetőek legyenek a világ államai között tapasztalható egyenlőtlenségek. A második, 2021-es jelentés célja az előző évi adatok újraértékelésén túl az volt, hogy áttekintse a járvány múzeumok látogatottságára, költségvetésére és tevékenységeire gyakorolt hatását úgy, hogy elemezhetőek legyenek az ágazatot fenyegető veszélyek és fejlesztési lehetőségek.²⁶⁷

A NEMO több felmérést is végzett 2020 március közepétől. Megvizsgálta, hogyan befolyásolta a járványhelyzet a múzeumok költségvetését és működését, milyen strukturális változásokat terveznek az egyes intézmények, és milyen új szolgáltatásokat kínálnak a közönségüknek. A szervezet rendkívül gyorsan reagált: az európai múzeumok bezárásával egy időben, már március közepén elkezdte a kutatást. A tájékoztatást hasonlóan sürgősnek tartotta, az április 30-ig tartó vizsgálatról már a kutatás közepén, április negyedikén tett közzé gyorsjelentést a 41 – nemcsak európai – országból beérkezett 650 válasz alapján. Az európai szervezet a járvány második hulláma alatt is nyomon követte a folyamatokat: hat hónappal első tanulmánya után újra áttekintette, miként kezelik tagszervezetei a pandémia által felvetett kérdéseket. A 2021 januárjában publikált tanulmányában 48 ország hatszáz, 2020. október 30. és november 29. között adott válaszát elemezte, azzal a céllal, hogy a tájékoztatás mellett ajánlásokat dolgozzon ki akár a múzeumok megrendült pénzügyi helyzetére, akár a digitális fejlesztések és egyéb átalakításra szoruló területre vonatkozóan.²⁶⁸

Az Amerikai Múzeumok Szövetsége (AAM) 2020. június 8-án indított felmérést, hogy a COVID-19-világjárvány kezdeti hullámában pillanatfelvételt készítsen az amerikai múzeumok állapotáról, kifejezetten az intézményvezetők körében. Június 30-ig 760 különböző típusú és méretű múzeum igazgatója számolt be újranyitási terveiről, a világjárvány várható pénzügyi hatásairól és a közösségeiknek nyújtott szolgáltatásokról. A szervezet októberben 850 múzeumigazgató megkérdezésével folytatta a munkát, hogy felmérje a járvány múzeumokra gyakorolt hatását. A kérdőívben ugyanazok a kérdések szerepeltek, hogy a változás tetten érhető legyen. A harmadik konzultációra 2021. április 6. és 30. között került sor.²⁶⁹

²⁶⁶ ICOM 2020c.

²⁶⁷ UNESCO 2020, 2021.

²⁶⁸ NEMO 2020, 2021.

²⁶⁹ AAM 2020, 2021.

A számos állami, nemzeti múzeumi szervezet kutatása közül a brit Art Fund két alkalommal megismételt, négyszáz múzeumot és galériát érintő kutatását azért érdemes kiemelni, mert a korábban felsoroltakon túl arra is rákérdezett, mire van szükségük a járványhelyzettel küzdő múzeumoknak, hogy ennek megfelelően módosíthassa a Művészeti Alap támogatását.²⁷⁰

A magyar helyzet feltérképezése is rendkívül hamar megtörtént, a MOKK az Emberi Erőforrások Minisztériumának megbízásából összeállított, 22 kérdést tartalmazó kérdőívét 2020. április 2. és 6. között 94 hazai múzeumi szakember töltötte ki. A felmérés arra kereste a választ, hogy a járvány következtében kialakult speciális helyzetet a múzeumok hogyan tudják kezelni, illetve milyen következményekkel számolnak.²⁷¹ A második, kibővített, 2021. január 21. és február 8. között körbeküldött kérdőív a hazai muzeális intézményeik vezetőit szólította meg, akik közül 203 vett részt kutatásban. A felmérésben az intézmények pénzügyi helyzete és gazdálkodása, a múzeumok közönséggel és közösségekkel való kapcsolattartása, az intézményi kommunikáció, az otthoni munkavégzés, a digitális tartalomfejlesztés és a digitális oktatás támogatása, a koronavírushoz kapcsolódó gyűjteményezés, a belföldi turizmus élénkítésében való közreműködés, valamint a problémák és megoldások általános vizsgálata került terítékre.²⁷²

4.1.2. A bezárt intézmények száma

A kutatások alapján készült jelentések talán legsokkolóbb adata minden esetben a teljesen vagy részlegesen bezárt múzeumok száma volt. Az UNESCO első jelentése világszerte több mint 85 ezer bezárt intézményről vallott. A második, még több múzeumot pásztázó kutatási eredmény szerint a múzeumok 83 százaléka hozott intézkedéseket 2020-ban arról, hogy vagy teljesen, vagy részlegesen bezárja az intézményeket átlagosan 150 napra. Az ICOM első megkérdezettjei még ennél is borúlátóbbak volt, 2020 áprilisában a válaszadóik 94,7 százaléka tartott bezárástól. Az őszi kutatás szerint, amelyet még az újranyitás átmeneti pillanatában végeztek el, Európában és Ázsiában a legtöbb múzeum nyitva állt, míg Latin-Amerikában és a Karib-térségben zárva tartottak. A harmadik, 2021 tavaszán elvégzett felmérésük még vegyesebb képet mutatott, ami arra utalt, hogy a múzeumok nyitva- illetve zárvatartása már rugalmasan követi a megbetegedések adott területre jellemző hullámain.

Az AMM 2021-es kutatói máshogyan is megközelítették a problémát: kiszámolták, hogy az Egyesült Államok múzeumai 2020 márciusa óta átlagosan 28 héten át tartottak zárva.

²⁷⁰ Art Fund 2020.

²⁷¹ Szu 2020b, Kajári–Nagy 2020.

²⁷² Pacsika 2021a.

Az európai adatokra fókuszáló NEMO második vizsgálata ugyanakkor a globális szervezetekhez képest kedvezőbb adatokat kapott. A válaszadók inkább a korlátozások módját sérelmezték: a múzeumok alig több mint 70 százaléka számolt be arról, hogy 2020-ban előzetes konzultáció nélkül zárták be őket határozatlan időre. Ez Magyarországról nézve azért meglepő, mert a környező országokhoz hasonlóan az állam által határozatlanban kihirdetett veszélyhelyzet értelmében minden intézményre, megkérdőjelezhetetlenül vonatkoztak ezek az intézkedések.

4.1.3. Látogatószám-csökkenés

Magyarországon a MOKK első kutatása összességében több mint kétfélmillió fővel alacsonyabb látogatószámot prognosztizált 2020-ra, igaz még nem számoltak a járvány második hullámával. A 2019-es 11,56 milliós látogatószámhoz képest mindez „csak” 17,3 százalékos veszteséget jelentett volna. A 2021 januárjában végzett kutatásuk végül 57 százalékos látogatószám-csökkenést jósolt 2019-eshez képest.²⁷³ Ez az adat az átlagos nemzetközi tapasztalathoz hasonló. Az ICOM harmadik felmérésében a megkérdezettek több mint 70 százaléka számolt be arról, hogy éves látogatóinak több mint 50 százalékát elveszítette. Ez a szám öt múzeumból egy esetében több mint 90 százalékra emelkedett. Az UNESCO jelentése szerint a világturizmus drasztikus csökkenése a múzeumlátogatottság 70 százalékos visszaesését eredményezte. Az AAM harmadik összesítése a járvány előtti látogatottság 41 százalékát állapította meg. A megkérdezettek 68 százaléka a kötelező látogatottsági korlátozások alatt is működött, de átlagosan a kapacitásuk 42 százalékával éltek a vendégek.

A 2021 őszi elkészülő jelentések alátámasztották az előzetes félelmeket. A világ vezető száz múzeumában és művészeti galériájában a fizikailag jelen lévő látogatók száma a 2020-as évben az egynegyedére csökkent, az eredményeket publikáló *Art Newspaper* által megkérdezettek mintegy 77 százalékos csökkenést regisztráltak a 2019-es látogatószámhoz képest. Azaz a lap által a világ legjobb múzeumaiként és galériáiként aposztrofált intézményekben a 2019-es 230 milliós látogatottság után mindössze 54 millió belépést regisztráltak. A Louvre 72, a pekingi Kínai Nemzeti Múzeum 78, a Tate Modern 77, a British Museum 81, a New Yorki-i MET 83, a szentpétervári Ermitázs 83 százalékos csökkenést tapasztalt, a Vatikáni Múzeumokba a szokásos érdeklődők száma négyötödével (81 százalék) lett kevesebb.²⁷⁴ Magyarországon a Kulturális Statisztikai Adatgyűjtő Rendszer (KultStat)

²⁷³ A 2021 végén megjelent MúzeumStat jelentés végül jóval magasabb eltérést mutat: a 11 561 314 fős 2019-es látogatószámhoz képest 4 326 868 látogató fordult meg a hazai múzeumokban 2020-ban, ami több mint 60 %-os csökkenés. <https://muzeumstat.hu/hu/summary?state%5Bdatagroup%5D=visitors> – Utolsó letöltés: 2022. 01. 14.

²⁷⁴ Visitor Figures 2020: top 100 art museums revealed as attendance drops by 77% worldwide. <https://www.theartnewspaper.com/2021/03/30/visitor-figures-2020-top-100-art-museums-revealed-as-attendance-drops-by-77percent-worldwide>.

adatai szerint a látogatók száma 62, a rendezvényen résztvevők száma 44 százalékkal csökkent 2020-ban az előző évihez képest²⁷⁵ (2. ábra).

	Időszaki kiállítás látogatószáma (fő)	Összes látogató (fő)	Iskolai oktatást segítő foglalkozások száma (db)	Iskolai oktatást segítő foglalkozáson résztvevők száma (fő)	Rendezvények száma (db)	Rendezvényeken résztvevők száma (fő)
A látogatók aránya 2019-hoz képest 2020-ban	37%	38%	27%	44%	40%	56%
A csökkenés nagysága 2019-hez képest	63%	62%	73%	56%	60%	44%
2020	1533692	4394991	9187	323583	52972	2217953
2019	4132795	11563202	34292	741334	131758	3979056
2018	4477879	10955141	30924	741517	121219	3616202
2017	4259084	10781646	28935	692402	124630	3574570
2016	4185723	10395847	27553	659166	117932	3550189

2. ábra

A magyarországi múzeumi működési engedéllyel rendelkező intézmények látogatószámainak változása.
Forrás: KultStat

4.1.4. Bevételek csökkenése

A múzeumok túlnyomó többsége számára a látogatók elvesztése bevételkieséssel is járt. Ez az ágazat számára jelentős kockázatot jelent, mivel az intézmények nagymértékben függnek a látogatók által generált bevételektől. A magánmúzeumi szektor csődhelyzetre is számíthat, az ICOM szerint tíz múzeumból több mint egy talán soha nem nyitja meg újra kapuit.

Az UNESCO becslései szerint az intézmények bevételei 40 és 60 százalék közötti mértékben csökkentek a 2019-es bevételekhez képest 2020-ban. Az ICOM második kutatása a regionális különbségekre is rávilágított: a bevételkiesés az arab országokban tűnik a legerőteljesebbnek, valamint Ázsiában, Afrikában, Latin-Amerikában és a Karib-térségben, de a számok mindenhol aggasztóak.

Az Egyesült Államokban a válaszadók első megkérdezésükkor átlagosan 850 ezer dollárnyi bevételtől estek el a járvány miatt, a múzeumok a 2020-re tervezett működési bevételeiknek mintegy 35 százalékát veszítették el, és arra számítottak, hogy 2021-ben a rendes működési bevétel további 28 százalékának mondhatnak búcsút. Sajnos hiába helyettesítették

²⁷⁵ Kulturális Statisztikai Adatgyűjtő Rendszer, <https://kultstat.oszk.hu/#/home/public> – Utolsó letöltés: 2021. 10. 28.

kreatívan a hagyományos bevételi modelleket, a digitális adománygyűjtő rendezvénybevételek 34 százalékkal elmaradtak a hagyományosan személyes részvételen alapuló tevékenységektől. A British Museum 2021. március 31-ig tartó időszakot elmező éves költségvetési jelentése 93 százalékos bevételcsökkenést állapított meg az előző évhez képest. Az ingyenesen látogatható állandó kiállításokkal rendelkező intézmény bevételkiesése még úgy is megrázó, hogy tudjuk, a tárgyalt időszakban zárva volt, a kötelező távolságtartással, létszámkorláttal, regisztrációs kötelezettséggel látogatható rövid periódusok (2020. 08. 27-től 11. 04-ig, 2020. 12. 03-tól 12. 15-ig) pedig nem tették lehetővé nagyobb tömegek fogadását. Ami viszont pozitív, az intézmény csaknem megduplázta az adományokból származó bevételét: ez az összeg a 2019/20-as 23,7 millió fontos értékről 40,4 millió fontra emelkedett.²⁷⁶

A NEMO első kutatásában öt múzeumból három számolt be arról, hogy átlagosan heti 20 300 eurót veszített a bezárás és az utazások leállása miatt, de az olyan kiemelt múzeumok, mint az amszterdami Rijksmuseum vagy a bécsi Kunsthistorisches Museum, már heti száz- és hatszázezer eurónyi veszteségről vallottak. Elsődlegesen a jegyeladások, a múzeumi bolt és büfé, valamint további szolgáltatások ellehetetlenülése okozta a tetemes bevételkiesést.

Magyarországon a MOKK első körös prognózisa a belépőjegyekből és egyéb szolgáltatásokból származó bevételkiesést 280 millió forint fölé taksálta, végül a második kutatás 2020-ban, a 2019-es évhez képest átlagosan 47 százalékos csökkenést állapított meg a muzeális intézmények saját bevételei terén.

4.1.5. Létszámleépítések

A bevételkiesés és a látogatószám csökkenése alapozta meg a múzeumi szféra legnagyobb félelmét: az egyébként is humán erőforrás-hiánnyal és alacsony bérekkel küzdő terület világszerte retteg attól, hogy a döntéshozók létszámleépítéssel reagálnak a nehéz gazdasági helyzetre. Az ICOM első felmérése az állandó alkalmazottak helyzetére vonatkozóan megnyugtató volt, de kiderült, a szerződéses alkalmazottak hat százalékától már megváltak vagy szüneteltették megbízásukat. A szabadúszó múzeumi szakemberek helyzete tűnt igazán riasztónak: a válaszadók 16,1 százalékát ideiglenesen elbocsátották, 22,6 százalék szerződését pedig nem hosszabbították meg.

A második kutatás sem adott okot derülítésére: a résztvevők mintegy 14 százaléka nyilatkozott úgy, hogy a személyzet egy részét nem foglalkoztatják már. Ezenfelül az adatközlők 16,2 százaléka állította, hogy a múzeumi személyzet legalább egynegyedét elbocsátották vagy szabadságra küldték 2020 februárja és szeptembere között. Az ICOM

²⁷⁶ Hardaker 2021.

harmadik kutatásának mutatói sem voltak túl fényesek. Az adatok arra utalnak, hogy folyamatosan növekedik azon intézmények száma, amelyek alkalmazottakat bocsájtottak el. Erre az időszakra a szabadúszók helyzete javulni látszott, viszont egyre kevesebb jövedelemre számíthattak azok, akiknek a munkája külsőként kapcsolódott a múzeumi szektorhoz. Az Egyesült Államokban, ahol a magánszektor és a projektalapú munka meghatározó eleme az ágazatnak, a galériák és a múzeumok sebezhetőbbnek bizonyultak. Elég a 2021-es, harmadik kutatást említeni, amely szerint a megkérdezett múzeumvezetők 46 százaléka átlagosan 29 százalékkal csökkentette az állomány létszámát a járvány előttihez képest. Ez a lépés ráadásul továbbgyűrűzött: a válaszadó múzeumok 59 százaléka kénytelen volt leépíteni az oktatást, a programozást és más szolgáltatásokat a költségvetési hiány és/vagy a létszámleépítés miatt.

Ehhez képest az esetenként állami kompenzációt is élvező magyar múzeumok megtudták őrizni az egyébként rendkívül alacsony bérezésű állományukat. Bár a járvány idején a hazai múzeumok is számos költségcsökkentő intézkedést tettek, ami érintette a működési költségeket (rezsicsökkentés, költségstop), a személyzeti intézkedéseket, a rendezvényeket és a tervezett kiállításokat is, a MOKK második kutatása során a 184 válaszadó intézmény közül három helyen fordult elő, hogy a munkatársakat fizetés nélküli szabadságra küldték, 45 helyen történt szabadságolás (fizetett szabadság), 12 helyen nem történt semmilyen a humán erőforrást érintő változás, további nyolc helyen pedig nem volt releváns a kérdés a fizetett munkaerő hiánya okán.

4.1.6. A munkavégzés megváltozott körülményei

A karanténhelyzet miatt az otthoni munkavégzés témája sem maradt ki a felmérések repertoárjából. Az ICOM első jelentése szerint a legtöbb múzeumi szakember távolról dolgozott: a válaszadó múzeumok 84 százalékára igaz ez az állítás. Magyarországon a MOKK januári kutatásában részt vevő 184 intézménynek több mint fele rendelt el részleges otthoni munkavégzést a múzeumi dolgozók számára, továbbá 82 helyen volt szükség a munkatársak új munkakörbe való helyezésére.

Az Art Fund elemzése arról is beszámolt, hogy a megkérdezett brit intézmények munkatársai milyen hiányosságokat tapasztalnak ezen és más szakmai területeken. A személyzet 68, az igazgatók 77 százaléka érdeklődött az ingyenes online képzések és készségfejlesztések iránt.

4.1.7. Végleges bezárás? A krízishelyzet kezelése közötti különbségek

A válsághelyzet kezeléséről már az eddigiek alapján is kirajzolódtak azok a stratégiák, amelyeket a kutatások résztvevői alkalmaztak. A múzeumok visszaszorították kiadásait,

elhalasztották vagy lezárták projektjeiket, lemondták programjaikat, csökkentették alkalmazottaik, szerződéses partnereik számát. Az ICOM első felmérése szerint a COVID–19-világjárvány következményei miatt a megkérdezettek csaknem egyharmada csökkentette a személyzetet, és több mint egytizede volt kénytelen végleg bezárni. A végleges bezárások különösen azokat a régiókat érintik, ahol a múzeumokat csak az utóbbi időkben alapították, és a most kialakuló struktúrák még törekenyek: az afrikai, ázsiai és arab országokban az adatközlők 24, 27, illetve 39 százaléka tartott attól az első hullám idején, hogy munkahelyük örökre bezárhat, míg a latin-amerikai és a karibi területeken csak 12 százalék, Észak-Amerikában és Európában nyolc százalék. A második ICOM-kutatás idején, bár úgy tűnik, a megkérdezettek kevésbé aggódtak a kiállítások (62,4 százalék) és a nyilvános programok (67,4 százalék) csökkenése miatt, ez a szám még mindig nyugtalanító volt. Azon válaszadók aránya, akik úgy gondolták, hogy a múzeum véglegesen bezár, 12,8 százalékról a második kutatásban 6,1 százalékra, a harmadikban 4,1 százalékra csökkent, de a résztvevők több mint fele úgy gondolta, hogy megfelelő pénzügyi tehermentesítő intézkedések nélkül a járvány hosszú távon hat majd a nyitvatartási időre, a kiállításokra és a nyilvános programokra. Ennek pedig további negatív következményei lesznek a kultúrához való hozzáférés lehetőségeire, végső soron az intézmények által kiszolgált közösségek jólétére.

A harmadik ICOM-kutatás résztvevőinek többsége (59,1 százalék) azt válaszolta, hogy nem kísérleteztek új bevételi forrásokkal, különösen a kis és közepes méretű múzeumok. Az utolsó vizsgálat ugyanakkor arról is beszámolt, hogy a különböző kormányzatok felismerték a veszélyt, és támogatást biztosítottak az ágazat számára.

A válaszadók több mint egyharmada (36,06 százalék) azonban még mindig úgy nyilatkozott, hogy nem kaptak semmilyen pénzügyi segítséget. A magyarországi múzeumok ebben a tekintetben a szerencsésebbek között tudhatják magukat: egyes múzeumok kompenzációja²⁷⁷ mellett lehetőség nyílt a pályázati határidők meghosszabbítására, a programok és a megvalósítás elhalasztására, valamint új digitális fejlesztések támogatására.

4.1.8. Online kommunikáció, a digitális szolgáltatások fejlődése

Valamennyi kutatás központi eleme a múzeumok újfajta, az aktuális igényekre épülő digitális kezdeményezéseinek a számbavétele. Az UNESCO szerint a múzeumi ágazat nagyon gyorsan reagált a COVID–19-válságra, fejlesztette jelenlétét az interneten, hogy fenntartsa a kapcsolatot a közönségével. A szervezet ezen a téren tett erőfeszítései a 2015-ös, a múzeumok és gyűjtemények védelméről és népszerűsítéséről, sokszínűségéről és a társadalomban betöltött

²⁷⁷ Lásd 290/2020. (VI. 5.) Korm.határozat a koronavírus-világjárvány kulturális, művészeti szférát érintő hatásának enyhítéséről – <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a20h1290.kor>.

szerepéről szóló ajánlására épülnek, ami hangsúlyozza a múzeumok alapvető szerepét a kulturális területen mind az oktatás, mind a lakosság fejlődése és jóléte szempontjából, valamint az IKT fontosságát. Az UNESCO első kutatása több mint nyolcszáz olyan intézkedést összegzett, amikor a múzeumok a járványt megelőző fejlesztéseikre építve online megoldással érték el közönségüket. A múzeumi ágazatban a digitális eszközök növekvő jelentőségét az is bizonyította, hogy számos, az adott időszakra tervezett offline múzeumi tevékenységet – köztük a folyamatban lévő kiállításokat, konferenciákat és ismeretterjesztő tevékenységeket – az interneten valósítottak meg.

A múzeumok közösségi médiában (Facebook, Twitter, Instagram) érzékelhető aktivitása is új lendületet vett, szakmai szinten pedig számos webináriumot szerveztek. Az UNESCO örömmel nyugtázta, hogy a múzeumok számos új ötlettel enyhítették a bezártság időszakát: játékokat, színezőket, kvizeket, oktatási csomagokat, valamint a sajtó által felkapott „kihívásokat” tettek közzé. Ehhez hasonló digitális akciókat világszerte indítottak, intenzitásuk azonban tükrözi a múzeumok eloszlását a különböző kontinenseken. Míg a virtuális múzeumok és a közösségi hálózatokon megvalósuló akciók minden földrészen megtalálhatók, a legnagyobb számú és leginnovatívabb kampányokat azokban az országokban figyelték meg, amelyekben a legmagasabb a múzeumok száma, és ahol a digitális technológia, valamint az internetes hálózatok fejlettek. Az IKT-kezdeményezések és a COVID-19-re adott azonnali digitális válaszok szinte teljesen hiányoznak az afrikai államokból és a fejlődő kis szigetországokból. Az UNESCO második kérdőíve emellett azt is kutatta, miként helyezték át a múzeumok hagyományos oktatási és közösségi tevékenységüket az online térbe. Megnyugvással szögezte le: új eszközök, programok segítségével kreatív módon érték el a múzeumok a tanárokat és az ugyancsak digitális térbe kényszerülő iskolákat. A nemzetközi szervezet számára a korábban említett misszió túl ez azért is volt ennyire fontos terület, mert az információs és kommunikációs technológiák szerepe már a múzeumokról szóló 2015-ös ajánlásában is hangsúlyt kapott. Az, hogy az idő ennyire fájdalmasan igazolta az ezzel kapcsolatos álláspontjukat, rámutat, hogy a különböző tagállamoknak érdemes figyelembe venni iránymutatásaikat.

Az ICOM felmérései ezen a területen is megerősítették az UNESCO megállapításait. Igaz, az adatközlők csaknem fele azt válaszolta, hogy múzeuma már a kijárási korlátozások előtt is jelen volt a közösségi médiában, gyűjteményeit elérhetővé tette a világhálón, a járvány következtében ők is 15 százalékkal növelték digitális kommunikációs munkájukat. A közösségi médiára a megkérdezettek több mint fele fordított nagyobb figyelmet. A felmérés által elemzett valamennyi kategória a világ múzeumainak legalább 15 százalékában nőtt, és ez a szám majdnem 50 százalékra emelkedik, ha figyelembe vesszük a közösségi média, a livestreaming

események vagy az online oktatási programok terén végzett aktivitást. A második ICOM-jelentés azt is kihangsúlyozza, hogy a járvány második hullámára gyarapodott azon intézmények száma, amelyek új médiacsatornát nyitottak. Ezt a növekedést a harmadik felmérés is megerősítette, de rámutatott, hogy néhány kiugró példa ellenére a kis és közepes múzeumok a nagyokkal szemben ezen a területen is hátrányt szenvednek.

A főleg európai területre koncentráló NEMO magasabb arányszámai alátámasztják a nemzetközi szervezetek arányeltolódással kapcsolatos észrevételeit. Itt a válaszadó múzeumok 60 százaléka növelte online jelenlétét, 69,5 százalékuk olyan munkatársakat is bevont az online kommunikációba, akiknek korábban nem ez volt a feladatuk. A bevételek csökkenésének arányát ismerve nem meglepő, hogy csak 13,4 százalékuk fordított magasabb összeget online aktivitásokra. A befektetett munka meg is térült: a múzeumok 40 százaléka jelezte a virtuális látogatók számának növekedését. Magyarországon a MOKK által 2021 januárjában megkérdezett intézmények 56,2 százaléka, azaz 114 fejlesztett digitális és/vagy online múzeumi tartalmakat 2020 márciusa, tehát a járványügyi helyzet kezdete óta, és az intézmények koncentrált figyelmet fordítottak a közösségi médiára. Ez alig maradt el az európai átlagtól.

4.1.9. Egyenlőtlenség, digitális szakadék

Ahogy eddig is láttuk, a felmérések nem győzték hangsúlyozni, hogy a Föld lakosainak csupán egy része fér hozzá a múzeumok online tartalmaihoz. Az ok-okozati összefüggések nem bonyolultak: milliók nem rendelkeznek internettel és olyan eszközökkel, kompetenciákkal, amelyek a hozzáférésüket, megértésüket biztosítják. Hasonló nehézséget okoz, hogy a múzeumok egy része sincs birtokában a szükséges infrastruktúrának. A kutatásoknak köszönhetően a digitális szakadék minden eddiginél nyilvánvalóbb, láthatóvá váltak a virtuális múzeumok létrehozásának vagy az online gyűjteményekhez való hozzáférésnek az alapvető nehézségei. Az UNESCO a digitális technológiákhoz való hozzáférés tekintetében a nemek közötti jelentős különbségről is nyilatkozott. Az OECD adatai szerint a Földön mintegy 327 millióval kevesebb nő rendelkezik okostelefonnal és mobilinternet-hozzáféréssel, mint férfi.

Mindemellett a múzeumok a járvány idején elkötelezettek mutatkoztak a társadalmi felelősségvállalás terén. Különösen az amerikai múzeumok vállaltak példamutató szerepet a Black Lives Matter mozgalommal vagy általában a társadalmakat sújtó globális gazdasági válsággal összefüggésben.

4.1.10. Gyűjtemények biztonsága

A világjárvánnyal kapcsolatos kutatások során a gyűjtemények biztonsága és állományvédelmi kérdések is szóba kerültek, főleg miután 2020. március 29-én Vincent van

Gogh *Tavaszi kert* című festményét ellopták a járvány miatt zárva tartó hollandiai Singer Laren Múzeumból. ²⁷⁸Az ICOM globális adatai részben megnyugtatónak bizonyultak. Csak Afrikában, Latin-Amerikában és a Karib-térségben, valamint az arab országokban jelezte a résztvevők 15-20 százaléka, hogy elégedetlen a helyi intézkedésekkel, a bűnmegelőzési rendszerek karbantartásával vagy az állományvédelmi paraméterek ellenőrzésével.

4.1.11. Újranyitás, az offline múzeumlátogatás biztonsága

A kutatások azt is vizsgálták, hogy a múzeumok mire számítanak az újranyitást követően. A brit Art Fund által megkérdezett igazgatók 85 százaléka aggódott amiatt, hogy képes lesz-e visszacsalogatni a látogatókat. A NEMO, amelynek képviselői kiálltak amellett, hogy 2020 őszén a múzeumok maradjanak nyitva, külön hangsúlyozta: sehonnan sem érkezett adat arról, hogy a múzeumok fertőzési gócpontokká váltak volna. Éppen ellenkezőleg, a legtöbb múzeum nagyon jól felszereltnek bizonyult ahhoz, hogy a COVID-19 ellenére biztonságos élményt nyújtson mind a látogatók, mind az alkalmazottak számára.

4.1.12. Konklúzió

A különböző kérdőívek jelentései meglehetősen egy irányba mutattak: a világ múzeumait meglepően hasonlóan érintették a járvánnyal járó korlátozások. Bár a nagy nemzetközi szervezetek nem győzték felhívni tanulmányaikban a figyelmet arra, hogy a világ különböző múzeumainak reakciói, lehetőségei között – akár egy országon belül is – mekkora különbségek lehetnek, a szöveges elemzések, a látványos grafikonok adatai között mégis hajlamosak vagyunk elfeledkezni erről. A sokszínűséget tovább szürkíti, hogy a válaszadók többségükben intézményvezetők vagy megbízottaik voltak. Így a felmérésekből sokszor nem derül ki, hogy az adatok mögött hány és hányféle ember munkája, milyen felkészültség, módszertani és elméleti tudás rejlik. Éppen ezért végeztem a doktori képzésem keretében a magyar múzeumi szakemberek körében egy olyan kutatást, amely az egyénre, a múzeumi munkavállalók kompetenciáira, munkakörülményeire, tapasztalataira fókuszál.

²⁷⁸ Theft of the painting “Spring Garden” by Vincent van Gogh. <https://en.unesco.org/news/theft-painting-spring-garden-vincent-van-gogh>. Megjelenés: 2020. 03. 30.

4.2. Múzeumi szakemberek bezárt kapuk mögött – kutatás (2021.)

A koronavírus-világjárvány második hullámának a végén, a múzeumok fokozatos újrainyitása után indítottam el a Pulszky Társaság MME, az Emberi Erőforrások Minisztériuma Múzeumi Főosztálya, a Magyar Nemzeti Múzeum, a MOKK hathatós erkölcsi és gyakorlati támogatásával a *Múzeumi munkatársak tevékenysége, munkakörülményei a világjárvány alatt* című kérdőíves kutatásomat.²⁷⁹ A múzeumvezetőknek és a felsorolt intézmények címlistáin szereplő múzeumi munkatársaknak kiküldött kérdőív 36 kérdést foglalt magába, amely az alapadatokkal együtt 61 zárt és 31 szabadon megválasztható kérdést tartalmazott, érintve a szakmai hátteret, a munkakörülmények és a munkalehetőségek átalakulását, a home office-szal, a digitalizációval, az online tartalomgyártással, a közösségi médiában végzett munkával kapcsolatos szakmai tapasztalatokat. A nagyszámú kérdéssor lehetővé tette a válaszok ellenőrzését, a különböző tendenciák megragadását, sőt számos ponton lehetőséget adott, hogy a megkérdezettek részletesen is kifejtsék véleményüket.

Az adatelemzés leíró statisztikai módszerrel (MS Excel) és a már említett nemzetközi és magyar kutatási eredményekkel, valamint az országos múzeumstatisztikával²⁸⁰ való összehasonlítás alapján történt, arra törekedve, hogy a kérdésekre adott válaszokat esetenként a következő szempontok szerint is vizsgáljam: az intézmények típusa, földrajzi elhelyezkedése. A kérdőívet végül 2021. május 24. és július 30. között 389 fő töltötte ki. Sajnálatos technikai malőr miatt 39 fő nem látta a kérdések egy részét, valamint a szerteágazó kérdéskörök miatt a leírásban felhívtam arra a figyelmet, hogy azok a témakörök, amelyekben a válaszadó nem kompetens, átugorhatók. Így a százalékos adatokat sosem a kérdőívet kitöltő adatközlők összességének, hanem az adott kérdésre adott válaszadók számának függvényében határozom meg.

4.2.1. A válaszadók²⁸¹

Mivel a MOKK első, 2020 áprilisi kérdőívét 94 fő, a második, 2021. januárit 203 intézmény vezetője töltötte ki, mindenképp kiemelkedőnek értékelhető a jelen kutatás részvételi aránya. Még ha nem is tekinthető a magyar múzeumi világ szempontjából reprezentatívnak a kutatás, alkalmas arra, hogy bizonyos keretek között következtetéseket vonjunk le. Ezen

²⁷⁹ Külön meg szeretném köszönni Kassai Hajnalnak, az EMMI főosztályvezetőjének, Antal Józsefnek, a *Magyar Múzeumok OnLine* szerkesztőjének, Bereczki Ibolyának, a Pulszky Társaság elnökének és Lónárt Adrienn-nek, a Magyar Nemzeti Múzeum munkatársának a segítségét. A kérdéssor kibővítésében még Róka Enikő, a BTM Fővárosi Képtár vezetője, Frazon Zsófia, a Néprajzi Múzeum muzeológusa, Szikra Renáta, a Kassák Múzeum szakembere, Kómár Éva, a Magyar Nemzeti Múzeum digitalizációs szakembere és Tóthné Pásztor Ágota, a balmazújvárosi Semsey Andor Múzeum több feladatkörben dolgozó néprajzkutatója, Varga Lujza, a Magyar Nemzeti Múzeum kabinetfőnöke is adott ötleteket.

²⁸⁰ Forrás: MúzeumStat. <https://muzeumstat.hu/hu> – Utolsó letöltés: 2021. 08. 02

²⁸¹ A fejezet megjelent itt: Berényi 2021i

keretek meghatározásához összehasonlítottam a kérdőív válaszadóinak alapadatait az országos múzeumi kutatásokat végző MuzeumStat közléseivel.²⁸²

Az elemzés során jelentős különbség mutatkozott a munkahelyet jelentő muzeális intézmények szakmai besorolásának, valamint földrajzi fekvésének összevetése során. Látszólag az országos múzeumok (35,7 százalék) és a megyei hatókörű múzeumok (26,9 százalék) felülreprezentáltak a kutatásban éppúgy, mint a budapesti intézmények (47,7 százalék). Ha azonban összevetjük, hogy egy-egy intézménytípusból mennyi van Magyarországon, és azokban hányan dolgoznak, azt látjuk, hogy a kutatásban legmagasabb arányban az országos szakmúzeumok képviseltették magukat. Utánuk a legtöbbet a megyei hatókörű városi múzeumok, majd a területi múzeumok dolgozóiról tudhatunk meg, és csak ezt követően jönnek az országos múzeumok munkatársai. Sajnos elenyésző információnk van a közérdekű muzeális kiállítóhelyek alkalmazottainak tapasztalatairól (3. és 4. ábra).

Földrajzi eloszlás tekintetében egyértelmű, hogy a budapesti intézmények járvány alatt folytatott munkájáról tudhatunk meg a legtöbbet. Érdekes összehasonlítani az 5. ábrán, hogy aránylik egy-egy megye múzeumainak és a kitöltést vállaló munkatársainak száma. Míg Pest és Borsod-Abaúj-Zemplén megyéből csaknem ugyanannyi válasz érkezett, az előbbi területen jóval magasabb az intézmények száma. Sajnálatos, hogy Zala megye kivételével a Dél-Dunántúl mennyire alulreprezentált: Tolna megyéből mindössze egy, Somogyból kettő, Baranyából három kitöltött kérdőív érkezett vissza. A két elemzés azt mutatja, hogy óvatosan kell bánni a kutatás adataival, mert az adatközlők jellemző munkahelyeinek típusa és regionális elhelyezkedése aránytalan az országos intézményrendszer struktúrájához képest.

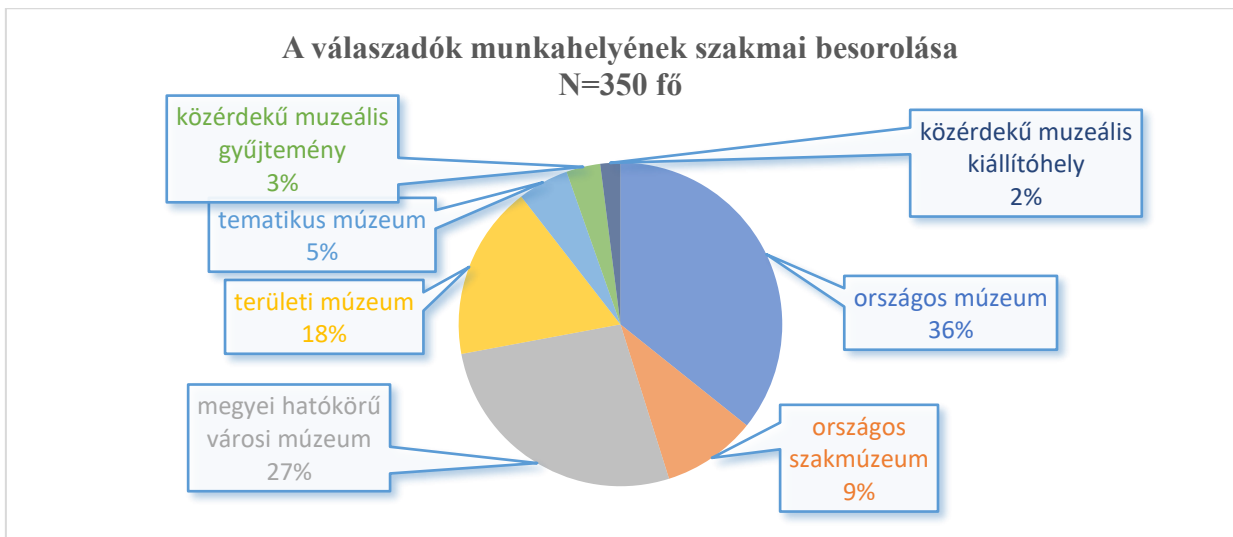
Ugyancsak fenntartásokkal lehet következtetéseket levonni az egész magyar intézményrendszerre vonatkozóan a munkavállalók végzettsége és szakterülete szempontjából. A válaszadók kora egyenletesen oszlott el: 11,1 százalék a húszas, 28 százalék a harmincas, 31,4 százalék a negyvenes, 28,3 százalék az ötvenes, hatvanas éveiben jár, de négy 24 év alatti munkatárs is vállalta a kitöltéssel járó munkát. Az adatközlők többsége (68,9 százalék) nő, továbbá felsőfokú végzettséggel rendelkezik. 72,3 százalék egyetemi vagy főiskolai diplomával, 15,4 százalék tudományos fokozattal, 11,7 százalék érettségivel, két fő szakképesítéssel bír. Mivel országosan a MuzeumStat 2019-es adatai alapján a múzeumi alkalmazottaknak mindössze 40 százaléka felsőfokú végzettségű szakalkalmazott, így a kutatásban mindenképp felülreprezentált ez a réteg.

Ha azonban azt vesszük, hogy a kérdőívet 87,7 százalékban diplomások, jellemzően szakalkalmazottak töltötték ki, már más a helyzet. A MuzeumStat adatai szerint 2019-ben

²⁸² Az elemzés elvégzésekor a MuzeumStat 2019-es adatai voltak a legfrissebbek, ezeket használtam.

országosan a diplomás szakalkalmazottak 46 százaléka muzeológus, 18 százaléka múzeumpedagógus vagy közművelődési szakember, nyolc százaléka restaurátor, egy százaléka informatikus, négy százaléka könyvtáros volt, 23 százalékuk új egyéb foglalkozást. A kérdőív kitöltőinek több mint a fele (51,4 százalék) muzeológus, negyede (26,6 százalék) közművelődési munkatárs (múzeumpedagógus, tárlatvezető, rendezvényszervező), ötöde (21 százalék) adminisztrációs, gazdasági jellegű feladatokat lát el. 15,7 százalékuk végez az intézményben kreatív feladatokat (grafika, kiállításrendezés), kommunikációval, marketinggel az adatközlők 14,3 százaléka, restaurálással, állományvédelemmel 9,7 százalék foglalkozik. A kérdéstípus megengedte, hogy a kitöltők akár több területet is megjelöljenek, tudván azt, hogy a kisebb intézmények így képesek a kötelező feladatköröket ellátni. Ezért a kitöltők feladatai között ott a menedzsment, a gazdasági, jogi, műszaki feladatok, a gyűjteménykezelés, kutatószolgálat, adminisztráció, régésztechnikusi, preparátori tevékenység, de vállalták a válaszadást olyanok is, akik takarítóként, teremőrként, pénztárosként, a múzeumshop munkatársaként vagy sofőrként dolgoznak. A kutatásból összességében kirajzolódik az a sokszínűség, amely a múzeumi kollektívákra jellemző.

Azt is megvizsgáltam, milyen szakterületet képviselnek, milyen fajta feladatokat látnak el a válaszadó muzeológusok. Többségük a történelem, a régészet, majd a művészettörténet, az adattár-nyilvántartási terület, majd a néprajz, a természettudomány területéről érkezett, de nem hiányoztak a válaszadók közül a műszaki tudományok, az irodalomtörténet, az ipar- és designtörténet, a numizmatika, a zenetörténet, a színháztörténet, az építészettörténet képviselői sem. A válaszadók fele a járvány előtt végzett kiállításrendezéssel kapcsolatos kurátori feladatokat, 43,2 százalékuk felel múzeumi gyűjteményért. Mindkét adat arra mutat, hogy bár a kutatásban megjelenik valamennyi múzeumi szakterület, az eredmények hangsúlyosabban tükrözik a diplomás, kurátori feladatokkal is megbízott, gyűjteményi felelősséggel rendelkező muzeológusok tapasztalatait.



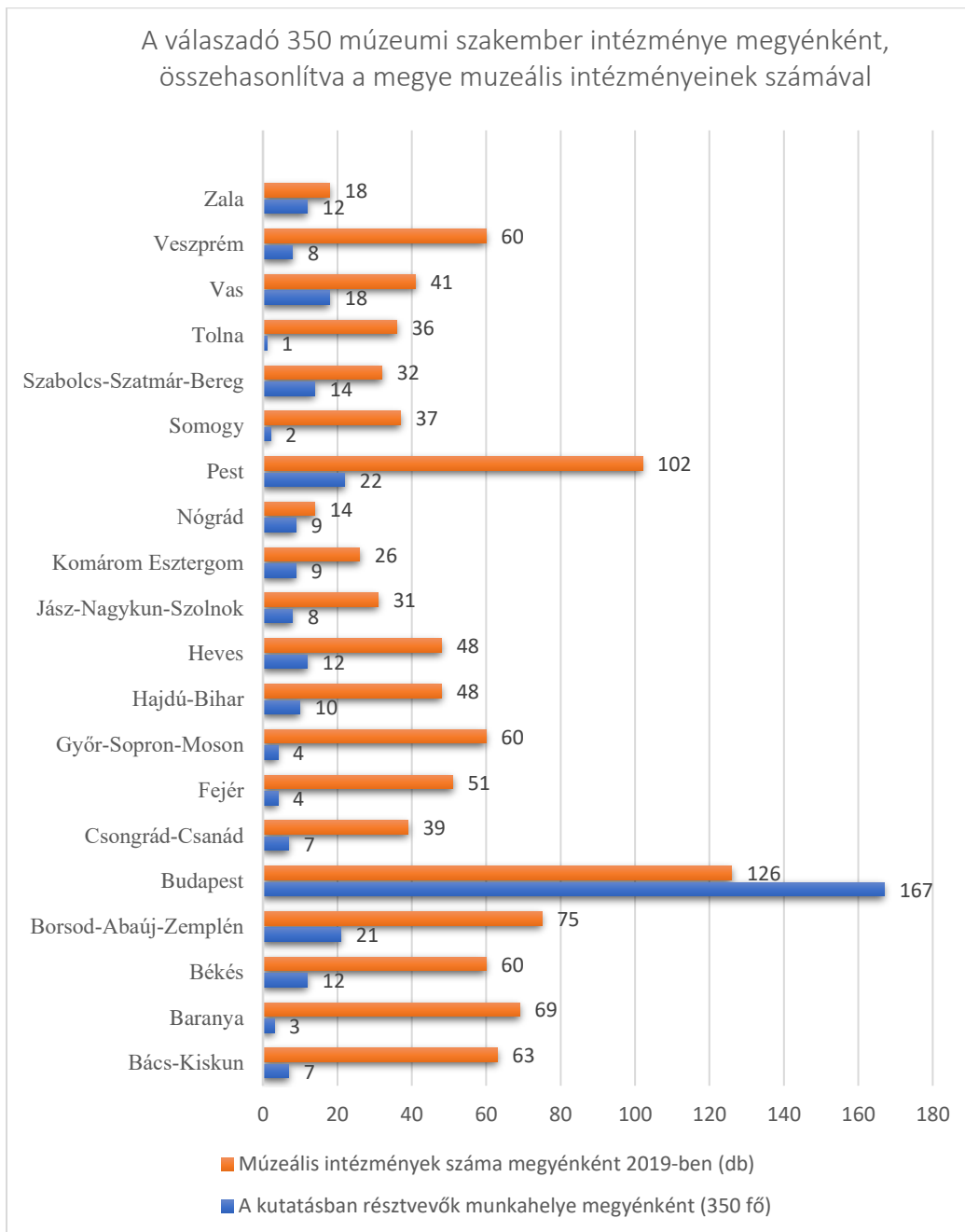
3. ábra

Múzeumi munkatársak tevékenysége, munkakörülményei a világjárvány alatt című kérdőíves kutatás

A muzeális intézmény szakmai besorolása	Az intézménytípus száma Magyarországon (db)	Hányan dolgoztak az intézménytípusban 2019-ben? (fő)	Hányan dolgoznak a kérdőív válaszadói közül az adott intézménytípusban? (fő)	Az adott intézménytípus dolgozóinak összlétszámához képest hányan töltötték ki a kérdőívet? (%)
országos múzeum	16	2518	125	5%
országos szakmúzeum	13	237	33	14%
megyei hatókörű városi múzeum	24	1230	94	8%
területi múzeum	72	906	61	7%
tematikus múzeum	39	576	18	3%
közérdekű muzeális gyűjtemény	132	776	12	2%
közérdekű muzeális kiállítóhely	422	1091	7	1%

4. ábra

A MúzeumStat 2019-es és a *Múzeumi munkatársak tevékenysége, munkakörülményei a világjárvány alatt* című kérdőíves kutatás adatai alapján



5. ábra

A MúzeumStat 2019-es és a *Múzeumi munkatársak tevékenysége, munkakörülményei a világjárvány alatt* című kérdőíves kutatás adatai alapján

4.2.2. A munkavégzés megváltozott körülményei, az otthoni munkavégzés lehetősége²⁸³

A járvány terjedésének lassításában fontos szerepet kapott, hogy a munkáltatók lehetőség szerint csökkentsék a munkavállalók közötti találkozások sűrűségét, korlátozzák az egyszerre egy munkaszobában tartózkodók létszámát, ne tegyék ki a dolgozókat a tömegközlekedéssel járó fertőzés kockázatának. A múzeumi munka ezen a téren számtalan lehetőséget tartogatott, amelyet az intézmények ki is aknáztak. Különösen a közönségforgalom

²⁸³ A fejezet megjelent itt: Berényi 2021j

megszűnése után törekedtek arra a vezetők, hogy lehetőség szerint otthoni munkavégzésre, hibrid munkarendre ösztönözzék a munkavállalókat.

A MOKK 2021. januári jelentésében az áll, hogy a 184 válaszadó intézmény több mint fele rendelt el részleges otthoni munkavégzést a múzeumi dolgozók számára. A tanulmány szerint a legtöbb intézmény (95) a kommunikációs feladatokat jelölte meg, ezt követte az adminisztrációs terület kilencven intézmény válaszában, de 86 muzeális intézmény a kutatómunkát említette távolról is elvégezhető tevékenységként. 30 százalék, azaz 61 fő jelölte meg a digitális tartalmak létrehozását mint otthoni munkavégzés alatt is elvégezhető feladatot.²⁸⁴ A múzeumvezetők által kitöltött, egész intézményre vonatkozó válaszokat némiképp árnyalja a múzeumi dolgozók körében a fél évvel később végzett kutatás.

Az 6. ábrán látható grafikon jól mutatja, milyen változatos tartalommal bírt az adatközlők körében a home office fogalma. Míg 45 fő egyáltalán nem dolgozott otthonról, a 304, home office-tapasztalattal rendelkező munkatárs esetében erőteljesen megoszlik, miként érintette időbeosztásukat ez az időszak. Közülük csak 87 fő engedhette meg magának, hogy folyamatosan a lakásából dolgozzon, 97-üknek az aktuális feladatokon múlt, 65-en hetente három-négy, 32-en hetente néhány napot lehettek otthon, 23 válaszadónak pedig meghatározták, a hónap mely napjain végezhet távmunkát.

A folyamatosan otthon dolgozók több mint negyede muzeológus, 13 százalékuk közművelődési szakember, nyolc százalékuk adminisztrációval foglalkozik. Ez azért is érdekes, mert azoknak a húsz százaléka is muzeológus, akik egyáltalán nem voltak home office-ban, hasonlóan a többi kategóriához. Egyetlen kivétel van: a heti egy-két napos otthoni munkavégzésnél vannak jelentős többségben az adminisztrációval foglalkozók. Azt látjuk, hogy nem a beosztáson és a feladatkörökön állt vagy bukott az otthoni munkavégzés lehetősége.

Érdekesebb eredményre jutunk, ha a múzeumok besorolását és a folyamatos munkavégzés lehetőségét összehasonlítjuk a 7. ábrán.

Egyértelműen kirajzolódik, hogy az országos múzeumok dolgozói nagyobb arányban élhettek ezzel a lehetőséggel. A további adatelemzés során az is kiderült, hogy az országos múzeumokban az adatközlők 29,6 százaléka folyamatosan, 24–24 százalékuk hetente három-négy napot, illetve az aktuális helyzet alapján volt otthon. A megyei múzeumokban a nyilatkozók 17 százaléka folyamatosan, 39,4 százalékuk az aktuális feladatok függvényében, a területi múzeumokban folyamatosan 13,3 százalék, heti három-négy napot 20 százalék, aktualitásra építve 23,3 százalék volt home office-ban a járvány idején.

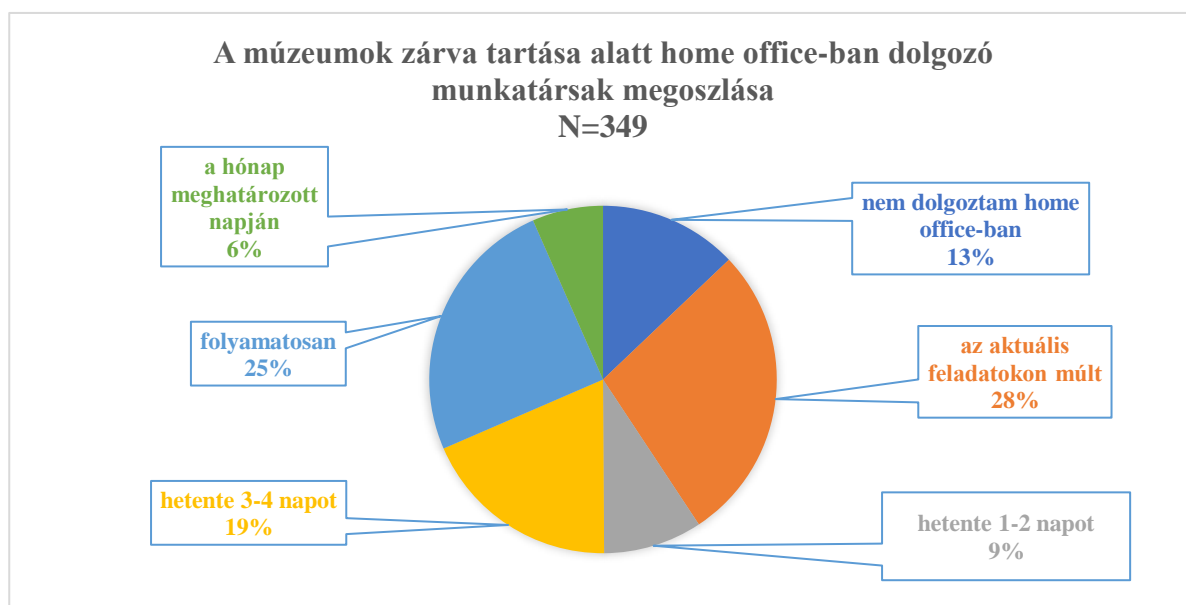
²⁸⁴ Pacsika 2021a, 16.

Hasonló a helyzet a földrajzi eloszlás esetében is: Budapesten és Pest megyében inkább dolgoztak otthonról folyamatosan a kollegák, mint másutt. Ugyancsak különös a másik véglet; ha megvizsgáljuk, mely intézmények munkatársai nem voltak egyáltalán home office-ban, jelentősen megnő a területi és megyei hatókörű városi múzeumok aránya (8. ábra) vagy a területi intézményeké. A területi múzeumok adatközlőit külön vizsgálva azt tapasztalhatjuk, hogy 30 százalék, a megyei múzeumokét tekintve 12,8 százalék, az országos múzeumokét nézve 6,4 százalék nem élhetett egyáltalán az otthoni munkavégzés lehetőségével.

Az országos szakmúzeumokban így alakultak az adatok: folyamatosan otthonról dolgozott a zárvatartás alatt 27,3 százalék, hetente három-négy napot 24,2 százalék, aktuális feladatok függvényében 21,2 százalék, hetente egy-két napot 12,1 százalék, a hónap meghatározott napján 6,1 százalék, nem dolgozott home office-ban 9,1 százalék.

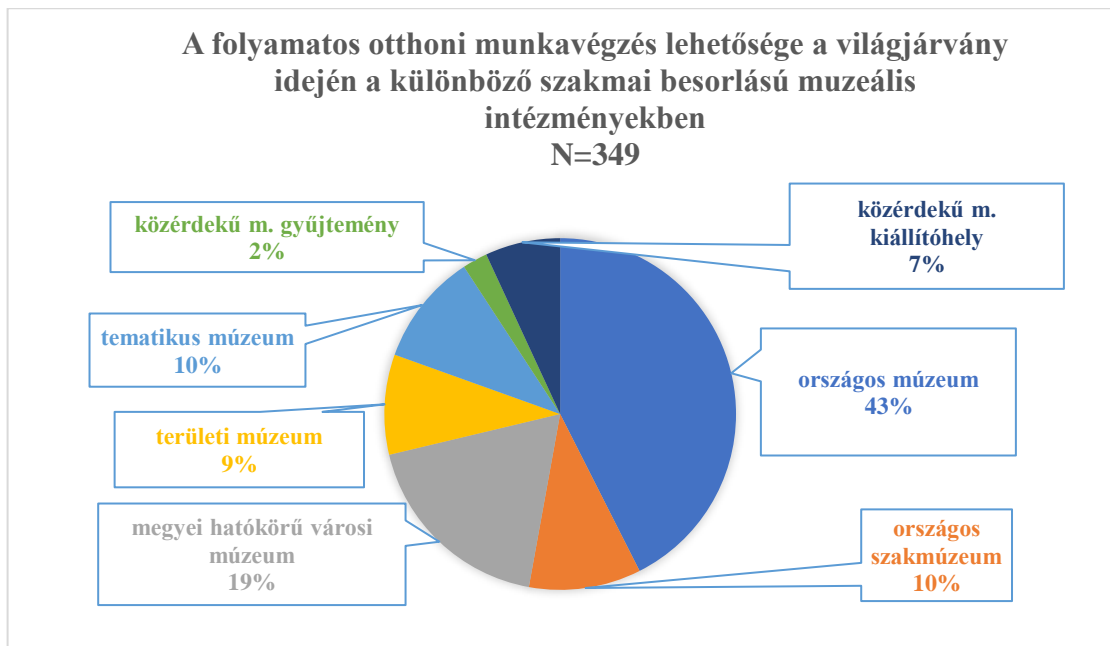
A közérdekű muzeális gyűjteményekből és kiállítóhelyekről összesen húsz fő reagált a kérdőívre. Közülük ketten nem dolgozhattak home office-ban, nyolc fő folyamatosan otthonról, öt a feladatoktól függően tevékenykedett otthonról, a többiek hetente három-négy alkalommal jártak be. A tematikus múzeumok 19 képviselője közül ketten nem, kilencen folyamatosan, ketten néhány napot dolgoztak home office-ból, másoknál ez alapvetően az aktuális kihívásokon

múlt.

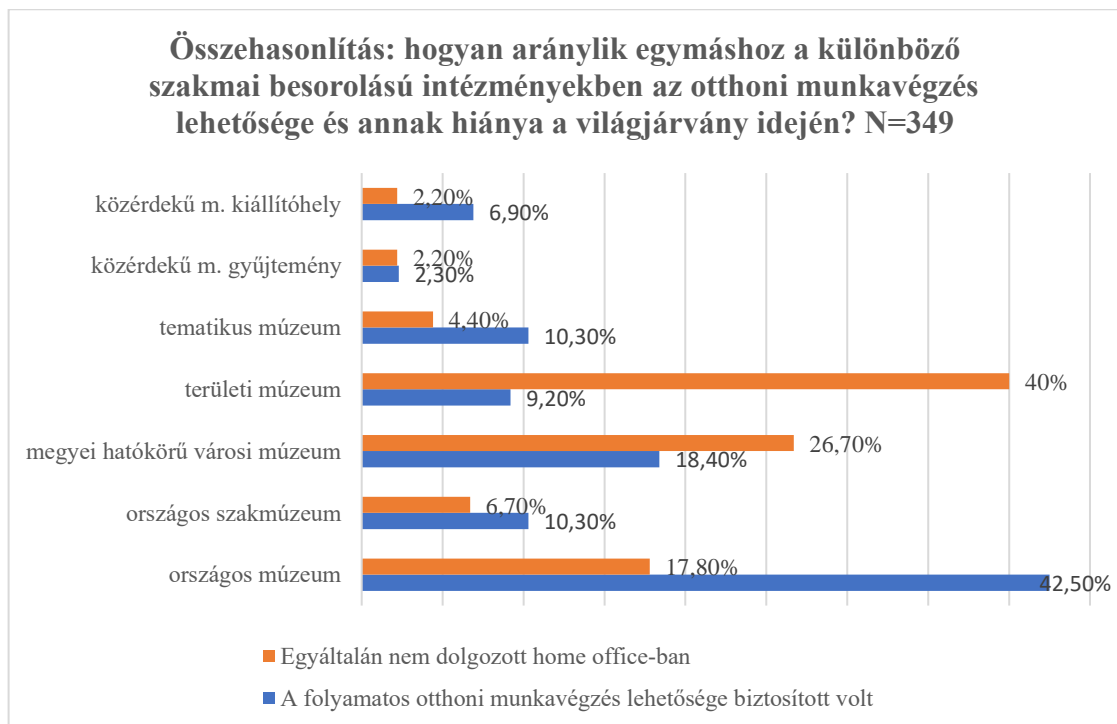


6. ábra

1. A Múzeumi munkatársak tevékenysége, munkakörülményei a világjárvány alatt című kérdőíves kutatás adatai alapján



7. ábra
A Múzeumi munkatársak tevékenysége, munkakörülményei a világjárvány alatt című kérdőíves kutatás adatai alapján



8. ábra
A Múzeumi munkatársak tevékenysége, munkakörülményei a világjárvány alatt című kérdőíves kutatás adatai alapján

4.2.3. A munka szervezettsége, tervezhetősége, ellenőrzése²⁸⁵

Hogy a múzeumok, muzeális intézmények dolgozói a koronavírus-világjárvány következtében elrendelt zárvatartás idején, otthoni vagy hibrid munkavégzés mellett is kielégítően eleget tehessenek feladatköreiknek, kiszámíthatóságra volt szükség. A járvánnyal szemben érzett általános félelem, a krízishelyzet okozta szorongás, pánikhangulat kezelésére ugyancsak a rendszeresség lehetett az egyik legjobb gyógyír. A MOKK intézményvezetők körében végzett 2021. januári kutatása hangsúlyozta, hogy az intézményekben a bevételkiesésnél és a látogatók elvesztésénél is nagyobb gondot okozott a bizonytalanság.²⁸⁶

Úgy néz ki, ezen a téren a *Múzeumi munkatársak tevékenysége, munkakörülményei a világjárvány alatt* című kérdőíves kutatás látókörébe kerülő múzeumi intézmények vezetői is megfontoltak voltak: a válaszadók mindössze 10,8 százaléka nyilatkozott úgy, hogy nem volt tervezhető, mikor kell bemennie a munkahelyére. Az adatközlő munkavállalók szerint ugyanakkor ebben a bizonytalanságban közrejátszottak az eseti feladatok, a gyerekekkel, családdal kapcsolatos teendők, megbetegedések, a régészeti és egyéb terepi munkák eloszlása.

A kiszámíthatatlanságban, a rendszertelen hibrid munkarendben a munkahelyi és az otthoni eszközpark, IKT-felszereltség is szerepet kapott: többen onnan dolgoztak, ahonnan épp el tudták végezni a feladatukat.

Arányaiban sokan jegyezték meg, hogy a váratlan esetek, az új helyzet kiszámíthatatlanságából fakadó nehézségek kezelése meghaladta intézményvezetőjük képességeit, nem tudtak előrelátóan tervezni, állandósult a rögtönzés és a kapkodás, de az elégtelen belső kommunikáció, a fenntartó által kiadott előre nem látható feladatok, megkeresések sem tették tervezhetővé a mindennapokat.

Az intézmények irányítói többféle adminisztratív megoldást kerestek, hogy szabályozzák a munkavégzés rendjét. A megkérdezettek 70,9 százaléka arról számolt be, hogy vezetőik a járvány okozta veszélyhelyzet(ek) idején is fogalmaztak meg a napi munkarendjükkel kapcsolatos elvárásokat, 82,8 százalékban ellenőrizték a munkájukat.

Az adatközlők majdnem felének hetente kellett munkajelentést készítenie (10. ábra). Az országos múzeumok esetében a válaszadók 52,5 százalékának hetente, 10–10 százaléknak havonta és hetente, a megyei hatókörű intézményekben hetente 50, havonta 18,1 százalékban, a területiekben hetente 33,9 százalékban, havonta 11,9 százalékban hárult ilyen kötelezettség a dolgozókra.

Több intézményben kifejezett szigorúság volt: 53-an vallottak arról, hogy naponta jelentést vártak tőlük, 49 főnek (14,9 százalék) pedig külön platformon is be kellett jelentkeznie

²⁸⁵ A fejezet megjelent itt: Berényi 2021k

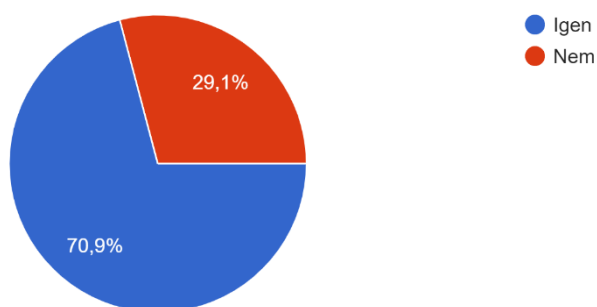
²⁸⁶ Pacsika 2021a, 20.

a munka felvételének időpontjában. A legszigorúbbak arányukat tekintve a megyei hatókörű múzeumok voltak: 19,1 százalékuknak kellett naponta jelentést írnia, az országosoknál ez az arány 16,7 százalék, a területieknél 15,3 százalék.

Ez is közrejátszott, hogy a járvánnyal együtt járó megváltozó munkakörülmények az adminisztratív terhek növekedését hozták magukkal a múzeumokban (11. ábra).

Volt-e a munkahelyén napi munkarenddel kapcsolatos elvárás?

340 válasz

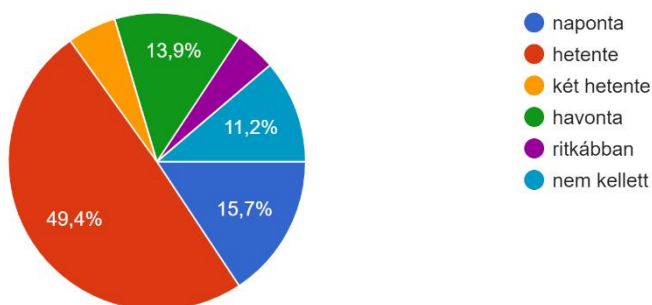


9. ábra

A *Múzeumi munkatársak tevékenysége, munkakörülményei a világjárvány alatt* című kérdőíves kutatás adatai alapján

Milyen sűrűn kellett munkajelentést készíteni?

338 válasz

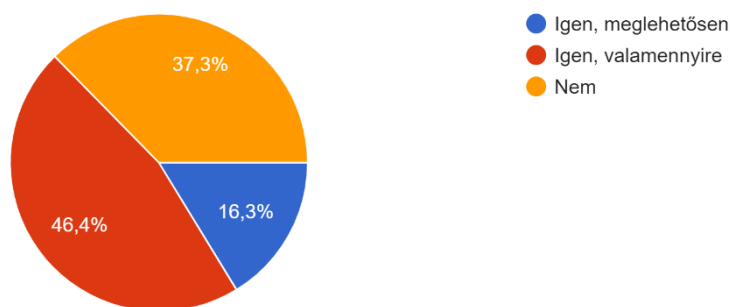


10. ábra

A *Múzeumi munkatársak tevékenysége, munkakörülményei a világjárvány alatt* című kérdőíves kutatás adatai alapján

Nőttek-e az adminisztratív terhei a home office következtében?

332 válasz

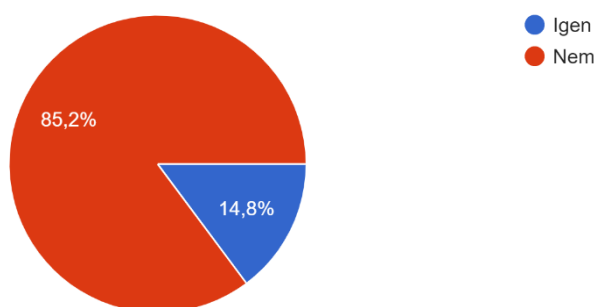


11. ábra

A *Múzeumi munkatársak tevékenysége, munkakörülményei a világjárvány alatt* című kérdőíves kutatás adatai alapján

Be kellett-e jelentkezni valamilyen platformon a munka felvételének időpontjában?

331 válasz



12. ábra

A *Múzeumi munkatársak tevékenysége, munkakörülményei a világjárvány alatt* című kérdőíves kutatás adatai alapján

4.2.4. Bércsökkenés, bevételkiesés²⁸⁷

Valamennyi intézmény számára nehézséget jelentett a zárvatartásból fakadó bevételkiesés. A MOKK januári jelentése szerint a 184 válaszadó intézmény közül három helyen fordult elő, hogy a munkatársakat fizetés nélküli szabadságra küldték, 45 helyen történt szabadságot (fizetett szabadság), bércsökkenést 17 helyről jeleztek, a többi helyen nem történt semmilyen, humánerőforrást érintő változás. Az általam végzett, a múzeumi munkatársakra irányuló kutatás szerint bércsökkenést csak a válaszadók 12,4 százaléka tapasztalt, főleg az országos és a területi múzeumokban (13. ábra). Magasabb volt azok aránya (24 százalék), akik egyéb bevételektől (oktatás, előadás, tanulmányírás, rendezvények, kutatás stb.) estek el a járvány

²⁸⁷ A fejezet megjelent itt: Berényi 20211

miatt. A legtöbb olyan kollega, akit a járvány miatt veszteség ért, Budapesten él (60,5 százalék), de a Pest megyei és a Szabolcs-Szatmár-Bereg megyeiek 11,6 és 9,3 százaléka is kevesebb pénzből élt. Életkor szerint különösen a negyvenes, diplomás munkavállalók jártak rosszul. Érdekes, hogy a tudományos fokozattal és különösen az érettségivel rendelkezőket arányaiban kevésbé érintette jövedelemkiesés.



13. ábra

A *Múzeumi munkatársak tevékenysége, munkakörülményei a világjárvány alatt* című kérdőíves kutatás adatai alapján

4.2.5. Az otthoni munkavégzés hatékonysága, visszajelzések²⁸⁸

Az otthoni munkavégzés hatékonyságáról a MOKK 2021-es vezetői kutatása jellemzően pozitív tapasztalatokat rögzített. A minta több mint fele, 51,7 százaléka szerint a munkatársak ugyanolyan hatékonyan dolgoztak otthon, sőt 5,1 százalék szerint jobban, mint a múzeumban. Akár a korábbi munkavállalói kritikára is reflektálhat az egyik megjegyzés: bár „hatékony volt a munkavégzés, de sokkal több szervező és egyeztető munkát igényelt”. 15,2 százalék szerint a múzeumi dolgozók kevésbé dolgoztak hatékonyan otthonról, 2,8 százalék szerint pedig sokan nem végeztek érdemi munkát az otthoni munkavégzés során.²⁸⁹

A múzeumi dolgozók hasonlóan látják a helyzetet, majdnem 60 százalékuk teljesen el tudta látni eredeti munkakörét, amikor zárva tartott az intézmény, 45,9 százalék pedig részben. (15. ábra) Összesen heten nyilatkoztak úgy, hogy nem tudták elvégezni a feladataikat. A munkavállalók a saját hatékonyságukkal is elégedettek voltak (14. ábra).

Az időbeosztás a válaszadók háromnegyedének nem okozott gondot, 23,3 százalékuknak hol sikerült, hol nem, és 330 válaszadó közül csak heten nem birkóztak meg a kihívással. 107-en

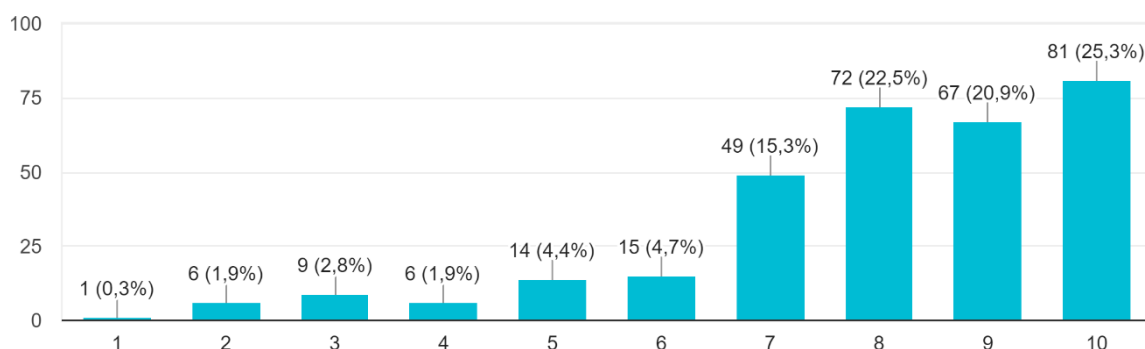
²⁸⁸ A fejezet megjelent itt: Berényi 2021m

²⁸⁹ Pacsika 2021a, 18.

gyorsabban készen voltak a feladataikkal, mint amikor bejártak dolgozni, és csak 28-an mondták azt, hogy kevesebb időt fordítottak a munkájukra a home office-ban, 41-en pedig úgy érezték, hogy éjjel-nappal dolgoznak. A kellemetlen tapasztalatok mellett a vezetők és a munkavállalók körében is visszatérő vélemény, hogy bizonyos munkafolyamatok esetében a home office és az online meetingek kifejezetten hasznosak és hatékonyak, ezért a pandémia után is meg akarják őrizni megfelelő keretek között a hibrid munkarendet.

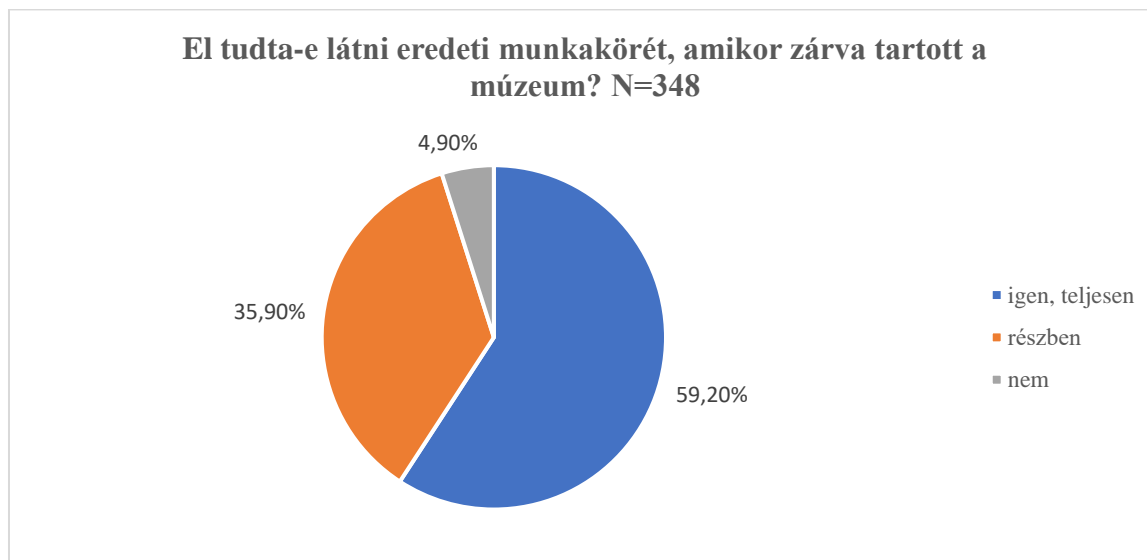
Mennyire érezte hatékonynak az otthoni munkavégzést?

320 válasz



14. ábra

A Múzeumi munkatársak tevékenysége, munkakörülményei a világjárvány alatt című kérdőíves kutatás adatai alapján



15. ábra

A Múzeumi munkatársak tevékenysége, munkakörülményei a világjárvány alatt című kérdőíves kutatás adatai alapján

4.2.6. Online kapcsolattartás²⁹⁰

A home office talán egyik legnagyobb nehézsége az volt, hogy a munkahelyi kommunikáció hagyományos formái, rutinjai felülíródtak. A kezdeti nehézségek után a múzeumi munkatársak rutinosan alkalmaztak különböző applikációkat, megoldásokat az intézményen belüli kommunikációra éppúgy, mint a tágabb szakmájukban vagy akár a nemzetközi kapcsolatok terén is. A többség (46,3) százalék ettől függetlenül a munkahelyén beszélte meg az ügyeket, 26,7 százalék rendszeresen, 28,4 százalék alkalomszerűen tartott, erre a célra fejlesztett alkalmazáson keresztül (Zoom, Temas stb.) online értekezleten kommunikált. Csak egy fő állította, hogy megszűnt a kapcsolata a kollégáival. A telefonos kapcsolat 77,6 százalék, az e-mail 84,8 százalék, az üzenetküldő alkalmazások (Messenger, Viber stb.) 40 százalék, a közösségi média (Facebook) csoport 15,5 százalék számára bizonyult hasznosnak.

4.2.7. Mentális következmények²⁹¹

„Csak 2020-ban lehattunk home office-ban, végre elég idő jutott a tudományos munkára, kétszeres erővel dolgoztam, hogy minél több mindennel végezzek, mert sejtettem, többet ilyen időszak nem lesz. Bárcsak minden évben itthon lehetne dolgozni egy-két hónapot, a tudományos kutatásokkal is sokkal előrébb lennénk. Munka szempontjából életem legjobb időszaka volt” – fogalmazott az egyik vidéki területi múzeum negyvenes muzeológusnője. Pozitív tapasztalataival nem volt egyedül. A válaszadók jelentős része remekül be tudta osztani az idejét a home office alatt, örömmel töltötte el, hogy megtanulhat új dolgokat, tervezhető volt a munkája, több időt fordíthatott kutatásaira, behozhatta az elmaradásait.

Annak ellenére, hogy a válaszadók jelentős részének minden feltétele megvolt az otthoni munkavégzéshez, mégis kevesen éltek meg egyértelműen pozitívan ezt az időszakot. Többen a kezdeti lelkesedés, az újdonság varázsa után demotiváltak lettek, szerették volna visszakapni régi életüket, találkozni a látogatókkal. Mások tobzódtak az online konferenciák, workshopok világában, de egy ponton nagyon elfáradtak.

Az adatközlők közül 131 érezte úgy, hogy elmosódott az otthoni munkavégzés miatt a szabadidő és a munkaidő közötti különbség, csak 55-en mondták azt, hogy jól körvonalazott napszakban látták el a feladataikat. Magas volt azoknak a száma, akik arról is vallottak, hogy a házimunka, az otthon tanuló gyerekek ellátása miatt nagyon nehéz volt az idejüket beosztani, sokan írtak arról, hogy a pandémia miatt szorongtak, elmagányosodtak, mentálisan megviselte őket az online meetingek végtelen sora, vagy a többszörös terhelés miatt a kiegészítő tüneteit

²⁹⁰ A fejezet megjelent itt: Berényi 2021m

²⁹¹ A fejezet megjelent itt: Berényi 2021n

éreztek magukon. 145-en számoltak be arról, mennyire hiányzott nekik a munkahelyi közösség, de 109 fő annak is örült, hogy többet lehet a családjával.

Olyanok is akadtak, akik nem hiányolták a „fölsleges munkahelyi traccspartikat”, és az otthon csendjében jobban haladtak. Nem egy munkatársat bántotta, hogy kollegái nem annyi időt töltöttek munkával odahaza, mint ő, ezért az ő feladatukat is neki kellett elvégeznie. Szintén antidemokratikusnak érezték, hogy a járvány miatt – vélt vagy valós indokkal – egyeseknek nem kellett bejárniuk, ezért a kevésbé szorongós, fittebb, a fertőzésen már a korai időszakban átesett munkatársakra nagyobb teher nehezedett.

Többen említették, hogy nagyon sok időt spóroltak meg azzal, hogy nem kellett ingáznuk a munkahelyükre, ezáltal energiát nyertek, és ez segített a nagyobb terhelés elviselésében.

Arról is nagy számban tettek említést a múzeumi munkatársak, hogy új hobbikra tettek szert, többet sportoltak, és jelentősen megnőtt az online tartalomfogyasztásuk az egyébként is az interneten végzett munkájuk mellett.

Nem utolsósorban arról sem szabad elfeledkezni, hogyan hatott a múzeumi közösségekre az intézmény zárvatartása, a hibrid és az otthoni munkavégzés. Az adatközlők története arra utalnak, hogy ahol jól szervezett volt a munka, világosak a szabályok, a krízishelyzet összehozta a kollégákat. Természetesen a folyamat ellentéte is igaz, volt, ahol a meglévő konfliktusok elmélyültek, a rossz munkahelyi légkörre nem volt megfelelő gyógyír a karantén. Mindkét hangulatra egy-egy jellemző történet: *„Felmondtam, mert a munkáltatóm a kulturálatlan, ostoba kegyence alá gyűrte be a város összes kulturális szervezetét, a szakemberek 80 százaléka távozott emiatt, a múzeumban egyetlen szakember maradt az ötből, a művházban egy sem. A tavaly ilyenkor 109 helyett kb. 60 fő van az egykori intézményekben, az emberek 70 százaléka már nincs ott, az újak pedig nem szakemberek.”* És egy pozitív példa: *„Az egyik meetingen kb. hatan vettünk részt. Mint az véletlenül kiderült, többünknek van macskája, ugyanis az állatok egyszerre bukkantak fel a kamerák előtt. Az összes résztvevő hátrahőkölt és felnevetett, amikor látta ezt a »hibát a Mátrixban«.* És egy kollégám szerint ez csak egy újabb bizonyíték volt, hogy a macskák aktívan kommunikálnak egymással, és végső céljuk, hogy világalomra törjenek.”

4.2.8. Home office-feladatok²⁹²

Az olyan munkahelyen dolgozók számára, ahol a feladatok egy adott fizikai tér tárgyi világának megőrzésére, kutatására, bemutatására, valamint személyes találkozásokon történő

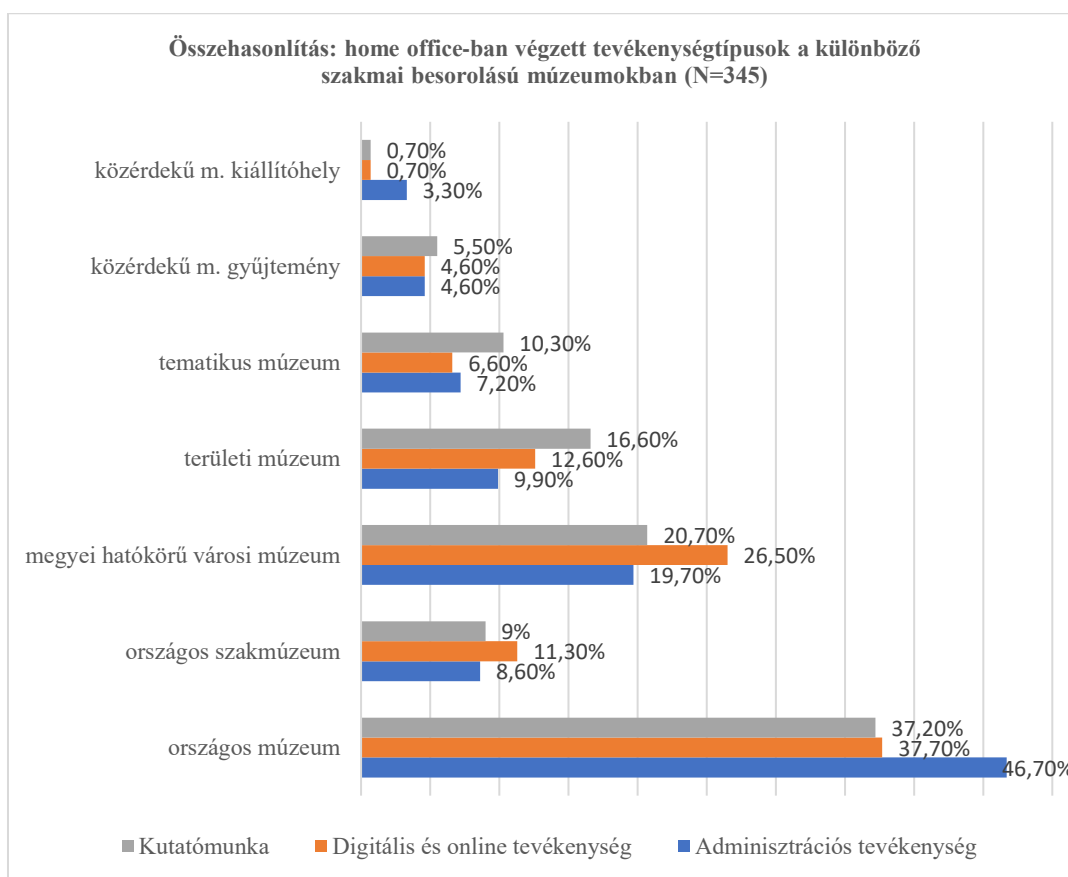
²⁹² A fejezet megjelent itt: Berényi 2021o

tudásátadásra, tudáscserére, kommunikációra épül, drasztikus változást jelent az offline környezet és kapcsolatok korlátozása, a kézzelfogható objektumok megközelítésének korlátozása. Azaz a koronavírus-világjárvánnyal kapcsolatos szabályozások, a home office esetleges elrendelése a munkaköri feladatok átstrukturálását is jelentette.

A MOKK kutatásai szerint előtérbe kerültek az olyan, otthoni környezetben is elvégezhető feladatok, mint a kommunikáció, az adminisztráció, a kutató és tudományos munka, a digitális tartalmak készítése.²⁹³ Mindezt az általam megkérdezett múzeumi munkatársak is alátámasztották. Azoknak a válaszadóknak, akik rövidebb-hosszabb ideig dolgoztak otthonról, 43,8 százalékban (151 fő) kellett digitális, online tartalmakat készítenie, 42 százalék (145 fő) kutatómunkát is végzett, 44,1 százalék (152 fő) – a legtöbb – adminisztrált, 35,4 százalék tudományos tevékenységre fókuszált, 32,2 százalék dokumentációval, 25,8 kommunikációval, közösségi médiával foglalkozott. Fontos szerepet kaptak még a gyűjteményi digitalizációval járó munkák, az online múzeumpedagógia, az online szereplések, az adatrögzítés, az adatbázis-építés, az informatikai feladatok, valamint a pénzügy, illetve a menedzsment feladatai is, de a restaurátorok és a régészek is jelezték, hogy voltak munkálatok, amelyeket otthon végeztek el.

A három legnépszerűbb otthon végzett tevékenységet a különböző besorolású intézmények eltérő arányban adták ki munkavállalóiknak. Arányait tekintve legnagyobb volt a különbség az adminisztrációs feladatok terén, alapvetően az országos (46,7 százalék) és a megyei hatókörű (19,7 százalék) múzeumok terhelték ezzel a feladatkörrel a munkatársaikat. Érdekes a sorrend is a különböző intézménytípusoknál. Az országos múzeumoknál az adminisztrációt követték a digitális és online tartalmakkal való feladatok, és csak ez után következett a kutatómunka. A területi és a tematikus múzeumoknál a kutatómunka került első helyre, a vélhetően nagyobb megyei hatókörű és az országos szakmúzeumoknál pedig a digitális tartalomgyártás vezet, az után jött a kutatómunka, és csak a harmadik volt az adminisztráció.

²⁹³ Pacsika 2021a, 17.



16. ábra

A *Múzeumi munkatársak tevékenysége, munkakörülményei a világvárvány alatt* című kérdőíves kutatás adatai alapján

4.2.9. Emberek a múzeumi online tartalmak mögött²⁹⁴

Látható, hogy a legtöbb megkérdezett az otthoni munkavégzés alatt részt vett múzeuma online és digitális tartalmainak fejlesztésében. A NEMO már említett, 2021. januári kutatása kiemelte, hogy a látóterébe került hatszáz múzeum 93 százaléka fokozta online jelenlétét, 75 százaléka növelte közösségi médiatevékenységét, 53 százaléka új videótartalmakat hozott lére a többi online tevékenység mellett. Ez a drasztikus emelkedés alapvetően hatott az intézmény munkafolyamataira, hiszen valaki(k)nek elő kellett állítani ezt a mennyiségű tartalmat. A nemzetközi felmérés szerint viszont csak a múzeumok hét százaléka vett fel olyan új alkalmazottat, akinek kifejezetten az volt a feladata, hogy részt vegyen az online kampányok lebonyolításában. A gazdasági nehézségekkel küzdő intézmények inkább a meglévő munkatársak feladatköreit strukturálták át, azaz olyan munkatársak kezdtek el webes tartalomgyártással foglalkozni, akik korábban ezt nem tették. A tendencia Magyarországon is hasonló volt, a MOKK 2021. januári jelentése szerint a megkérdezett intézmények 56,2 százaléka fejlesztett digitális tartalmakat a járvány kezdete óta, meglévő munkatársaival.

²⁹⁴ A fejezet megjelent itt: Berényi 2021p

A múzeumi munkatársak körében végzett kutatásom is igazolja, hogy jelentős mértékben nőtt azoknak a száma, akik alapvetően előzmény, előzetes felkészülés nélkül online tartalomgyártással, online felületek kezelésével kezdtek el foglalkozni. A járvány alatt az adatközlők 35,5 százaléka rendszeresen, 29,4 százalék alkalmanként kezelt intézményi online felületet, 68,6 százalékuk pedig online tartalmat is készített. Összességében 10,6 százalékkal több kolléga munkája kapcsolódott a járvány idején, a múzeumok zárvatartása alatt az intézményi online felületek kezeléséhez. Viszont a járvány előtti helyzethez képest csupán 3,5 százalékkal csökkent azok száma, akik egyáltalán nem vállaltak ilyen jellegű feladatot. Ez azt jelenti, hogy azok vették kézbe a területet, akik korábban már alkalmyszerűen végeztek ilyen feladatot, erre utal a kategóriában látható csökkenés is (17. ábra).

A múzeumok eredményes online szerepvállalása mellett gyakran elsiklunk afölött, hogy a múzeumi nyilvánosság mekkora terhet rótt azokra a kollegákra, akik korábban nem láttak el ilyen jellegű feladatokat. A nagyobb létszámmal dolgozó országos, valamint a megyei múzeumok egy részében már hosszabb ideje foglalkoztatnak olyan szakembereket, akik kifejezetten múzeumi kommunikációra, a közösségi médiabeli és a webes megjelenésekre specializálódtak. A kisebb intézményekben azonban ez hihetetlen nehézségeket okozott.

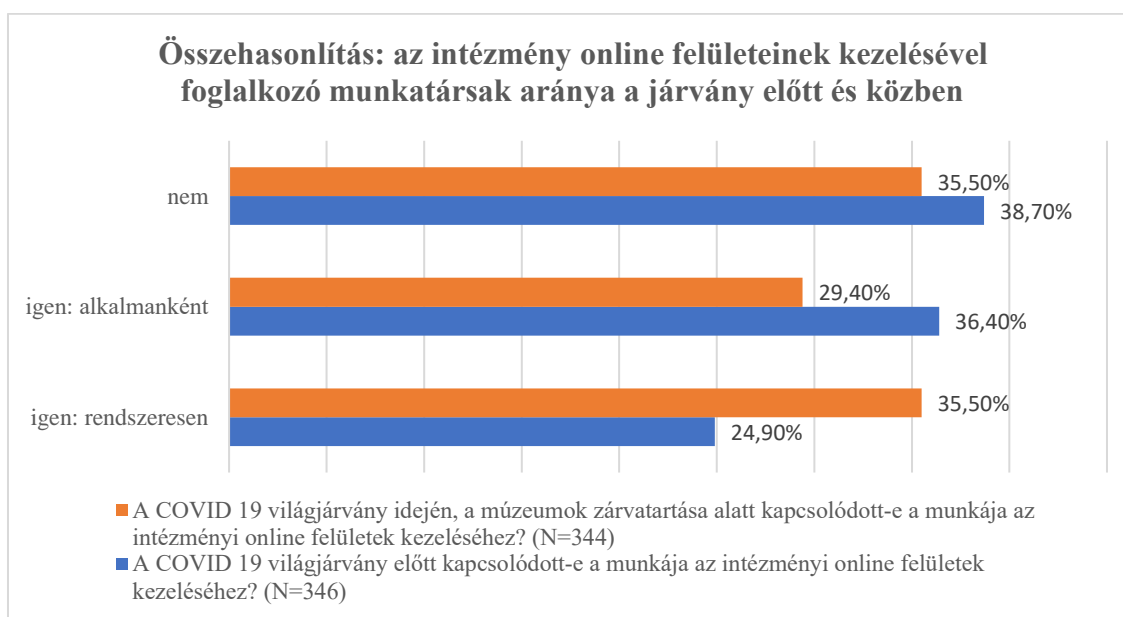
Az alábbiakban egy olyan kelet-magyarországi területi múzeum negyvenes, tudományos fokozattal bíró szakemberének csöppet sem egyedi beszámolóját idézem, akinek frissen szerzett tapasztalataival, kézzelfogható eredményeivel egyébként országosan is sikerült intézménye iránt felkeltenie a figyelmet. A szubjektív szövegben kifejezetten fontos elem, hogy a kezdetben otthoni internetkapcsolattal, okostelefonnal sem rendelkező szakember miként vonódik be, hogy érez rá az online kapcsolattartás lehetőségeire, és hogyan jut el az online szakmai események jövőben is megőrizendő világának igényéig.

„A mi múzeumunkban 2019 novemberétől nem volt betöltve az informatikus álláshely. A honlapot sem lehetett frissíteni. Ráadásul a múzeum Facebook-oldalát is egy másik telephelyre áthelyezett közművelődési munkatárs kezelte, ha volt ideje. Emiatt intézményünk nem tudta az online felületen érdemben növelni a szerepét. Szerencse, hogy 2020 februárjában eldőlt, hogy a [...] - hagyaték múzeumunkba kerül, így »jól jött«, hogy a zárt kapuk mellett, a kis létszámú múzeumunk dolgozói a múzeumi nyitvatartás biztosítása helyett a szakmai munka nem kevésbé fontos részeire (pl. gyűjteményi munka, tudományos munka) koncentrálhassanak. Munkánk nyilvánosság felé közvetítésében jelentős előrelépést jelentett a városi TV újraindítása, akik szívesen mutatták be, elsősorban a helyi érdeklődők számára a »színpalak« mögött végzett munkát.

A közösségi média eddig nem játszott fontos szerepet a munkámban, mindig is a személyes múzeumi élményre helyeztem a hangsúlyt. Saját otthonomban nem is volt

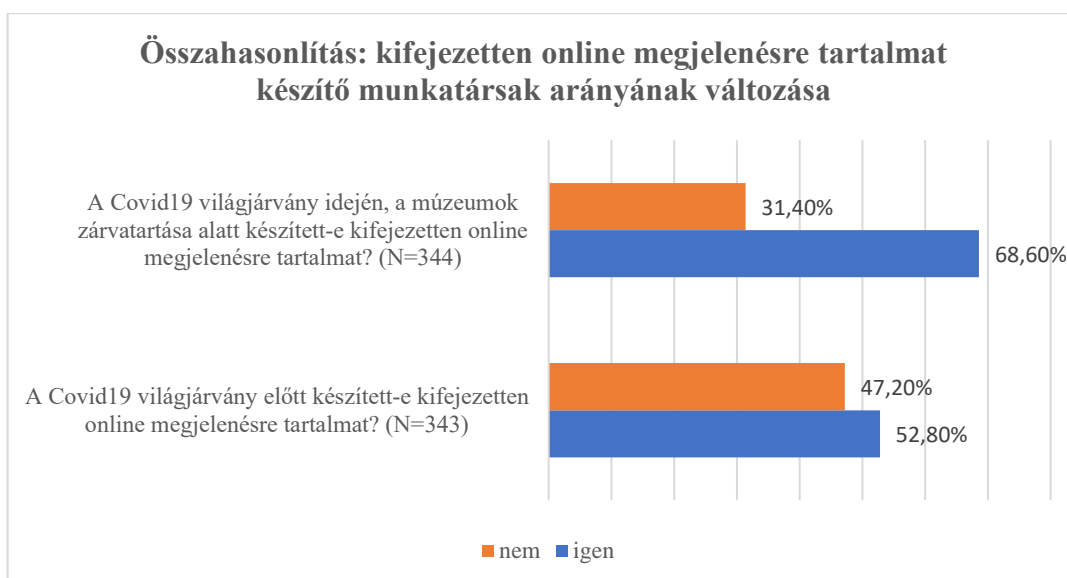
internetelérés. A digitális oktatás kihívásaival való szembekerülés azonban engem is rávitt, hogy előbb a hálózatelérést biztosítsam otthon, majd okostelefont vegyek, végül Facebook-fiókot csináljak, s szerencsére igen hamar sok kultúra iránt érdeklődő, és kulturális területen dolgozó ismerősöm lett. Visszagondolva az elmúlt évre, látom, hogy egyre nagyobb szerepet szántam a munkámhoz szorosan vagy akár kevésbé szorosan kapcsolódó bejegyzéseknek. A szűk egy év arról győzött meg, hogy az általam fontosnak tartott személyességet az online múzeumi felületeken is érdemes és lehet érvényesíteni.

A szakmában senki sem számított arra, hogy milyen nagy hangsúlyt kap az online jelenlét a munkánkban. Ha felkészültebbek lettünk volna, a kultúra e területe talán jobban jön ki a járványhelyzettel kapcsolatos nehézségekből. Szomorú, hogy hosszú távú értékörző és értékteremtő munkánkat két-három hónap zárt ajtó mögött végzett munka alatt, néhányan feleslegesnek látják. Ez arra hívja fel a figyelmet, hogy munkánk hozzáférhetővé tétele kapcsán nagyobb hangsúlyt kellene kapnia a múzeumok nagy szakmai tudást és tapasztalatot és sok-sok évig tartó kiegyensúlyozott feldolgozó munkát igénylő területei megbecsülésének is. Talán kis létszámú szakmai fórumokon lehetne ismertetni, bemutatni elsőként a munkát. Jól vizsgáztak ebből a szempontból az online konferenciák, meetingek. Egy kis múzeumban a szakmai alkalmazott is a nyitvatartás biztosításában dolgozik, akár munkaideje felében is! Nagyon nehéz megoldani, feszültségekhez vezet, hogy a szakmai munkához szervesen hozzá tartozó szakmai továbbképzéseken, konzultációkon, konferenciákon részt tudjon venni. Az év során online tartott ilyen rendezvények elérésének lehetősége biztató irány.”



17. ábra

A Múzeumi munkatársak tevékenysége, munkakörülményei a világjárvány alatt című kérdőíves kutatás adatai alapján



18. ábra

A Múzeumi munkatársak tevékenysége, munkakörülményei a világjárvány alatt című kérdőíves kutatás adatai alapján

4.2.10. A hiányzó tapasztalat, a gyakorlati tudás megszerzésének lehetőségei, szakmai háló²⁹⁵

A múzeumi munkatársak számára talán a legnagyobb nehézséget az okozta, hogy minden átmenet nélkül, kreatívan és eredményesen kellett elérniük az online tér felhasználóit, ráadásul valamennyi újonnan létrehozott tartalom azonnal nyilvánosságot kapott. Tévedni nem igazán lehetett, hiszen a felhasználók azonnal kommentben jelezték az észrevételeiket. A radikálisan új helyzeten az sem segített, hogy a válaszadók többségének nem állt a rendelkezésére olyan korábbi digitalizálással, online kommunikációval, tudásközvetítéssel kapcsolatos intézményi stratégia, amelyre építkezhetett volna (19. ábra).

A munkavállalók jelentős része ezen a területen alapvető minimális szakmai támogatást sem remélhetett saját intézményétől. A 332 válaszadó közül mindössze 57-en kaptak rendszeresen segítséget, 67 főnek szinte mindent saját magának kellett kitalálnia, 96 pedig alkalmoszerűen számíthatott aktív szakmai támogatásra. Így jobb híján 157 fő a kollégáktól gereblyézte össze a tudásmorzsákat, 107 fő bemutató videókra, 56 oktató programokra épített, 53 a baráti körétől kért segítséget, 12-en a családi kapcsolataikat használták ki, és ami alapvetően újdonság: 41 adatközlő a gyerekeitől kapott tanácsot és gyakorlati útmutatót.

Egy biztos, a válaszadók több mint fele (185 fő) úgy érzi, hogy digitális kompetenciái fejlődtek a járvány időszakában. A válaszadók számos új alkalmazás kezelésében is elmélyedtek, a különböző konferenciákra alkalmas programok mellett többféle

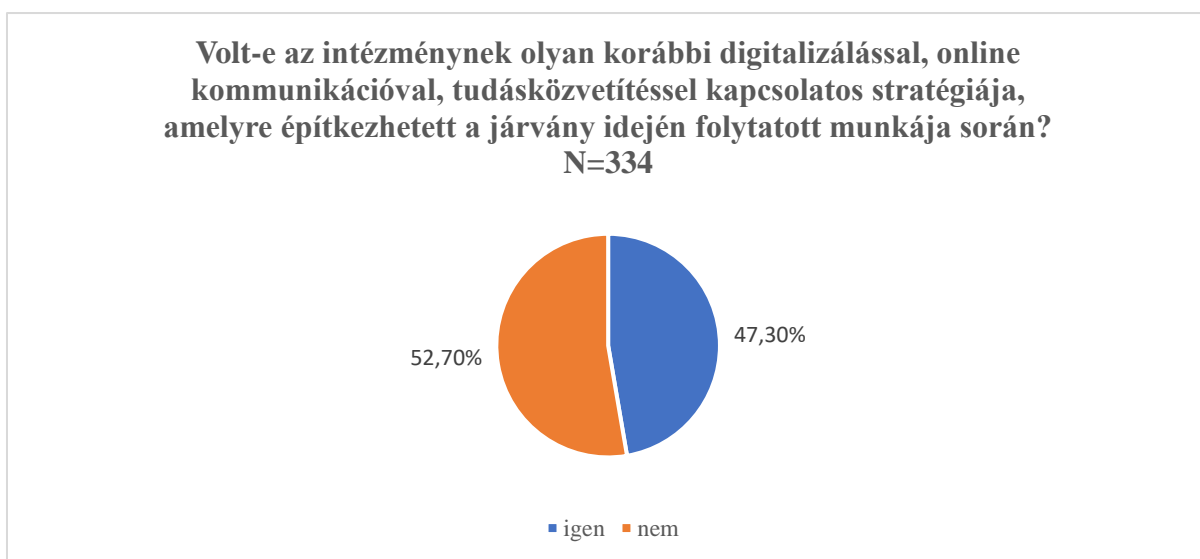
²⁹⁵ A fejezet megjelent itt: Berényi 2021q

múzeumpedagógiai és andragógiai célú, virtuális kiállítások rendezésére alkalmas fejlesztést is kipróbáltak.

Ehhez nagyban hozzájárultak a különböző szakmai események. 366 válaszadó 51,4 százaléka vett részt magyar, 2,7 csak nemzetközi, 16,1 pedig magyar és külföldi konferencián, workshopon. A Restart, a MuseumDigit, a Múzeumandragógiai Konferencia, az Europeana Aggregators Forum, a MAPS, a MuseumNext, a Ludwig Múzeum Hymexe, a Néprajzi Múzeum új kiállításával kapcsolatos nemzetközi tanácskozása, az egyes szakágak tudományos eseményei épp olyan hatékonyak voltak a helyzet kezelésében, a folyamatos fejlesztésekben, mint a kötelező vagy választható online továbbképzések, tanfolyamok (a Pulszky Társaság *Múzeumi iránytű* sorozata, a természetvédelmi eseményt előkészítő *Beporzó szalon* vagy a kis intézmények számára életmentő *Tájházi Műhely*).

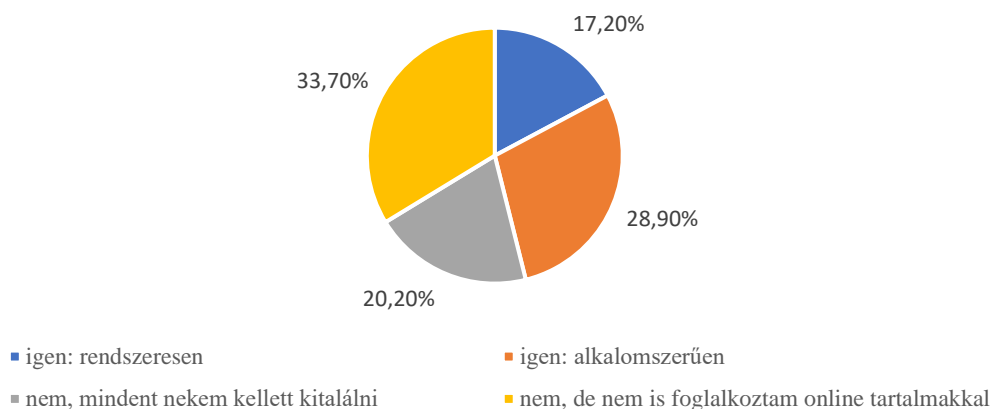
A múzeumi szakemberek maguk is szerepeltek konferenciákon, 63 fő magyaron, 23 nemzetköziben és magyaron, öt csak nemzetközi tanácskozáson adott elő.

A rendkívül helyzetben – ahogyan már korábban is említettük – felértékelődtek az online szakmai kapcsolatok. A múzeumi szakemberek jobban odafigyeltek egymás programjaira, újdonságaira, kitágult a látókörük: több magyar és külföldi intézmény tevékenységét is követték, különösen a közösségi médiában. A válaszadók 52,7 százaléka folyamatosan inspirálódott más magyar múzeumok munkájából. 20,7 százalék nem állította biztosan ezt, és 26,6 százalék adott nemleges választ. A többség (43,8 százalék) nem követte jó gyakorlatként a külföldi múzeumokat, 14,9 százalék nem tudta megmondani, hogy érte-e ilyen hatás, de jó hír, hogy az adatközlők csaknem hasonló arányban (41,3 százalék) figyelték a nemzetközi online tereket.

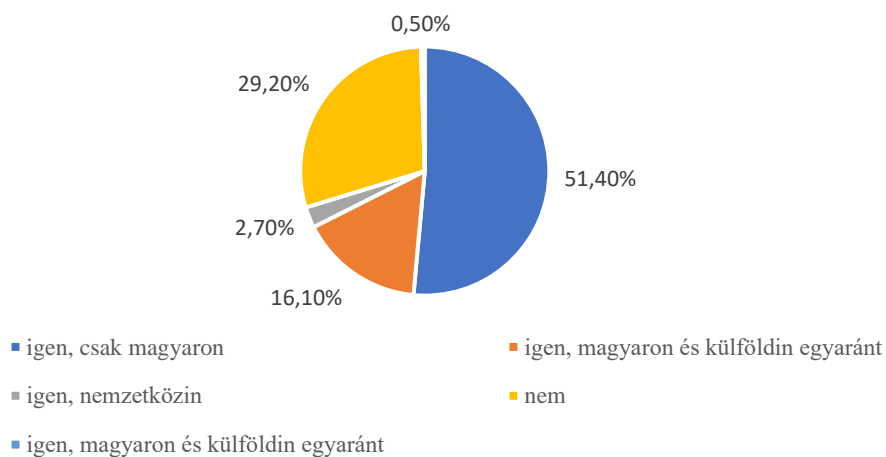


19. ábra
A *Múzeumi munkatársak tevékenysége, munkakörülményei a világjárvány alatt* című kérdőíves kutatás adatai alapján

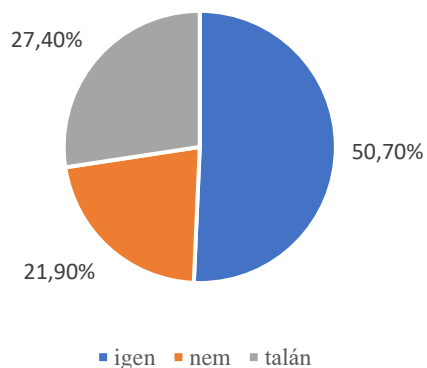
Kapott-e szakmai segítséget az online tartalmak fejlesztéséhez az intézménytől? N=332



Vett-e részt online konferencián, szakmai eseményen a járvány alatt? N=366



Fejlődtek-e az Ön digitális kompetenciái a járvány alatt? N=365



20-22. ábra
A Múzeumi munkatársak tevékenysége, munkakörülményei a világjárvány alatt című kérdőíves kutatás adatai alapján

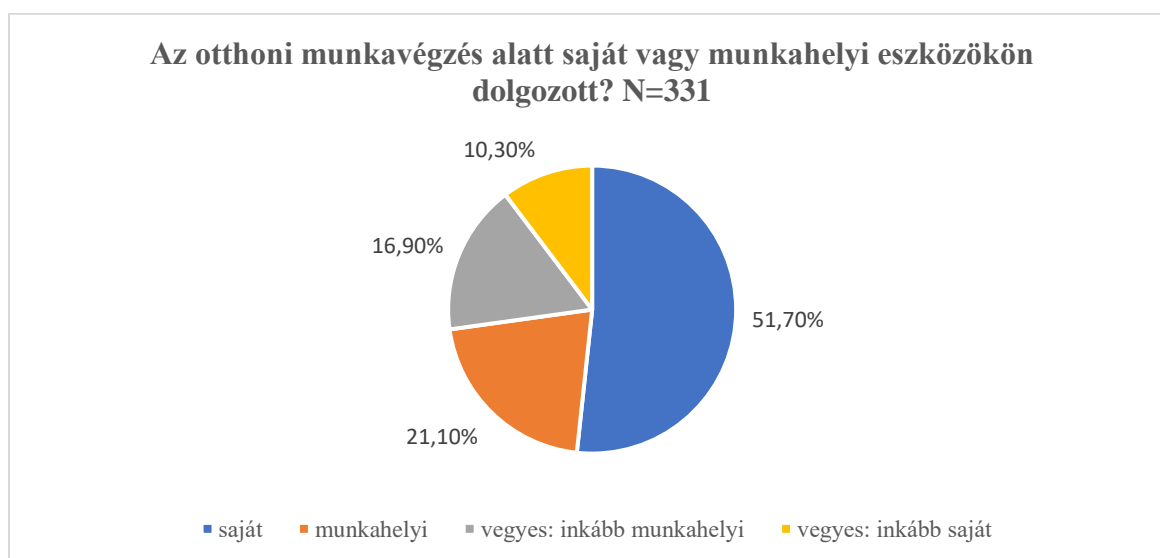
4.2.11. A digitális infrastruktúra hiánya – otthoni eszközök, ingyenes programok²⁹⁶

A veszélyhelyzet idején megoldhatatlannak tűnő problémát jelentett a múzeumi munkavállalók számára, hogy a digitális étvágy, illetve a digitális tartalomgyártással kapcsolatos elvárások kielégítéséhez, valamint az online kapcsolattartáshoz nem álltak a rendelkezésükre megfelelő eszközök. „Teljesen figyelmen kívül hagyták, hogy vannak-e eszközeim és anyagi vagy egyéb lehetőségeim. Csak a feladat elvégzését kérték számon” – fogalmazott az egyik adatközlő. Sokak számára a saját családi géppark fejlettebbnek bizonyult: a túlnyomó többség egyértelműen saját eszközzel élte túl a karantént (23. ábra), ennek esetleges meghibásodásakor csak a válaszadók 20 százaléka számíthatott az intézmény segítségére.

Hasonló volt a helyzet a sikeres online tevékenységhez szükséges programok, alkalmazások esetében. 301 válaszadó közül mindössze 39-nek (13 százalék) vásárolt új alkalmazást, eszközt a munkahelye. A többség (56,8 százalék) a meglévő infrastruktúrára épített, 93 fő (30,9 százalék) pedig ingyenes programokkal kísérletezett. 14-en külső kapcsolataikat vetették be – nem mindig legális módon –, hogy fejleszteni tudjanak. Volt, aki sikeres intézményi pályázatra épített, de olyan is, aki saját zsebből fizette ki a szükséges alkalmazásokat.

Összességében azonban pozitív, hogy az adatközlők több mint negyede (28,5 százalék) határozottan állítja, intézménye digitális infrastruktúrája javult a járvány alatt.

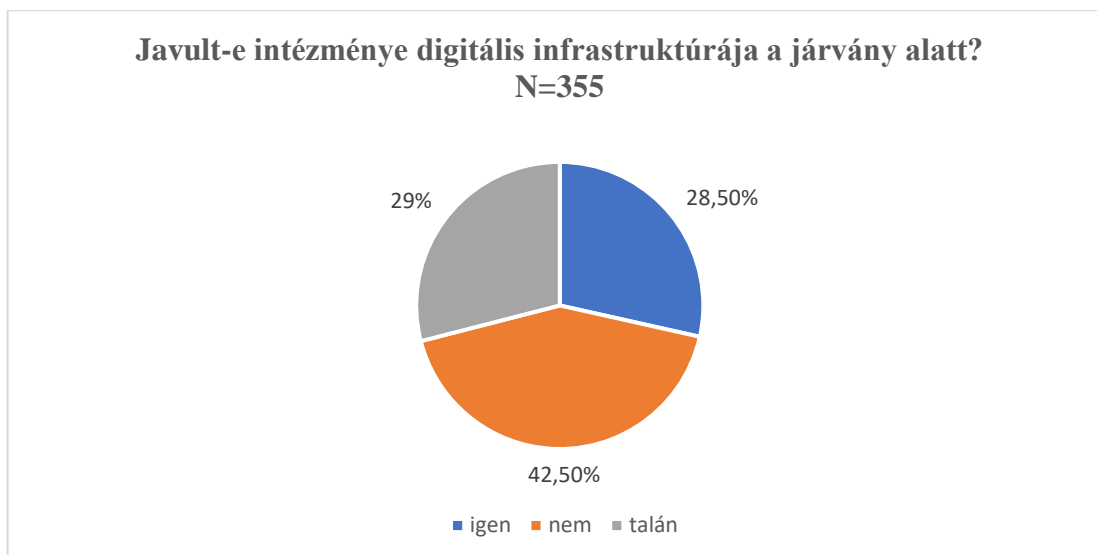
Az IKT-eszközök hiányával a világban szinte mindenütt küzdöttek a múzeumok. A NEMO 2021. januári felmérésben tízből nyolc múzeum számolt be hasonló nehézségről, egyaránt említve a digitális infrastruktúra és a személyzet megfelelő szaktudásának a hiányát.



23. ábra

A *Múzeumi munkatársak tevékenysége, munkakörülményei a világjárvány alatt* című kérdőíves kutatás adatai alapján

²⁹⁶ A fejezet megjelent itt: Berényi 2021r



24. ábra

A *Múzeumi munkatársak tevékenysége, munkakörülményei a világjárvány alatt* című kérdőíves kutatás adatai alapján

4.2.12. **Múzeumi szakemberek által létrehozott és eredményesnek tartott tartalmak vs. felhasználók által kedvelt online tartalmak²⁹⁷**

A múzeumok világszerte számtalan megoldást kipróbáltak, hogy hónapokon keresztül fenntartsák látogatókból lett követőik, felhasználók érdeklődését. A NEMO 2021. januári jelentése szerint a látókörükbe került főként európai intézmények 93 százaléka bővítette online kínálatát. Számításaik szerint a közösségi médián közzétett tartalmak (67 százalék) után legtöbbször videókat, (39 százalék), virtuális kiállításokat, túrákat (29 százalék), online oktató programokat (27 százalék) készítettek. Ez alapvetően meg is egyezik a közönség érdeklődésével. A MOKK ugyanekkor közreadott tanulmánya a közösségi média mellett hasonlóan a videók, kisfilmek készítését, online játékok fejlesztését, digitális oktatási segédanyagok készítését emelte ki.²⁹⁸ A főképp intézményvezetők információi, hivatalos intézményi állásfoglalások alapján kirajzolódó nemzetközi és a hazai trendek láthatóan egybeestek. Igaz, más területek is hangsúlyossá váltak, de a múzeumi munkatársakat célzó kutatások sem térnek el a korábbi eredményektől. A magyar múzeumi szakemberek saját bevallásuk szerint legtöbbször Facebook-bejegyzéseket (47,1 százalék), gyűjteményi adatbázisokat (38,6 százalék), virtuális és online kiállításokat (31,8 százalék), múzeumi blogokat (27,9 százalék), múzeumról szóló híryananyagokat (26,3 százalék), oktatást segítő anyagokat (26 százalék) készítettek. A filmkészítés is hangsúlyos. Bár ebben a kutatásban elkülönítjük a más-más céllal készült kuratori, backstage és YouToube-videókat, ha azonban ezeket összeadjuk, 37 százalékkal egyből a harmadik helyre ugrik ez a tartalomtípus.

²⁹⁷ A fejezet megjelent itt: Berényi 2021s

²⁹⁸ Pacsika 2021a, 25.

A különböző kutatások egyik visszatérő megállapítása, hogy a múzeumokban a szaktudás és az IKT-eszközök tekintetében is rendszerszintű hiányosságok fedezhetők fel, ennek ellenére az intézmények számottevő tapasztalatra tettek szert a digitális kommunikációs és tartalomgyártás terén. Igaz, ezek a tapasztalatok a száz fő alatti kis és közepes múzeumokban meglehetősen esetlegesek, szakember- és intézményvezető-függők, a veszélyhelyzet meghirdetésekor mégis volt mire építeniük a munkatársaknak. Éppen ezért a kutatásomban azt is megvizsgáltam, hogy az online és digitális tartalomgyártás mely területén volt a legerősebb tapasztalatuk az intézményeknek. Kiderült, hogy a válaszadók – és minden bizonnyal közönségük is – a legeredményesebb területeken, a közösségi médiában, a gyűjteményi adatbázisok építésében, az intézményi hírek készítésében, blogírásban már korábban is tettek szert tapasztalatokra.

A 25. ábrán kirajzolódik, hogy melyek azok a műfajok, amelyekben válaszadóink a pandémia alatt mélyedtek el. Drasztikusan megnőtt az online múzeumpedagógiai órákat tartók és az online gyűjtőkampányt szervezők száma. Az online tárlatvezetéseket szervezők száma 3,4-szerese, az online szakmai beszélgetésekben, könyvbemutatók közreműködőké 2,3-szerese a korábbinak. Virtuálisan bejárható múzeumi tereket két és félszer, virtuális és online kiállításokat, élő közvetítéseket, YouTube-videókat majdnem kétszer, oktatást segítő tartalmakat másfélszer annyian készítettek, mint korábban.

Jelentősen nőtt az Instagram-tartalom, a kurátori videók, a múzeumi vlogok száma. Múzeumi aktualitásokkal kapcsolatban viszont kevesebb hír született, és érthető módon az okostelefonos applikációk készítésre is kevesebb figyelmet fordítottak.

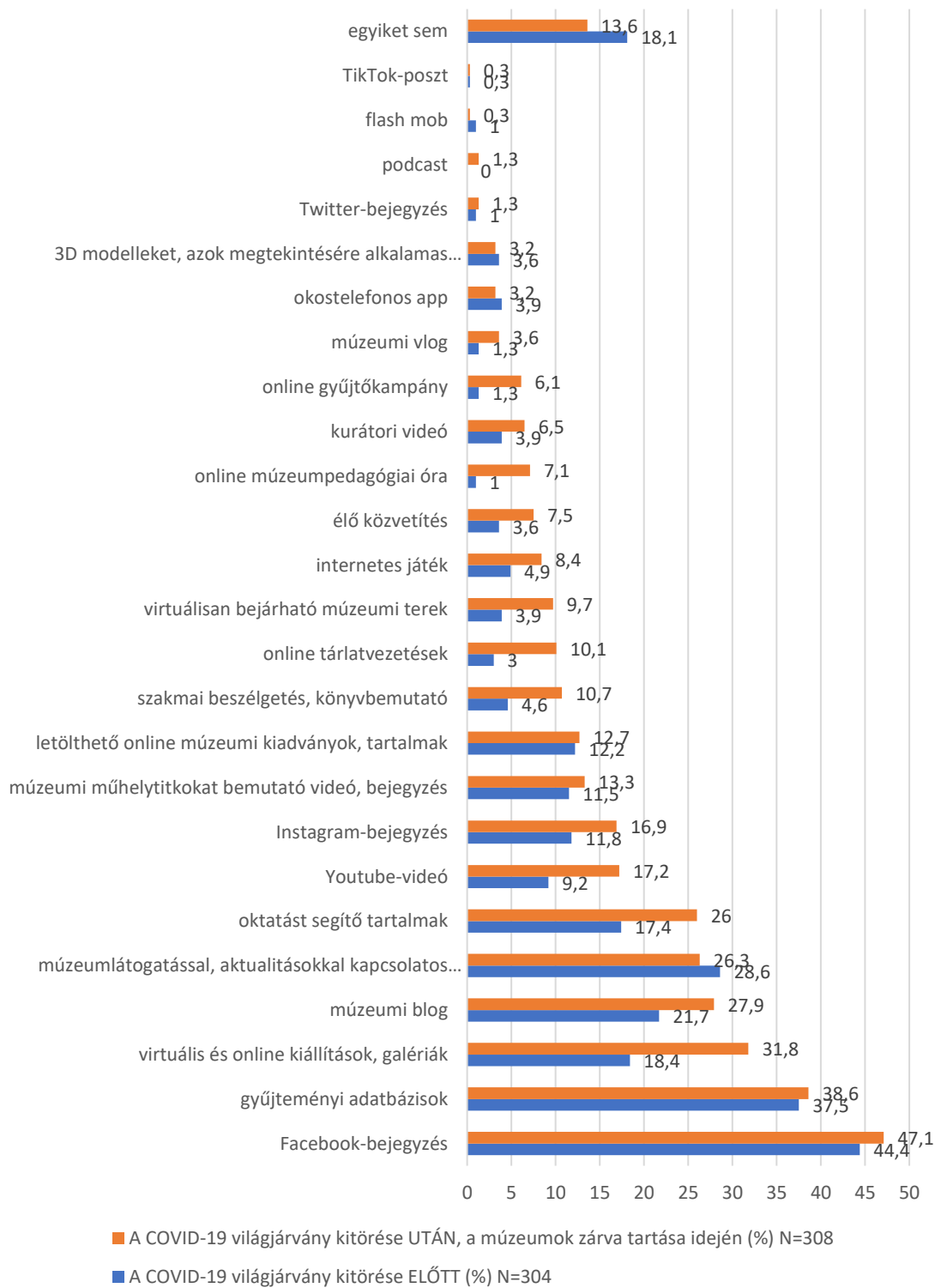
Hogy mennyire volt eredményes a múzeumi szakemberek tevékenysége, a 2021 januárjában készült, ezer főt megszólító lakossági kérdőív eredményeit összeolvastam a jelen kutatással.²⁹⁹ A 26. és a 27. ábrán vizualizált összehasonlító elemzésből nemcsak a legeredményesebb online tartalomtípusok körvonalazódnak, hanem az is, hogy mely területeken voltak a múzeumi munkatársak a leghatékonyabbak. A gyűjteményi adatbázis-építés annak ellenére, hogy rendkívül fontos, a közönség szempontjából kevésbé látható tevékenység. Annál inkább megérte közművelődési szempontból, hogy a múzeumok virtuálisan bejárható múzeumi terek, virtuális és online kiállítások fejlesztésébe kezdtek, videókat forgattak, online tárlatvezetéseket és élő közvetítéseket hirdettek, betekintést engedtek a kulisszák mögött folyó munkákba.

²⁹⁹ Berényi 2021b.

Az utóbbi kutatásból az is kiderül, hogy a múzeumi szakemberek mely területeket érezték a legsikeresebbnek. A közönség elérése szempontjából a top 5 közé a Facebook-posztokat, a virtuális és online kiállítások, galériák készítését, gyűjteményi adatbázisok fejlesztését, virtuálisan bejárható múzeumi terek közzétételét, oktatást segítő tartalmak összeállítását, valamint online tárlatvezetések szervezését sorolták. Ez csak néhány ponton egyezik a közönség rangsorával, ami így néz ki: virtuális és online kiállítások, galériák, Facebook-bejegyzések, virtuálisan bejárható múzeumi terek, múzeumlátogatással, aktualitásokkal kapcsolatos hírek, YouTube-videók.

A különbségek természetesen a lokális tartalomfogyasztási sajátosságok közötti eltérésekből is adódhatnak, mindenképp érdemes azonban figyelembe venni a hazai és a nemzetközi kutatások egyik fontos megállapítását: a múzeumok nem használják ki a lehetőségeket az online tartalmaik nyomon követése során. Fontos lenne például, hogy az intézmények a múzeumi blogokkal, vlogokkal, online játékokkal, podcastokkal, élő közvetítésekkel kapcsolatos felhasználói vélemények elemzésére több gondot fordítsanak. Ezek azok a műfajok, ahol annak ellenére, hogy komoly energiát emésztnek fel, továbbá sikeresnek is érzik a szakemberek, mégis viszonylag kevésbé érik el a közönséget. Továbbá az sem kevésbé tanulságos, amikor a múzeumi munkatársak kevésbé értékelik saját teljesítményüket, mint a közönség. Ettől a szegmenstől mindenképp el kell különíteni az online tananyaggyártást és az online múzeumpedagógiát, hiszen azok egy jól körül határolt célcsoportnak, a pedagógusoknak szólnak. Hasonlóan másként kell megítélni a szűkebb szakmai közönségnek szánt programokat.

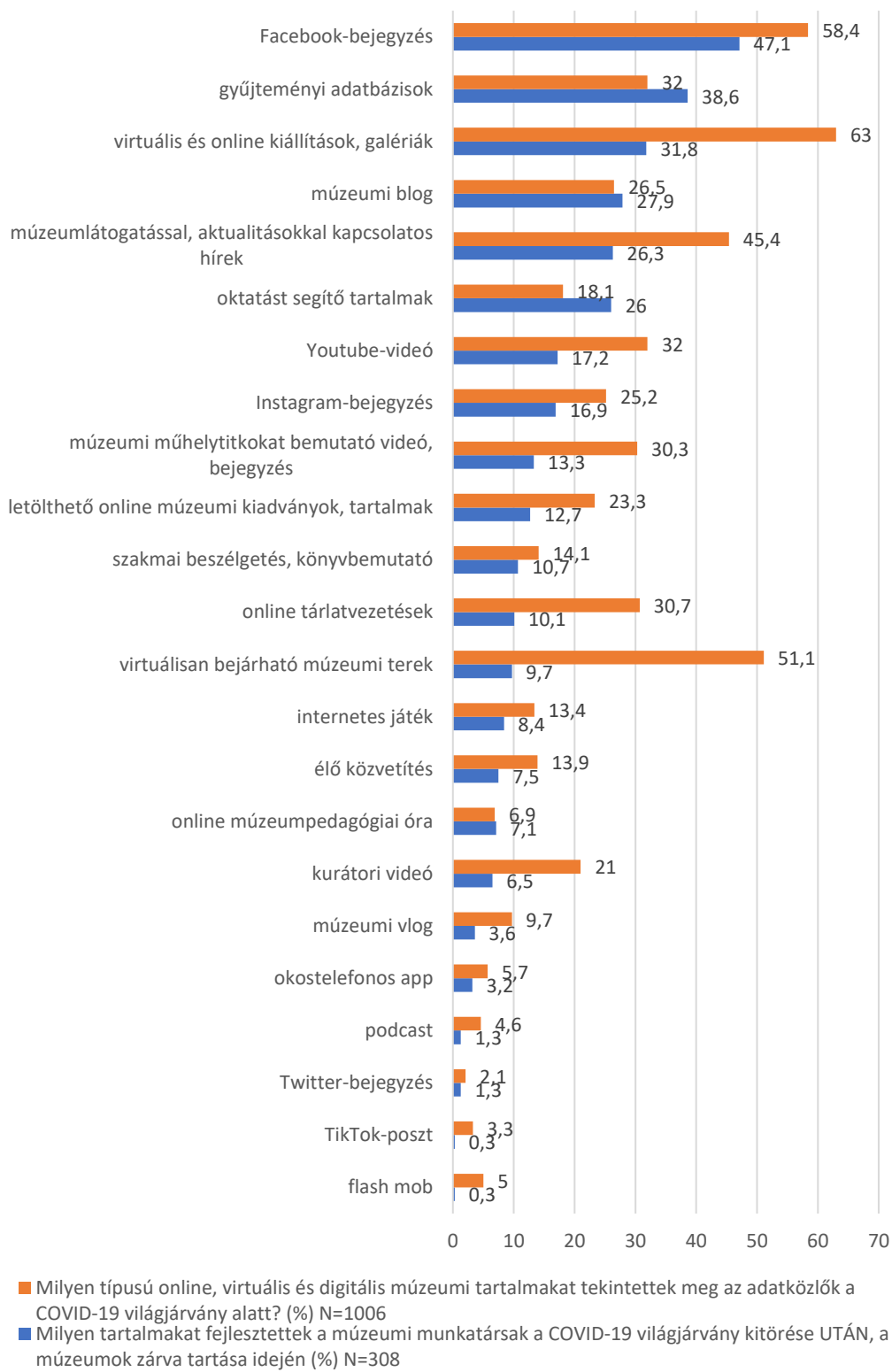
Milyen online, virtuális és digitális múzeumi tartalmakat készítettek (vagy vett részt a készítésében) a múzeumok munkatársai a koronavírus-világjárvány előtt és után?



25. ábra

A Múzeumi munkatársak tevékenysége, munkakörülményei a világjárvány alatt című kérdőíves kutatás adatai alapján

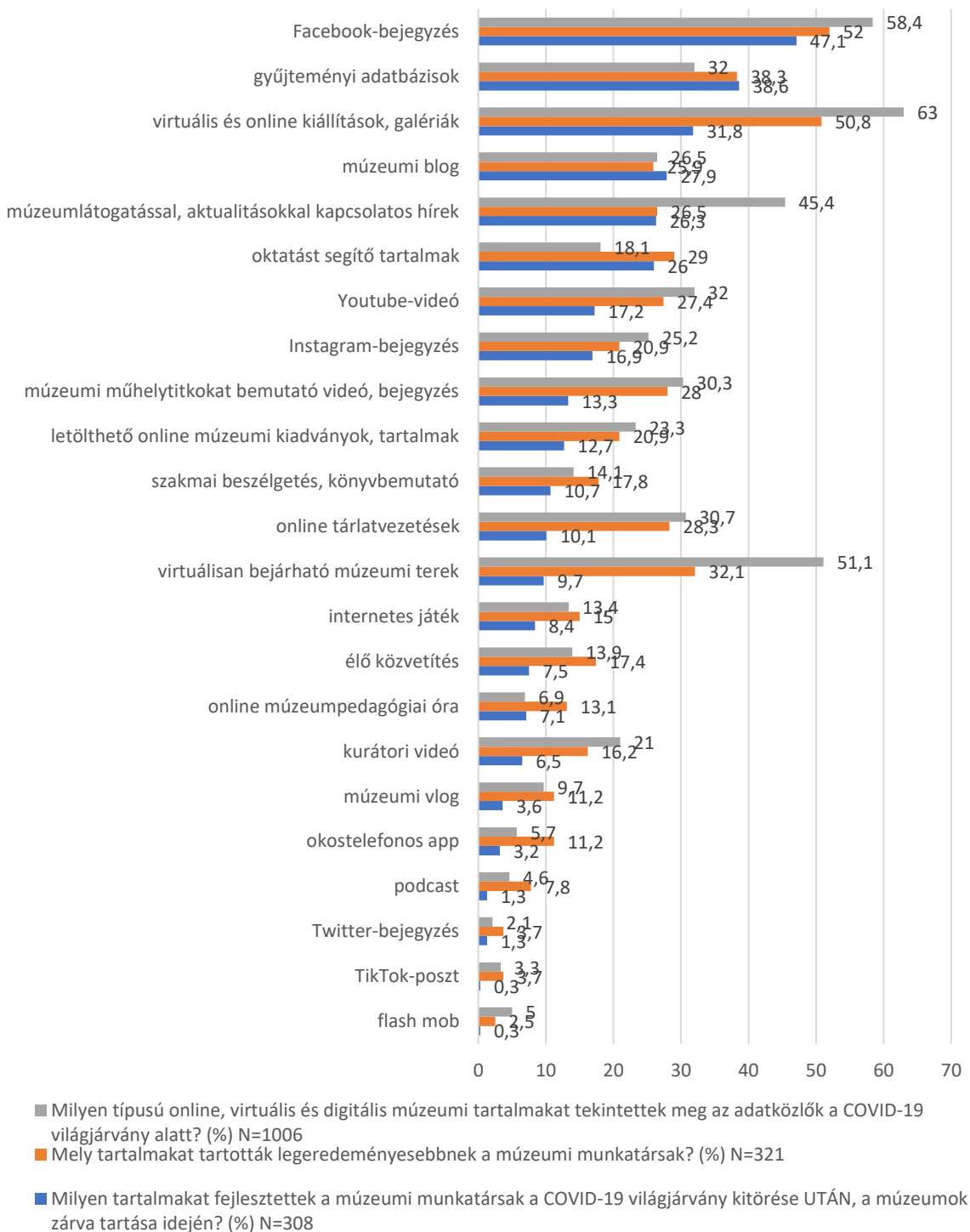
A múzeumi dolgozók által készített online tartalmak aránya és a felhasználók érdeklődésének összehasonlítása



26. ábra

A Múzeumi munkatársak tevékenysége, munkakörülményei a világjárvány alatt és a Hogyan értékeli a magyar látogatók a múzeumok koronavírus alatt folytatott online tevékenységét? című kérdőíves kutatás adatai alapján

A múzeumi munkatársak által a zárvatartás idején leggyakrabban készített, legeredményesebbnek érzett, valamint a felhasználók által legnépszerűbb tartott online tartalmak összehasonlítása



27. ábra

A Múzeumi munkatársak tevékenysége, munkakörülményei a világjárvány alatt és a Hogyan értékeli a magyar látogatók a múzeumok koronavírus alatt folytatott online tevékenységét? című kérdőíves kutatás adatai alapján

4.2.13. Digitalizációs feladatok vs. online tartalomszolgáltatás

A múzeumi dolgozók körében végzett kérdőíves kutatás egy másik területre, a gyűjteményi digitalizálással kapcsolatos anomáliákra is felhívja a figyelmet. A Közgyűjteményi Digitalizálási Stratégia (2017–2025)³⁰⁰ már 2016-ban jelezte, hogy milyen hiányosságok tapasztalhatók ezen a téren múzeumi területen. Amikor felmérte a különböző gyűjtemények digitalizálási tevékenységét társadalmi hasznosulásuk szempontjából, megállapította, hogy a korábbi eredmények ellenére arányait tekintve a digitalizált műtárgyak száma viszonylag alacsony, és ezek nyilvános hozzáférése is rendkívül korlátozott. Annak ellenére, hogy a pandémia időszakában a megkérdezett múzeumi dolgozók 38,3 százaléka foglalkozott a gyűjteményi adatbázisokkal, 55,2 százalékuk kifejezetten digitalizációval, összességében 3,4 százalékkal csökkent a területen részt vállalók aránya a járvány előttihez képest.

A felmérés arra is rávilágított, hogy az intézmények szerteágazó online tevékenysége ellenére a meglévő adatbázisok, digitalizált műtárgyállomány közreadása nem kapott kellő figyelmet az online tartalomszolgáltatások „forradalma” idején. A Kulturális Statisztikai Adatgyűjtő Rendszer (KultStat)³⁰¹ múzeumokra vonatkozó összesítése szerint nem ugrott meg radikálisan 2019 és 2020 között a digitálisan feldolgozott online elérhető műtárgyak száma. Bár nőtt a digitalizált tartalmak száma, 2020-ban épp úgy 12 százalékuk nyilvános, mint 2019-ben. Jó hír azonban, hogy azok a múzeumok, amelyek rendelkeznek elérhető digitalizált tartalommal, szakmai adatbázissal, a KultStat adatai szerint helyben elérhető anyagaikat 2020-ban jelentős mértékben helyezték át az online térbe. (28. ábra)

³⁰⁰ Forrás: <https://digitalisjoletprogram.hu/files/27/c4/27c41541fb75cfb0bfd4ceb02385fb4e.pdf>, 33–34.

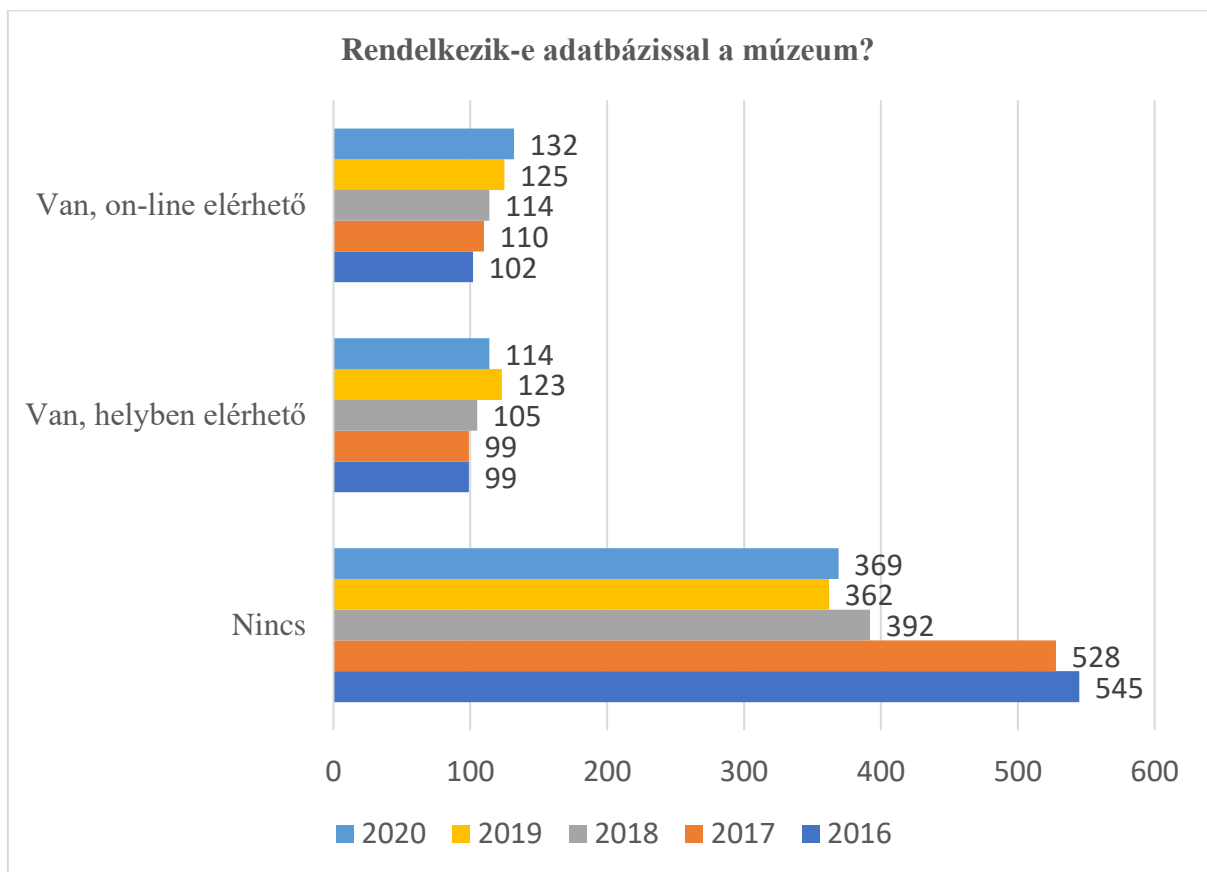
³⁰¹ KultStat <https://kultstat.oszk.hu/#/home> (2021.11.26.)

	Digitálisan feldolgozott, online elérhető műtárgyak száma. Tárgyévi gyarapodás (db)	Digitálisan feldolgozott, online elérhető műtárgyak száma. Összes meglévő karton, ill. fényképes karton (db)	Nyilvántartási adataival számítógépen rögzített, akkreditált szoftverrel nyilvántartott műtárgyak száma összesen (db)	Nyilvántartási adataival számítógépen rögzített, egyéb szoftverrel nyilvántartott műtárgyak száma összesen (db)	Szoftverrel nyilvántartott műtárgyak száma összesen (db)	A digitális tartalmak hány százalék a nyilvános? (%)
2020	288 414	3 177 594	2 733 803	22 934 930	25 668 733	12%
2019	261 967	2 817 813	2 449 681	21 556 499	24 006 180	12%
<i>2018</i> *	<i>284 136</i>	<i>2 628 043</i>	<i>1 774 568</i>	<i>12 224 584</i>	<i>13 999 152</i>	<i>19%</i>
2017	201 145	1 647 711	1 467 994	16 810 420	18 278 414	9%
2016	303 289	1 517 204	1 946 274	14 019 733	15 966 007	10%

28. ábra
Digitálisan feldolgozott műtárgyak mutatói 2016-2020
Forrás: KultStat.

*A táblázat csak tájékoztató jellegű: a 2018-as év kiugró adatainak elemzése további kutatást igényel, valamint a MuzeumStat³⁰² eltérő adatainak oka is.

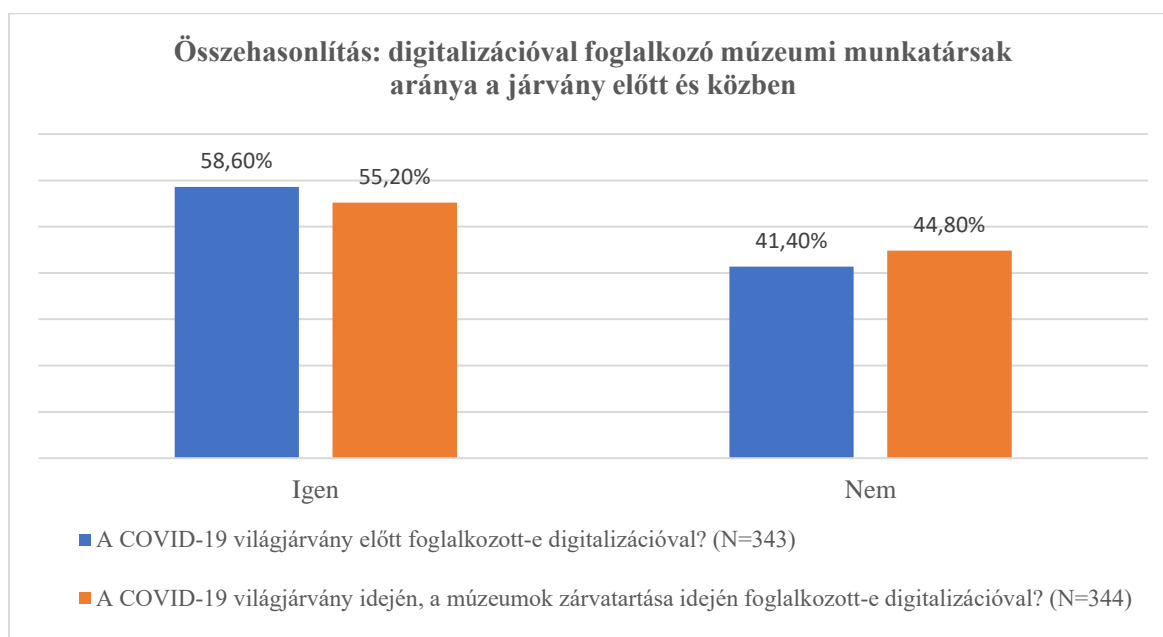
³⁰² Forrás: MuzeumStat. - <https://muzeumstat.hu/hu/summary?state%5Bdatagroup%5D=collection> – Utolsó letöltés: 2021. 08. 02



29. ábra

Saját, elérhető digitalizált tartalommal, szakmai adatbázissal rendelkező intézmények számának változása 2016-és 2020 között
 Forrás: KultStat

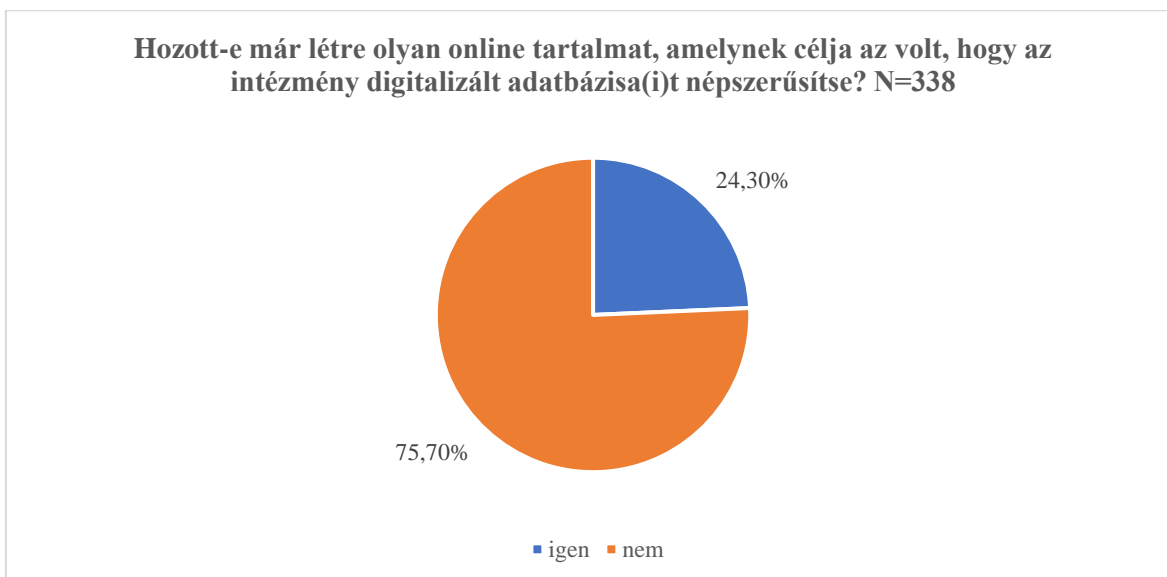
A saját kutatásaim szerint az adatközlők háromnegyede, összesen 75,5 százaléka egyáltalán nem hozott létre olyan online tartalmat, amely intézményük meglévő digitalizált adatbázisait népszerűsítette volna. 338 főből összesen 82 alkalmazott törekedett erre. Az ő gyakorlatuk ugyanakkor a későbbiekben is inspiráló lehet: blog- és közösségi médiabejegyzésekben, videókbán mutatták be az online elérhető gyűjteményeket, online vezetéseket reklámoztak a digitalizált tárgyakon keresztül, útvonaltippeket, virtuális kiállításokat készítettek 3D-szkennelt tárgyak beillesztésével, használták őket az online játékaikban, online tananyagaikban, régi online elérhető kiadványokat, forrásokat mutattak be, hét műtárgya vagy más műtárgyismertető sorozatot indítottak, online látványtárat szerkesztettek, a honlapon külön menüpontban kiemelték az adatbázisukat. A Göcseji Múzeum például *Múzeumi Szertár* néven nyitott új felületet a weboldalán, ahová a muzeológusok a nyilvános adatbázisukból válogatva írtak tematikus tartalmakat azzal a céllal, hogy a diákok otthoni tanulását segítsék.



30. ábra

A *Múzeumi munkatársak tevékenysége, munkakörülményei a világjárvány alatt* című kérdőíves kutatás adatai alapján

Ahogy a 3.1.11. fejezetben már szóba került, a magyar és nemzetközi gyakorlatban is vitatott a digitális tartalmak nyilvános hozzáférése a kérdése: számos intézmény, gyűjteményi kurátor ellenzi az adatok széles körű, online közzétételét. A Magyar Nemzeti Múzeumban tapasztalt saját, valamint máshol dolgozó kollégák intézményi praxisából mindemellett tudom, hogy az online, a nyilvánosság számára korlátozottan elérhető gyűjteményi adatbázis sokszor nem teszi lehetővé, hogy egy-egy tematika mentén bárki számára láthatóvá váljanak a tartalmak, vagy az is előfordul, hogy az adott témakörben még nem digitalizálták a tárgyállományt. A közművelődési, kommunikációs szakemberek ilyen esetben saját módszerekkel próbálják meg helyettesíteni az adatbázist. A kutatás résztvevői körében erre mindössze 2,8 százalékos arányban került sor – főleg az online tartalomszolgáltatás mellett elkötelezett, a meglévő intézményi gyakorlattal szemben akár konfliktust is felvállaló munkatársak esetében. A felsoroltakon túl erre akkor is szükség volt, ha az intézménynek nem volt saját, online elérhető adatbázisuk, vagy egy-egy tárgycsoporthoz még csak nyomtatásban jelent meg a tárgykatalógus. Ebben az esetben QR-kód segítségével irányították az érdeklődőket az adott adatbázisból elérhető kötetre.



31. ábra

A *Múzeumi munkatársak tevékenysége, munkakörülményei a világjárvány alatt* című kérdőíves kutatás adatai alapján

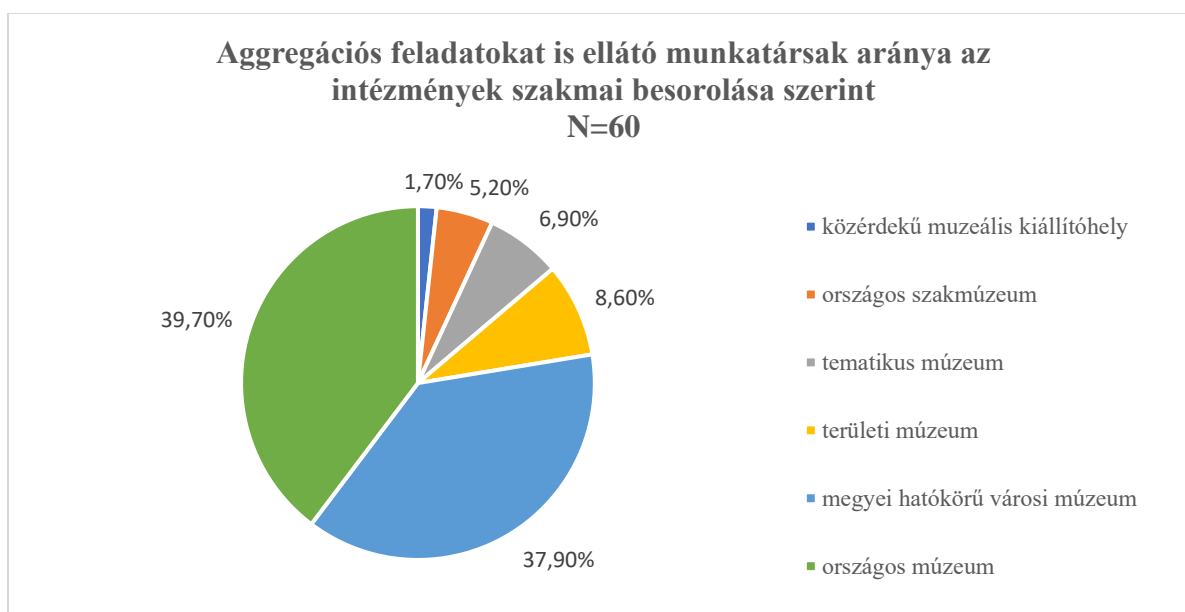
Valamivel többen, 342 válaszadó 17,5 százaléka viszont arról nyilatkozott, hogy nem küzd ilyen nehézségekkel, sőt azzal is foglalkozhatott, hogy a múzeum tárgyai, gyűjteményei különböző aggregációs felületen megjelenjenek. A múzeumok számára akár nemzetközi szempontból is kapukat nyithatnak meg az olyan globális, nemzeti vagy tematikus aggregációs platformok, mint az Europeana, a MuseuMap vagy a Néprajzi Múzeum koordinálása mellett 2020-ban létrehozott *Trianon tárgyi emlékei*. Az aggregáció során az aggregátor intézmény elsősorban a tartalmak begyűjtésére koncentrál azzal a céllal, hogy azokat információkkal gazdagítva minél szélesebb körben hozzáférhetővé tegye különböző platformokon oktatási és kutatási infrastruktúrák, valamint a nagyközönség számára.³⁰³ Az elmúlt öt évben a KDS keretén belül számos olyan konferencia, képzés, legutóbb webinárium valósult meg, amely nemcsak a digitalizáció munkafolyamatait, hanem a hazai vagy nemzetközi aggregációban való részvételt segítette. Talán ennek is köszönhető, hogy az aggregációs munkában résztvevők köre kitágult: csaknem annyian dolgoztak ezen a területen a megyei hatókörű városi múzeumok adatközlői közül, mint az országosokéból. Ismerve a kérdőív kitöltőinek arányát, ez mindenképp előremutató adat. (32. ábra)

A KDS keretén belül ugyanakkor a közgyűjtemények segítséget kaphatnak a gyakorlati digitalizációs munkájukban is, többek között a mobil digitalizációs labor házhoz megy, és ingyenesen digitalizálhatják a múzeumok műtárgyait. A labor szakemberei nem csupán nagy felbontású digitális műtárgyfotókat rögzítenek, hanem lehetőséget biztosítanak a műtárgyak 3D-modelljeinek elkészítésére is. Öröndetes, hogy a kutatás szerint a válaszadók 24,3

³⁰³ Kómár-Bánki 2019, valamint vö. 3.5.1. fejezet.

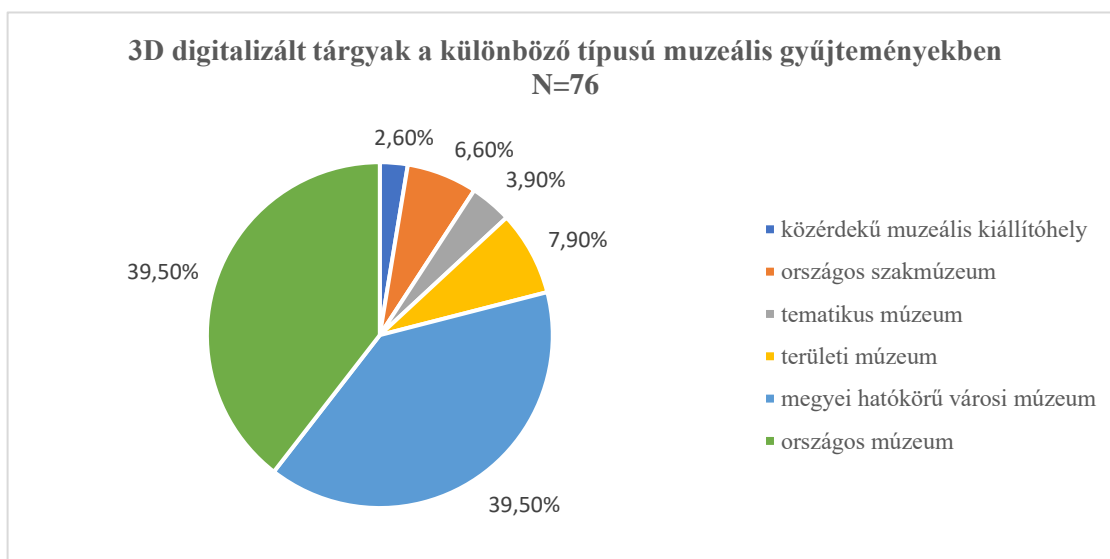
százalékának a gyűjteményében már van 3D-modell, közülük 58 esetben ez meg is tekinthető a honlapjukon az Europeana, a MuseumMap vagy a saját Sketchfab-felületükön.³⁰⁴ Külön érdekesség, hogy a megyei hatókörű városi múzeumok adatközlői közül ugyanannyian tettek említést ilyen fajta fejlesztésről, mint az országos intézményeké (33. ábra). Elgondolkodtató azonban, hogy ez a látványos és az online térben sokféleképp hasznosítható megoldás miért nem került nagyobb arányban felhasználásra a járvány idején. Miközben a válaszadók 17,1 százaléka eredményesnek tartotta ezt a tartalomtípust, összesen csak 3,2 százalékuk hozott létre ilyen tartalmat, applikációt.

Hasonlóan több intézmény számára kínálna lehetőséget a Google Arts & Culture, a világ gyűjteményeit, vizuális kincseit egy felületen összekapcsoló oldal. A kutatásban mindössze csak néhány budapesti intézmény – három országos szakmúzeum, egy közérdekű muzeális gyűjtemény –, nyolc országos múzeum képviselője számolt be arról, hogy foglalkozott a kérdéssel. A nemzetközi, számos lehetőséget rejtő platformon egyébként 15 magyarországi gyűjtemény szerepel. A fejlesztés lehetősége azért is elgondolkodtató, mert a múzeumok online tartalmaival kapcsolatos felhasználói véleményeket vizsgáló kutatásban a kedvenc nemzetközi alkalmazások között előkelő helyen állt ez a felület.



32. ábra
A *Múzeumi munkatársak tevékenysége, munkakörülményei a világhárvány alatt* című kérdőíves kutatás adatai alapján

³⁰⁴ Forrás: <https://sketchfab.com/search?location=hungary&segment=organization%2Fmuseum&type=users> – Utolsó letöltés: 2021. 08. 10.



33. ábra

A *Múzeumi munkatársak tevékenysége, munkakörülményei a világhárvány alatt* című kérdőíves kutatás adatai alapján

4.2.14. Hipertextualitás mint cél, webtudatosság

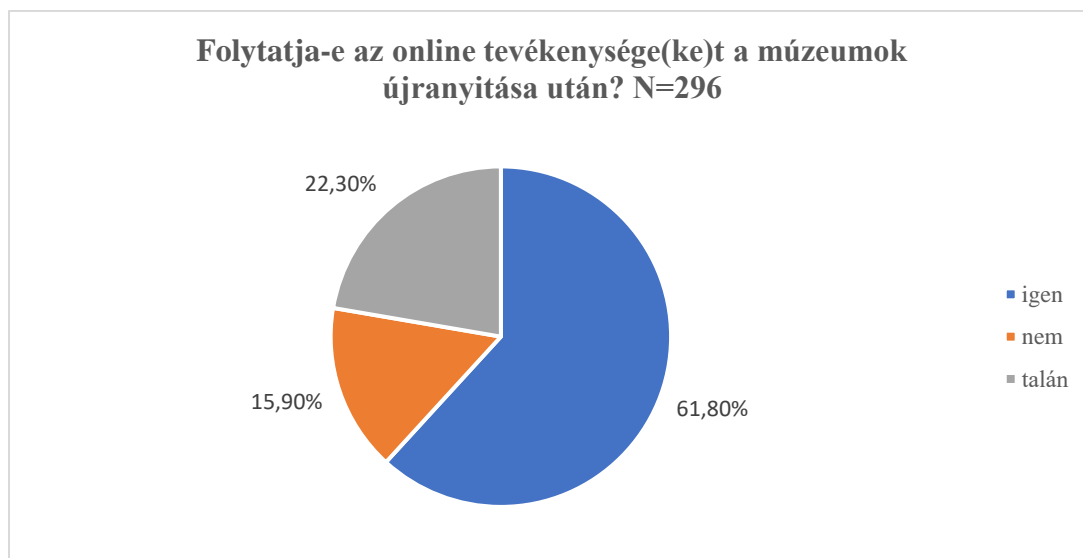
A Google Art, az Europeana, a MuseuMap és más aggregációs felületek egyik legfontosabb előnye, hogy képesek egy-egy téma, fogalom mentén összekötni a különböző tartalmakat hiperlinkek segítségével. A 3.2.12. fejezetben már említettem a Google Art és a MuseuMap azon megoldását, amikor egy-egy árnyalatra kattintva kiadja a memóriájában őrzött hasonló színű, különböző gyűjteményekből származó műtárgyakat. A számos jó gyakorlat ellenére mégis ritkán találkozunk azzal, hogy a múzeumok a különböző online tartalmaikat végtelen hálóként szőnék össze. A felületek szerkesztői jellemzően egyszerű, hiperlinkeket sem tartalmazó elektronikusan elérhető szöveges-képes, esetleg mozgóképes anyagot tesznek közzé. Mivel a linkek által rizómaként összekapcsolódó tartalmak a világháló alapvető jellemzői közé tartoznak, nem mellékes felmérni, hogy a múzeumok online tartalomkészítéssel foglalkozó munkatársai mennyire tudatosak ebből a szempontból.

A felmérés sajnos az előfeltevéseket igazolta: a 365 válaszadó többsége (54,8 százalék) nem ismerte a hipertextualitás fogalmát, 31,2 százalék (114 fő) viszont biztos volt benne, sőt meglehetősen adekvát definíciót írt. Egyetlen példa egy észak-kelet magyarországi harmincas néprajzostól: „*A már említett virtuális kiállítás hipertextuálisan épül fel, hiszen a »fejezetek«, tárgyak, hiperhivatkozások között ugrálva is ugyanúgy megismerhető az egész tartalom, mint lineárisan haladva. A fő feladatommal, az online nyilvántartás kezelésével kapcsolatban is megjelenik ez a fogalom, mivel az adatbázisban lévő rekordok össze vannak kapcsolva metaadataiknál fogva, illetve direkt kapcsolatot is létre tudok hozni két összetartozó tárgy között, így keresőszavak nélkül is eljuthatok rajtuk keresztül további kapcsolódó rekordokhoz.*”

Azok számára, akik rendelkeztek megfelelő elméleti tudással, kifejezetten hasznosak bizonyultak ezek az ismeretek. A megkérdezettek közül 153-an igyekeztek tudatosan összekapcsolni a különböző online tartalmakat: 78 fő közülük alkalmanként használt hiperlinket, hatvanan pedig kifejezetten törekedtek arra, hogy virtuális kiállításokban, szövegekben ezzel a módszerrel kitágítsák a megismerés, az információszerzés lehetőségét.

4.2.15. A jövő

A nehézségektől függetlenül az adatközlők csaknem 62 százaléka biztos abban, hogy az online tevékenységét folytatja, 22,3 százalék pedig gondolkodik még rajta. A Facebook, az Instagram a jövőben is megőrzi jelentőségét az intézményi tudásközvetítésben, de a blogoknak, virtuális kiállításoknak, online tananyagfejlesztéseknek, podcastoknak, videótartalmaknak, ingyenes játékfejlesztő alkalmazásoknak, az utazásmentes online konferenciáknak is ígéretes jövője lehet. Van, aki már az eddigi tapasztalatok birtokában új sorozatokat tervez, (például túramotoros YouTube-videósorozatot régészeti lelőhelyekről), de sokan az eddigi online megoldásokat szeretnék kisebb sűrűséggel és tervezettebben folytatni. Mindemellett megoszlanak a vélemények, hogy a jövőben szükség lesz-e ennyi virtuális kiállításra, online tárlatvezetésekre, élő közvetítésekre. Amiben viszont egyetértés alakult ki: a jövőben senki sem szeretne még egyszer online családi napot vagy ahhoz hasonló multigenerációs programot tartani. Azaz a háromnegyed éves zárvatartás során egyértelműen kiderült, mely programtípusok azok, amelyeknek csak a fizikai térben van létjogosultságuk.



34. ábra

A *Múzeumi munkatársak tevékenysége, munkakörülményei a világjárvány alatt* című kérdőíves kutatás adatai alapján

4.2.16. Konklúzió

A kutatás egyik legnagyobb meglepetése, hogy a home office, különösen a folyamatos otthoni munkavégzés egyáltalán nem volt általános jelenség a magyarországi múzeumokban. Különösen a vidéki kisebb intézményekben, a területi múzeumokba jártak be folyamatosan dolgozni a múzeumi munkatársak. A múzeumok munkavállalói számára ettől függetlenül a koronavírus-világjárványhoz kapcsolódó krízishelyzetben az intézmények zárvatartása miatt a feladatokat át kellett strukturálni.

A múzeumi szakemberek online tevékenysége 2020 előtt alapvetően esetleges volt. Mivel csak a nagyobb intézményekben volt/van olyan szakember, aki a különböző online felületeket kezeli, a kisebb helyeken a munkatársak részfeladatként látták el a különböző webes felületek kezelését, az ehhez szükséges tartalomgyártást. Általában az adott egyén érdeklődési körén, kompetenciáján múlt, hogy mennyire mélyedt el a területen. Így a meglehetősen heterogén magyar múzeumi online terek, valamint működtetőik felkészültsége rendkívül eltérő volt a veszélyhelyzet meghirdetésekor.

Mivel a múzeumok számára létfontosságú volt, hogy meg tudják-e őrizni nyilvánosságukat az online térben, be tudják-e tölteni közgyűjteményi funkciójukat, láthatóvá tudják-e tenni, mit történik a látogatótereken túl egy intézményben, a munkatársak rákényszerültek, hogy „megnyíljanak” az online terek előtt, elgondolkodjanak azon, miként tudják az eddigi digitális tartalmaikat hasznosítani. Az intézményekben alapértelmezetté vált a digitális forradalom vívmányainak használata, enyhült a számos intézményben korábban tapasztalható távolságtartás az infokommunikációs területtel szemben. A kényszerű zárvatartás a posztdigitális múzeum állapotába billentette – sokszor korábbi álláspontjuktól, terveiktől eltérően – a magyarországi múzeumi világot. A digitális technológiák használata egyre több múzeumi szakember mindennapi gyakorlatába beépülve normatívvá vált, a szubjektív egyéni tapasztalatszerzés révén olyan munkatársak esetében is a mindennapi élet és munka szerves részévé vált, akik korábban kifejezetten távolságtartók voltak (nem volt okostelefonjuk, közösségi médiaprofiluk stb.) A digitális eszközök éppúgy megkérdőjelezhetetlen létjogosultságra tesznek szert a múzeumokban, mint ahogyan a digitális készségek valamennyi múzeumi műveletbe beleszövődnek, a mindennapi gyakorlat szerves részévé válnak. A múzeumok offline és online terei közelebb kerültek egymáshoz, a határok elkezdtek felolvadni, a virtuális és analóg rendszerek szimbiózisba kerültek egymással, a magyar múzeumok világában a korábbinál szélesebb körben vált értelmezhetővé a disztributív vagy a pervazív múzeum fogalma.

Ahogyan a posztdigitális múzeum modellje esetében láthattuk, hogy a múzeumi munkatársak már képessé váltak összeolvasni az offline és online tér kihívásait a mindennapi

gyakorlatban, a disztributív múzeum modellje is kirajzolódik, hiszen a járvány időszakában a múzeum kényszerűen ugyan, de már nem egy adott fizikai térben jelent meg, hanem jelenlétét kiterjesztette a korábbinál jóval nagyobb körben a világhálón található virtuális formációkra, valamint a mobilitás különféle gyakorlatai és technológiai által létrehozott átmeneti terekre. A pervazív múzeum modellje pedig akkor válik kézzelfoghatóvá, amikor azt vizsgáljuk, hogyan léptek be a múzeumok az online kulturális tartalmak hálózatába. Anélkül, hogy az intézmények elvesztették volna saját jellegzetességeiket, egyre inkább bekapcsolódtak az információ hőmpölygésébe, erősödött a műtárgyak, gyűjtemények online kontextualizációja, ráadásul olyan multimédiás alkalmazások születtek, amelyek a fizikai és online teret összekapcsolják: a fizikai tér digitális megoldásai az internetre vezetik a látogatót és fordítva, az online tér felhasználóját a digitális tartalmakon keresztül a fizikai valóságba irányítják.

A hosszú időn keresztül tartó online tartalomközvetítés időszakában kikristályosodtak azok a megoldások, módszerek, amellyel egy-egy intézmény sikeresen érheti el a közönségét, és az is kiderült, melyek nem működnek kellő hatékonysággal. A kényszerhelyzet következtében a múzeumi szakemberek digitális kompetenciái fejlődtek, új tapasztalatok és számos látogatói visszajelzés birtokában nyitottá és gyakorlottá váltak a területen, mindez alapját képezheti a múzeumi digitális és online szolgáltatások szemléletváltáson alapuló reformjának.

Amit azonban még el kell sajátítaniuk az az online tartalmak mérésének, analitikai elemzésének módszere. Az ebből fakadó hiányosságok még a legnagyobb, a területen tudatos stratégiával rendelkező intézmények között is tetten érhetők. Bár számos intézményben előremutató megoldások születtek, határozott elméleti tudás tapasztalható, országosan mégis számos kihívást rejt, hogy a munkatársak ne az analóg világ virtuális tükörfordítására törekedjenek az online térben, hanem annak módszertani nyelvezetét alkalmazzák hipermediális, interaktív, interkonnectív megoldásokkal.

Ugyanakkor nemcsak azokra az intézményekre érdemes odafigyelni, amelyek jól vették az akadályokat, fejlett és fejlődő eszközparkkal, tudással rendelkeznek. A válsághelyzetben éles kontúrral kirajzolódtak azok az intézmények, feladatkörök, területek, amelyek komolyabb támogatásra szorulnak, és a döntéshozók, szakmai szervezetek számára megfontolandó, hogy milyen megoldásokat keresnek a leszakadók támogatására, az országos múzeumi digitális infrastruktúra fejlesztésére, a többnyelvű online és virtuális programok, alkalmazások elkészítésének támogatására.

4.3. Az online múzeumlátogató – látogatókutatás (2021.)³⁰⁵

Ahogy az előző két elemzésből kiderült, a koronavírus-járvánnyal kapcsolatos óvintézkedések, bezárások, szabályozások globális szinten arra kényszerítették a múzeumokat, hogy radikálisan megújítsák az online tereikben folytatott közönségkapcsolati és szakmai munkát. Ezzel egy időben a közönség figyelme, érdeklődése is drasztikus átalakuláson ment át.

A kijárási korlátozások, a karanténhelyzetek miatt a lakosságnak a megszokott offline kultúrafogyasztási szokásaival fel kellett hagynia, ezért figyelme a világháló különböző tartalmai felé fordult. A kulturális intézmények soha nem látott digitális éhséget érezhettek, nemcsak megszokott közönségük részéről. Így a 2020 márciusa óta tartó időszak több alkalommal kihirdetett veszélyhelyzetei következtében zárva tartó muzeális intézmények soha nem tapasztalt mennyiségben, kreativitással fordultak a közösségi média felé, indítottak online programokat, tárlatvezetéseket, készítettek virtuális kiállításokat, videókat, streameltek múzeumi eseményeket, építettek virtuális közösséget az online térben. A már évtizedek óta gyarapodó, interneten elérhető digitális adatbázisok, műtárgykatalógusok, ehhez kapcsolódó alkalmazások hirtelen előtérbe kerültek, és az eddigi, szakmai körből kilépve széles körben fedezhette fel őket a közönség.

Hogy tetten érhetővé váljanak azok a kölcsönhatások, amelyek az internetes kapcsolatokra ítélt lakosság és az online kultúraközvetítésre fókuszáló múzeumok között alakultak ki, elsőként a felhasználók megváltozott internetezési szokásait, majd pedig a téma kapcsán 1006 fős mintavétel alapján, 2021 januárjában készült kérdőíves kutatásom eredményeit tárgyalom. Ahogyan már a múzeumi intézmények és a múzeumi dolgozók kutatásánál megragadható volt, itt is érzékelhető: az online felhasználói szokások vizsgálata a kortárs magyar társadalom állapotát, a karanténhelyzethez kapcsolódó életmódváltozásokat is tükrözi.

4.3.1. Koronavírus és a magyar internetfelhasználók

A koronavírus a magyar internetforgalomra és az internetes fórumok, újságírók múzeumi világ felé fordított figyelmére is radikális hatással volt. Az online tér már a 2020. március 9.-ével kezdődő héten a Digitális Közönségmérési Tanács (DKT) és a Gemius közös mérése szerint a szokásosnál nagyobb, 34 millió feletti oldalletöltési számmal indított. Az igazán drasztikus változás március 11-én következett be, amikor a kormány bejelentette a veszélyhelyzetet. Ekkorra a hírsite-ok napi oldalletöltési száma csaknem 46 millióra emelkedett. Március 13-án, az iskolabezárások bejelentésével ez a mutató 53 millióra ugrott.

³⁰⁵ A fejezet megjelent itt: Berényi 2021b és g.

A vizsgált időszak abszolút csúcserékét március 16-án, hétfőn mérte a Digitális Közönségmérési Tanács, amikor a további korlátozások – köztük a boltok nyitvatartását is érintők – bejelentése megtörtént. Ezen a napon a magyarországi híroldalak forgalmát mérő oldalletöltésszám elérte az 55,7 milliót. Mindezt a dinamikát érdemes összevetni az egy évvel korábbi adatokkal, amikor a híroldalak forgalma a március 2. és 22. közötti időszakban folyamatosan a 20 és 30 millió közötti sávban maradt, komolyabb kilengés nélkül.³⁰⁶

Mindez az éves adatokra is hatással volt. A DataReportal mérése szerint Magyarországon 2021 januárjában 8,01 millió internetező volt, az internet-felhasználók száma 366 ezerrel, 4,8 százalékkal nőtt 2020-ról 2021-re. A közösségi médiafelhasználók száma 7,09 milliót tett ki, ami a teljes népesség 73,5 százalékának felelt meg. Ez az adat 2020 és 2021 januárja között 8,3 százalékkal, 550 ezer fővel nőtt.³⁰⁷ Egy másik adat szerint a járvány hatására 2020-ban a hívásforgalom 13,8 százalékkal, az internetforgalom 30,1 százalékkal emelkedett a 2019 végi adatokhoz képest.³⁰⁸ Ebben a megváltozott élethelyzet mellett az is közrejátszott, hogy a különböző szolgáltatók kedvezményekkel segítették a home office-ba, online oktatásra kényszerült lakosságot, akik közül egyre többen kapcsolták be életük mind több területébe az internetet.

A weboldalak forgalomnövekedése mögött többek között a koronavírussal kapcsolatos hírdömping állt, amely a bizonytalan, félelemre okot adó helyzetben aktív olvasóközönségre talált. A márciusi csúcsideszakban a *Blikk* teljes gyártásának majd 14 százalékát, azaz 758 hírt, az *Index* 16 százalékát, 663 hírt, míg az *Origo* 564 hírrel majd 11 százalékot és a *24.hu* 556 hírrel 13,15 százalékot csoportosított a hírgyártásából a koronavírus témakörére.³⁰⁹ Bár a weboldalak forgalmának növekedését a pandémiához kapcsolódó hírfogyasztás indikálta, más tartalmak, területek is részeseivé váltak ennek a bitkonjunktúrának, maguk után húzva a múzeumi tartalmakat. Hiszen a koronavírussal kapcsolatos cikkek nemcsak egészségügyi, politikai vonatkozásúak voltak, napi szinten születtek olyan írások, amelyek online elérhető kulturális programokat kínáltak. A *Telenor* 2020. április 23-i cikke³¹⁰ egy 550 fős mintán végzett 18–65 évesek körében végzett kutatása szerint a lakosság a karanténhelyzetben 73 százalékkal többet internetezett, 70 százalékkal pihenés, szórakozás céljából. Ebben a szegmensben található az azok, akik a múzeumi tartalmakat is aktívan követték, vizsgálatunkkal az ő tapasztalataikra fókuszálunk.

³⁰⁶ <https://media1.hu/2020/03/29/oriasit-ugrott-a-magyar-hiroldalak-latogatottsaga-a-koronavirus-vilagjarvany-hatasara/>. Utolsó letöltés: 2021. 10. 17.

³⁰⁷ <https://datareportal.com/reports/digital-2021-hungary?rq=hungary>. Utolsó letöltés: 2021. 10. 17.

³⁰⁸ https://nmhh.hu/cikk/216282/Tobbet_telefonaltunk_es_interneteztunk_a_koronavirus_hatasara. Utolsó letöltés: 2021. 10. 17.

³⁰⁹ Virág 2020.

³¹⁰ Forrás: https://www.telenor.hu/sajto/kozlemeny/friss_kutatas_igy_neteznek_karanten_idejen_a_magyarok. – Utolsó letöltés: 2021. 10. 17.

4.3.2. Kevesen éltek vele: közvélemény-kutatások

Az online kommunikáció robbanásszerű fejlődése más szempontból is újdonságot hozott a megnövekedett látogatói érdeklődés mellett a múzeumok számára. A vendégkönyvek többnyire emocionális indíttatású vagy bevett látogatói szokásokra épülő bejegyzései, az alkalomszerű kérdőíves és más jellegű felmérések után az intézmények a látogatókból lett online felhasználók minden rezdülését statisztikai adatokban mérhették (ha akarták). A különböző online analitikák valós időben mutatták, melyik tartalom kit, mikor, honnan és hogyan érdekel, láthatóvá vált, hogy az érdeklődők, mit, meddig néznek, hol unnak meg. A közösségi médiában pedig like-ok, reakciók, hozzászólások, megosztások mutatták, hogy mennyire érzik a követők magukénak a különböző tartalmakat.

Az internetes felületeken, az internetes felhasználók digitális készségeiben bekövetkező pozitív változások pedig világszerte több helyen készítették az intézményeket arra, hogy a különböző analitikákat kiegészítve online kérdőívekben kérjék ki látogatói célcsoportjaik véleményét szolgáltatásaikról, illetve mérjék fel igényeiket. Különösen erőteljesen jelent meg ez a törekvés a pedagógusok felé, akiknek a múzeumokhoz hasonlóan egyik napról a másikra kellett tevékenységük egészét átköltöztetniük az online világba. Ezekből az eredményekből készült Suba Eszter *Hogyan értékeli a pedagógusok a Nemzeti Múzeum online oktatást segítő tananyagait?* című tanulmánya,³¹¹ amely a saját intézményi gyakorlatot 107 tanár és diák válaszában tükrében elemezte a *Magyar Múzeumok OnLine* oldalán. A saját intézményi gyakorlatot érintő kérdőívek mellett a Szabadtéri Néprajzi Múzeum Múzeumi Oktatási és Módszertani Központ vállalta fel a feladatot, hogy országosan felmérje, miként tudják a múzeumok segíteni az online tanítást folytató pedagógustársadalmat. Kérdőívüket 2020. március 19. és 25. között 195, 2021. január 23. és február 8. között száz tanár töltötte ki, amiből egyértelműen kiderült, hogy a múzeumok elsősorban különböző mozgóképes múzeumi tartalmakkal, virtuális tárlatvezetésekkel, online játékokkal, feladatokkal gazdagíthatják az online oktatást.³¹²

A múzeumok online tudásközvetítő munkája ugyanakkor nemcsak a közoktatás szereplőit, a pedagógusokat és a diákokat szólította meg, hanem alapvetően a társadalom valamennyi, internetfelhasználó rétegét. A magyar társadalom kultúra iránt érdeklődő szeletének jelentős része a tavaszi karantén idején fedezte fel tudatosan a hazai és a nemzetközi múzeumi világ online tartalmait. A koronavírus pusztítását bemutató képekkel, videókkal egy időben érkeztek az első olyan tartalmak, amelyeket a különböző bezárt – offline látogató nélkül

³¹¹ Suba 2020.

³¹² Szu 2020a és b, Pacsika 2021. A felméréseket remekül árnyalja a történelemtanárok véleményét kutató *Ujkor.hu* oldalon megjelent elemzés, amelyet Fekete Bálint készített a tavaszi (181 fős) és a novemberi karantén idején, 150 fős minta alapján. Fekete 2020a–b.

maradt – kulturális intézmények tettek ki. A súlyos egészségügyi válsággal küzdő olasz kulturális élet social médiában szervezett online közösségi eseményeinek erejét jelezte, hogy a kulturális intézményeknek új szerepük lesz: a hirtelen bezárult világban nekik kell tematizálniuk a nem járvánnyal kapcsolatos közbeszédet, minőségi és sokszínű tartalommal ablakot nyitni a nagyvilágra, megnyugvást, kikapcsolódást, felüdülést, szellemi rekreációt, közösségi élményt nyújtani a soha nem próbált helyzetbe került társadalmaknak. Hogy ez mennyire sikerült? Mennyire változott az emberek kultúrához, művészetekhez, esetünkben a múzeumokhoz való viszonya?

A kérdést világszerte számtalan látogatókutatás vizsgálta és vizsgálja. Nagy-Britanniában a *The Audience Agency COVID-19 Cultural Participation Monitor*³¹³ felmérésein, Ausztráliában a *Patternmakers Audience Outlook Monitor*án rendszeres időközönként kapunk új adatokat.³¹⁴ A svájci *Kulturbesuche in der Zeit nach Corona*³¹⁵ közönségkutatáshoz hasonlóan számos már országban inkább az újranyitással kapcsolatos igényekre, a kulturális intézmények bezárásával járó hiányra kérdeztek rá a közvéleménykutatók. Nélkülözhetetlenek voltak az olyan, általános – nemcsak múzeumokat kutató – felmérések, amelyeket többek között a Bitkom végzett el Németországban, 1003 (köztük csak

³¹³ A példaértékű brit kutatások – amelyek többek között vizsgálták, miként reagál a közönség a művészeti, kulturális, örökségi intézmények online kínálatára – az úgynevezett közönségspektrum-vizsgálatra épülnek. Ennek egyszerre bonyolult és következetes módszertana, kategóriái merőben eltérnek a magyar gyakorlatétól, ezért az általuk nyert adatok kevésbé összevethetők a mieinkkel. A közönségspektrum (*Audience Spectrum*) egy olyan szegmentálási eszközt takar, amelyet az Audience Agency kutatói fejlesztettek ki a brit Művészeti Tanács megbízásából, hogy az aktuálisan vizsgált közönséget az egész lakossággal összevessék, hogy ne csak monitorozhassák a különböző csoportok viselkedését, hanem meg is jósolhassák, miként fognak reagálni bizonyos döntésekre, változásokra.

A folyamatosan zajló kutatások a művészeti és örökségi tevékenységek igen széles viszonylatában vizsgálják az elkötelezettséget, az operától kezdve a múzeumon át a videóművészetig. A rendkívül összetett és következetes módszertan alapja a közönségspektrum kategóriarendszere, amely az Egyesült Királyság lakosságát magas, közepes és alacsony elköteleződés szerint tíz külön csoportba sorolta: *metroculturals* (prosperáló, liberális, nagyon széles kulturális skála iránt érdeklődő városiak), *commuterland culture buffs* (a kultúra gazdag és profi fogyasztói), *tapasztalatkeresők* (rendkívül aktív, sokszínű, közösségi és ambiciózus, rendszeresen foglalkoznak a művészetekkel), *dormitory dependables* (külvárosiak és kisvárosiak, akik érdeklődnek az örökségi tevékenységek és a hagyományos művészetek iránt), *trips and treats* (élvezik a mainstream művészeteket és a népi kultúrát, gyermekek, család és barátok befolyására), *home and heritage* (vidéki területekről és kisvárosokból, napközbeni tevékenységek és történelemhez kapcsolódó eseményeken való részvétel a jellemző), *up our street* (szerény szokások és eszközök, alkalmi elkötelezettség népszerű művészetek, szórakozás és múzeumok iránt), *Facebook-családok* (fiatalabb külvárosi és részben városi, aki élvezzi az élőzenét, az evést és a populáris szórakozási formákat), *kaleidoszkópszerű kreativitás* (tarka háttér és életmód, alkalmi látogatók vagy résztvevők, különösen közösségi eseményeken és fesztiválokon), *heydays* (idősebbek, mobilitásuk gyakran korlátozza őket a művészeti és kulturális eseményeken kézművesprogramon való részvételben). Az egyes közönségszegmensek portréja pontosan kidolgozott és publikált (<https://www.theaudienceagency.org/off-the-shelf/audience-spectrum/profiles>). Ebben pontosan meghatározzák a jellemző kulturális viselkedést, attitűdöt és preferenciáikat. Hasonlóan fontos a *COVID-19 Insights* projekt, amelyben kifejezetten a járvány hatására koncentrálnak: <https://www.theaudienceagency.org/bounce-forwards-insights-audiences>.

³¹⁴ <https://www.thepatternmakers.com.au/covid19> – A Patternmakers Audience Outlook Monitora 2020-ban indult, hogy nyomon kövesse, a járvány miként hat a kulturális szektor fogyasztóira. A vizsgálatot 2021-ben az előző évhez hasonlóan három szakaszban készítik el, hogy az ágazat megfelelő adatokra építhessen az online, az élő és a hibrid működés során.

³¹⁵ Kulturbesuche in der Zeit nach Corona – <https://sponsoringsschweiz.ch/2020/07/20/kulturbesuche-in-der-zeit-nach-corona/>.

843-an voltak internet-felhasználók) 16 éves és annál idősebb embert kerestek meg telefonon a következő kérdéssel: „Az alábbi online ajánlatok közül melyiket használta először vagy gyakrabban a koronavírus-járvány kitörése után?”³¹⁶ Kiderült, hogy a megkérdezettek tíz százaléka a pandémia idején szívesen, sőt többnyire életében először tett online sétát a múzeumok virtuális tereiben vagy kiállításában. Ez a kutatás azonban a múzeumok online kínálatát csak egy tényezőként jelöli meg a rendelkezésre álló szabadidős tevékenységek között. Hasonló kutatást folytatott Magyarországon Gósi Zsuzsanna, aki inkább a szellemi rekreáció módozatait vizsgálta.³¹⁷

Mindemellett a múzeumszakma számára világszerte problémát jelent, hogy a legtöbb közvélemény-kutatás³¹⁸ nem fókuszált erre az intézménytípusra, sőt az egyéb kulturális tartalmakra is csak kivételes esetben. Míg arról számos kutatás készült, hogy miként reagáltak a múzeumok a pandémiára, mekkora változást jelentett számukra az elhúzódó krízis, addig arról – néhány kivételtől eltekintve – keveset tudunk, hogy a különböző országok lakossága mennyire értékeli ezeket az erőfeszítéseket, összességében hogyan látja a bezárt intézmények online tevékenységét. Pedig lényeges lenne tudni, hogy a megnövekedett internetforgalomból mekkora szelet érinti ezt az ágazatot, még akkor is, ha a kulturális tematika sosem hoz olyan oldalletöltésszámot, mint a politikai, egészségügyi, sport- vagy épp bulvártartalmak, és a múzeumi weboldalak adatforgalma léptékében sem vetélkedhet egy videostreaming felülettel.

Ahogy már a múzeumok és a múzeumi dolgozók vizsgálatánál is szóba került, annak ellenére, hogy az online technológiák bővelkednek lehetőségekben, maguk a múzeumok is csak kivételesen kérték közösségeik értékelését, és azt még ritkábban publikálták. A Szabadtéri Néprajzi Múzeum – MOKK által elvégzett magyar intézményi gyakorlatra vonatkozó kutatás szerint a kifejlesztett tartalmakkal kapcsolatos felhasználói visszajelzéseket ugyanakkor csupán alig több mint a digitális és online tartalmakat elkészítő 114 intézmény harmada, azaz 39 kért.³¹⁹ A NEMO 48 ország hatszáz múzeumában végzett kutatása szerint az intézmények csaknem 40 százaléka nem követi a látogatásokat, vagy nem tudja, hogyan alakulnak az online látogatószámok. Mindez a digitális mérésekhez szükséges módszerek hiányára is utal.³²⁰ Az előző fejezetben bemutatott múzeumi dolgozókat célzó kérdőív ugyancsak ezt támasztotta alá: a válaszadó múzeumi dolgozók 51,3 százaléka egyáltalán nem kapott statisztikai

³¹⁶ Christoph Krösmann összefoglalója itt olvasható: <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Seit-Corona-Ausbruch-Online-Dienste-gefragt-wie-nie>.

³¹⁷ Gósi 2020.

³¹⁸ A területről nem kapunk képet a *Szellem és Tudomány* 2020-as, *Láttelel a járványhelyzetről* című számából sem. Lásd Havasi 2020 és Bíró–Fekete–Petróczi Facebook-tartalomelemzése.

³¹⁹ Pacsika 2021a, 14.

³²⁰ Follow-up survey on the impact of the COVID–19 pandemic on museums in Europe. https://www.nemo.org/fileadmin/Dateien/public/NEMO_documents/NEMO_COVID19_FollowUpReport_11.1.2021.pdf.

visszajelzést arról, mennyire volt népszerű az általa létrehozott tartalom. 30 százalékuk (77 fő) pedig arról is vallott, hogy maguktól a látogatóktól a korábnál gyakrabban kaptak visszajelzést.

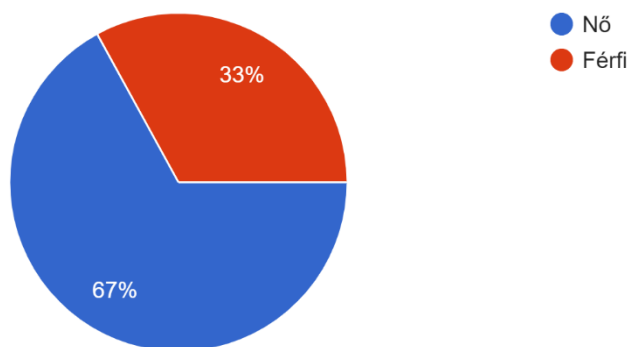
4.3.3. Kutatás – Online múzeumi tartalmak a Covid–19 alatt

Mindennek tükrében és hiányában indítottam el *Online múzeumi tartalmak a Covid–19 alatt* címen 2021. január 8. és január 24. között egy Magyarországra kiterjedő online kérdőíves kutatást. A kérdőív 36 kérdést foglalt magába, amely az alapadatokon túl 21 zárt és 11 szabadon megválasztható kérdést tartalmazott. A korlátozásokra való tekintettel a kérdőívet a Facebook-oldalomon, e-mailen és Messengeren keresztül terjesztettem. Számos magyar múzeum és magánszemély állt a kezdeményezés mögé, hogy kitágíthassam saját kapcsolati hálóm, és szélesebb körből kapjak válaszokat a kérdéseimre. Külön szívfoltot jelentettek a Magyar Nemzeti Múzeum iskolai közösségi szolgálatosai, akik nemcsak kitöltötték, hanem családtagjaikat is rábírták a válaszadásra. Ezért ez úton is köszönetet mondok azoknak, akik időt és energiát nem kímélve segítettek abban, hogy akár korosztály, akár képzettség, akár földrajzi értelemben nagyobb körből kapjak visszajelzéseket. Az ő érdemük, hogy ha nem is tekinthető az ország lakossága szempontjából reprezentatívnak a válaszadók összetétele, de a kutatás alkalmassá vált arra, hogy következtetéseket vonhassunk le az általuk adott válaszok alapján. Az adatgyűjtéshez kapcsolódó kommunikációs kampányban részt vevő múzeumi szakemberek Facebook-oldalukon, intézményi hírlevelükben és személyes ismeretségi körükben terjesztették a kérdőívet. Különösen hálás vagyok azoknak a magánszemélyeknek, akiknek segítségével például szakmunkások, ipari területen dolgozók, érettségivel nem rendelkező felhasználók véleményét is kikérhettem. A kérdőívet a kutatás időtartama alatt 1006 fő töltötte ki, nem válaszoltak azonban mindannyian valamennyi kérdésre. Többen közülük mélyinterjúra is jelentkeztek, amely a kutatás következő fázisát jelenti majd. A most olvasható adatelemzés ismételen leíró statisztikai módszerrel (MS Excel) történt, arra törekedve, hogy a kérdésekre adott válaszokat a következő szempontok szerint is vizsgáljam: nemek, lakóhely, életkor, iskolai végzettség, múzeumi vagy attól eltérő munkakör.

4.3.4. A válaszadók

A kérdőívet többségében (67 százalék) nők töltötték ki. Ez az arány hasonló a Magyar Nemzeti Múzeum Facebook-követőtáborához, ahol 2021. április 19-én 68 százalék nőként, 31 százalék férfiként jelölte meg nemi identitását. A *Magyar Múzeumok OnLine* és a *MúzeumCafé* Facebook-oldalán 71–28 százalék, a Semmelweis Orvostörténeti Múzeum profiljában 75–24 százalék, a Ferenczy Múzeumi Centruméban 67–33 százalék, a nemesvámosi Villa Romana

Balácsa régészeti park esetében 58–41 százalék ez az arány. Ez a honlapok felhasználóinál is tetten érhető: a Szépművészeti Múzeum honlapján 2019-ben és 2020-ban is 70:30 a női és férfi jelenlét aránya, amely 2021 első négy hónapjában 74:26-ra ugrott.³²¹ A Magyar Nemzeti Múzeum honlapját 65 százalékban nők látogatták 2018-ban, 2019-ben és 2020-ban is.³²² Így a kitöltők aránya a nemek közötti megoszlás tekintetében tükrözi a múzeumok online tartalmi iránt érdeklődőket.



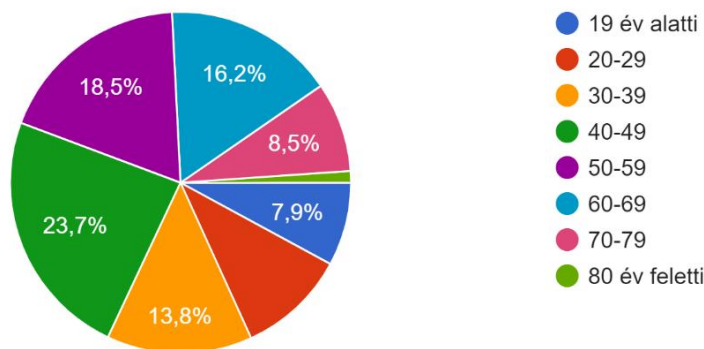
35. ábra
A nemek aránya a *Hogyan értékeli a magyar látogatók a múzeumok koronavírus alatt folytatott online tevékenységét?* című kérdőív kitöltői között
N=1006

Az életkort tekintve a válaszadók 23,7 százaléka a negyvenes, 18,5 százaléka az ötvenes, 16,2 százaléka a hatvanas, 16,8 százaléka a harmincas, 10,3 százaléka a húszas, 8,5 százaléka a

³²¹ Az adatokat köszönöm Barcsik Tibornak (Szépművészeti M.), Gréczi Emőkének (SOM), Tóth Anettnek (FMC).

³²² A KSH *A nők és a férfiak élete Európában – statisztikai portré* című 2018-as publikációjából kiderül, hogy az Európai Unióban nemcsak magasabb öt százalékkal a nők aránya, hanem a nők nagyobb arányban rendelkeznek felsőfokú iskolai végzettséggel, mint a férfiak. A nők átlagosan 16 százalékkal keresnek kevesebbet, mint a férfiak. A társasági tevékenységek, mint például a barátokkal való találkozás, a kulturális szokások közül például a koncertekre járás szintén eltérően alakul a nők és a férfiak esetében. Az Európai Unióban a nők sokkal gyakrabban olvasnak könyveket, mint a férfiak (2013-ban a nők 42, a férfiak 31 százaléka), illetve gyakrabban járnak élő előadásokra, például koncertekre (2015-ben a nők 30, a férfiak 28 százaléka). A nemek között hasonlóan alakultak az olyan kulturális szokások, mint például a moziba járás (a nők 29, a férfiak 27 százaléka), a kulturális helyszínek látogatása (a nők 28, a férfiak 27 százaléka) vagy a barátokkal való találkozás (a nők 24, a férfiak 23 százaléka). Az élő sportesemények látogatása azonban sokkal gyakoribb a férfiaknál, mint a nőknél (a férfiak 21, a nők 13 százaléka) az EU-ban. A nők valamivel kisebb arányban használják az internetet az EU-ban, mint a férfiak (2017-ben a 16–74 év közötti népességen belül a nők 79 százaléka használta legalább egyszer egy héten az internetet, szemben a férfiak 82 százalékaival – lásd a tagállamokra vonatkozó táblázatban). Ha megnézzük, mire használják az internetet, látható, hogy az EU-ban a nők kisebb arányban olvasnak online híreket (2017 utolsó három hónapjában a nők 70, a férfiak 75 százaléka használta az internetet e célból), ill. használnak internetes banki szolgáltatásokat (a nők 60, a férfiak 63 százaléka), mint a férfiak. Alig volt különbség a nemek között az internet használatában e-mailek küldése és fogadása terén (nők 86, férfiak 87 százaléka), míg egyáltalán nem volt különbség az interneten keresztül történő telefonálások (46 százalék mindkét nem esetében) és az interneten való munkakeresés (20 százalék mindkét nem esetében) tekintetében. A nők ugyanakkor nagyobb arányban használják az internetet közösségi oldalakon való részvételre (a nők 67, a férfiak 63 százaléka).

hetvenes korosztályból került ki. Meglepő módon a kérdőív kitöltőinek 7,9 százaléka húsz év alatti volt, sőt tizenegy nyolcvan év feletti véleményét is megismerhettük. Ez az adat jelentősen eltér a magyar múzeumi világ egészét szemlélő *Magyar Múzeumok OnLine* és a Magyar Nemzeti Múzeum honlapja 2020-as évi felhasználóinak demográfiai adataitól: az előbbi felületen a legtöbben a 25–34, valamint a 18–24 éves korosztályból, az utóbbin a 25–34 és a 35–44 évesek közül kerültek ki. A negyvenes–ötvenes korosztály csak ez után következett.



36. ábra
A *Hogyan értékeli a magyar látogatók a múzeumok koronavírus alatt folytatott online tevékenységét?* című kérdőív kitöltői korcsoportok szerint
N=1006

A kitöltők fele a fővárost adta meg lakhelyeként, negyedük városban, 12,6 százaléuk megyeszékhelyen él, 10,7 százaléuk kisebb települést jelölt meg. Ez megegyezik a Magyar Nemzeti Múzeumban 2019 márciusában és áprilisában végzett offline látogatókutatás eredményeivel, ahol a megkérdezett belföldiek 49 százaléka budapesti volt.³²³ Az intézmény honlapját pedig 48 százalékból a fővárosi felhasználók látogatták 2020-ban. Egy kultúrafogyasztási szokásokat feltáró, 2003-as átfogó kutatás más perspektívából közelítette meg a témát: eszerint a budapestiek 58 százaléka, a megyeszékhelyen élők 52 százaléka, a városokban élők 47 százaléka tekintett meg kiállítást egy év alatt, ez az arány a községekben élőkénél csupán 33 százalék volt.³²⁴ Mindennek sajátos árnyalatot festenek a MúzeumStat 2019-es adatai, amelyek szerint Magyarország múzeumainak 87, műtárgyainak csaknem 60 százaléka vidéken van. Arról, hogy ez miként jelenik meg a múzeumok látogatói összetételében, tudomásom szerint még nem készült átfogó, országos felmérés, ugyanakkor a magyar lakosság területi eloszlását is figyelembe véve, az adatsor alátámasztja a kitöltők lakóhelyével kapcsolatos látszólagos egyenlőtlenségeket a szóban forgó kulturális terület iránti érdeklődés szempontjából.

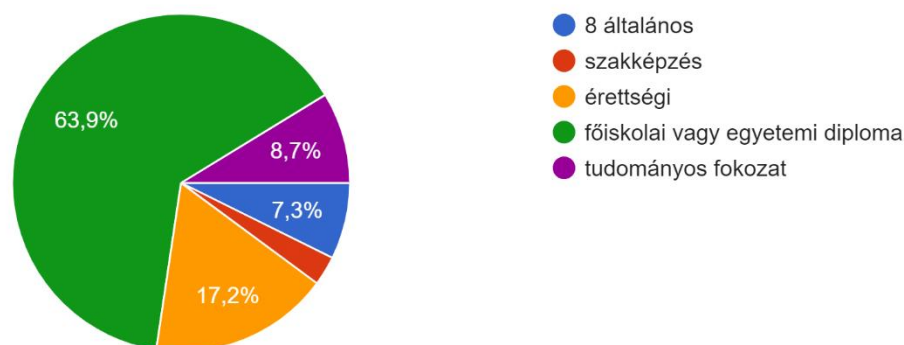
³²³ Schultz 2020.

³²⁴ Dudás–Hunyadi 2005. 14.

Az iskolai végzettségek aránya hasonlóan nem tükrözi az ország demográfiai adatait, azonban közel áll a múzeumba látogatók összetételéhez. 63,9 százalék diplomás, 8,7 százalék tudományos fokozattal rendelkezik, 17,2 százalék érettségizett, 2,8 százalék szakképesítést szerzett. A 8,7 százaléknyi nyolc általánossal rendelkező többségében a fiatalabb, 18 év alatti kitöltők közül került ki. A hagyományos, offline-kultúra-fogyasztással való párhuzam miatt egy régebbi, az MTA Szociológiai és Politikatudományi Intézetének közös kutatócsoportja által elvégzett felmérés eredményeit állíthatom adataim mellé. Eszerint a diplomások veszik ki részüket legnagyobb arányban a kultúra élvezetéből, 2003-ban 70–75 százalékuk járt színházban vagy kiállításon, az érettségizettek feléről volt elmondható ugyanez. Az iskolai végzettség alsóbb szintjeivel rendelkezők 10–20 százaléka fordult meg színházban, és egyötöde-egyharmada látogatott el valamilyen kiállításra. A mostani online kutatás résztvevőinek adatai sem állnak távol ezektől a számoktól.³²⁵

Legmagasabb iskolai végzettsége

998 válasz



37. ábra

A Hogyan értékeli a magyar látogatók a múzeumok koronavírus alatt folytatott online tevékenységét? című kérdőíves kutatás alapján

Mivel igyekeztem a kutatást nem múzeumi munkatársak között végezni, ezért a válaszadóknak csak a 15,8 százaléka dolgozott a kérdőív kitöltésekor múzeumban. 50,5 százalék soha, 11,2 százalék korábban már állt alkalmazásban ilyen intézményben, 17,6 százaléknak pedig a munkája valamilyen szinten érinti a területet. Míg a tudományos fokozattal és szakképesítéssel rendelkezők között kiegyenlített volt a nemek aránya, addig az érettségizettek között másfélszer, a diplomások között 4,5-szer több nő volt. A KSH adatai szerint 2016-ban a férfiak 31, míg a nők 35 százalékának volt az érettségi a legmagasabb végzettsége, a diplomások több mint fele (56 százalék) nő volt, az érettségi nélküli szakmai

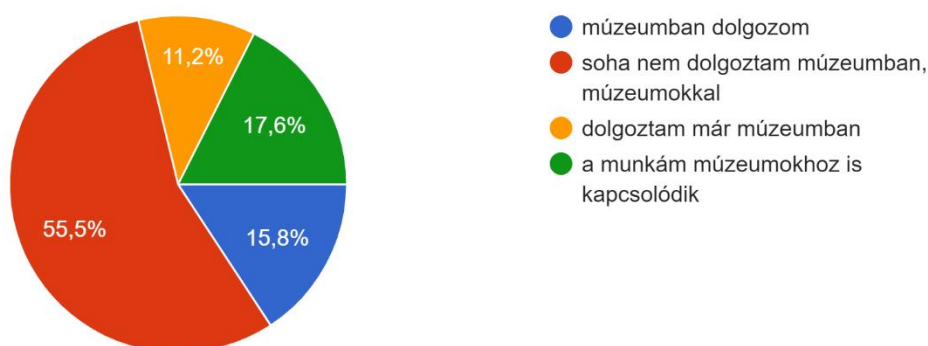
³²⁵ DUD Dudás–Hunyadi 2005. 10.

oklevél az az iskolai végzettségi szint, ahol a férfiak aránya továbbra is jelentősen meghaladta a nőkéét.³²⁶

A 2021 januárjában lezajlott kérdőíves kutatás a kitöltők személyes adatainak elemzése és korábbi, offline látogatókutatásokkal, valamint online felületek felhasználói statisztikai adataival való összevetése alátámasztja eredeti állításomat, miszerint az 1006 fő véleményét összegző kutatás átfogó képet ad arról, hogy a múzeumok 2020-as online tevékenységét miként értékeli a koronavírus által sújtott magyar lakosság.

Melyik igaz Önre?

990 válasz



38. ábra

A *Hogyan értékeli a magyar látogatók a múzeumok koronavírus alatt folytatott online tevékenységét?* című kérdőíves kutatás alapján

4.3.5. Hogyan hatott a home office a tartalomfogyasztásra?

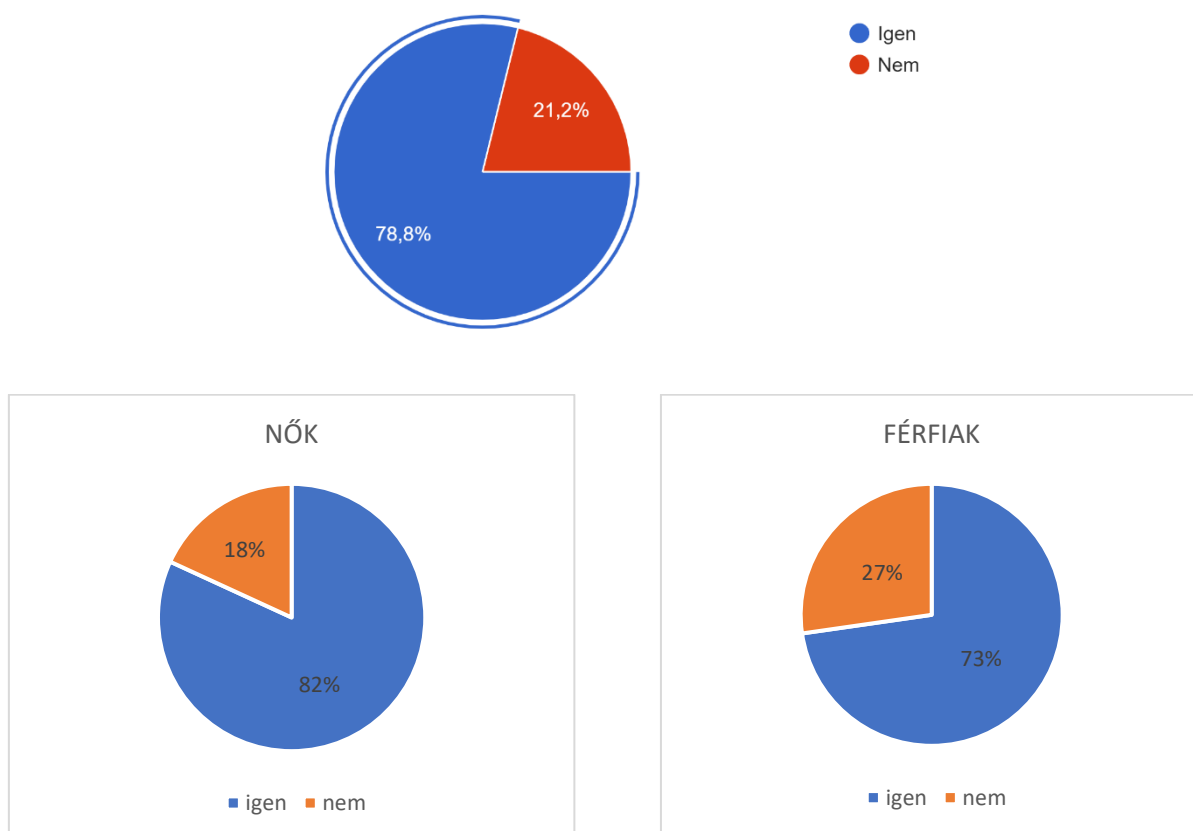
2020. március 16-tól, amikor az iskolák bezártak, és otthon maradásra szólították fel a lakosságot, a munkavállalók jelentős része otthoni munkavégzésre kényszerült. A kutatás 997 válaszadója esetében azt láthatjuk, hogy jelentős többségük (78,8) rövidebb-hosszabb ideig home office-ból dolgozott. Ez eltérő volt a nők és a férfiak esetében: kilenc százalékkal több nő nem járt el lakásából, mint férfi. Ez a végzettség tekintetében is látszódik. A nyolc általános végzettségűek közül, akik nem 19 év alattiak vagy nyugdíjas korúak, nem maradtak otthon. A szakképesítésnél ugyanannyian, az érettségivel rendelkezőknél kétszer annyian, a diplomával rendelkezőknél 4,2-szer, a tudományos fokozattal bíróknál 4,7-szer többen dolgoztak otthonukból. Így a felsőfokú végzettségűek körében a múzeumok iránti figyelem nemcsak a meglévő, számos statisztikai kutatás által bizonyított érdeklődésnek volt köszönhető, hanem az interneten végzett munka során szerzett tapasztalatoknak is.

³²⁶ Forrás: https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/mikrocenzus2016/mikrocenzus_2016_4.pdf.

Ugyanakkor azt sem felesleges megállapítani, hogy a home office-ban dolgozók a korlátozások idején saját bevallásuk szerint arányaiban nem követtek több múzeumot a közösségi médiában a korábbi időszaknál, mint azok, akik továbbra is bejártak dolgozni.

Így minden bizonnyal – a munkavégzés helyétől függetlenül – a felhasználói szokásokra általános hatással volt, hogy a lakosság a szellemi rekreáció új módjaként fordult szabadidejében az online kulturális tartalmak felé. A tájékozódásban, az új trendek követésében a közösségi oldalak nyújtottak segítséget. Az egyik legsikeresebb ilyen közösségi kezdeményezés a veszélyhelyzet kihirdetése után nem sokkal, 2020. március 12-én megalakult *Élő közvetítések koronavírus idején* Facebook-csoport volt, amely 2020. április 18-án már 110 ezer taggal büszkélkedhetett.³²⁷ A csoportban különböző zenészek, színészek, írók, szervezetek, színházak, koncerttermek, könyvkiadók, múzeumok közvetítéseiről lehetett tájékozódni.

A járvány alatt kényszerült-e hosszabb otthontartózkodásra, otthoni munkavégzésre?
997 válasz



39–41. ábra

A *Hogyan értékelik a magyar látogatók a múzeumok koronavírus alatt folytatott online tevékenységét?* című kérdőíves kutatás alapján

³²⁷ A csoport az utolsó letöltés idején, 2021. 11. 30-án már csak 103 ezer követővel rendelkezett.
<https://www.facebook.com/groups/elokozvetitesek>

4.3.6. Milyen tartalmakat olvastak szívesen a neten az adatközlők?

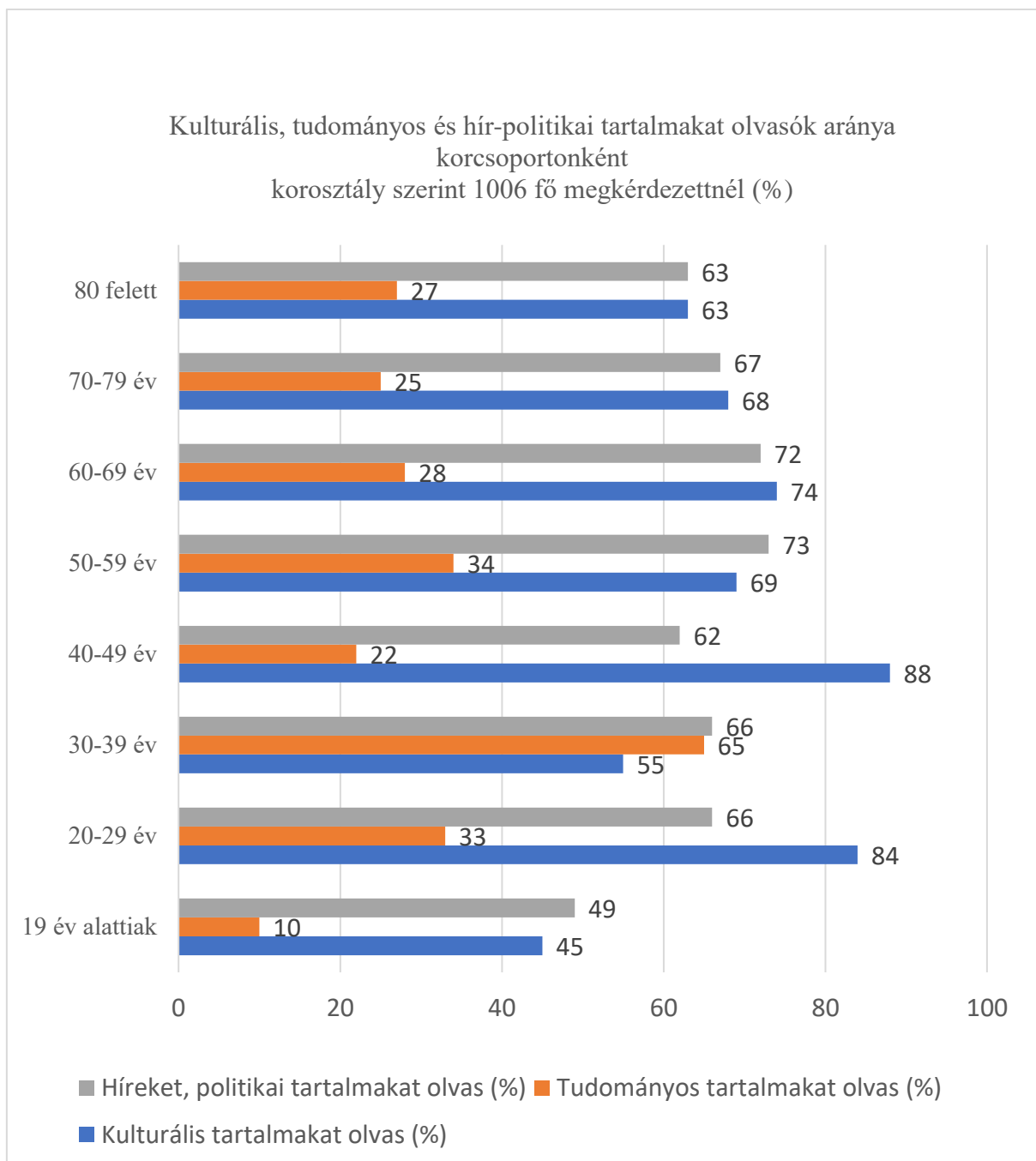
Az adatközlők érdeklődési körét a kedvelt internetes tartalmakon keresztül mértem fel. A válaszok egy részét megadtam, de lehetővé tettem, hogy kitöltők szabadon is megjelölhessenek területeket. A 999 válaszadó 86,3 százaléka olvasott szívesen kulturális tartalmat, 66,2 politikait, 50,8 százalék tudomány-technikát, 43,6 százalék érdeklődik az életmód, 30 a gazdaság, 20,2 a sport, 10,2 a bulvár, 9,5 autós-motoros témák iránt. 54,8 százalékuk jelezte, hogy szívesen hallgat zenét, néz filmet az interneten. A szabad szavas kiegészítések a már meglévő témaköröket részletezték: történelem, régészet, pszichológia, kertészet, fotózás, irodalom, művészetek, építészet, család, gyerek, horgászat, humor, gasztronómia, természet, utazás, háziállatok, de volt, aki a pornográfiát vagy a játékokat is megjelölte. Egy százalék alatt maradt azoknak a száma, akik a szakirodalmi és kritikai szövegek olvasásával is kiegészítették a listát.

Alapvetően megállapítható, hogy a kérdőív kitöltésére azok vállalkoztak, akik érdeklődnek a kulturális területek iránt, vagy énképük szempontjából fontos ennek megjelölése.

A 330 férfi kitöltőből 260 bejelölte ezt a kategóriát (78 százalék), a 670 nőből 603 (90 százalék.). A különbség főleg a 19 év alattiaknál és a harmincasoknál figyelhető meg. A kiskorúaknál a 79 kitöltőből mindössze 36 fő (45 százalék) fogyaszt az interneten kulturális tartalmat, ők inkább a zene (60 fő) és a film (61 fő) iránt érdeklődnek, a kultúrához hasonló a politika (39 fő), a sport (36 fő), a tudomány (33), az életmód (34 fő) iránti figyelem. A 103 huszonéves körében már jóval nagyobb az érdeklődés, 84 százalékuk olvas kulturális tartalmat. A harmincasok között ez a szám visszaugrik 55 százalékra, ők inkább a hírekre, politikára, életmódra koncentrálnak. A harmincasokra más szempontból is érdemes a múzeumoknak figyelni, mert e korosztály érdeklődési körének rangsora merőben eltér a többiétől: ők azok, akik szívesebben olvasnak tudományos jellegű témákról, mint kulturálisról. A náluk alig idősebb negyveneseknél viszont arányaiban pont a legkisebb a tudományos ismeretterjesztés iránti érdeklődés a kiugróan magas kulturális orientáció mellett. A negyvenesek 88 százaléka, az ötvenesek 69 százaléka, a hatvanasok 74 százaléka, a hetvenesek 68 százaléka, a nyolcvan felettek 63 százaléka olvasott kulturális tartalmakat az interneten. Ez az eredmény jelentősen eltér a kultúrafogyasztókról alkotott sztereotípiáktól, amely a húszévesek és nyugdíjasok összevetésekor biztosan az utóbbiakat helyezi ebből a szempontból előnybe.

A felnőtt korosztályok estében ez eleve meglévő kulturális érdeklődésre utal a bulvártartalmak megjelölésének alacsony száma. A férfiak arányával magyarázható ugyanakkor a sport és autós témák kisebb százaléka. A múzeumok esetében hasonlóan fontos a tudományos hírek iránti érdeklődés. A férfiak közül 224, a nők közül 284 választotta ezt a

kategóriát. Érdekes, hogy ebben a kategóriában messze kimagasló a harmincas korosztály 65 százalékának érdeklődése.



42. ábra

A Hogyan értékeli a magyar látogatók a múzeumok koronavírus alatt folytatott online tevékenységét? című kérdőíves kutatás alapján

Az egyén szempontjából fontos, hogy az adatközlők az általam megadott felsorolást, mivel egészítették ki. Tizenhat fő beírta a történelmet (tíz férfi és hat nő), mind diplomások, különböző településtípusról, negyven év felettiak, jellemzően az ötvenes korosztályból. Négy férfi és két nő a régészetet is kiemelte, a demográfiai adatok az előzőhöz képest egy harminccsal bővültek ki. A természet kilenc fő (négy férfi, öt nő), a művészet hét nő, az

irodalom négy nő és két férfi esetében volt olyan fontos, hogy beírták a szabad szavas rubrikába, mind középkorúak. Csupán a természettudományos érdeklődésűek között találtunk olyat, akinek legmagasabb iskolai végzettsége az érettségi volt, a többiek diplomások.

4.3.7. Az analóg múzeumlátogatás gyakorisága

A következő kérdésnél az offline múzeumlátogatói szokásokat vizsgáltam. Az 1006 megkérdezett közül több mint ötszázan évente többször is jártak múzeumba, 17 százalék évente egyszer, 18 százalék pedig akár havonta vagy gyakrabban. Kettő-négy évente nyolc százalék tért be múzeumba, ötévente három százalék, de olyan is akadt, aki sohasem jár múzeumban (két férfi és két nő, különböző korosztályból, volt, aki szakképzésben részesült, volt, aki érettségizett, és kettőnek diplomája is volt).

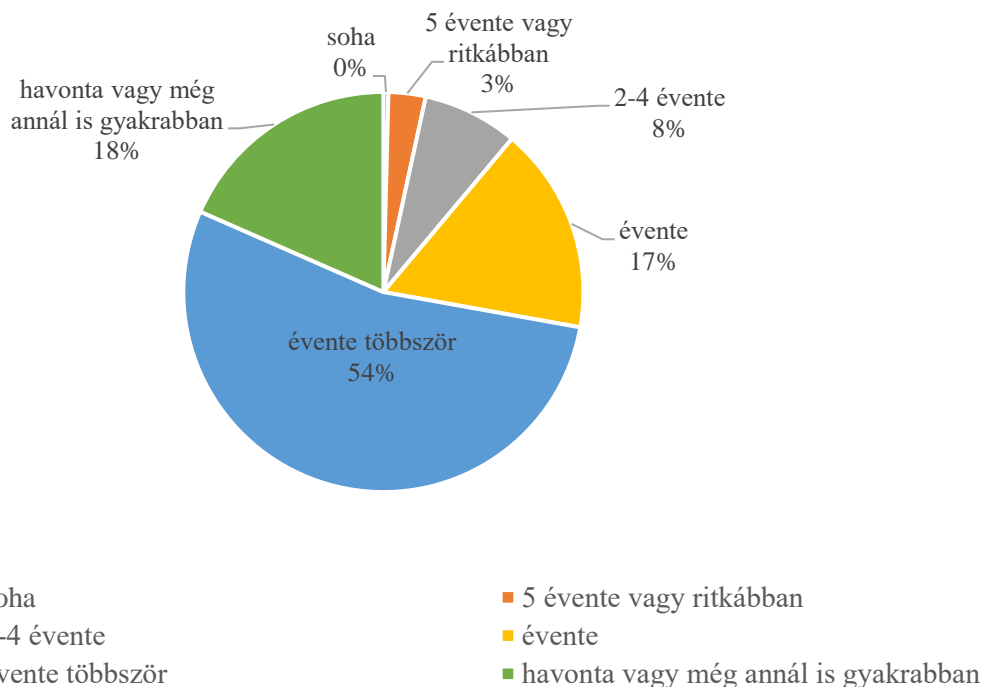
Magyarországon 2019-ben 11,563 millió múzeumlátogatás történt a KSH adatai szerint,³²⁸ azaz minden magyar állampolgárra ebben az évben 1,18 múzeumlátogatás jutott. Egy 1006 fős kutatás esetében már a múzeumok normál üzemeltetése szempontjából is érdekes lehet, hogy kik azok, aki évente többször járnak múzeumba, és hogyan oszlik meg ez az arány. 183 ember állította, hogy havonta vagy még annál is sűrűbben jár múzeumba. 120 a fővárosban, 19 megyeszékhelyen, 27 városban, 12 kisebb településen él. Az arányokat tekintve a fővárosiak 24 százaléka, a megyeszékhelyen élők 15 százaléka, a városiak 10 százaléka, a kisebb településeken lakók 11 százaléka jár kifejezetten gyakran múzeumba.

Ez egybecseng azzal a rendszeresen elhangzó állítással, hogy a fővárosiak és a megyeszékhelyen élők kultúrához való hozzáféréseinek lehetősége nem hasonlítható össze a kisebb települések lakóiéval.

Az évente több alkalommal (130 fő) múzeumba látogatók esetében már jóval kiegyenlítettebb a helyzet. Főváros–megyeszékhely–város–kisebb település esetében így oszlanak meg az arányok: 55–56–51–48 százalék. Az évente egyszer múzeumba látogatóknál (167 fő) 12–17–21–24 százalék pedig éppúgy kiegyenlítődik a helyzet, mint amikor ezeket az adatok egyben vetjük össze. Azaz a kérdőív kitöltői közül – állításuk szerint – a budapestiek 92 százaléka, a megyeszékhelyen élők 89 százaléka, a városiak 83 százaléka, a kisebb településeken lakóknak 85 százaléka évente legalább egyszer – van, aki többször is – eljut múzeumba.

³²⁸ Forrás: https://www.ksh.hu/stadat_files/ksp/hu/ksp0002.html.

**Milyen gyakran látogat el múzeumokba, amikor nyitva tartanak?
(Ha múzeumban dolgozik, milyen gyakran néz meg kiállításokat
látogatóként?)**
N=1006



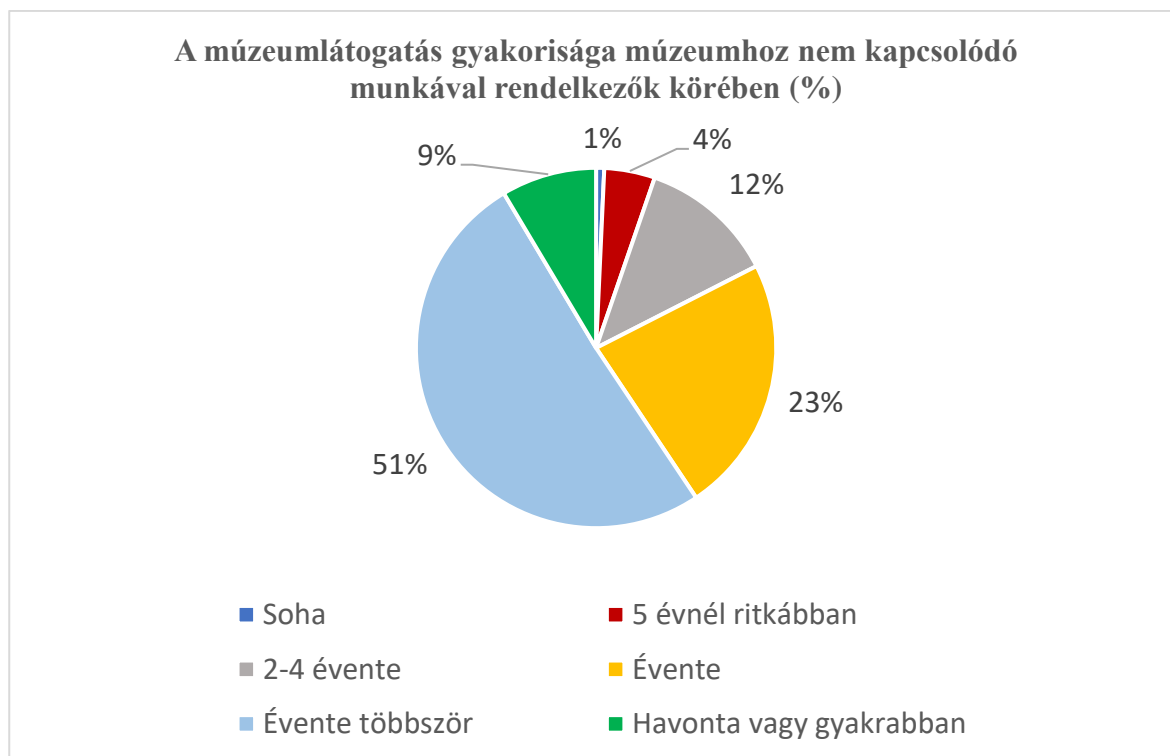
43. ábra

A *Hogyan értékeli a magyar látogatók a múzeumok koronavírus alatt folytatott online tevékenységét?* című kérdőíves kutatás alapján

A múzeumlátogatási kedv attól is függ, hogy valakinél társul-e ehhez szakmai érdeklődés. A múzeumban dolgozó 156 fő közül mindössze hat fő nem látogat el legalább évente (más) múzeumba. Akik dolgoztak már ilyen intézményben (111 fő) három fő kivételével, akiknek a munkájuk ehhez kapcsolódik, hét fő kivételével rendszeresen járnak kiállításokra. A „fanatikus” múzeumba járók körében már más a helyzet: a múzeumi dolgozók 31 százaléka, a régebbi munkaviszonyt a hátuk mögött tudók 24 százaléka, a kapcsolódó munkakörrel rendelkezők 34 százaléka havonta akár többször is ellátogat ezekbe a terekbe. Igazi tiszteletünk a soha ilyen helyen nem dolgozóké: az 1006 megkérdezettből 47 fő csak saját örömeire jár ilyen gyakran múzeumba.

Ha csak azokat vizsgáljuk, akik sohasem dolgoztak múzeumban (549 fő), a következőképp alakul a múzeumlátogatás gyakorisága a kérdőív kitöltői között: az adatközlők több mint a fele évente többször, csaknem negyedük évente fordul meg múzeumban. Ha az alábbi, 49. ábrát összehasonlítjuk az előző oldalon látható, 1006 főre kivetített 48-as számú kördiagrammal, akkor azt látjuk, hogy a „civiliek” hat százalékkal nagyobb arányban járnak

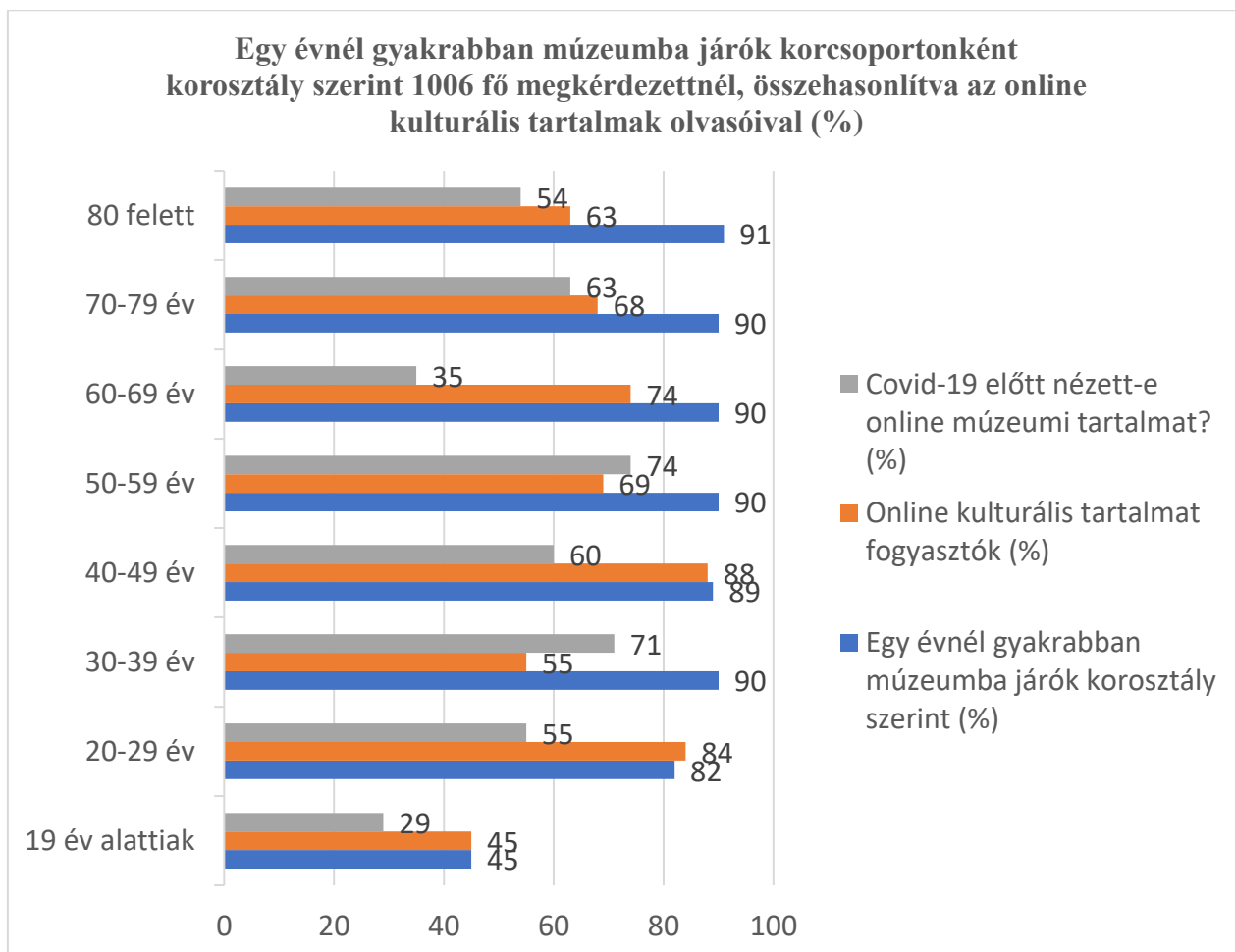
évente, négy százalékkal kettő-négy évente múzeumba, viszont 18 helyett csak kilenc százalékuk megy havonta vagy gyakrabban.



44. ábra

A Hogyan értékeli a magyar látogatók a múzeumok koronavírus alatt folytatott online tevékenységét? című kérdőíves kutatás alapján

A múzeumlátogatási szokások nemenként is változnak. A nők 19, a férfiak 17 százaléka havonta vagy annál többször, 55, valamint 51 százalék évente többször, 17 illetve 18 százalékuk évente múzeumozik. A kor szerinti eloszlást vizsgálva a havonta vagy gyakrabban múzeumba látogatók között nem találunk harminc év alatti, míg a többi korosztály viszonylag egyenletesen oszlik el. Évente vagy annál gyakrabban a harminc év felettiek kilencven százaléka, a húsz év alattiak 47 százaléka jár múzeumba. Ebben az aspektusban láthatóan nem függ össze a múzeumlátogatási hajlandóság a kulturális online tartalmak olvasásával, és ahogy az alábbi grafikonon láthatjuk (45. ábra), a járvány előtti időszak múzeumlátogatói szokásai az online múzeumi tartalmak iránti érdeklődés fokára sem voltak hatással.



45. ábra

A *Hogyan értékeli a magyar látogatók a múzeumok koronavírus alatt folytatott online tevékenységét?* című kérdőíves kutatás alapján

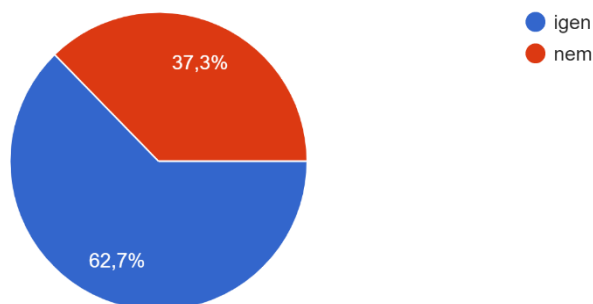
4.3.8. Online múzeumi tartalmak megtekintése a járvány előtt és után

A kérdőív kitöltői számára nem jelentett újdonságot, hogy a múzeumok online tereikben is foglalkoznak tudásközvetítéssel. Az adatközlők 62,7 százaléka már korábban is böngészett a múzeumok honlapján és egyéb web 2.0-s felületeiken, használta alkalmazásait. Különösen igaz ez az ötvenes (74 százalék) és a harmincas (71 százalék) korosztályra, de a negyvenesek és a hetvenesek is hatvan százalék fölött foglalkoztak online múzeumi tartalommal. A múzeumoknak érdemes odafigyelniük a tendenciáktól itt is eltérő tudományos ismeretterjesztés iránt érdeklődő harmincas korosztályra. Az ötvenesek mellett ők azok, akik arányukat tekintve nemcsak szívesen jártak múzeumba, hanem azok online tevékenységére az egyéb kulturális tartalmakat megelőzve is kíváncsi voltak!

A nők 62 százaléka, a férfiak 63 százaléka kalandozott már ezen a területen, a fővárosi és a megyeszékhelyi adatközlők 65 százaléka, a városiak hatvan, a kisebb településeken lakók 47 százaléka választotta ezt a módot a múzeumok megismerésére. A tudományos fokozattal

rendelkezők nyolcvan, a diplomások 64, az érettségizettek 55, a szakképesítéssel rendelkezők 71, a nyolc általánossal bírók 35 százaléka vette igénybe a múzeumok online szolgáltatásait.

Tekintett-e meg a COVID-19 világjárvány előtt interneten múzeumi tartalmakat?
994 válasz



46. ábra

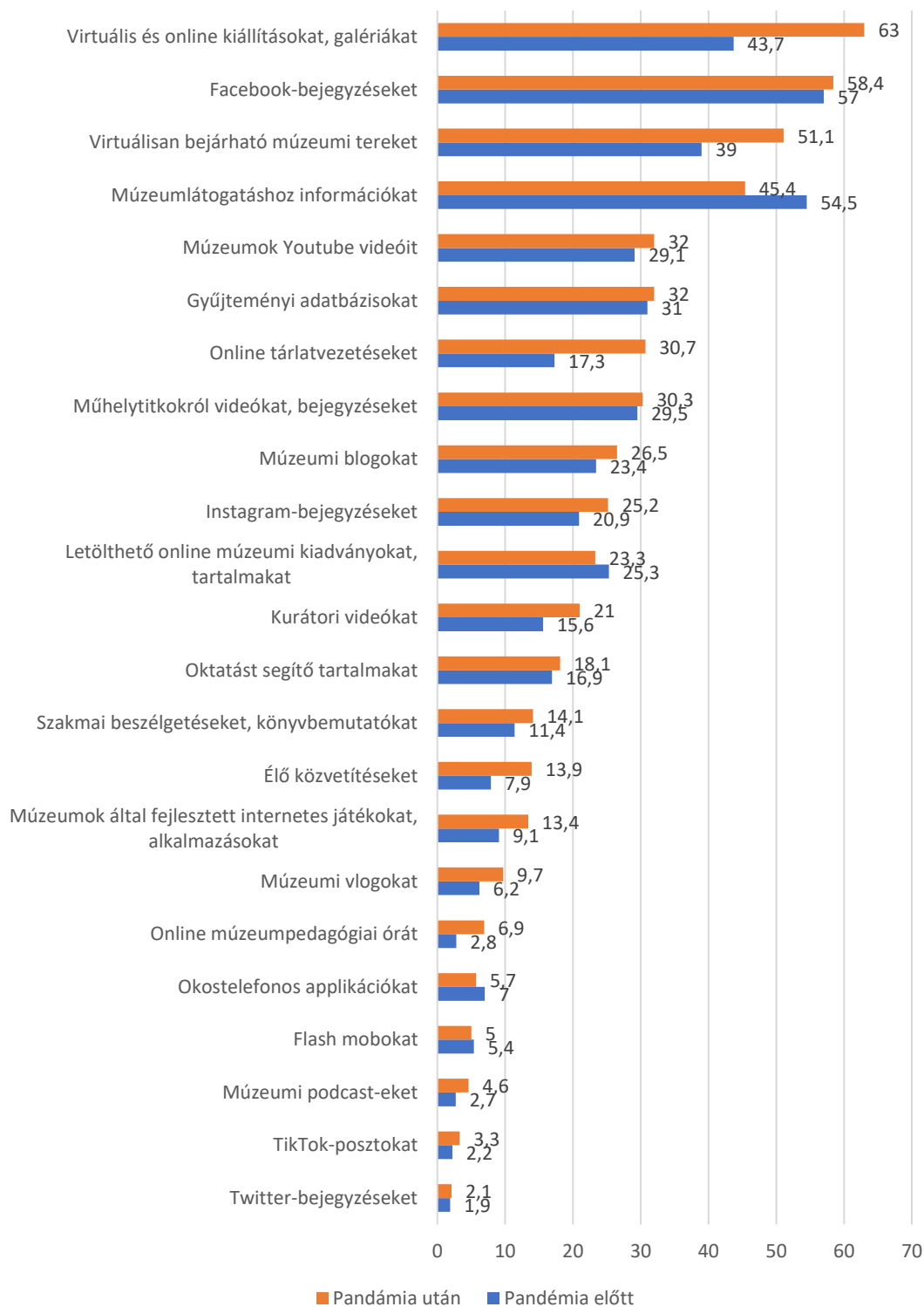
A Hogyan értékeli a magyar látogatók a múzeumok koronavírus alatt folytatott online tevékenységét? című kérdőíves kutatás alapján

A járvány előtt a múzeumok Facebook-bejegyzései vonzották az adatközlőket leginkább (57 százalék), majd a múzeumlátogatáshoz kapcsolódó információk (54,5 százalék) következtek, és már akkor is sokan (43,7 százalék) néztek szívesen online kiállításokat, galériákat, gyűjteményi adatbázisokat (31 százalék), YouTube-videókat (29,1 százalék).

A járvány kitörése után otthonába szorult lakosság körében ez alaposan átalakult. Bár a Facebook-posztok száma megőrizte vezető helyét (58,4 százalék), sőt kis mértékben emelkedett is, az online kiállítások és galériák látogatóinak aránya több mint húsz százalékot ugrott, az online bejárható múzeumi tereké tizenkettőt, az online tárlatvezetések résztvevőinek száma csaknem megduplázódott 13,4 százalékkal. Arányaiban kiugróan nőtt a kurátori videók, az élő közvetítések, a múzeumi vlogok, az online múzeumpedagógia, a podcastok, a játékok és az alkalmazások iránti érdeklődés is. Nagy vesztesei az átalakulásnak a múzeumlátogatással kapcsolatos információk mellett a flashmobok nézői, a letölthető online múzeumi kiadványok és az okostelefonos alkalmazások lettek.

Milyen típusú online, virtuális és digitális múzeumi tartalmakat tekintettek meg az adatközlők a COVID-19-világjárvány előtt és után?

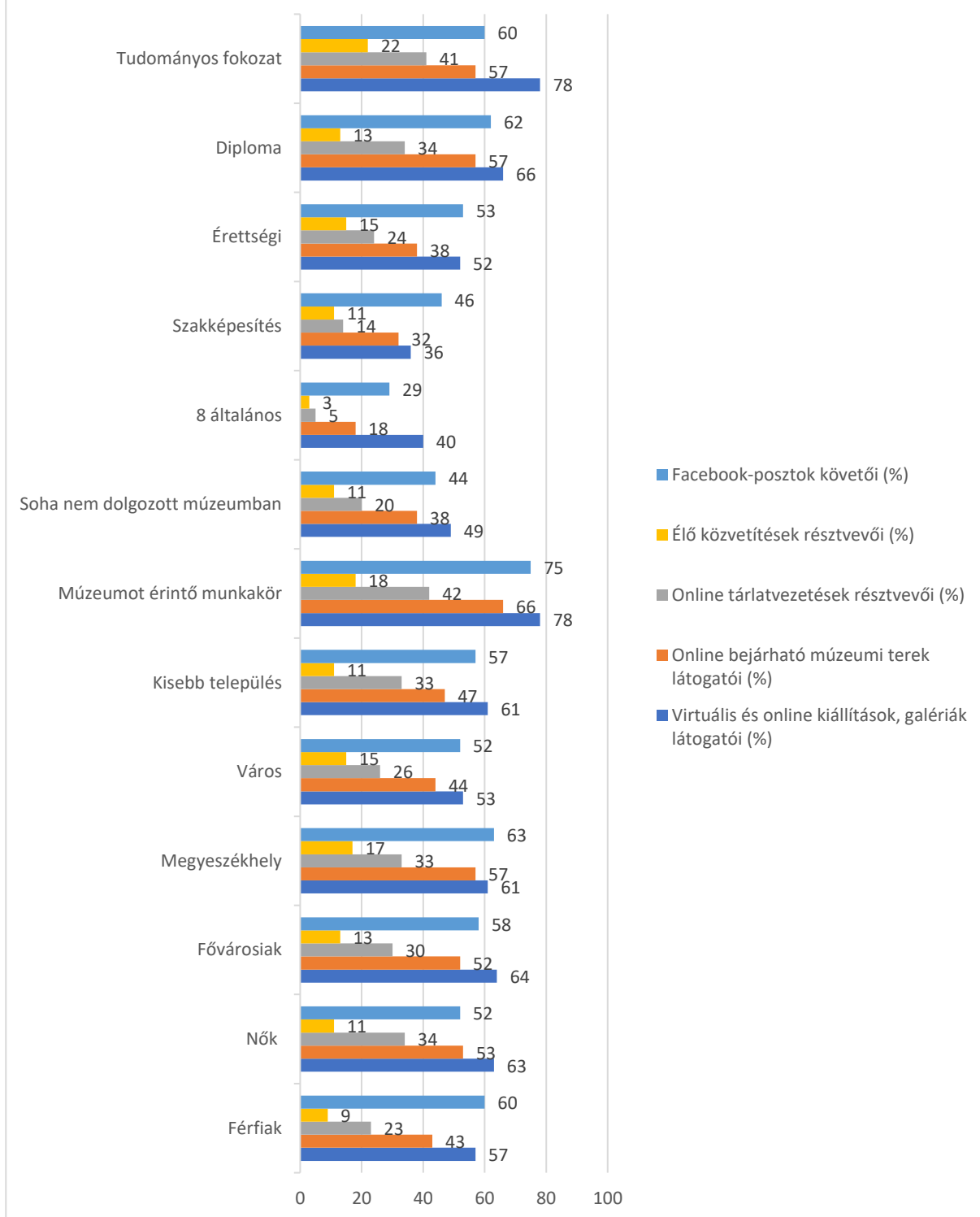
N=1006 (%)



47. ábra

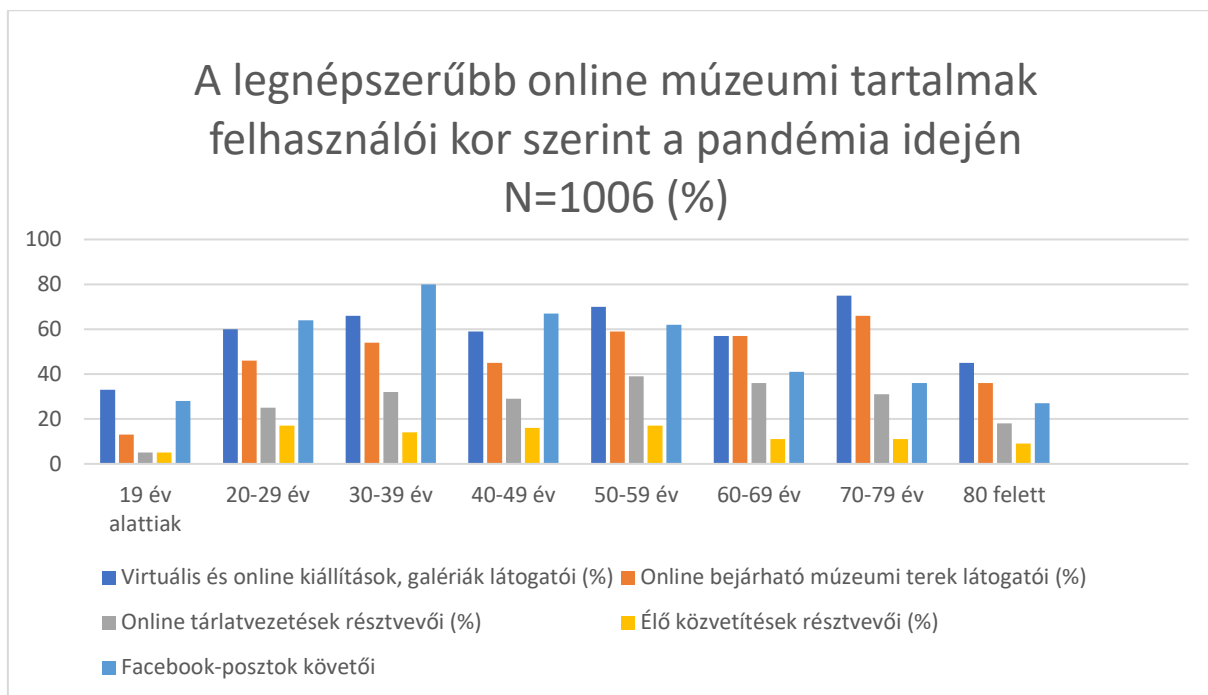
A *Hogyan értékeli a magyar látogatók a múzeumok koronavírus alatt folytatott online tevékenységét?* című kérdőíves kutatás alapján

A legnépszerűbb online múzeumi tartalmak felhasználói a
pandémia idején
N=1006 (%)



48. ábra

A *Hogyan értékeli a magyar látogatók a múzeumok koronavírus alatt folytatott online tevékenységét?* című kérdőíves kutatás alapján



49. ábra

A Hogyan értékeli a magyar látogatók a múzeumok koronavírus alatt folytatott online tevékenységét? című kérdőíves kutatás alapján

4.3.9. Közösségi média és a múzeumlátogató

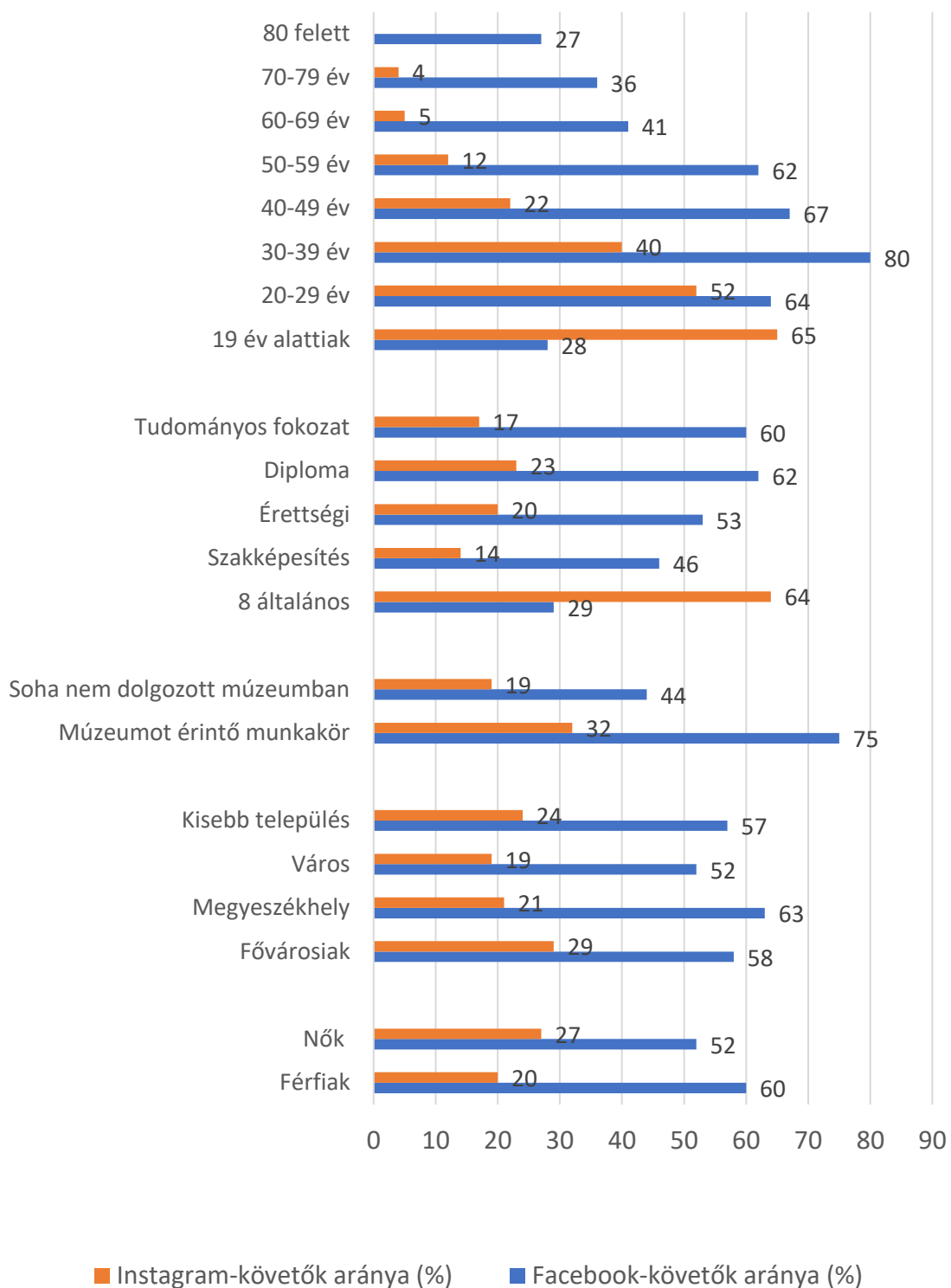
A korábban már tárgyalt nemzetközi és hazai kutatások megállapították, hogy a múzeumok leginkább a közösségi médiában érezték eredményesnek a tevékenységüket. A közösségi médiában folytatott tevékenység eredményességét a látogatói kutatás is egyértelműen igazolja. A kérdőívben külön rákérdeztem, hogy a járvány előtt követtek-e múzeumokat a közösségi média különböző fórumain. A megkérdezettek 61,4 százaléka válaszolt igennel. A világjárvány miatt 2020 márciusában elrendelt szabályozások óta az adatközlők 72,8 százaléka követ múzeumokat ezeken a platformokon, ami jelentős emelkedés. Azok aránya, akik a korábbinál több múzeumi intézményt kezdtek el követni ebben az időszakban, 48,1 százalék.

A jövő kommunikációja szempontjából sem elhanyagolhatók azok az eredmények, amelyeket a Facebook- és Instagram-követő adatközlők elemzéséből fakad. Különösen figyelemreméltó a nemek aránya. A Facebook az egyetlen olyan terület, ahol a férfiak erőteljesebben érdeklődnek (60 százalék) a múzeumi tartalmak iránt, még hozzá nyolc százalékkal. A lakóhely szerinti összehasonlításban ugyancsak ritka, hogy a megyeszékhelyen élők – nők és férfiak egyaránt – a fővárosiaknál „jobban teljesítenek”. Továbbá az is látható, hogy a múzeumi munkatársak körében megszokott, hogy más intézmények Facebook-posztjai alapján tájékozódnak, éppúgy, mint a diplomások és a tudományos fokozattal bírók. Az életkort tekintve a harmincasok nyolcvanszázalékos arányban érhetők el ezen a felületen, de eredményesek lehetnek a negyveneseket (76 százalék) és az ötveneseket (62 százalék)

megszólító kampányok is. Az Instagram-felhasználók vizsgálata egészen más képet mutat. Míg a hatvan év felettek körében elenyésző a felület használata, addig a 19 év alattiak között kiugróan magas (65 százalék) még a múzeumi tartalmak megtekintése is (ezt támasztják alá a nyolc általánost végzettek adatai (64 százalék) is). A kutatás szerint a huszonévesekre (64 százalék) és a harmincasokra (40 százalék) is lehet számítani a múzeumi Instagram profilban.

A kérdőívben a különböző közösségi médiafelületekre is kitértem, a megkérdezettek évek óta érzékelték a múzeumok Facebook-tevékenységét, most viszont még jobban odafigyeltek. Igaz ez csak 1,4 százalékos növekedést jelentett. Az Instagramon 20,9-ről 25,2 százalékra, a TikTokon 2,2-ről 3,3-ra, a Twitteren 1,9-ről 2,1 százalékra nőtt a múzeumi tartalmak iránt érdeklődők aránya.

A Facebook- és Instagram-követők összehasonlítása –
A kitöltők százalékos aránya szempontjánként

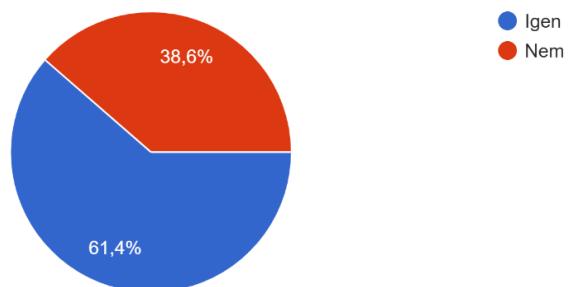


50. ábra

A *Hogyan értékeli a magyar látogatók a múzeumok koronavírus alatt folytatott online tevékenységét?* című kérdőíves kutatás alapján

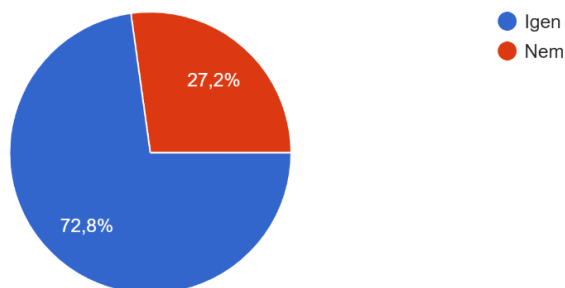
Követett-e a Covid-19 világjárvány előtt múzeumokat a közösségi médiában? (Facebook, Instagram, stb.)

995 válasz



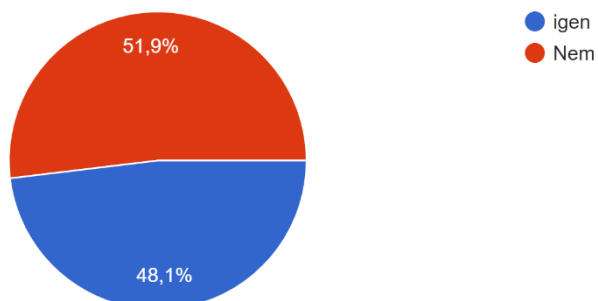
Követ-e a Covid-19 világjárvány miatt elrendelt szabályozások óta múzeumokat a közösségi médiában?

996 válasz



A Covid-19 világjárvány miatt elrendelt szabályozások óta TÖBB múzeumot követ-e a közösségi médiában?

998 válasz



51-53. ábra

A Hogyan értékeli a magyar látogatók a múzeumok koronavírus alatt folytatott online tevékenységét? című kérdőíves kutatás alapján

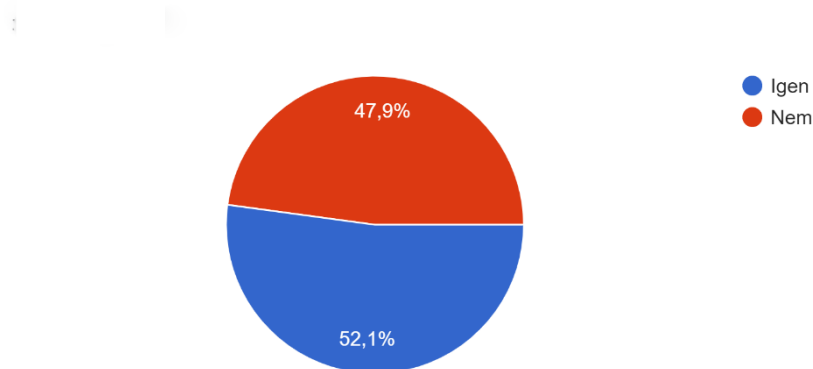
4.3.10. Hírlevelek használata

Az online programokra szorítókozó, karanténba zárt múzeumok a közösségi média mellett a hírleveleiken keresztül is széles körben elérték közösségeiket. Kutatásunk arra utal, hogy a megkérdezettek 52,1 százaléka még a járvány előtt iratkozott fel múzeumi hírlevélre, 26 százaléka pedig a járvány kitörése után további adatbázisokba jelentkezett be.

Annak az 522 adatközlőnek a vizsgálata, aki a járvány előtt is járatott múzeumi hírlevelet, azt mutatja, hogy férfiak és nők majdnem hasonló arányban (47:55 százalék) informálódnak ezen a módon. Meglepően magas a nyolcvan év feletti (82 százalék) és a hetven feletti (74 százalék) aránya, de a hatvanasok (64 százalék) és az ötvenesek (59 százalék) is elérhetők ezen az úton, sőt a negyvenesek és a harmincasok fele is járat múzeumi hírlevelet. Úgy tűnik, hogy a hírlevelek olvasása nem múlik az iskolai végzettségen és a lakóhely típusán. A múzeumhoz kapcsolódó munkával rendelkezők ugyanakkor 72 százalékban választják ezt a módszert, hogy napra készek maradjanak.

A karanténhelyzet hatására a korcsoportok közül a legnagyobb arányban a hetvenesek (44 százalékuk) és a hatvanasok (36 százalék) iratkoztak fel új múzeumi hírlevélre, mindez azt mutatja, hogy az intézményeknek a jövőben is érdemes ezt a korosztályt ezen az úton megszólítani. A különböző típusú településen élők, eltérő iskolai végzettségűek között nem tapasztalható jelentős eltérés.

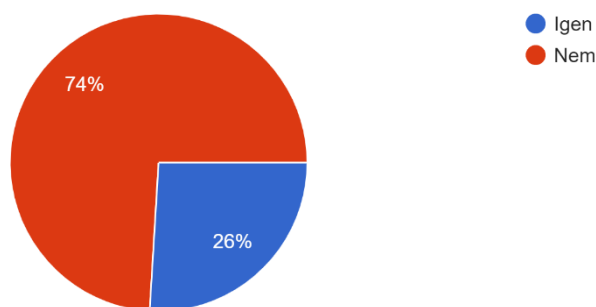
Kapott-e 2020 márciusa előtt múzeumi hírlevelet?



54. ábra

A Hogyan értékeli a magyar látogatók a múzeumok koronavírus alatt folytatott online tevékenységét? című kérdőíves kutatás alapján

A járvány kitörése óta iratkozott-e fel múzeumi hírlevelekre?
998 válasz



55. ábra

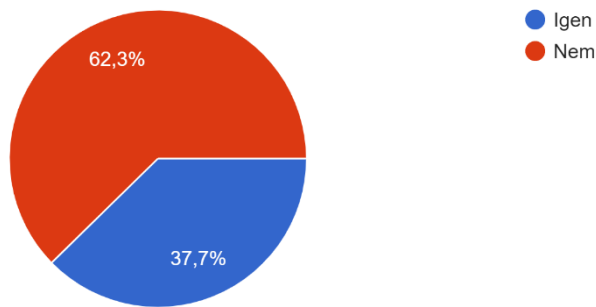
A *Hogyan értékeli a magyar látogatók a múzeumok koronavírus alatt folytatott online tevékenységét?* című kérdőíves kutatás alapján

4.3.11. Munka, tanulás és múzeum

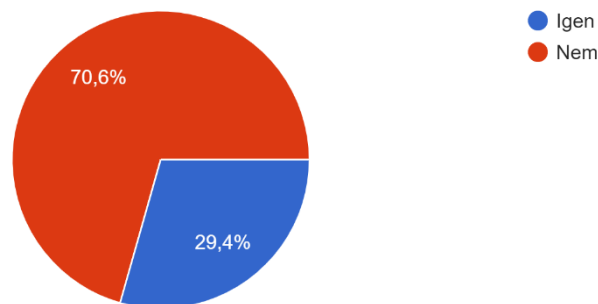
A világmjárvány alatt a home office-nak és az online oktatásnak köszönhetően az internetes tér vált az egyik legfontosabb munkaeszközzé. Az adatközlők 37,7 százaléka használta munkájához a múzeumi tartalmakat, közülük 14,1 százalék volt pedagógus. A legmagasabb arány a megyeszékhelyen élők körében volt (42 százalék), és kiugróan magas volt a tudományos fokozattal rendelkezők és a múzeumi dolgozók körében (69–69 százalék).

A kitöltők 29,4 százaléka tanulás céljából is belépett ezekre az oldalakra. A tartalomtípusok közül az online múzeumpedagógiai órák használata két és félszeresére nőtt. Meglepő, hogy a 286 főből csak 51-en voltak 19 év alattiak, 43-an pedig huszonévesek. A közoktatás és a felsőoktatás jellemző korosztályain túl a harmincasok közül 38-an, a negyvenesek közül hatvanan, az ötvenesek közül 49-en, a hatvan év felettiek közül 31-en, de még a hetvennél idősebbek közül is 13 fő jelezte, hogy tanulásra használta a múzeumok online tartalmait. Ami arra is utal, hogy az online tér az élethossziglani tanulás egyik hatékony eszköze lehet akár a későbbiekben is.

Használta-e a munkájához a múzeumi online tartalmakat?
993 válasz



Használta-e tanuláshoz az online múzeumi tartalmakat?
973 válasz



56-57. ábra

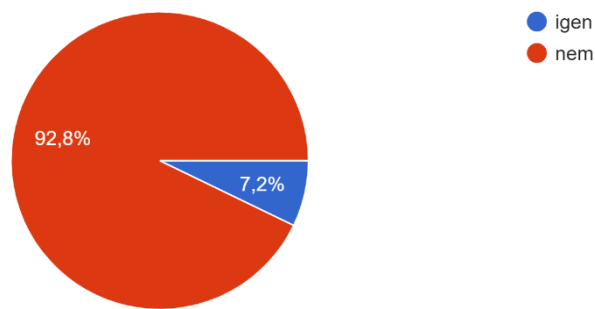
A *Hogyan értékeli a magyar látogatók a múzeumok koronavírus alatt folytatott online tevékenységét?* című kérdőíves kutatás alapján

4.3.12. Kereslet vagy csak kínálat? Fizetős szolgáltatások

Világszerte dilemma a múzeumok számára, hogy online szolgáltatásaikat ingyenesen vagy fizetős szolgáltatásként tegyék-e elérhetővé. Magyarországon több intézmény is sikeresen próbálkozott ezen a területen (Múcsarnok, Ludwig Múzeum, Szépművészeti Múzeum stb.), a kutatásban résztvevőknek azonban csak a 7,2 százaléka, 71 fő áldozott pénzt arra, hogy fizetős online tárlatvezetésen részt vegyen, fizetős kiadványt vagy tartalmat letöltsön. Arányait tekintve férfiak és nők egyformán vállalkoztak erre a kalandra. A különböző korosztályok közül kiugróan magas volt azon hatvanas adatközlők aránya (13 százalék), akik kitöltötték a kérdőívet és váltottak jegyet online tárlatvezetésre. A lakóhely szerinti elemzésből pedig az derült ki, hogy a fővárosiak (8 százalék) után a kisebb településeken (8 százalék) lakók, majd a városiak (5 százalék), végül a megyeszékhelyeken (3 százalék) élők fordítottak pénzt erre a célra. Az adatok azt mutatják, hogy ezekre a szolgáltatásokra a jövőben is lehet igény azok körében, akik a távolság miatt nem kívánnak kimaradni a minőségi kulturális élményekből.

Fizetett-e online múzeumi lehetőségért? (pl. online tárlatvezetés, letölthető kiadvány)

991 válasz



58. ábra

A Hogyan értékeli a magyar látogatók a múzeumok koronavírus alatt folytatott online tevékenységét? című kérdőíves kutatás alapján

4.3.13. Kitágult világ

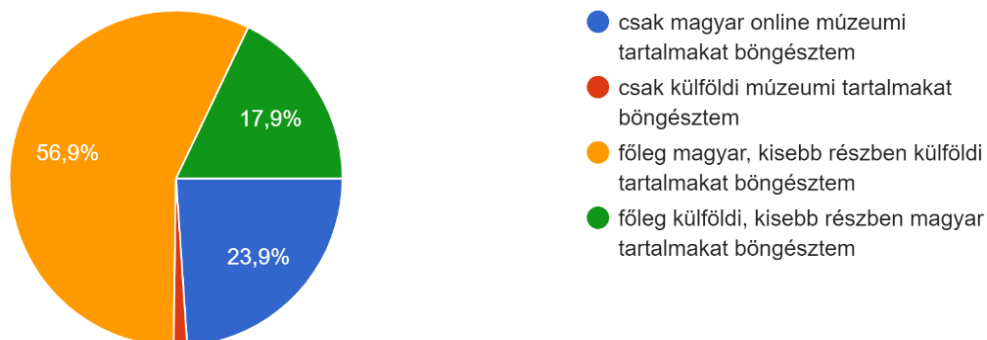
Akár a nemzetközi, akár a hazai adatokat vizsgáljuk, élesen kirajzolódik, hogy az online térben elhárultak az akadályok az internetfelhasználók előtt, hogy akár távoli múzeumokat is felfedezzenek. A megkérdezettek mindössze 23,9 százaléka böngészett kizárólag magyar múzeumi tartalmak között. A túlnyomó többség, 56,9 százalék inkább magyar, 17,9 százalék inkább külföldi anyagokra koncentrált, és tizenketten (1,3 százalék) csak a nemzetközi szintéren szörföltek.

A múzeumok interneten folytatott tevékenységének köszönhetően a válaszadók 24,4 százaléka ismerkedett meg olyan intézményekkel, amelyekről korábban nem hallott, vagy nem ismerte a munkájukat. A 223 fő 141 féle intézmény sorolt fel. Főleg kisebb múzeumokat, muzeális kiállítóhelyeket, külföldi múzeumokat említettek São Paulo MASP-jétől kezdve Tokió újjáépített Edo Múzeumán át a meráni Frauenmuseumig. Nagyon érdekesek azok az intézmények, amelyek többször is előfordulnak az adatközlők által összeállított listában: Magyar Kereskedelmi és Vendéglátóipari Múzeum, Petőfi Irodalmi Múzeum, Savaria Múzeum, Türr István Múzeum, Laczkó Dezső Múzeum, Aquincumi Múzeum, Ferenczy Múzeum Centrum, Göcseji Múzeum, Semmelweis Orvostudományi Múzeum és a New York-i, bécsi múzeumok vagy a meglepően sokat említett Ermitázs. A kérdőívben felsorolt múzeumok sokfélesége, különbözősége, mérete azt mutatja, hogy a múzeumokra irányuló online figyelemnek köszönhetően egyes intézmények, olyan célcsoportoknál is átlépheték az ingerküszöböt, amelyek erre korábban nem voltak fogékonyak. A leggyakrabban említett Magyar Kereskedelmi és Vendéglátóipari Múzeumot például többségében húsz-harminc éves érettségizett férfiak ismerték meg most, különböző lakóhelytípussal, a Petőfi Irodalmi Múzeumot pedig 19 év alatti lányok.

Az internetes felhasználók számára ugyanakkor nemcsak földrajzi értelemben tágult ki a világ. Az adatközlők 28,1 százaléka olyan új múzeumi területekre csodálkozhatott rá, amelyről eddig nem sokat tudott. 21,5 százalék bizonytalan, hogy talált-e új információt, 50,4 százalék számára azonban ismerősek voltak a színpalak mögötti folyamatok.

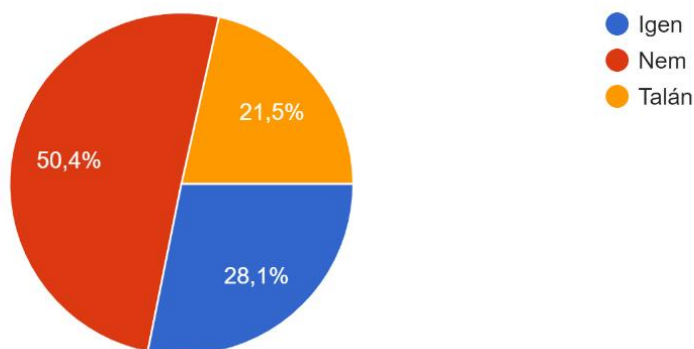
Melyik igaz Önre?

924 válasz



Ismert-e meg olyan múzeumi szakterületeket, amelyekről eddig nem sokat tudott? (adattári, gyűjteménykezelési, restaurátori munka, stb.)

977 válasz

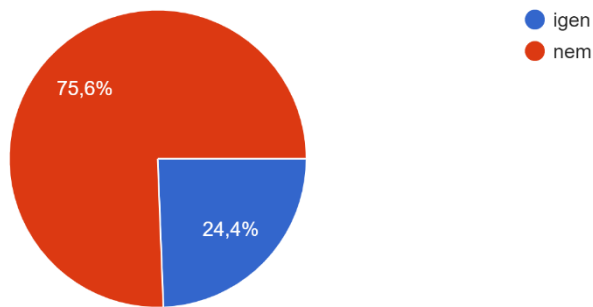


59-60. ábra

A *Hogyan értékeli a magyar látogatók a múzeumok koronavírus alatt folytatott online tevékenységét?* című kérdőíves kutatás alapján

Ismert-e meg új múzeumot az új fajta internetes tartalmaknak köszönhetően?

914 válasz



61. ábra

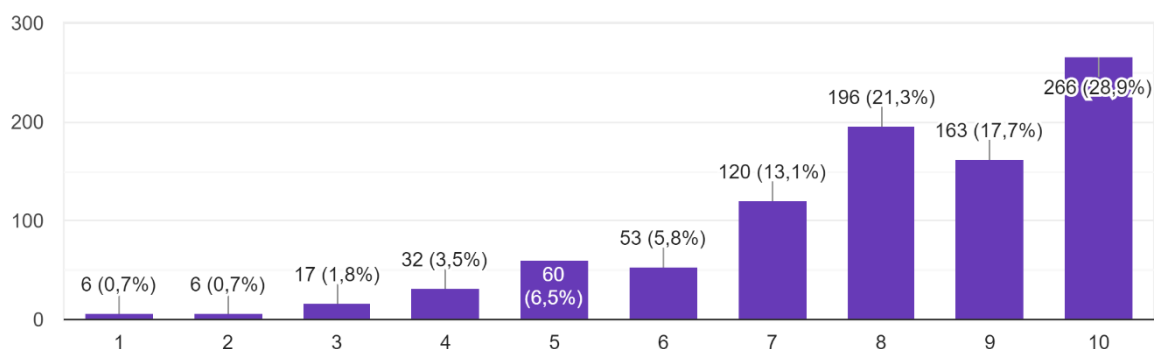
A *Hogyan értékeli a magyar látogatók a múzeumok koronavírus alatt folytatott online tevékenységét?* című kérdőíves kutatás alapján

4.3.14. Értékelés a látogatók szemével

A múzeumok közszolgálati szerepe a világjárvány alatt minden bizonnyal sokkal szélesebb rétegek számára vált értelmezhetővé szerteágazó online tevékenységük miatt. A kutatás válaszadóinak jelentős része úgy értékelte, a múzeumok mindent megtettek azért, hogy az online térben elérhetőek maradjanak és betöltsék közgyűjteményi feladatukat. A válaszadók 28,9 százaléka maximálisan elégedett volt azzal, ahogyan a múzeumok reagáltak a kihívásra. 17,7 százalékuk kilenc pontot, 21,3 százalékuk nyolc pontot adott. Mindössze hat fő értékelte egy, valamint ugyancsak hatan kettő pontra a teljesítményüket.

Értékelje 10-es skálán, megtettek-e mindent a múzeumok, hogy az online térben elérhetőek maradjanak és betöltsék közgyűjteményi feladatukat?

919 válasz



62. ábra

A *Hogyan értékeli a magyar látogatók a múzeumok koronavírus alatt folytatott online tevékenységét?* című kérdőíves kutatás alapján

Arra a kérdésre, hogy mit csinálhattak volna jobban, 287 érdemi válasz érkezett. Ezek így összegezhetők:

- A kommunikáció, online marketing, a nagyobb elérésszámra való tudatos törekvés hiánya. Több online hirdetés.
- Célcsoport-specifikus tartalmak a „mindenkinek gyártok” gondolaton túl. Fiatalok számára, számukra is érdekes anyagok készítése.
- Olyan új formákat kell kitalálni, amelyek jobban illeszkednek az internet világához.
- Magasabb színvonal, professzionális, minőségi anyagok. Olykor csalódást jelentett, hogy a médiában hirdetett online program „lufinak” bizonyult.
- Az élő közvetítéseknél zavaró volt a privát szféra látványa a háttérben.
- Több forrás, támogatás a tartalomfejlesztésre, informatikai beruházás a múzeumokban, megfelelő szakemberek.
- Több digitális tartalom, műtárgydigitalizálás jobb minőségben.
- Több információ raktári anyagokról, munkafolyamatokról.
- Még több videótartalom, még több élő online vezetés, még több ingyenesen elérhető online kiadvány.
- Nem csak információt, tartalmat szolgáltatni, hanem aktivitásra sarkallni a közönséget, bevonni őket.
- A városi, a karanténidőszak alatt is elérhető tér erőteljesebb bekapcsolása az alkalmazásokba, online programokba.
- Kreatívabb, kevésbé szakmai tartalom, több humor, játékosabb megoldások.
- Rövidebb tartalmak.
- Sokféleség, változatos tartalommal. Nagyon sok múzeum egysíkú maradt, vagy egymást másolták. Többen úgy érezték, egy kaptafára készültek az online tartalmak.
- Rendszeresség.
- Több direkt a tanároknak szóló, online oktatásban is hasznosítható tartalmat kínálni, külön az általános iskolásoknak, külön a középiskolásoknak, külön az egyetemistáknak.
- A pedagógusok célzott elérése.
- Együttműködés a kortárs művészet képviselőivel, éppúgy, mint a színház- és filmművészeti, továbbá a zeneművészeti intézményekkel.
- A múzeumok közötti összefogás hiánya. Közös platform, ahonnan elérhetők ezek a tartalmak.
- Válasz a felhasználói kérdésekre, reakció a bejegyzésekre. Ha a múzeumok, muzeológusok nem válaszolnak, azt sugallja, mintha a közönség nem lenne fontos a szerzők számára.

- Ne árazzák túl az online programokat, kiállításokat.
- Nemcsak a közösségi médiába, hanem a híroldalakra is fel kellene kerülniük ezeknek a tartalmaknak. „A centralizált közösségi médiával szemben előnyben kellene részesíteni a decentralizált technológiákat. Akinek nincs Facebookja, az nagyon korlátozottan tudja csak a múzeumokat megismerni.”
- Több idegen nyelvű tartalom.
- Folytassák az online aktivitást, ha újra kinyitnak. Ne úgy, mint a nyáron, amikor végre mehettek múzeumba a látogatók, de hirtelen kevesebb információt kaptak.

Mint látható, az észrevételek nem a hiányosságok felsorolására épültek, hanem a továbbfejlesztés lehetőségeire, számba véve a múzeumok adottságait, támogatottságát és finanszírozási nehézségeit, illetve a felhasználók nem tekintik a karanténhelyzet elmúltával és a múzeumok újranyitásával „lezárt ügynek” az online tartalomszolgáltatást.

4.3.15. A legnépszerűbb tartalmak

A múzeumok online értékelése szempontjából meghatározó, hogy mely intézmények váltak kedvencekké. A hazai intézmények közül egyértelműen a „nagyok”, a megfelelő technikai háttérrel és szakmai stábbal rendelkező országos múzeumok voltak a legnépszerűbbek az adatközlők körében. De a Magyar Nemzeti Múzeum, a Szépművészeti Múzeum, a Magyar Nemzeti Galéria, a Néprajzi Múzeum, a Szabadtéri Néprajzi Múzeum és a külföldi példák mellett érzékelhető volt a lokális, analóg élményeken alapuló kötődés egy-egy intézményhez. Számos adatközlő kifejezetten értékelte a kisebb intézmények erőfeszítéseit, tanulási folyamatait, a munkatársak kísérletezéseit, ötletes megoldásait, miközben azzal is tisztában voltak, hogy ezek a gyűjtemények nem rendelkeznek megfelelő szaktudással, infrastruktúrával.

Mindezt egybevetve ugyanakkor szomorú, hogy az egyébként a nemzetközi online múzeumi kínálatot érzékelhetően jól ismerő fővárosiak kevéssé fedezték fel a vidéki magyar gyűjteményeket: a 503 adatközlő mindössze a mohácsi Kanizsai Dorottya Múzeum, a Balatoni Múzeum, a Ferenczy Múzeum, a Kuny Domokos Múzeum, a Savaria Múzeum, a kecskeméti Leskowsky, a Dobó István Múzeum, a Herman Ottó Múzeum nevét jelölte meg a kedvenc múzeum és a kedvenc tartalom kategóriában. A kör egy kicsit bővül, ha ehhez hozzávesszük azokat a válaszokat, amelyek az *Ismert-e meg új múzeumot az új fajta internetes tartalmaknak köszönhetően?* kérdésre érkeztek. A felsorolás kiegészül a Göcseji, a paksi Atomenergetikai, a bajai Türr István, a szegedi Móra Ferenc, a Laczkó Dezső, a Wosinszky és a Zempléni Múzeum nevével. Úgy tűnik, míg a kisebb, távoli településeken élők kihasználták, hogy az

interneten keresztül olyan programokat is elérhetnek, amelyekre egyébként nincs lehetőségük, addig a fővárosiakban kevesebb volt az érdeklődés a vidéki múzeumok online tevékenysége iránt, vagy nem tartották fontosnak, hogy a kérdőívben név szerint felsorolják őket...

A kedvenc magyar online múzeumi tartalmakra vonatkozó kérdésen keresztül arra voltam kíváncsi, hogy milyen projektek, programok, kezdeményezések tettek egy-egy intézményt emlékezetessé a gazdag online kulturális kínálatban. Kiugró sikere volt az adatközlők körében a Magyar Nemzeti Múzeum Instagram-oldalán indított – főleg fiatalokat célzó – kétnyelvű *Fantasy Múzeum* sorozatnak, amikor egy mesebeli tárgyat és egy múzeumi tárgyat párosított össze a projekt kurátora, időnként vitákat generálva, vagy a több múzeum által az első hullám idején szervezett karantén pályázat. Hasonlóan többek számára feledhetetlen volt a Szépművészeti Múzeum által szervezett online *Múzeum+* vagy a *Textura Stream*. Sokan értékelték a Nemzeti Múzeum 3D virtuális Seuso-kiállítását és az abban folytatott tárlatvezetéseket, a múzeum online beszélgetéseit, a *Pénzek színes világa* numizmatikai sorozatát, a Magyar Kereskedelmi és Vendéglátóipari Múzeum időutazós videóit, a Néprajzi Múzeum Ifi-kiállítással kapcsolatos videóját, a Budapesti Történeti Múzeum/Aquincumi Múzeum régészeti videóit, posztjait, a Hadtörténeti Múzeum honlapján elérhető tartalmakat, a Ludwig Múzeum, a Közlekedési Múzeum, a szentendrei Skanzen vagy a Déri Múzeum, a Petőfi Irodalmi Múzeum és tagintézményei online kezdeményezéseit. A programtípusok közül a kurátori tárlatvezetések, a műhelytitkokat bemutató videók, raktárlátogatások, online gyűjtőprojektek, virtuális kiállítások emelkednek ki, vagy az olyan, gyerekeknek szóló programok, mint a szolnoki Damjanich Múzeum *Zoknikutya*-sorozata. Hasonlóan átütöttek az ingerküszöböt a múzeumok aktualitáshoz kapcsolódó kezdeményezései, például a Kiscelli Múzeum vagy a Göcseji Múzeum adventi projektjei. Ami ugyancsak újdonság, hogy több múzeumi szakembert – akár többször is – név szerint (Láng Orsolya/Aquincumi Múzeum régészeti posztjai, Tóth Csaba/Nemzeti Múzeum pénztörténeti vlogsorozata, Bellák Gábor/MNG előadásorozata) is említettek, ami a kurátori, muzeológusi munka elismertségének erősödését jelzi, és előremutató a szerzőség, a kurátori entitás szempontjából.

A kedvenc külföldi tartalmak esetében még inkább szerteágazó lista alakult ki az adatközlők által felsorolt múzeumok alapján. A lista élén állnak a múzeumi világ közismert, kimagasló látogatószámmal büszkélkedő múzeumai (British Museum, Louvre, Uffizi, MET, Rijksmuseum stb.), valamint a Google Art Projecten keresztül felfedezhető gyűjtemények. Az adatközlők szerteágazó, a világ számos pontját érintő közlései azonban azt is mutatják, hogy a múzeumi tudásközvetítés a 2020-as évben áttörte a határokat, túllépett a nyelvi korlátokon, a magyar felhasználók részévé váltak annak a hipertextuális hálónak, amely időnként összekapcsolta a különböző kezdeményezéseket. A kiugróan nagy arányban említett

gyűjteményi adatbázisok, digitális gyűjtemények mellett, számos kitöltő felfigyelt a közösségi média kihívás jellegű kampányaira, például a titokzatosnak tűnő tárgyak használatát felfedő *#MysteriousObjects*-re. Hasonlóan sokan néztek be távoli múzeumok virtuális tereibe, kiállításába, és sokan rákapcsolódtak egy-egy intézmény mindennapi online tevékenységére. Csak egy példa: *„Főként az Isabella Stewart Gardner Múzeum instáját böngésztem, akik mindennap valami érdekes poszttal állnak elő. Ezek mindig feldobják a napomat, mert kikapcsolódás számomra a suli mellett ezeket a posztokat megnézni/elolvasni”* – írta egy 19 év alatti, kisebb településen élő fiú, aki később nagyon szeretne ebbe a bostoni intézménybe is ellátogatni. *„A MET csinált instagram-stories kvizeket (még most is), és azok nagyon izgalmasak”* – fogalmazott egy huszonéves, vidéki városban élő, diplomás nő. A legidősebbek viszont inkább a nagy képtárak, művészeti gyűjtemények iránt érdeklődtek az alábbi jellemző kitételrel: *„csak az ingyeneseket néztem meg, kisnyugdijas vagyok, de minden érdekel.”*

A kutatásban teret engedtem az adatközlőknek, hogy benyomásaikra, érzelmeikre épülő szubjektív véleményeiket is megvallják a *Mely tartalmak lepték meg igazán?* és a *Volt-e olyan múzeumi tartalom, amin kiakadt, felháborodott? Melyik?* kérdésre adott válaszaikkal. Ezeknél a kérdéseknél az adatközlők a különböző múzeumi intézmények szimpla felsorolásán túl gyakrabban neveztek meg konkrét projekteket, sőt indokolták is választásukat.

A virtuális kiállításokon, digitális gyűjteményeken túl egy rövid, teljességre nem törekvő összegzés, amely a tendenciákat is kirajzolja, sőt azt bizonyítja, érdemes volt vállalni a szokatlanabb projektekkal járó kihívásokat:

Mely múzeumok tartalmi lepték meg az adatközlőket leginkább? Melyik kezdeményezés volt leginkább érdekes, exkluzív, szokatlan a számukra?

- **Tartalmak összekapcsolása, hipertextuális élmény:** *„Több lehetőség volt a múzeumok virtuális bejárására. Sok esetben nagyon érdekes megoldásokat láttam, pl. a virtuális folyosón látott festményre kattintva kijött egy részletes leírás a festményről, vagy egy-egy lengyelországi várost lehetett bejárni és az érdekes épületekről, szobrokról, emléktáblákról olvasni.”*
- **Szubjektív élmények, idő és tér fölött aratott egyfajta győzelem:** *„Örültem mindennek, amit láthattam itthonról, kényelmesen.”* *„A hirtelen online megjelenések a legtöbb múzeum részéről.”* *„Nem konkrét tartalom lepett meg, hanem az élmény, hogy így is el lehet vészni a tárlatok nézegetésében, a bejegyzések olvasásában. Sokszor éjjelig a gép előtt felejtettem magam.”*

- **A különböző tartalmak által hordozott információk:** „Egy-egy korábban nem ismert fotó is meg tudott lepni és a hozzájuk írt akár rövid, pár soros leírás is.” „A British Museumban: egy nő élete során összes beszédett gyógyszerek.”
- **Részletgazdag látnivaló, alaposabb áttekintés lehetősége az online tárlatvezetésekben:** „A Nemzeti Múzeum virtuális bemutatói sokkal érdekesebbek a helyszíni látogatáshoz képest, mert többször is visszatérhetünk egyes fontosabb részletekhez, és sok olyan információt kaptam így a netes kiállításvezetéssel, amit egyébként nem tudtam volna!”
- Önmagában meglepte az adatközlőket az online tartalmak sokfélesége, mennyisége és például egy online tárlatvezetés élvezhető megvalósíthatósága.

Többször is említett jó gyakorlatok:

- A Google Arts & Culture digitális platform tartalmainak sokfélesége.
- Magyar Nemzeti Múzeum Fantasy Múzeum projektje, mert a múzeum kilépett saját komfortzónájából, és a populáris tartalmat hozta kapcsolatba a műtárgyakkal. Egy másik vélemény: „Sokan ódzkodnak ettől, mert nem gondolják kellően tudományos műfajnak, de szerintem remek.”
- Rövid, de velős videók pénztörténetről a *Pénzek színes világa* vlogsorozatból.
- Kihívások: *Legyél te is műalkotás!* kampány a Szépművészeti Múzeumban és az Aquincumi Múzeumban, Tussen Kunst en Quarantaine (Between Art and Quarantine) kihívás, a *Nemzeti Múzeum My Home Office Challenge* Facebook-csoportja, amely az otthoni munkavégzés körülményeire koncentrált.
- A Kanizsai Dorottya Múzeum népviselet napja alkalmából rendezett kihívása.
- Kurátori párbajok.
- Online múzeumpedagógia a ThingLink alkalmazással.
- A múzeumok gyűjtőkampányai, például a *Mutasd a maszkod!* a Skanzenből.
- A Kazinczy Ferenc Múzeum online tartalmainak gazdagsága.
- A Magyar Kereskedelmi és Vendéglátóipari Múzeum videótartalmai.
- Az Arany János Múzeum szabadulósobája.
- A Petőfi Irodalmi Múzeum online múzeumpedagógiai órái.
- Kecskeméten a Leskowsky-hangszergyűjtemény, a különleges hangszerek megszólaltatásának lehetősége, a vezetés magas színvonala.
- A Lackó Dezső Múzeum anyagainak magas minőségű kiadványai.
- Éjszakai tárlatvezetés a Ferenczy Múzeumban: Czóbel-festmények különleges megvilágításban.

- Az Aquincumi Múzeum virtuális tartalmai, különösen a feltárásokról készített videói. *„Aquincumi múzeum élő ásatási bejelentkezése, június 5-én. Hatalmas élmény volt, hogy élőben közvetítették egy érintetlen kőkoporsó felnyitását.”*
- A szentendrei Skanzen első világháborús átfogó kiállításának létrejöttét, technikai megvalósításának fortélyait bemutató prezentáció.
- A Kőbányai Helytörténeti Gyűjtemény *Érdekességek Kőbánya történetéből* sorozata a Facebookon.
- Az esztergomi Keresztény Múzeum gamifikált tartalmai.
- A zalaegerszegi Göcseji Múzeum *Kedvenc tárgyam* című sorozata, ahol rövid, személyes történeteket meséltek el.
- Az Uffizi Képtár TikTok-csatornája.
- Szakmai események: Múzeumi Restart, MuseumDigit 2020 online virtuális konferencia, MuseumEvents: Business for Culture: A kultúra sosem áll le! – rendezvények újrahangolva.

Mi éreztek felháborítónak az adatközlők?

- A műfaji következetlenség sokak számára okozott csalódást. *„Online múzeumi kiállításnak nevezni egy ismeretterjesztő cikket.”*
- A már említett minőségi, technikai problémák.
- A múzeumok érzékelhető felkészületlensége, a szükséges szaktudás hiánya.
- Túl hosszú szövegek a közösségi médiában, az adott felületekhez nem illeszkedő stílus.
- A másik véglet is problémát jelentett: *„Ha túl jópofiskodóan fogalmaznak meg valamit, és nem illik bele a múzeum profiljába, azt nem tudom hova tenni.”*
- Vízjelek használata a képeken.
- Olyan határfeszegető mémek, mint amikor egy régészeti objektumban 21. századi sírmellékletet helyeztek el.
- Az adatközlők számos politikai jellegű megjegyzést is tettek. Talán a legtöbbet jelzett kritika Demeter Szilárd (Petőfi Irodalmi Múzeum, főigazgató) Facebook-bejegyzéseihez, közéleti megszólalásaihoz fűződnek. Az ismétlődő felvetés jelzi, hogy a múzeumvezetők közéleti szerepvállalását és szakmai munkásságát a látogatók gyakran összekötik.
- Az élő közvetítéseken szereplők nem tartották be a maszkviselés szabályait.

4.3.16. Online-ból offline: vissza a való világba

A múzeumok számára az egyik legnagyobb kérdés, hogy visszakapják-e a járvány után offline látogatóikat, vagy pedig egyre nagyobb igény lesz az online tartalmakra? Az is fontos számukra, hogy az online térben kifejtett tevékenységüknek mekkora volt PR-szempontról a hatása: elég jók voltak-e a virtuális tartalmaik ahhoz, hogy látogatóik annak hatására felkeressék őket az újranyitás, a turizmus ismételt fellendülése után. A válaszadók 46,1 százaléka úgy gondolta, biztosan ellátogat múzeumba az online megismert tartalmak alapján, ha az intézmények újra kinyitnak, és utazhatunk. 34,9 százalékuk gondolkodik rajta, és mindössze 18,2 százalék mondott nemet. A szöveges kiegészítések ugyanakkor több dologra is felhívják a figyelmet. Volt, aki szívesen menne, de a kora miatt már nem utazhat, többen pedig kifejtették, hogy nem feltétlenül az online tartalmak alapján írták össze a múzeumi bakancslistát. A magyar múzeumok közül legtöbben a Nemzeti Múzeumot és a Szépművészeti Múzeumot jelölték meg. Sokan meg fogják látogatni a Petőfi Irodalmi Múzeumot, a Ferenczy Múzeumot, az Aquincumi Múzeumot, a Balatoni Múzeumot, a Déri Múzeumot, a Kanizsai Dorottya Múzeumot, a Néprajzi Múzeumot, a Hamza Múzeumot, a Finta Múzeumot, a Semmelweis Orvostörténeti Múzeumot, a Kiscelli Múzeumot, a Skanzen, a Matrica Múzeumot, a Göcseji Múzeumot, a Damjanich János Múzeumot, a Kállay Kúriát, a Wosinsky Mór Megyei Múzeumot, a Zsidó Múzeumot, a gyulai várat, a Türr István Múzeumot.

A külföldi gyűjtemények közül az oxfordi múzeumok, a Louvre, a Getty Museum, a Parco Archeologico di Ostia Antica keltette fel annyira az érdeklődést, hogy valaki odautazzon.

4.3.17. Hogyan látta mindezt a Google?

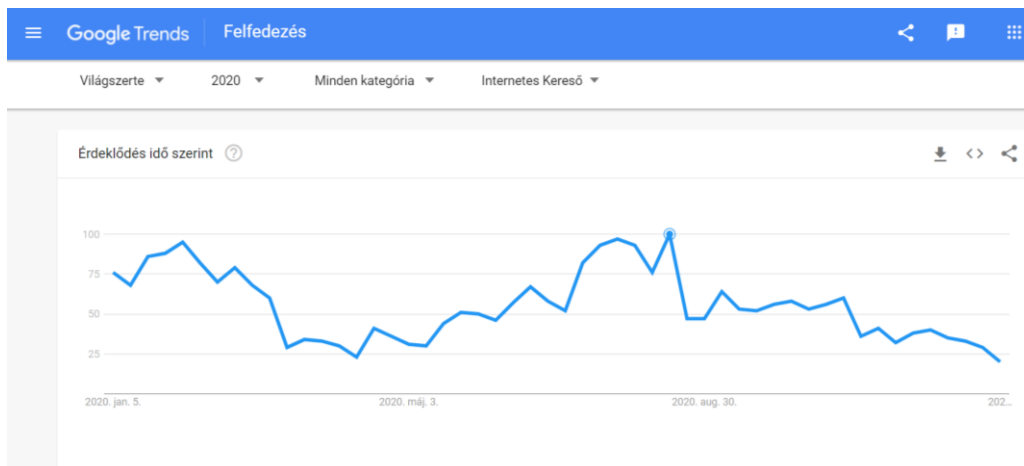
A Google Trends³²⁹ statisztikái azért érdekesek, mert nem abszolút adatokat mérnek, hanem relatív módon teszik összehasonlíthatóvá az adataikat. A számok a keresési érdeklődést jelzik a grafikon legmagasabb pontjához képest az adott régióban és időszakban. A 100-as érték a kifejezés legnagyobb népszerűsége; az 50-es érték azt jelzi, hogy a kifejezés feleannyira népszerű. Ennek tükrében hasonlítottam össze, hogy milyen mértékben kerestek rá a világ felhasználói a múzeum szóra, és mely találatokat részesítették előnyben. Ez azért lényeges, mert itt a látogatók nem véletlenül bukkannak múzeumi tartalmakra, nem hirdetések, közösségi médiamegosztások, ajánló cikkek nyomán keresnek fel múzeumi tartalmat, hanem önálló elhatározásból, saját céllal ütik be a *múzeum* szót a keresőbe. Ez alapján egy újabb vetületét látjuk a múzeumok iránti érdeklődés változásainak.

³²⁹ trends.google.com/trends/?geo=HU –Utolsó letöltés: 2021. 11. 17.

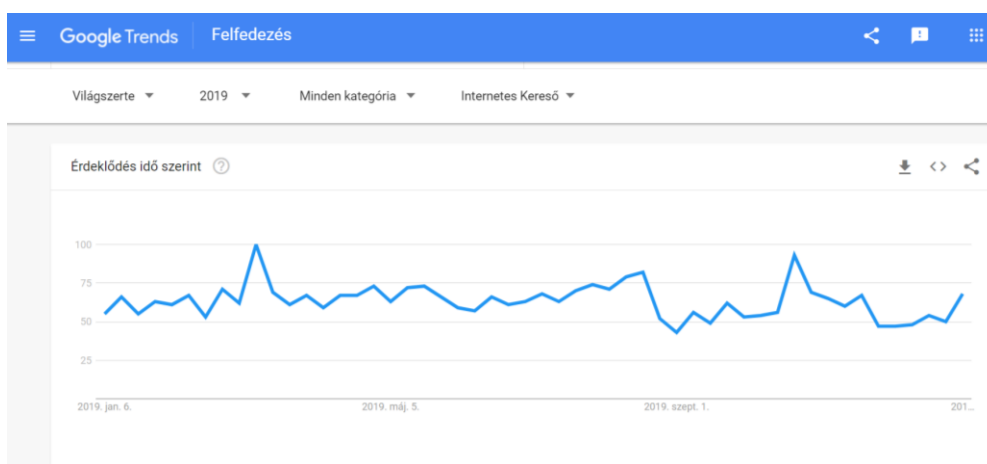
2018-ban a legtöbben március 11. és 17. között kerestek rá a múzeum szóra, ekkortól lehetett ingyenesen megtekinteni a Szépművészeti Múzeum felújított Román Csarnokát. A következő kiugró időpontok a nyári és az őszi szünethez kapcsolódtak júniusban, júliusban és november elején. 2019-ben ismét a március 15-i időszak vezetett, a Nemzeti Múzeum felújított Múzeumkertjének megnyitása idején. A másik két csúcspont augusztus 20-ához és október 23-ához kötődik, amikor a múzeumok a márciusi ünnephez hasonlóan ingyenesen látogathatók. A 2020-as évben teljesen más görbével találkoztunk. Ebben az évben augusztus 20-a környékén kerestek rá legtöbben a múzeum szóra, a másik két kiugró pont február elejére és júliusra datálható. Míg a februári kiugrás egyértelműen a Természettudományi Múzeum Debrecenbe költöztetéséről szóló hírekkel kapcsolatos, addig a júliusi és augusztusi csúcspontok a látogatók klasszikus offline érdeklődésével: a szabadidejük, szabadságuk alatt kívántak múzeumba menni. Míg a 2018-as és a 2019-es görbe viszonylag egyenletes, a legalacsonyabb érdeklődés az iskolakezdéshez és a karácsonyi készülődés időszakához rendelhető, addig a 2020-as év mélypontja a karanténállapot meghirdetéséhez, az egyébként internetes adatforgalom-rekordot döntő márciusi időszakhoz fűződik. Ha az angol museum szóval végezzük el ezt az elemzést, hasonló eredményt kapunk, a 2020-as pandémia tavaszi hulláma drámaian hatott a múzeumok iránti érdeklődésre.

A magyar és az angol keresési találatokat mutató görbék egyaránt arra utalnak, hogy a járvánnyal kapcsolatos különböző korlátozások, azaz a múzeumok bezárása után a látogatók ritkábban kerestek rá a múzeum kifejezésre a böngészőjükben, de az újra kinyíló intézmények ismét felkeltették az érdeklődést, azaz a látogatók visszatértek a kiállításokba!

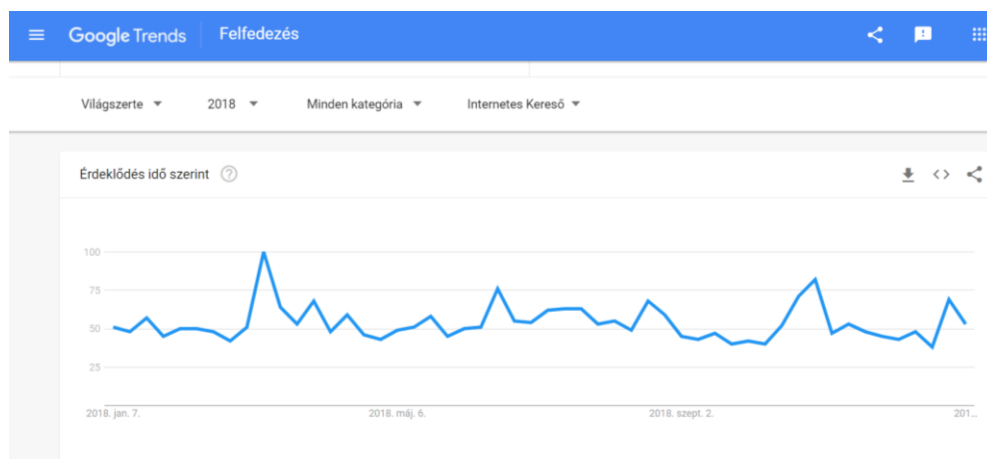
Ezeknél az adatoknál talán semmi sem mutatja jobban, hogy a világ múzeumi heroikus küzdelmet folytattak: megtalálták azokat a módszereket, csatornákat, amelyeken keresztül tartalmaikkal elérhették a népesség jelentős szeletét úgy, hogy azok maguktól nem szándékoztak ilyesmivel foglalkozni. Nem csupán fel tudták kelteni a kínálatuk iránt az igényt, és pozitív élményeket generáltak egy krízishelyzetben, hanem szolgáltatásaik révén meg tudták erősíteni követőik táborát.



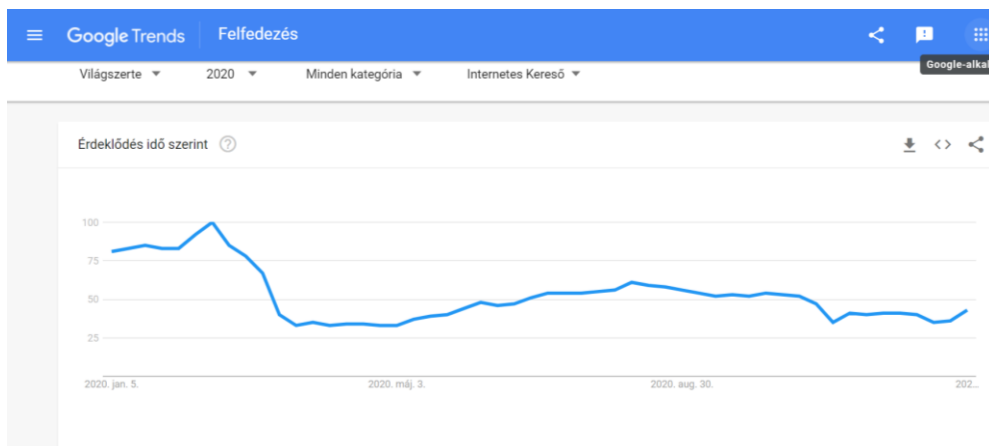
63. ábra
„Múzeum” 2020



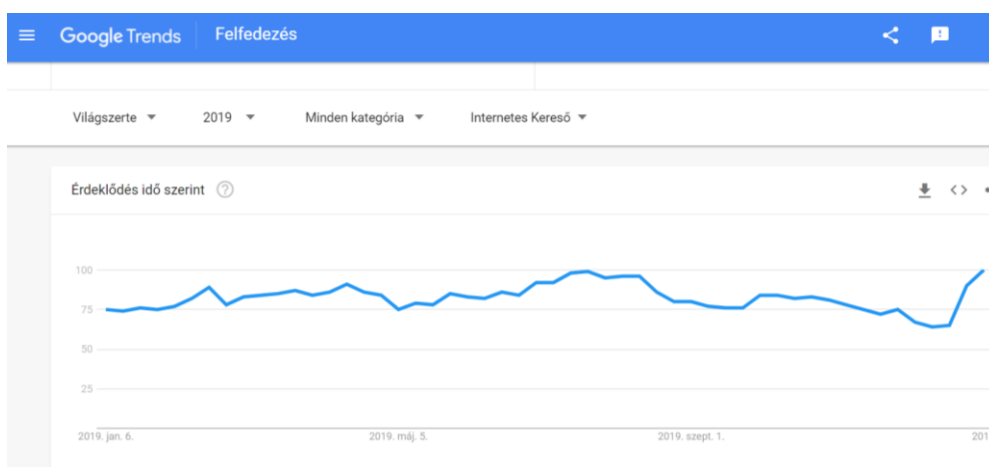
64. ábra
„Múzeum” 2019



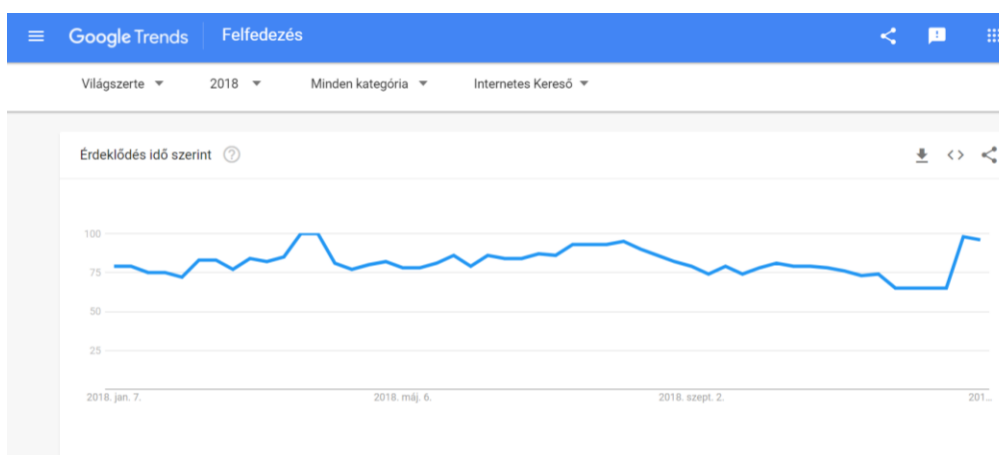
65. ábra
„Múzeum” 2018



66. ábra
„Museum” 2020



67. ábra
„Museum” 2019



68. ábra
„Museum” 2018

4.3.18. Konklúzió

Összegzésként az 1006 fő megkérdezésével zajló kutatás elemzése után megállapítható, hogy a múzeumoknak sikerült az online térben átütniük a közönség érdeklődési küszöbét. A különböző intézmények nemcsak fejlesztették, megújították online tevékenységüket, hanem azt széles körben láthatóvá, elérhetővé tették. A létrehozott szerteágazó online tartalmak, szolgáltatások pedig számos célcsoport, társadalmi réteg várakozásainak feleltek meg. A koronavírus-járvány idején elért eredmények alapján ugyanakkor a „békeidőkre” is vonhatók le következtetések: az intézmények social media és online tartalmaira igény van, igaz – különösen az egyes korosztályok szempontjából – más felületeket és másként kell használni. A felhasználók szeretik a meglepő, szokatlan ötleteket, szívesen bevonódnak közösségi projektekbe, és értékelik a játékos, humoros, rövid, ám jól kivitelezett anyagokat. Mindemellert arról sem szabad megfeledkezni, hogy az idősebbek körében továbbra is népszerűek a klasszikus formák, mint az online tárlatvezetések, virtuális kiállítások és az ezekről tájékoztató múzeumi hírlevél. A felmérésből kirajzolódott, hogy a különböző korosztályok miként reagálnak egyes kezdeményezésekre. Különösen érdemes odafigyelni a mostani harmincasokra, akik rendkívül érdeklődők, sok tekintetben azonban másként viselkednek, mint mondjuk a néhány évvel előttük járók. Hasonlóan feladat a fővárosi közönség feltérképezése és megszólítása, amelyről kiderült, hogy a budapesti és neves külföldi múzeumok mellett ritkábban figyel fel a vidéki múzeumok újdonságaira.

Ugyancsak megfontolandó, hogy az intézmények online programjaik szervezésekor a távolabb élőkre vagy a mozgásukban korlátozottakra is gondoljanak, mivel a múzeumok az interneten keresztül azok számára is elérhetőek, akiknek egy-egy helyszín megközelítése nehézséget, akadályt jelent. És ez azért is fontos, mert a kutatásból kiderült, hogy nemcsak az iskolás korosztály használja tanulásra a múzeumot, hanem a legidősebbek is. A felnőttek számára ezek a tartalmak egyszerre játszhatnak rekreációs és edukációs szerepet. Ahogyan egy idős úr fogalmazott a múzeumok online kínálataival kapcsolatban: *„Valamennyi nagy örömömre szolgált, és gyarapodtam általuk.”*

4.4. A múzeumi, a dolgozói és a látogatói kutatás együttes tanulsága

A három különböző célcsoportot, területet, attitűdöt vizsgáló kutatás során éles kontúrokkal rajzolódottak ki azok az egymást mozgató kölcsönhatások, amelyek a múzeumok, a múzeumok dolgozói és a lakosság között a koronavírus-világjárvány idején kialakultak, és az online múzeumi tartalmak területén léptek reakcióba egymással. A bezártsággal, elszigetelődéssel és szorongással küzdő lakosság, amely újabb és újabb online tartalmakat akart, a nyitvatartástól megfosztott múzeumok, amelyek közfeladataikat csak az internet

segítségével láthatták el, a múzeumi dolgozók, akiknek a társadalom és a döntéshozók számára is érzékelhető, hasznos tevékenységet kellett felmutatniuk, mindannyian új helyzetbe kerültek.

Korábban az intézményi stratégiákban, munkatervekben nem élvezett prioritást az online tér használata, a múzeumi dolgozók közül is kevesen mélyedtek el a területen, és a látogatók részéről sem fogalmazódott meg erre igény. Kevés tartalom készült, és azt kevesen tekintették meg. Ugyanakkor ez a kevés, változó minőségű anyag, a hozzá kapcsolódó tudás tette lehetővé, hogy a szűkös költségvetési keretből megvalósított fejlesztések globális szinten milliárdok számára váljanak a tanulás, az ismertszerzés, a rekreáció, a szórakozás, a kulturális és a közösségi élet fontos elemévé. Ezek a kollektív élménytérként, digitális tudásközpontként is felfogható múzeumi online platformok ráadásul olyanok számára is láthatóvá, elérhetővé váltak, akik korábban nem tudtak vagy nem akartak sem fizikai, sem virtuális tekintetben múzeumokat látogatni.

Az új helyzet a zárva tartó múzeumok és jelentős részben a folyamatosan vagy időszakosan otthon dolgozó munkatársaik számára egyaránt kihívást jelentett a bizonytalanná váló források szempontjából éppúgy, mint a rövid, a közép- és alapvetően a hosszú távú terveik módosítása, az operatív irányítás feltételeinek átalakulása vagy az informatikai, a kommunikációs vagy a webes feladatkörök változása miatt. Megváltozott a korábbi digitális tartalmakhoz, a digitalizációhoz, az online tartalomgyártáshoz való viszony, fejlődtek az ezekhez szükséges kompetenciák. Szinte minden múzeumban megnőtt azoknak a száma, akiknek már van releváns gyakorlatuk ezen a területen.

Az online tér sajátosságai miatt a felhasználók éppúgy tájékozottabbak lettek a nemzetközi kínálatban, mint a múzeumok munkatársai, ami ösztönzőleg hatott a fejlesztésekre. A látogatókból lett felhasználók ráadásul a tartalmak minőségéről a web 2.0-s felületek révén azonnal nyilvánosan elmondhatták véleményüket, minősíthették a szolgáltatásokat. A nyilvánosság megváltoztatta az intézmények belső folyamatait. Még ha nem is fordítottak kellő figyelmet a felhasználói aktivitások elemzésére, a megfelelő minőségű online tartalmak előállítása érdekében átszervezték a munkafolyamatokat, a dolgozóknak jobban kellett összpontosítaniuk a megfelelő minőségű anyagok létrehozására.

Az intézmények, munkatársaik és látogatóik egyszerre tettek szert olyan közös tapasztalatra, amely alapján a jövőben érdemes átgondolni a múzeumok szerepét, fejleszteni a digitalizációhoz, online tudásközvetítéshez szükséges technológiákat és szakmai tudást. Az intézmények digitális, kommunikációs és közművelődési stratégiájába már erre az együtt szerzett élményre kell építkezni, ahhoz azonban, hogy valóban sikeres és progresszív folyamat induljon el, alapvetően meg kell vizsgálni a különböző tartalomtípusok tervezésekor, készítésekor, közreadásakor szerzett tapasztalatokat.

5. A világháló múzeumi terei a zárvatartás idején

Amíg a múzeumok számára világszerte alapértelmezett volt, hogy a fizikai zárvatartásra online elérhető digitális tartalmakkal kell reflektálniuk, mindennek a kivitelezése már számos kérdést felvetett. A rendelkezésre álló digitális anyagok, IKT-eszközök, humán erőforrás, közösségi médiahálózat, online gyakorlat mérlegelését követően szerencsés esetben az intézmények arra is törekedtek, hogy stratégiai szempontból is végiggondolják lehetőségeiket. Ebben számos nemzetközi és hazai szervezet ajánlója lehetett a segítségükre. Az ICOM 2020. március 12-én, április 21-én javaslatokat, majd április 29-én egy nyolclépéses útmutatót adott közre számos jó gyakorlattal fűszerezve.³³⁰ A szakemberek ebben egyszerre biztatták arra a múzeumokat, hogy diverzifikálva kommunikációs csatornáikat, összeponosítsanak arra, amiben a legjobbak, és próbáljanak ki új dolgokat, felülvizsgálva megszokott gyakorlatukat. Elsősorban a közösségekkel való kapcsolattartás, a társadalom különböző csoportjai igényeinek felismerésére adott innovatív válaszok, az egészségügyet speciális módon támogató projektek terén sorakoztattak fel inspiráló példákat. Hasonlóan felhívták arra a figyelmet, hogy a különböző múzeumok lépjenek kapcsolatba egymással, és mutassák meg, amit ők tudnak a legjobban: hogyan lehet a múltból tanulni szolidaritás, empátia, rugalmasság, katasztrófa vagy járványhelyzet kezelése tekintetében. Mindemellett nem győzték hangsúlyozni a krízishelyzethez kapcsolódó gyors reagálású gyűjtőkampányok fontosságát.³³¹

Az európai múzeumok járványhelyzetre adott válaszairól legjobban a Grazi Egyetem Információs Modellező Központjának adjunktusa, Chiara Zuanni által bemutatott interaktív térkép alapján tájékozódhatunk.³³² Az osztrák kutató a világháló interaktív, interkonnectív és hipertextuális adottságaira, a crowdsourcing munkamódszerére építve nemcsak összegyűjtötte, hanem vizualizálta is a múzeumok digitális kezdeményezéseit. A tájékozódást a digitális projektek jellegére utaló kategóriák támogatják, azaz gyűjtőkampányok, közösségi médiakezdeményezések, streamingtartalmak, virtuális túrák, online kiállítások, játék, oktatási tartalmak és egyéb tevékenységek szerint kereshetünk a különböző országokban, egyúttal összegezve az osztrák kutatók tapasztalatait a múzeumok legjellegzetesebb tartalmairól.

³³⁰ ICOM 2020. 04. 29.

³³¹ Magyarországon a Pulszky Társaság újonnan létrejött *Múzeum Másként* oldala kívánta betölteni ezt a fajta szakmai támogató szerepet. <https://pulszky.hu/muzeum-maskent/> – utolsó letöltés: 2021. 11. 01., de online magazinja, a *Magyar Múzeumok OnLine*, a Skanzen MOKK, a Magyar Nemzeti Múzeum Országos Múzeumi Módszertani Központja (OMMIK) is feladatának tekintette a tájékoztatást és a módszertani segítséget.

³³² Hasonlóan fontos volt, igaz más célokat szolgál a NEMO interaktív térképe, amely a különböző múzeumok nyitva- vagy zárvatartásáról ad pillanatképet. <https://www.ne-mo.org/advocacy/our-advocacy-work/museums-during-covid-19/overview-of-museum-reopenings.html>. –Utolsó letöltés: 2021. 11. 17.

A kategóriák meglehetősen szélesek, a fejlesztők ígérete az, hogy a jövőben a különböző technológiai megoldások szerinti böngészést is lehetővé teszik.³³³



69. ábra

Múzeumi digitális kezdeményezések a koronavírus-járvány idején. Interaktív térkép
Elérhető: <https://digitalmuseums.at/> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 01.

A NEMO 2021 januárjában publikált jelentése³³⁴ szerint a 48 ország hatezer múzeumát érintő, 2020. október 30. és november 29. között zajló felmérés szerint a múzeumok 93 százaléka bővítette online szolgáltatásait, vagy újakat indított a világjárvány idején. A 2009-ben Angliában alapított *MuseumNext* weboldal, amely múzeumi vezetők, alkotók és újtók közösségét tömöríti, hasonló módon összegezte a jellemző tartalomtípusokat. Eszerint virtuális múzeumi túrákkal, nagy felbontású képek közreadásával, kurátori videókkal, párbeszédre lehetőséget teremtő élő közvetítésekkel, a koronavírussal kapcsolatos gyűjtőkampányokkal, oktató és szórakoztató játékokkal, szórakoztató megoldásokkal, a közösségi média olyan felületeinek a meghódításával, mint a TikTok, próbálkoztak a múzeumok.³³⁵

³³³ Zuanni 2021.

³³⁴ NEMO 2021.

³³⁵ Richardson 2021.

Mindez egybecseng a magyar tapasztalatokkal. A Szabadtéri Néprajzi Múzeum – Múzeumi Oktatási és Módszertani Központ 2021. január 21. és február 8. között készült felmérése szerint a megkérdezett magyar muzeális intézmények 56,2 százaléka, azaz 114 fejlesztett digitális és/vagy online múzeumi tartalmakat 2020 márciusa, tehát a járványügyi helyzet kezdete óta. A teljes minta 43 százalékát jelentő 88 intézmény nyilatkozott úgy, hogy videókat és egyéb kisfilmeket adott közre 2020 márciusa óta, de figyelemre méltó, hogy 52 intézmény online játékot fejlesztett, míg 45 digitális segédanyagot készített a járványügyi helyzet alatt.³³⁶ Ahogy a 4.2.12 fejezetben bemutattuk, a múzeumi szakemberek saját bevallásuk szerint legtöbbször Facebook-bejegyzéseket (47,1 százalék), gyűjteményi adatbázisokat (38,6 százalék), videókat (37 százalék), virtuális és online kiállításokat (31,8 százalék), múzeumi blogokat (27,9 százalék), múzeumról szóló híryananyagokat (26,3 százalék), oktatást segítő anyagokat (26 százalék) készítettek.

Ha az egyes hazai múzeumok gyakorlatát egészében vizsgáljuk, azt látjuk, hogy a már felsorolt megoldások eltérő kombinációjával aknázták ki az online tereikben rejlő lehetőségeket. A Petőfi Irodalmi Múzeum elsősorban az éppen nem látogatható kiállításairól, gyűjteményeiről és a háttérben zajló munkáról kívánt beszélni. A különféle kommunikációs csatornákat szerkesztőségi működés keretében tartalomszolgáltatásként fogták fel. Mivel csak egy hetük volt a karanténhelyzet elrendelése előtt a felkészülésre, inkább archív anyagokra koncentráltak, amelyek a médiatárukból voltak elérhetők. De készültek friss anyagok is: például Kovács Ida főmuzeológus mesélt a Petőfi-dagerrotípiáról, Mészáros Zsolt művészettörténész Szendrey Júlia új arcáról, E. Csorba Csilla muzeológus a *Bolyongó üstökös* című kiállítás egy-egy fontos műtárgyáról vagy témájáról. Fő platformjuk a korábban is jól működő Facebook-oldaluk volt, ahol különböző tematikák mentén osztottak megtartalmakat, egyfajta aggregátorként itt tették közzé minden velük kapcsolatos anyagot. Ebbe a körbe robbant be az Instagram-felületük, amivel a 20–30 éves korosztályt célozták. Fontos pozíciót töltött be az intézmény YouTube-csatornája, amelyre tévéadóként tekintettek, vagy a rádióként működtetett Spotify podcast, amit a járvány idején indítottak, de hatalmas volt az érdeklődés a virtuális kiállításai iránt is. Kiemelt figyelmet fordítottak múzeumpedagógiai tartalmaikra, ahol elsőként használtak olyan alkalmazásokat, amelyek online múzeumpedagógiai órák megtartását tették lehetővé.³³⁷

Ahogy a PIM, úgy a Szabadtéri Néprajzi Múzeum is saját blogfelületén foglalta össze, hogyan dolgozik a virtuális térben. A bejegyzés azon túl, hogy megosztja az olvasókkal, milyen módszerek állnak a néprajztudomány rendelkezésére, ha az online térben, virtuális

³³⁶ Pacsika 2021a, 14.

³³⁷ Kocsis 2021.

körülmények között végeznek terepmunkát, azt is feltárja, hogy a 2020-as Nemzeti összetartozás éve jegyében indított programsorozatuk, a *Határtalan Skanzen* a virtuális térben veszi kezdetét. Virtuális kiállítások, gyors reagálású gyűjtőkampány, első világháborús tematikus adatbázis, interaktív térkép, megelevenedő történetek mellett ugyanakkor a közösségi médiában a kézműves, konyhai technikák iránt megnőtt társadalmi igényre is számos interaktív megoldással válaszoltak húsvétkor, adventkor vagy más jeles napok alkalmával.³³⁸

A Szépművészeti Múzeum–Magyar Nemzeti Galéria hasonlóan átgondolt módon reagált a járványra. A honlapján a Digitális múzeum menüpont nyújtott támpontot a digitális látogatóknak, online vezetéseket, előadásokat, audioguide-ot, útvonaltippeket, kvizeket, játékokat, olvasnivalókat, filmeket, virtuális kiállításokat, oktatási segédanyagokat, otthoni alkotásra inspiráló megoldásokat kínálva. Az intézmény mindemellett olyan sikeres projekteket vezényelt le a közösségi médiában, mint a *Legyél te is műalkotás*, vagy eredményesen tette fizetőssé online tárlatvezetéseit. 2020 őszén pedig meg tudta valósítani az online térben a 6. évadra készülő *Textúra* összművészeti előadássorozatát, amikor képzőművészet, irodalom, színház és zene találkozik egy térben és időben a Szépművészeti Múzeumban. Ilyenkor az intézmény kortárs írókat kér fel, hogy írjanak irodalmi szövegeket a múzeum gyűjteményének egy-egy inspiráló alkotásához. A *TEXTÚRA STREAM – ÖSSZMŰVÉSZET ONLINE* ezúttal a világhálón keresztül hely- és időkorlát nélkül vált mindenki számára elérhetővé. A 120 perces produkciót kiváló hang- és képminőségben bárki megnézhetette otthonról. Székely Kriszta rendezői koncepciója szerint ezúttal a múzeumi dolgozók bőrébe bújva kerülnek bemutatásra az irodalmi alkotások és a múzeum műtárgyai, s mindez illeszkedik a kulturális intézmények háttérmunkákra hangsúlyt helyező online kommunikációs gyakorlatához. Az este során találkozhattunk a gazdag fantáziával bíró takarítóval, a sikeres, de magánéleti problémákkal küzdő projektvezetővel, a filozofikus gondolkodású teremőrrel, részt vehetünk egy múzeumpedagógus tárlatvezetésén, aki saját veszteségeit élte újra egy festmény láttán. A műtárgytechnikus a nőekkel való kapcsolatát osztotta meg a szerelem istenével, a restaurátor szájából megszólaltak egy festmény gondolatai. Részesei lehettünk a híres luxemburgi performance-művész projektjének, és szemtanúi lehettünk annak is, ahogy a biztonsági őrszakai ügyelete alatt átéli saját félelmeit és küzdelmeit.³³⁹

Többek között az online tevékenységéért *Az Év Múzeuma 2021* címmel kitüntetett Magyar Nemzeti Múzeum a veszélyhelyzet bevezetése után néhány óra alatt alakította át weboldalát, amely ugyancsak elnyerte kultúra kategóriában 2020-ban *Az év honlapja*

³³⁸ Tömöri 2021.

³³⁹ Textúra Stream – Összművészet online. <https://www.szepmuveszeti.hu/textura-stream/>. – Utolsó letöltés: 2021. 11. 01.

különdíjat.³⁴⁰ Az online múzeumpedagógiai programja okán nívódíjjal is elismert intézmény világhírű alatt megvalósított programjának felépítését esettanulmányként ezért részletesebben is bemutatom.³⁴¹ Az intézmény először külön banner alatt, később az ONLINE MÚZEUM főmenüpontban előtérbe helyezte az interneten keresztül elérhető anyagokat, és elkezdődött a NON STOP Nemzeti Múzeum-kampány, amelyhez kapcsolódóan új múzeumi videók készültek (MNM Mozi), régi filmek váltak elérhetővé, ismeretterjesztő blogsorozatok indultak havonta változó tematika mentén, online tárlatvezetések, szakmai beszélgetések, kiállításmegnyitók, játékok nyújtottak kikapcsolódást az otthonukba szoruló emberek számára.

A múzeum YouTube-oldalának követői megtriplázódtak a csaknem háromszáz új anyag révén, de hasonló volt a növekedés az MNM Facebook- és Instagram-oldalán is az új és friss szellemiségű képeknek, szövegeknek, videóknak köszönhetően. A közönséghez ugyanakkor nemcsak a közösségi médián keresztül jutottak el a tartalmak, az intézmény munkatársai által frissített célcsoportspecifikus adatbázisokra és a saját maguk által végzett „online látogatókutatásra” építettek, amelyekre heti rendszerességgel tematikus hírleveleket küldtek ki, valamint az aktualizált tartalmakat naponta közvetítették a sajtó számára. A múzeum részéről ebbe a munkába a menedzsment vezetése mellett a közösségi médiára és webfejlesztésre specializálódott, történeti háttértudással rendelkező szakemberek, valamint a hagyományosan a közönségkapcsolati terekben dolgozók (például rendezvényszervezők) és a minőségi tartalomgyártás jegyében az MNM tudományos és egyéb dolgozói is bekapcsolódtak – így összesen mintegy százötven fő dolgozott azon nap mint nap, hogy az otthonukba szoruló emberek kulturális kikapcsolódásként fogyaszthassák az MNM folyamatosan fejlesztett virtuális és digitális tartalmait.

A fogadtatás pedig a vártnál pozitívabb volt: többek között ezrek kapcsolódtak a *My Home Office Challenge, Muti az otthoni munkahelyed!* Facebook-csoporthoz, ahol nemcsak dokumentálták az otthoni munkavégzés körülményeit, hanem virtuális közösség is épült. Az Instagram-oldalon meghirdetett *Fantasy Múzeum* projekt a fiatal közönséget szólította meg, bevonva az iskolai közösségi szolgáltatókat is a populáris kultúrából közismert egy-egy varázstárgy és egy valódi múzeumi tárgy összekapcsolásával. A múzeum közösségi oldalain félmillióan tekintették meg összesen a később könyvben is megjelent, naponta új, háromperces epizóddal jelentkező *Pénzek színes világa* című numizmatikai sorozatot, sok ezren regisztráltak ingyenes online tárlatvezetéseinkre és programjainkra. A közoktatás szereplőivel folyamatosan

³⁴⁰ Év múzeuma: <https://mnm.hu/hu/muzeum/hirek/magyar-nemzeti-muzeum-lett-iden-az-ev-muzeuma>, év honlapja: <https://mnm.hu/hu/muzeum/hirek/az-ev-honlapja-lett-magyar-nemzeti-muzeum-weboldala> –Utolsó letöltés: 2021. 11. 01.

³⁴¹ Mivel a pályázatot dr. Varga Lujza kabinetvezetővel, a Magyar Nemzeti Múzeum Kommunikációs és Közművelődési Igazgatóságának főosztályvezetőjeként én készítettem, így annak mentén mutatom be az intézmény online tevékenységét.

konzultálva több mint kétszáz különböző módszertanra és különböző célcsoportnak szóló digitális múzeumpedagógiai anyag készült az óvodásoktól kezdve az érettségire készülőkön át a magyar nyelven tanuló külföldiekig, az ezekhez kapcsolódó foglalkozásokon több ezer diák vett részt ingyenesen (részletesebben lásd 5.4. fejezet). Olyan kísérleti programokat is sikerrel megvalósított az intézmény, mint a dualizmus korában játszódó online szabadulószoza.

Az új virtuális kiállítások sem csupán a meglévő múzeumi terek befotózását jelentették, hanem teljesen új online tárlatok jöttek létre többek között a rendszerváltásról, a magyar arisztokrácia életéről, Budapest fényeiről vagy a későbbre halasztott *Ars et Virtus. Horvátország–Magyarország. 800 év közös kulturális öröksége* tárlat anyagából. Egy meghatározó vállalat támogatásának köszönhetően pedig a *Seuso-kincs – Pannónia fénye* kiállítás sem csupán virtuálisan vált a látogatók számára bejárhatóvá, de a lézerszkennelt és nagy felbontással digitalizált tárgyak mindeddig sohasem látott közelségből, 3D-ben tekinthetők meg, akár ingyenes online tárlatvezetések is. A trianoni békeszerződés századik évfordulójára emlékezve *Összetartozás éve* címen hat héten keresztül új virtuális fotogalériát tekinthetett meg a közönség, amíg el nem készülhetett a Múzeumkertet övező kerítésen egy hasonló, nagyszabású szabadtéri kiállítás. A szakmai programok közül a 2020, október 9-én megrendezett Múzeumi Restart hibrid konferencia szakmai programjára 897-en regisztráltak. A hibrid, élőben közvetített eseményen a múzeumi díjak átadása mellett tizenkét múzeumi szakterület számára két-két workshop zajlott párhuzamosan. Hasonlóan sikeresen, de teljesen online valósult meg a nemzetközi MúzeumDigit 2020 konferencia (lásd 5.6.2. fejezet). Itt szintén számos előadás és panelbeszélgetés folyt, amelyeket valós időben és utólag több ezer kolléga tekintett meg a világ több pontján.³⁴²

Az intézményi erőforrások felmérésére, fejlesztésére épülő stratégiai gondolkodás nemcsak a nagy és differenciált humán erőforrással bíró országos múzeumok sajátja volt. A győri Rómer Ferenc Múzeum a hét napjai szerint csoportosította tartalmait. Hétfőnként a gyűjteményeit, keddenként képző- és iparművészeti anyagait, szerdánként virtuális tárlatvezetések, csütörtökönként a helytörténeti és néprajzi tudást helyezte középpontba. A rendszeresség meghozta a gyümölcsét, a Rómer digitális múzeumának tartalmi több mint százezres elérést kaptak két hónap alatt a Facebookon 2020 tavaszán.³⁴³ A salgótarjáni Dornyay Béla Múzeum virtuális kiállításokkal, online kvizekkel, kisfilmekkel, dokumentumfilmekkel, játékos megoldásokkal tett közönsége kedvére.³⁴⁴ A sátoraljaújhelyi, ugyancsak *Az Év*

³⁴² Részletes összefoglaló: <https://mnm.hu/hu/muzeum/hirek/nonstop-nemzeti-muzeum>. –Utolsó letöltés: 2021. 11. 01.

³⁴³ MúzeumTrip! Online is topon van a győri múzeum. <https://magyarmuzeumok.hu/cikk/muzeumtrip-online-is-topon-van-a-gyori-muzeum> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 01.

³⁴⁴ Kulturális élmények digitálisan a Dornyay Béla Múzeumban. <https://magyarmuzeumok.hu/cikk/kulturalis-elmanyek-digitalisan-a-dornyay-bela-muzeumban> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 01.

Múzeuma 2021 címmel kitüntetett intézmény is forradalmasította az online tereihez fűződő viszonyát. A honlapjukon és a Facebook-oldalon naponta jelentek meg újdonságok a Kazinczy Ferenc Múzeumban őrzött gyűjteményekről, a muzeális értékű hagyatékokról és a jelenlegi kiállításokról. A múzeumi munkatársak kulisszatitkokat osztottak meg az intézményben zajló munkáról, a friss kutatásokról és azokról a témákról, amelyek házon belül foglalkoztatták őket. De a mindennapi élet aktualitásaira is reagálnak a www.kazinczyferencmuzeum.hu oldalon indított *KaMu* című blogon, Ringer István múzeumigazgató pedig a *Régész karrierem romokban hever* című vlogjában ismertette a közeli középkori erőd helyén folyó ásatások eredményeit. Az online munkába a közösségeiket is sikeresen bevonták. A rendszeres látogatók szerepet kaptak *A múzeum mi vagyunk!* című videósorozatban. A kisfilmekben elmondták, hogy miért kedves számukra a közgyűjtemény, milyen emlékeket őriznek múltjáról, és miért térnek vissza a kiállítótereibe időről időre.³⁴⁵

A néhány kiemelt példából látszódik, hogy a múzeumok mennyire kreatívan reagáltak a váratlan helyzetre. Látható, hogy a különböző háttérrel, lehetőségekkel rendelkező intézmények – ahogyan az ICOM-útmutató is javasolta – első körben saját, meglévő erőforrásaikat térképezték fel, és ezeket tették koncentráltan közzé (filmek, virtuális kiállítások, adatbázisok, blogtartalmak). A különböző példák arra is utalnak, hogy a múzeumok nem kívántak lemondani korábban eltervezett offline programjaikról, kiállításairól, ünnepeikről, programtípusaikról, hanem igyekeztek azokat az online térbe fordítani (Textúra, Múzeumok Majálisa, Trianon-évfordulóval kapcsolatos programok). Az esetek egy részében ez egy-egy közösségi médiapostot, blogbejegyzést, frontális videótartalmat jelentett, de a munkatársak azzal is próbálkoztak, hogy ne offline módszereket valósítsanak meg online körülmények között, hanem valódi online programokat hirdessenek.

A Magyar Nemzeti Múzeum első nagyobb tartalomra épülő kampánya 2020 húsvétjához kötődött: a *Tárgyakba rejtett ünnep* tett először kísérletet arra, hogy összekapcsolja a különböző forrásokra, szakterületekre épülő intézményi tudást, az azt képviselő szakembereket és a különböző online felületeket egy tematikai egység mentén.³⁴⁶ A Szabadtéri Néprajzi Múzeum a megszokott, de elmaradt *Skanzen Húsvét* nagyrendezvény közönségét kárpótolta *Online húsvét a Skanzennel* programjával. Az eredeti esemény fellépői és közreműködői, valamint a múzeum munkatársai az online térben üzenetekkel, játékokkal, mesékkal, receptekkel, kézműveskedéssel készültek erre a három napra – érdekességeket,

³⁴⁵ Online tartalmakkal várja a látogatókat a Kazinczy Ferenc Múzeum.

<https://magyarmuzeumok.hu/cikk/online-tartalmakkal-varja-a-latogatoskat-a-kazinczy-ferenc-muzeum>. –Utolsó letöltés: 2021. 11. 01.

³⁴⁶ *Tárgyakba rejtett ünnep*. <https://mnm.hu/hu/cikk/virtualis-ter-hely-ahol-megidezhető-múlt>. –Utolsó letöltés: 2021. 11. 01.

újdonságokat osztottak meg az oldal látogatóival. Volt Facebook-locsolóvers-faragás, ünnepi kalács receptmegosztás, megmutatták, miként kell tojást berzselni és írókázni, bárányos ujjbáb, zokninyúl készítésére biztatták a családokat.³⁴⁷ Az intézmény egyúttal a társadalom egyik legnagyobb veszteségére, az ünnep közösségi együttléten alapuló rítusainak hiányára, az elmaradt találkozásokra is reflektált: tartalmai, amelyek a közös tudás, közös örökség reprezentációjából fakadtak, enyhítették a helyzetből fakadó fájdalmat, szorongást. Az évszázados, sőt évezredek hagyományok, szimbólumok bemutatása pillanatnyi feloldozást adott a félelem alól, a háborúkat, válságokat, világegéseket túlélő tárgyak és történetek nemcsak tudást közvetítettek, hanem reményt is nyújtottak. Ezúttal a tudománykommunikáció nemcsak információt és tudást, hanem a társadalom számára a túlélés üzenetét is hordozhatta.

A viszonylag friss karanténhelyzet miatt az online és offline média is szembesült a témához kapcsolódó kulturális tartalmak hiányával, így hatalmas érdeklődés volt a tematikus programok iránt: a televíziók a blogszövegek íróitól okostelefonnal otthonukban felvett, e-mailen átküldött nyilatkozatokat kértek, bemutatták az online programokat. Mindez nemcsak a múzeumi tartalmak népszerűsítésében játszott szerepet, hanem alig két héttel az intézmények bezárása után a múzeumi dolgozókat is megerősítette abban, hogy fontos és hasznos az internetes tevékenységük. A múzeumok a meglévő digitális anyagaik és a bevált módszerek mellett azt is áttekintették, hogy munkatársaik milyen jellegű tartalmak gyártására képesek a költségvetési megszorítások ellenére, valamint igyekeztek közgyűjteményi szerepkörükkel, az általuk őrzött szaktudással olyan össztársadalmi ügyekre reflektálni, mint az online oktatás támogatása, a krízishelyzet dokumentálása, a pánikhangulat oldása, a rekreáció. Az intézményekben dolgozó munkatársak egyéni adottságainak köszönhetően pedig olyan újszerű, kreatív és sikeres megoldások is születhettek, amelyek rávilágítottak (blogok, vlogok, közösségi médiakampányok) arra, a múzeumok mellett az ott dolgozók szakmai és személyes kvalitásainak is meghatározó szerepük lehet.

Hasonló újdonság volt, hogy az intézmények egyre gyakrabban kapcsolták össze hashtagekkel, hiperlinkekkel vagy az intézményi honlap kapcsolódó applikációival a különböző tartalmaikat, akár, hogy visszakereshetők legyenek a korábban megjelent anyagok, akár, hogy tematikusan összefűzzék tartalmaikat. Ezzel a megoldással több múzeum az intézményi honlap szűkre szabott technológiai lehetőségeit is felül tudta írni, és hipermediális, hipertextuális ösvényeket alakított ki az egyébként egyszerű felépítésű webes felületén vagy a közösségi média különböző felületein. A Budapesti Történeti Múzeum – Fővárosi Képtár honlapjának nyitóoldalán például az online kampányban következetesen használt négy

³⁴⁷ Online húsvét a Skanzennel. <https://skanzen.hu/hu/latogatas/programok/online-husvet-a-skanzennel>. –Utolsó letöltés: 2021. 11. 01.

tematikus egység egy-egy csempeként jelent meg. Ilyen volt a *#gyarapodunk* album, ami 2015-től mutatja be a gyűjteményi vásárlásokat, szerzeményeket, a *#segitunkazoktatásban* sorozat, amely a történelem és a művészettörténet tananyaghoz rendelte a különböző gyűjteményi darabokat. A *#virtualistarlátvezetes* a múzeum kiállításai, a *#mutargysimogatas* a restaurátor-műhelyek kulisszatitkaiba navigálták a látogatókat.³⁴⁸ Ennek a szemléletnek köszönhetően az intézményi weboldalak – ahogy a PIM esetében említettem is – egyfajta aggregátor oldallá váltak, ahol a szerteágazó, különböző felületen megjelenő tartalmak összekapcsolódhattak. A koronavírus-világjárvány idején megelőző időszakban már több intézményi weboldal tett arra kísérletet, hogy a különböző tartalmait összekösse: a Nemzeti Múzeum az egy kiállításhoz, eseményhez, témakörhöz tartozó tartalmakat fűzte össze,³⁴⁹ a Ludwig Múzeum mindezzel a digitális adatbázisát is be tudta kapcsolni (lásd 3.2.12 fejezet). A járvány alatt nem csupán az vált gyakoribbá, hogy a korábban csak szöveget tartalmazó webpage-eken megjelenő írások, hírek megteltek hiperlinkekkel, hanem egyre többször a szöveges tartalomba iframe és más kódok segítségével beágyazták a szövegtörzsekbe az oda kapcsolódó videókat, posztokat. Azaz az adott oldalon megtekinthetővé vált egy-egy videó, meghallgathatóvá egy-egy történet.³⁵⁰

Az újdonságok ellenére, ha végignézzük az olyan tematikus oldalakat, mint a *Magyar Múzeumok OnLine #muzeumozzaszobadbol* almenüje,³⁵¹ ahol a világhálón elérhető különböző magyar és nemzetközi múzeumi kínálatot áttekinthetjük, mégis azt láthatjuk, hogy az egyedi, szokatlan tartalmak meglehetősen ritkák voltak, és ahogyan a 3. fejezetben többször is különböző elemzések mentén megállapítottam, inkább ugyanazok a megoldások ismétlődtek, variálódtak. Ha megvizsgáljuk a bemutatott intézményi gyakorlatokat, akkor is azt érezhetjük, hogy bár a különböző intézmények törekedtek az interaktivitásra és a tartalmak összekapcsolására, még az olyan, interakcióra épülő platformok esetében is, mint a Facebook inkább a digitális tartalom „sugárzására”, a látogatók kultúra iránti fogékonyságára, igényére, az intézmény iránti lojalitásra épültek, mint együttműködésre, aktualitásra, a társadalom valódi igényeire.³⁵² Mivel a múzeumok gyakran hozott anyagból dolgoztak, nem volt forrásuk fejlesztésekre, a különböző tartalmak kifejezetten gyakran esetlegesek, fragmentáltak voltak, nélkülözték a koncepciózus gondolkodást. A tartalomelemzések ugyanakkor azt mutatják, hogy a második és a harmadik hullám időszakára javult a helyzet, a különböző jó gyakorlatok, online

³⁴⁸ Vincze 2020.

³⁴⁹ Lásd a Nemzeti Múzeum rendszerváltás 30. évfordulójához kapcsolódó egyéves kampányát: <https://mnm.hu/hu/muzeum/hirek/felhivas-kozis-idonk-1989>.

³⁵⁰ Egy példa a 3D-tartalom bekapcsolásáról a Magyar Nemzeti Múzeum honlapján: <https://mnm.hu/hu/cikk/virtualis-ter-hely-ahol-megidezheto-mult>. –Utolsó letöltés: 2021. 11. 01.

³⁵¹ <https://magyarmuzeumok.hu/cikkek/muzeumozzaszobadbol> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 01.

³⁵² Vö. Bartolini 2020.

szakmai konferenciák nyomán egyre több intézmény vált képessé változatosabb tartalom kialakítására. Igaz, csak a saját felületén, hiszen az inspiráció ilyen esetben mindig más intézmény gyakorlata.

A hosszan fennálló helyzet ettől függetlenül számos progresszív megoldást eredményezett. A koronavírus-világjárvány következtében zárvatartásra kényszerülő múzeumok esetében a legfontosabb, leginkább előremutató változásokat a virtuális kiállítások, a közösségi média, a közoktatást támogató múzeumpedagógiai megoldások, a rekreációt, szórakozást elősegítő közösségépítés, az erre és a krízishelyzet dokumentációjára törekvő gyors reagálású gyűjtések, valamint a szakmai kapcsolatok megújulását jelentő webes események jelentik. Ennek megfelelően a következőkben ezt a hat területet tekintem át módszertani szempontból, különös tekintettel saját praxisom tapasztalataira és az azokra vonatkozó elemzésekre, amelyek a Magyar Nemzeti Múzeum online platformjaihoz kapcsolódnak.

5.1. Virtuális és online kiállítások, galériák, bejárható múzeumi terek³⁵³

A pandémia alatt a világhálón böngészők milliói figyeltek fel arra, hogy a zárva tartó múzeumok honlapjain bejárhatják a múzeumok tereit, sőt különböző jellegű kiállításokat tekinthetnek meg. A Google Art Project 2011 óta bővülő intézményi körrel dolgozik azon, hogy hozzáférhetővé tegye a világ művészetét, kultúráját. High tech kamerákkal digitalizált műtárgyak, Google Street-View technológiával bejárható múzeumi terek, oktatási célú, tematikus összeállítások bűvölik el a felhasználókat, akik akár színek szerint is rákereshetnek a feltöltött objektumokra.³⁵⁴ A több millió európai közgyűjteményi tételt aggregáló Europeana online kiállításai a látványos technológiai megoldások helyett inkább a tartalmakra összpontosítanak. A feltöltött műtárgyakat, dokumentumokat a felhasználók is kiállításba rendezhetik, de ennél jóval sikeresebbek az egy-egy történet, téma mentén, a storytelling módszerével összekapcsolt online tárlatok gyűjteményei.³⁵⁵ Erre törekszik a magyar aggregációs oldal, a MuseuMap portál is (lásd 3.2.5 fejezet), melynek MuseuMap Gallery menüpontja alatt az érdeklődők a tárgyakat történetükkel együtt, látványos módon – 3D-modelleken és virtuális kiállításon – bemutatva, kontextusba helyezve ismerhetik meg.³⁵⁶

A múzeumok honlapjain, az összefoglaló cikkekben eltérő, ám jól érthető nevek – virtuális kiállítás, virtuális túra, online kiállítás, online galéria, virtuális múzeum, 3D-

³⁵³ Az alábbi fejezet bizonyos részeit itt publikáltam: Berényi 2021b.

³⁵⁴ Google Arts & Culture. <https://artsandculture.google.com/> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 07., valamint Szűts 2012.

³⁵⁵ Exhibitions | Europeana <https://www.europeana.eu/en/exhibitions> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 07.

³⁵⁶ Elindult a MuseuMap új szolgáltatása, a MuseuMap Gallery!

<https://ommik.hu/index.php/hu/component/content/article/14-hirek/651-elindult-a-museumap-uj-szolgaltatasa-a-museumap-gallery> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 07.

panorámaképek, virtual tour, 360 virtual tour, virtual museum, online tours, online, digital és virtual exhibiton) – jelölik ezeket a digitális átjárókat. Szinte kivétel nélkül a fizikai látogatás szavai köszönnek vissza egy-egy digitális műfajra utaló előtaggal. Sokszor csak a „virtuális belépéskor”, már az alkalmazásban vagy az adott oldalon derül ki, hogy mit kaphatunk: egérrel körbefogható virtuális teret, gördíthető vagy lapozható szöveges, képes galériát vagy 2D-, esetleg 3D-szkennelt tárgyakat is szemügyre vehetünk, netalán VR-szemüveges sétát is tehetünk. Az sem mindig egyértelmű, amikor a virtuális belépés mellett dönt egy felhasználó, hogy a valóságban is létező tér digitális másolatát tekintheti meg monitoron keresztül, vagy szimulált digitális térbe lép. Ez tovább is bonyolódhat, hiszen nem tudjuk, hogy a térben látható tárgyak valóban ott állnak, vagy a kiállítás, az ismeretátadás érdekében a programozók illesztették oda őket. Abban sem lehetünk biztosak, hogy egy létező kiállításról készült felvételtől, vagy a kiállítás online használatra tervezett mutációjáról van szó. Tovább bonyolítja a helyzetet, hogy fizikailag is létező múzeumból van-e szó, vagy olyanról, amelynek csak virtuális bemutatója van. Ilyen például a washingtoni Nemzeti Nőtörténelmi Múzeum, amelynek hibába döntöttek 1996-ban a létrehozásáról, gyűjteménye egyelőre csak az intézmény weboldaláról, online kiállításokon keresztül érhető el.³⁵⁷ Másik kérdést vet fel az a Virtual Shoe Museum, ahol még az is nehezen dönthető el, hogy cipők képeit vagy valódi cipőket is gyűjt a weboldal tulajdonosa, és amit látunk, melyik kategóriába tartozik.³⁵⁸

A terminológiai nehézségek ellenére ezek a megoldások rendkívül elterjedtek. A Kulturális Statisztikai Adatgyűjtő Rendszer (KultStat) adatai szerint - amely 2020-ban először mérte ezeket az adatokat -, az országban a 2823 virtuális kiállításban 412.534 felhasználó járt. 2019-hez képest 2020-ban az állandó kiállításhoz készült virtuális tárlatok aránya 6-ról 11 százalékra, az időszakikhoz kapcsolódóké 2-ről 11 százalékra ugrott.³⁵⁹ (84. ábra) A magyar felhasználók körében legnépszerűbb tartalomtípusról, a virtuális és online kiállításokról, galériákról az 1006 fős mintavétellel dolgozó látogatókutatásom válaszadói közül 617-en jelezték (63 százalék), hogy 2020-ban barangoltak ilyen felületen. A múzeumi dolgozók 78 százaléka, a más területen tevékenykedők 49 százaléka volt kíváncsi ezekre a tárlatokra. A legnépszerűbb a tudományos fokozattal rendelkezők és a hetvenes korosztály körében volt. 427 nő (63 százalék) és 190 férfi (57 százalék), a megkérdezett fővárosiak 64 százaléka, a megyeszékhelyen élők 61, a városiak 53 és a kisebb településeken élők 61 százaléka lépett be virtuális kiállítótérbe. Az arány kiegyensúlyozott, azonban a lakóhely

³⁵⁷Womenshistory. <https://www.womenshistory.org/womens-history/online-exhibits>, részletesebben Berényi 2021e.

³⁵⁸About the founder – virtualshoemuseum.com, <https://virtualshoemuseum.com/contact/about-the-founder/> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 01.

³⁵⁹Forrás: KultStat. <https://kultstat.oszk.hu/#/home> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 01.

szerinti összehasonlításban messze elmarad az évente minimum egyszer múzeumba látogatók nagyságától (a budapestiek 92 százaléka, a megyeszékhelyen élők 89 százaléka, a városiak 83 százaléka, a kisebb településeken lakók 85 százaléka).

A brit The Audience Agency közönségfelmérése más eredményekre jutott, amikor azt vizsgálta online kutatásában, hogy a látogatók miként reagáltak a művészeti és örökségvédelmi intézmények online tevékenységére a járvány alatt. E felmérés 2020. decemberi megállapításaiból kitűnik, hogy a városközpontoktól távolabb élők aktívabbak voltak, kiaknázták, hogy végre a távolság ellenére egyenrangúként hozzáférhetnek a kulturális tartalmakhoz. Az általam elvégzett kutatás is arra utal, hogy a kisebb települések lakói messzemenően kihasználták az új lehetőségeiket a távolságból fakadó hátrányaik lefaragására, különösen a városiakkal való összehasonlításban. A múzeumok munkatársainak akár a későbbi működésre vonatkozóan is érdemes elgondolkodniuk azon, hogy az online múzeumi tartalmak iránt kevésbé érdeklődő 19 év alattiak esetében 33 százalék nézett meg ilyen felületet, és a sok tekintetben máshogy viselkedő harmincasok körében is volt erre figyelem, de ami talán a legfontosabb, a betegséggel, mozgási nehézséggel küzdő, hetven és nyolcvan év feletti népesség is örömmel szörföl ilyen kiállításokban.

A kutatásomban külön vizsgáltam azokat a lehetőségeket, amikor csak a múzeumi terek váltak online bejárhatóvá. Ez utóbbi felületeken az elsődleges hangsúly az online kiállításokkal, galériákkal szemben nem a kurátori üzenettel bíró, tematikus tartalmakra helyeződik, hanem a kiállítóterek, múzeumépületek áttekinthetőségére, felfedezhetőségére. A kettő természetesen nem zárja ki egymást, sőt gyakran összekapcsolódik. Mivel a két műfaj a közgondolkodásban gyakran egybeolvad, a felmérés a különbségekkel kapcsolatos bizonytalanságokat is feltárja.

A 3D-technológia, a digitalizáció fejlődésének köszönhetően az elmúlt évtizedekben számos intézmény tett szabadon hozzáférhetővé olyan alkalmazást, amelyben a felhasználók bejárhatták tereiket, ránagyíthattak a kiállított tárgyakra. Különösen a már említett Google Art Projekt³⁶⁰ folyamatosan, magyar résztvevőkkel is bővülő gyűjteménye vált közismertté, a hozzá kapcsolódó nemzetközi médiakampánynak köszönhetően. Így nem meglepő, hogy a kutatásban résztvevők 39 százaléka már korábban is tett sétát ilyen virtuális térben, és az sem, hogy a járvánnyal kapcsolatos korlátozások után az ezeket bemutató kulturális ajánlók születtek meg először,³⁶¹ így az adatközlők 51,1 százaléka belépett ilyen felületre.

³⁶⁰ Google Arts & Culture: <https://artsandculture.google.com/> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 01.

³⁶¹ 2020. március 12-én: <https://www.travelo.hu/rendezveny/20200312-a-tiz-legszebb-muzeum-virtualis-kiallitas.html>, március 13-án: <https://papageno.hu/intermezzo/2020/03/igy-jarhatja-be-a-vilag-legnagyobb-muzeumait-ottho>, március 16-án: <https://nullahategy.hu/101-muzeum-amelyben-virtualis-setat-tehetsz/>, ennek előzménye március 12-én: <https://www.travelandleisure.com/attractions/museums-galleries/museums-with-virtual-tours>, március 10-én: <https://www.wantedineurope.com/news/visiting-the-best-european-museums-online.html>. – Utolsó letöltés: 2021. 11. 01.

A kutatás azt mutatja, hogy ezek a főleg a látványra, virtuális élményre épülő alkalmazások kevésbé érdekelték a diplomásokat és a tudományos fokozattal rendelkezőket, mint a szöveges és egyéb hipertextuális rétegekkel komponált virtuális kiállítások. A különbség a szakképesítéssel rendelkezők körében kevésbé volt érzékelhető. Ha korosztályonként vizsgáljuk, új tapasztalat, hogy az általában érdeklődő negyvenes korosztály számára kevésbé volt vonzó ez a terület, valamint a hatvanasok egyforma mértékben látogatták a virtuális kiállításokat és tereket.

A már említett bizonytalanság is jól mutatja, hogy a múzeumi szakma nem tekinthet el a virtuális és online kiállítások fogalmának tisztázástól. A látogatókutatásomban többen is sérelmezték (lásd 4.3.15 fejezet), hogy nem mindig azt kapták ilyenkor, amit elképzelték. Nem véletlen, hogy a Magyar Nemzeti Múzeum egyik új tárlatát beharangozó sajtóközleménye is foglalkozott a dilemmával, jelezve, a virtuális kiállítások esetében meg kell különböztetni, milyen fajta „műtárgyakat” vonultatnak fel: valós objektumok digitalizált változatairól, csak digitálisan létező objektumokról vagy digitalizált és virtuális objektumok ötvözéséről van-e szó. Az sem mindegy, hogy milyen terek adnak keretet ezeknek a tárlatoknak: valós terek digitalizált változataiba, virtuális, szimulált terekbe, digitalizált és szimulált terek kombinációjába léphetnek be a látogatók, de módosítja a látogatói élményt, hogy ezeket 2D-ben vagy épp 3D-ben tekintheti-e meg a látogató.³⁶²

A minden évben az Emberi Erőforrások Minisztériuma számára leadandó éves munkajelentés és statisztikai adatok elkészítéséhez a 2020-as esztendőre vonatkozóan a következő szükségzavú és szigorú definíciót kapták támpontként a dolgozók: „*Virtuális kiállításnak a virtuális formában körbejárható tárlat tekinthető. Egy vagy akár több műtárgy képekkel és szöveggel ellátott bemutatása a körbejárhatóság hiányában nem tekinthető virtuális kiállításnak.*”³⁶³ Azaz az EMMI csak a virtuális térben, a fizikai térhez némiképp hasonló módon bejárható tárlatokat fogadta el meghatározásában.

A múzeumi dolgozók tapasztalatait kutató kérdőívben a virtuális kiállítás fogalmára is rákérdeztem, főleg miután a válaszadók 24,3 százaléka (81 fő) vett részt a pandémia alatt ilyen típusú tartalom elkészítésében. A meghatározások hűen tükrözik a területre jellemző bizonytalanságot, de kirajzolódik, hogy a magyar szakma meglehetősen tapasztalt, van véleménye, és kész megvitatni a területet. A főleg diplomás múzeumi szakemberek kortól, a múzeum nagyságától, régiójától függetlenül határozott elképzeléssel rendelkeznek a műfajról.

³⁶² Új virtuális kiállítás a Nemzeti Múzeumban: Közös időnk '89–90. <https://magyarmuzeumok.hu/cikk/uj-virtualis-kiallitas-a-nemzeti-muzeumban-kozos-idonk-39-89-90> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 06. A sajtóanyagot Kómár Éva (MNM) kollégámmal készítettük.

³⁶³ Forrás: KultStat. <https://kultstat.oszk.hu/#/home/news/c4d08b53-45d9-413f-b23d-5a6e0ceabaf1>. – Utolsó letöltés: 2021. 11. 01.

A nagyszámú szöveges válasz (139) arra is utal, hogy a téma rendkívüli módon foglalkoztatja a múzeumi dolgozókat. Néhány, későbbi szakmai diskurzust inspiráló meghatározás:

- (Optimális esetben) befogadható mennyiségű, egyedül is könnyen feldolgozható, gép előtt ülve is élvezhető, kiváló minőségű képekkel ellátott tárlat, amely önmagában is értelmezhető (*Budapest, nő, diplomás, 25–29 év, országos múzeum*).
- Online platformon keresztül léphetünk be egy digitális múzeumi térbe, ahol az egyes művek „reprodukcióira” kattintva a szimpla képnél sokkal több háttérinformációt kapunk (*Budapest, nő, diplomás, 50–65, közérdekű muzeális gyűjtemény*).
- A virtuális kiállítás olyan online esemény, amely lehetővé teszi a múzeumok számára, hogy bemutassák gyűjteményüket a közönség széles spektrumának (*Budapest, nő, diplomás, 40–49 év, országos múzeum*).
- Gyűjteményi tárgyak, fotók és dokumentumok adják az alapját. A tárgyak jól adatoltak. Van forgatókönyve, sztorija, grafikai arculata és élményszerű megjelenése a virtuális térben. A kiállítási szövegek mellé interaktív játékok és filmek is kapcsolódnak (*BAZ megye, férfi, fokozat, 40–49 év, megyei hatókörű városi múzeum*).
- Személyes érdeklődésnek megfelelően ad betekintést a múzeum kiállításába. Amellett, hogy a kurátor által megfogalmazni kívánt tartalmakat mutatja, lehetőséget biztosít az egyéni preferencia szerinti elmélyülésre. Esetleg a kiállítás mélyebb rétegeibe ad betekintést tárgyakon, történeteken keresztül. Oktatásból érkező visszajelzések alapján igazán hasznos, ha oktatási tartalom is tartozik a virtuális kiállításhoz (*Komárom-Esztergom megye, nő, diplomás, 40–49 év, megyei hatókörű városi múzeum*).
- Virtuális kiállítás alatt kétféle dolgot is értek. Az egyik az, amikor egy, a valós térben is megvalósult kiállítás járható be virtuálisan olyan módon, hogy a tárgyak egyesével megtekinthetők, bővebb információt is kapunk róluk. A másik lehetőség, amivel intézményünk is élt két alkalommal, amikor egy online adatbázisra épülő modul segítségével hozunk létre egy csak a virtuális térben megvalósuló összeállítást, amikor a kiállítás témájában válogat össze a kurátor tárgyakat a gyűjteményből olyan módon, hogy azok metaadataikkal együtt vannak átemelve a virtuális kiállítás kontextusába. A kísérő szövegek tartalmazhatnak olyan hiperhivatkozásokat, melyek a múzeumi gyűjteményen túlmutatnak, például videók, máshol megjelent írások, weboldalak. A fogalomhoz hozzátartozik, hogy online térben jön létre a kiállítás, valamilyen digitális eszköz segítségével megtekinthető, a látogató bárholnan elérheti, nem kell adott földrajzi helyen tartózkodnia, és nem

kell időben sem alkalmazkodnia, kivéve azt az esetet, amikor online tárlatvezetésre jelentkezik, amit élő kapcsolás segítségével valósít meg a tárlatvezető (*BAZ megye, nő, diplomás, 30–39 év, megyei hatókörű városi múzeum*).

- Online felhasználásra készített, arra tervezett tematikus tárlat (*Fejér megye, nő, diplomás, 50–65 év, megyei hatókörű városi múzeum*).
- Olyan informatív felület, amelyen a felhasználók képet kaphatnak a megvalósult kiállítás fizikai jellemzőiről, belső tereiről, a kiállított műtárgyról, és hozzáférhetők számukra a kiállításban megjelenő falszövegek, műtárgyleírások (*Budapest, nő, diplomás, 25-29 év, országos múzeum*).
- 1. A digitális tartalmak valamilyen rendező elv mentén szerveződnek. 2. Nem szükséges, de pozitív, ha a tartalom folyamatosan fejleszthető, és modern technológiát használ. 3. Felhasználóbarát. 4. Szórakoztat és szolgálja a tanulást (*Budapest, nő, diplomás, 30–39 év, országos múzeum*).
- Online/virtuális térben elérhető, kurátori koncepció alapján válogatott, sorba rendezett digitális tartalmak összessége, melyek együtt új értelmet kapnak, szintézisük új minőséget hoz létre, értelmezi/történettel/háttérrel látja el magukat a kulturális javakat. Nem egyenlő szimpla online tárgykatalógussal, képgalériával, de nem feltétlenül virtuálisan épített, bejárható 3D-térben van elhelyezve (*Budapest, nő, diplomás, 40–49 év, országos múzeum*).
- Digitalizált műtárgyak online egymás mellé rendezése valamilyen tematika szerint, illetve a múzeumi térben tehető virtuális séta. Online elérhető, a kiállított objektumokhoz tartalom is kötődik, van egy koncepciója, illetve kurátora, a tartalom nem csak lineáris (*Budapest, nő, diplomás, 50–65 év, országos múzeum*).
- Virtuális tereket hoz létre, melynek pontjaihoz különböző tartalmakat, valamint látogató-látogató; muzeológus-látogató; muzeológus-muzeológus párbeszéd lehetőségeket kapcsolunk (*Budapest, férfi, tudományos fokozat, 50–65 év, országos múzeum*).
- Izgalmas látvány és élmény szötte (vizualitás, hangok, „illatok” történetek) – egy személyes jelenlét nélküli térben járva, akár egy képzeletbeli térben és ennek segítségével a gyűjteményünk izgalmas darbjait és az ahhoz tartozó sztorikat megmutatni (*Budapest, nő, diplomás, 50–65 év, országos szakmúzeum*).
- A valóságban nem létező kiállítás a médium saját eszközeivel létrehozva és feldolgozva, amely nem törekszik helyettesíteni a múzeumi élményt, hanem más megközelítési módokat kínál (*Hajdú-Bihar megye, nő, diplomás, 40–49 év, megyei hatókörű városi múzeum*).

- Virtuális kiállítás alatt két dolgot is értek. Az egyik, amikor egy valós kiállítás fizikai tere van bedigitalizálva, az online bejárható, és az egyes kiállítási elemek egyesével megtekinthetők, azokról többletinformáció tudható meg. A másik, amikor a kiállítás a fizikai térben nem létezik, csak az online térben. Tehát a műtárgyaknak egy olyan válogatása, ahol a bedigitalizált műtárgyak online megtekinthetők és információkkal ellátottak, valamint a kiállításához kapcsolódik egy összefoglaló szöveg vagy narráció, illetve a kiállítás más online, multimédiás tartalmakkal van gazdagítva (*BAZ megye, nő, diplomás, 30–39 év, megyei hatókörű városi múzeum*).
- Online tér – könnyen elérhető; izgalmas, olyan részleteket bemutató, amelyek a vitrinben nem látszódnak; hozzá kapcsolódó podcastok, vlogok – szakmai anyagok, amelyek felérnek egy tárlatvezetéssel, könnyen emészthető formában (*Budapest, nő, diplomás, 30–39 év, országos múzeum*).
- Adott kiállításban szereplő tárgyak virtuálisan is megtekinthetők, úgy, ahogy élőben is lehetséges volna (*Nógrád, férfi, diplomás, 30–39 év, megyei hatókörű városi múzeum*).
- Digitálisan elérhető múzeumi tartalom, mely tetszőleges időben megtekinthető a digitális térben (*Budapest, nő, diplomás, 50–65 év, országos múzeum*).
- Az online térből elérhető gyűjtemény, amely interaktív és bárhol elérhető (*Csongrád-Csanád megye, férfi, diplomás, 30–39 év, közérdekű muzeális kiállítóhely*).
- Nemcsak az egyes tárgyakat mutatja be, hanem a teljes kiállítást, a befogadó teret, a kiállítás koncepcióját is (*Heves megye, nő, diplomás, 40–49 év, megyei hatókörű városi múzeum*).
- A digitális képalkotó technikákkal készült, a tartalmakat tetszőleges útvonalon, sorrendben szabadon megismerhető válogatás. A kiállítás anyagának megismeréséhez forgatókönyv, javasolt útvonal is készül (*Heves megye, nő, diplomás, 50–65 év, megyei hatókörű városi múzeum*).

A meghatározásokból kirajzolódik a tértől és időtől független, online elérhetőség, a kurátori koncepció kiemelt szerepe, az interaktivitás, a hipertextualitás, a különböző multimédiás, szöveges tartalmak összekapcsolhatóságának igénye, a digitalizált műtárgyállomány „helyzetbe hozása”, a 3D- és egyéb technológiák nélkülözhetetlensége, az oktatási és közművelődési felhasználhatóság. Érezhető, hogy az adatközlők igyekeznek elkülöníteni a valós terek virtuális változatát és az elve virtuális környezetbe készített kiállítások típusát. A megfogalmazásokban a Theodor Nelson által használt intertvingularitás lehetőségére

is felfigyelhetünk: a virtuális kiállítások alkalmasok arra, hogy különböző technológiai megoldásokon keresztül úgy kapcsoljanak össze digitális tartalmakat, hogy azok új minőséget hozzanak létre.

A Magyar Nemzeti Múzeum már idézett sajtóanyagában Kómár Éva múzeum-informatikussal is hasonlóképp definiáltuk a virtuális kiállítást az éppen az online térben alternatív módon létrehozott, a fizikai valóságban is létező, de nem látogatható *Közös időnk 89–90* című kiállítás megnyitója kapcsán: „A virtuális kiállítások olyan többdimenziós információval ellátott hipermediális gyűjtemények, amelyek a digitális objektumokat valamilyen közös rendezőelv (téma, koncepció) alapján fűzik egybe, 2D- vagy 3D-formátumban jelenítik meg, és elosztott rendszerekben tárolják. Ezek a bemutatók a legmodernebb technológiákat alkalmazó, felhasználóközpontú, dinamikusan frissíthető szolgáltatások, melyek a felfedezést, a tanulást és szórakoztatást immerzív módon teszik lehetővé. A digitális objektumokból álló gyűjtemények ugyanakkor önmagukban nem azonosak a virtuális kiállításokkal. Csak akkor képeznek kiállítást, ha a valamilyen logikai útvonal vagy narratíva mentén szerveződnek egy téma illusztrálására.”³⁶⁴

A Magyar Nemzeti Múzeum nem véletlenül jutott el egy saját definíció megalkotásáig, hiszen az online tereiben számos virtuális kiállítás volt látható. Az épületben látogatható állandó kiállítások a honlapon régóta bejárhatók, a *Lapidarium* akár VR-szemüveggel is megtekinthető. A múzeum a járvány alatt felváltva hozott létre online, kurátori koncepción alapuló szövegekre és képekre támaszkodó bemutatókat,³⁶⁵ a valódi térben látható Seuso-kiállítás bejárható, lézerszkennelt, hatalmas felbontásban megtekinthető tárgyakkal, multimédiával ellátott online elérhető 3D-változatát,³⁶⁶ valamint virtuális térben megrendezett, bejárható tárlatokat. Ilyen volt a *Közös időnk* is, amely összetett, kombinált élményt adó, multimédiás tartalmakat egybekapcsoló történeti kiállításként egyszerre adott teret a történész objektív, a visszaemlékező szubjektív és egy képregényíró fiktív elbeszélésének³⁶⁷ egy másik múzeumépület (esztergomi vár) 3D digitalizált tereiben, főleg 2D-s műtárgyfotók és multimédiás tartalom elhelyezésével. Míg a rendszerváltásról szóló tárlat egy létező kiállítás virtuális környezetbe fordított változata volt, addig *Az Ars et Virtus. Horvátország–Magyarország. 800 év kulturális öröksége* virtuális kiállítás egy a járvány miatt elmaradt,

³⁶⁴ Forrás: <https://magyarmuzeumok.hu/cikk/uj-virtualis-kiallitas-a-nemzeti-muzeumban-kozos-idonk-39-89-90>. – Utolsó letöltés: 2021. 11. 06.

³⁶⁵ Nőknek való vidék? <https://mnm.hu/hu/kiallitasok/virtualis-kiallitas/nonnek-valo-videk>, Régészettörténetek <https://mnm.hu/hu/kiallitasok/virtualis-kiallitas/regesztortenetek>, Az arisztokrácia világa <https://mnm.hu/hu/kiallitasok/virtualis-kiallitas/az-arisztokracia-vilaga>, Fény az éjszakában <https://mnm.hu/hu/kiallitasok/virtualis-kiallitas/feny-az-ejszakaban>. – Utolsó letöltés: 2021. 11. 06.

³⁶⁶ Seuso.kincs – Pannónia fénye 3D virtuális kiállítás. <https://mnm.hu/hu/kiallitasok/virtualis-kiallitas/seuso-kincs-pannonia-feny-3d-virtualis-kiallitas>. – Utolsó letöltés: 2021. 11. 06.

³⁶⁷ Forrás: <https://mnm.hu/virtualis/89/>. – Utolsó letöltés: 2021. 11. 06.

nemzetközi együttműködésre épülő közös munka, többnyelvű, folyamatosan gyarapodó megvalósulása lett a Nemzeti Múzeum Dísztermének és Kandallótermének digitalizált másában.³⁶⁸

Egészen másfajta kurátori gondolkodást tükröz a Szabadtéri Néprajzi Múzeum *Amikor minden más lett* című 2020. június 4-én közzétett virtuális kiállítása. A virtuális tárlat vizuális megjelenítése, tartalmi felépítése, kétnyelvű szövegek és tárgyfeliratok, kurátori koncepcióján, a beágyazott multimédiás és gamifikatív tartalmak (hősi emlékművek interaktív térkép, személyes történetek, beágyazott infografikák, filmek és zenék, interaktív játékos elemek) a pandémia első hullámában is példaértékű volt. A kurátorok – Kloska Tamás, Tömöri Szilvia és Sári Zsolt –, valamint a PlayDead Stúdió egy fizikai térbe készülõ kiállítás tervét ültették át a virtuális világba: jelezve, hogy a járvány miatt ezt a klasszikus analóg múzeumi tevékenységet sem kell feladni, hanem meg kell újítani. A kurátorok ugyanis itt nem egy meglévõ kiállítást ültettek át a virtuális térbe, nem is egy csupán online térben mûködõ virtuális tárlatot hoztak létre, hanem azt is megmutatták, miként használható ez a technológia a jövõben a kiállítások tervezésekor, úgy hogy a 3D-tervek ne csak látványos belsõépítészeti vázlatok legyenek, hanem a virtuális és online tér sajátosságaira apelláló, akadálymentesítésre és dokumentálásra is alkalmas, párhuzamos, a fizikai térben felépülõ kiállítást erősítõ alkotás.³⁶⁹

Hasonlóan elõremutató az Exhibit Online tevékenysége, melynek szakértõi már nem egyedül virtuális terek létrehozására, hanem késõbbi bevételgenerálásra is gondoltak. A pandémia alatt sikermûfajjává vált, a múzeumok virtuális kiállításaiban élõ közvetítéssel megvalósított tárlatvezetések szolgáltatássá alakítása sikeresen megvalósult a Szépmûvészeti Múzeumban, a Magyar Nemzeti Galériában. A meglévõ, analóg kiállítások tereinek digitalizálására, és az ott látható mûtárgyak, információk élvezhetõvé tételére épülõ megoldás a Ludwig Múzeum BarabásiLab, a Magyar Kereskedelmi és Vendéglátóipari Múzeum, a Magyar Zsidó Múzeum és Levéltár gyakorlatába is beépült. Az ötlet lényege, hogy a digitális környezetben dolgozó tárlatvezetõ könnyedén navigálhasson az virtuális térben, és könnyedén ráfókuszálhasson a nagy felbontásban bemutatható mûalkotásokra. A rendszer azt is lehetővé teszi, hogy azok, akik egy-egy vezetésre befizettek, még meghatározott ideig visszatérhessenek a kiállításba.

Az Év Kiállítása Díj 2021 elismerés virtuális kiállítás kategóriájának gyõztese – a minisztérium által meghatározott definíciónak némiképp ellentmondva – egy olyan kiállítás lett, amely nem 3D virtuális térben navigál, hanem a világhálóra jellemzõ, elsõsorban

³⁶⁸ Ars et Virtus. Horvátország–Magyarország. 800 év kulturális öröksége. <https://mnm.hu/virtualis/arsetvirtus/>. – Utolsó letöltés: 2021. 11. 06.

³⁶⁹ Ruttkay 2020.

hipermediális praxisra építkezve hoz létre új tartalomegyüttest. A Dobó István Vármúzeum *Egri BORKóstoló – A szőlőművelés öröksége* című angol és magyar nyelvű kiállítása egyszerű összefoglalóval és menüsorral indít, hogy a néprajzi gyűjtemény tárgyain, animációs filmekben, archív videó- és hangfelvételeken, fényképeken, valamint interaktív wordwall játékokon keresztül bemutassa a régió szőlő- és borkultúráját. A nyolc tematikus egység szöveg- és képanyagát három animációs film színesíti, amelyekből megismerhetjük az egri szőlőművelés és szüret mozzanatait, Gárdonyi Géza és a bor kalandos történetét, valamint fény derül az egri bikavér legendájára is. A tárlat külön erénye, hogy nemcsak online, hanem offline körülmények között is használható, az intézmény múzeumpedagógiai foglalkozásaihoz kapcsolódva.³⁷⁰

Ugyancsak egyre nő azoknak a virtuális kiállításoknak a száma, amelyek kurátorai arra törekednek, hogy a múzeum meglévő digitális gyűjteményét ne csak közgégyék, hanem arra késztessek a felhasználókat, hogy interaktív kapcsolatba lépjenek a műtárgyak digitális másaival. A Petőfi Irodalmi Múzeum ehhez hasonló demokratikus elveket kívánt figyelembe venni, amikor elhatározta, hogy interakcióra, kommentelésre, részvételre ösztönzi a *Tied a gyűjtemény* projekt résztvevőit. A „2018-ban megvalósult *A Tied a gyűjtemény* olyan online felületté vált, amely lehetővé tette, hogy a felhasználók (elsődlegesen középiskolás diákok) egyfajta háromrétegű, alárendeléses struktúrában saját koncepciójuk alapján tárlatot készítsenek egy-egy irodalmi műhöz, szövegfragmentumhoz vagy szövegegységhez. Ez részben az interneten hozzáférhető tartalmak szelekciójából és kombinációjából, illetve a kiválasztott találatok sajátos elrendezéséből, megformázásából áll. A létrehozandó tárlatok az eredeti koncepcióban szövegalapúak voltak, hiszen a Digitális Irodalmi Akadémia (DIA) felülete lett az elsődleges kiindulási pont, továbbá semmifajta múzeumi autorizáló előválogatásnak, rendszerezésnek vagy a végeredményt hitelesítő múzeumi véleményezésnek nem voltak alávetve. A múzeum mindössze a nyilvánosságra hozatal fontos „validáló” lehetőségét tartotta fenn magának: az elkészült kiállításokat egy gombnyomással a múzeum valamely munkatársa publikálta” – fogalmazták meg a projekt vezetői, Czékmány Anna és Sidó Anna.³⁷¹ Ez a fajta gondolkodás is hozzájárult ahhoz, hogy a PIM fedezte fel elsőként és osztotta meg azt a ThinkLink alkalmazást, amely a magyar online múzeumpedagógia egyik legfontosabb eszközévé vált a járvány idején. Az alkalmazás segítségével meglévő kiállítótérek 3D-s vagy 2D-s képeihez ikon- és jelrendszer segítségével videók, szövegek, képek, filmek, hanganyagok kapcsolhatók, olyan hipermediális teret létrehozva, ahol a múzeumpedagógus egy

³⁷⁰ Egri BORKóstoló: <https://egribor.egriivar.hu/> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 07., Herczeg 2021.

³⁷¹ Czékmány–Sidó 2020. 188.

meglévő tárlathoz rendelhet világhálón elérhető tartalmakat, ezzel is kitágítva a megismerés lehetőségeit az oktatás és az egyéni látogatók számára.³⁷²

A virtuális kiállítások nem új keletű elemei a múzeumoknak.³⁷³ A sokszor öncélú, gyorsan elavuló technikai háttérrel bíró múzeumok³⁷⁴ 360 fokos virtuális sétái, ahol még a vitrineket is csak messziről tudjuk megnézni (a feliratokról nem is beszélve), a sokszor didaktikus bemutatók számos újszerű, előremutató megoldással egészültek ki. Az egykor üres, 3D-fotótechnikára épülő digitális terek a járvány alatt érzékelhető digitális éhség következtében megteltek tartalommal, kreatív megoldások születtek, sokszor új minőséget, műfajt teremtve.

A virtuális kiállítás sosem lehet a fizikai térben, valódi tárgyakkal megrendezett, igazi találkozásokra alkalmas nyújtó tárlat konkurenciája, a pandémia alatt kialakult korszerű megoldások, a megteremtésükkel szerzett tapasztalat azonban abba az irányba mutat, hogy ez a műfaj a jövőben komolyabb és átgondoltabb szerepet kaphat a múzeumi tudásközvetítésben.

Ehhez azonban nélkülözhetetlen a különböző terminológiák használatával kapcsolatos szakmai viták elindítása, hiszen a felhasználók tudni akarják, hogy milyen élményre számíthatnak egy-egy kifejezésre kattintva.³⁷⁵ A posztdigitális múzeumi diskurzus legfontosabb állítása, hogy a múzeumok online terei, digitális gyakorlata integrálódik az intézményi működésbe, ez azonban nem a fizikai és online terek összeolvadását, hanem tudatos használatát jelenti. Ez pedig igényli a pontos fogalmi használatot, amikor online múzeumi élményekre fókuszálunk. A kutatások azt mutatják, hogy a magyar múzeumszakma felkészült ennek a vitának a lebonyolítására, a jövőben mindenképp érdemes ennek megfelelő szakmai fórumot találni.

5.2. Közösségi média³⁷⁶

„Egyes közösségi médiafelületek az elmúlt évtizedben fenomenális népszerűsége tettek szert a világ számos pontján, osztály, nemi és generációs határokat átlépve” – fogalmazta meg 2013-ban Kirsten Drotner és Kim Christian Schröder, akiknek a nevéhez kötődik a múzeumok erre vonatkozó gyakorlatát összegző egyik legfontosabb tanulmánykötet, kiemelve a kétirányú kommunikáció jelentőségét, a felhasználók egyszerű interakciójának szerepét, a hálózatépítésben, együttműködésben, az azonos érdeklődési kör mentén való szerveződésben

³⁷² Czékmány 2020.

³⁷³ Dömötör Ági: Egérrel a múzeumban (keletkezés: 2011. 02. 05.) cikke 15 nemzetközi és magyar példát vonultat fel. <https://www.origo.hu/kultura/20110203-a-vilag-15-legjobb-virtualis-muzeuma-es-kiallitasa.html>.

³⁷⁴ Arne Keunecke 15 virtuális kiállítást próbált ki és írta le nem mindig pozitív tapasztalatait *Virtuelle Ausstellung* című bejegyzésében. <https://www.goldenerwesten.net/virtuelle-ausstellung/> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 01.

³⁷⁵ Vö. Hartig 2019.

³⁷⁶ A fejezet egyes részeit publikáltam itt: Berényi 2021d.

rejlő lehetőségeket, a saját magunk által létrehozott, szerkesztett és kommentelt tartalmak fontosságát, a hivatalos és a hétköznapi hangok keveredését.³⁷⁷

Az *Art Newspaper*, amely évente kimutatást készít a világ leglátogatottabb múzeumairól, 2020 márciusában úgy döntött, hogy összeveti a sztárintézmények közösségi médiatáborát is. A szerkesztők felismerték, hogy már elmúltak azok az idők, amikor a bejáratokon átsétáló tömeg határozta meg egy múzeum népszerűségét, egyre inkább figyelembe kell venni a közösségi média követők számát és elkötelezettségét is. Így számszerűsítették a száz leglátogatottabb múzeum Instagram-, Twitter- és Facebook-követői táborát. Az élre egy olyan múzeum – a New York-i Modern Művészetek Múzeuma (MoMA) – került 12,4 millió követővel, amely 2019-ben felújítás miatt hónapokig zárva tartott, és így csak a 31. helyen szerepelt a hagyományos toplistán 1,9 millió látogatóval. Második helyen a 6,5 millió látogatójára büszke New York-i Metropolitan Művészeti Múzeum végzett 9,8 millió követővel. A londoni Tate 9,3 millió, a párizsi Musée du Louvre, amely a világ leglátogatottabb múzeuma 7,7 millió követőt mondhatott magáénak.³⁷⁸ Viszonyításként: Magyarországon 2019 áprilisában a Ludwig Múzeum vezetett, 70 ezer Facebook-, és nyolcezer Instagram-követővel³⁷⁹ (2019-ben 106 ezres fizikai látogatással)³⁸⁰. A fizikai látogatásokat és a közösségi médiában mért interakciókat összehasonlítva elgondolkodtató, hogy például a MoMa hatszor annyi embert ért el az interneten, mint a valódi tereiben, de például a Metropolitan és a Tate is magasabb online számokat produkált.

Az adatok mögött nemcsak a látogatók online érdeklődése, hanem az intézmények hatékony social media praxisa is megfigyelhető (lásd 3.1.2). A múzeumok világszerte törekednek arra, hogy külön stáb vagy szakértő foglalkozzon a közösségi médiával, gondoskodjon a megfelelő tartalomszolgáltatásról, az online közösségekkel való kapcsolattartásról. A Metropolitan Múzeumban például 2020-ban két fő, a londoni Tate hálózatában három, a Louvre-ban négy szakember foglalkozik a területtel.³⁸¹ Ez Magyarországon sincs másként, az országos múzeumokban már szinte kivétel nélkül ezzel megbízott szakember dolgozik a közösségi médián, és a kisebb intézményekben is egyre több helyen meghatározzák, melyik alkalmazott munkakörébe tartozik a platformok kezelése.

³⁷⁷ Drotner–Schroder 2013., Vö. 3.1.2. fejezet.

³⁷⁸ Which museums have the biggest social media followings?

<https://www.theartnewspaper.com/2020/03/31/which-museums-have-the-biggest-social-media-followings> –

Utolsó letöltés: 2021. 11. 01.

³⁷⁹ Mácsai 2019.

³⁸⁰ Forrás: MúzeumStat <https://muzeumstat.hu/hu/summary?state%5Bdatagroup%5D=visitors&id=130> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 06.

³⁸¹ Which museums have the biggest social media followings?

<https://www.theartnewspaper.com/2020/03/31/which-museums-have-the-biggest-social-media-followings>. – Utolsó letöltés: 2021. 11. 06.

Az *Art Newspaper* felmérése több szempontból is lényeges. Azon túl, hogy felismerte, a múzeumok ismertsége, hatása, ereje, befolyása szempontjából az online kapcsolatokat éppúgy számításba kell venni, mint az offline terek látogatását, rögzítette a járványt közvetlenül megelőző időszak trendjeit is. A vizsgált, száz legnagyobb látogatószámmal rendelkező sztármúzeum legnépszerűbb közösségi média platformja 2019-ben a Twitter volt, összesen 45,7 millió követővel. A második az Instagram 41,7 millióval, miközben a Facebook csak 32,3 milliós tábor tudott felmutatni. Az *Art Newspaper* arra is felhívta a figyelmet, hogy a Twitter négy évvel idősebb, mint az Instagram, úgyhogy nagy változások várhatók ezen a területen. A jóslat bevált, egy évvel később – már a pandémia online terekre gyakorolt hatását is kutatva – a lap munkatársai megismételték a mérést, és kiderült a száz vizsgált múzeum követőtábor az Instagramon kiugróan gyarapodott: 13 millió fővel, azaz 30 százalékkal. A második helyre szorult Twitter 13, a Facebook ötszázalékos növekedést mutatott. A British Museum, a londoni National Gallery, valamint a Louvre 12 százalékkal, az ismét első helyen szereplő MoMa hat százalékkal pörgette fel követői számát 2020-ban az Instagram, a Twitter és a Facebook összesített adatai szerint.³⁸²

A NEMO korábban már bemutatott kutatása is rávilágított,³⁸³ hogy a múzeumok csaknem 80 százaléka erősítette meg online jelenlétét a járvány időszakában, és ez elsősorban a social media platformjaira irányult, különös tekintettel a Facebook, a Twitter, az Instagram, és a YouTube felületeire. Egy másik nemzetközi, 2020. októberi felmérés szerint a megkérdezett múzeumok közül mintegy 42 százalék növelte közösségi médiatevékenységét a lezárást követően,³⁸⁴ sőt közülük jellemzően korábban nem használt megoldásokat (élő közvetítés, kihívás, csoport, story) is bevetettek.

A bezártság a rangos francia múzeumokat is arra készítette, hogy hatékonyabban használják a közösségi médiát. A Musée d'Orsay 360 ezer új követőt szerzett, ami több mint 40 százalékos emelkedés. A madridi Reina Sofia 57, a szentpétervári Ermitázs 45, a 19 múzeumépületet felölelő Staatliche Museen zu Berlin 44 százalékot ugrott. Különösen sokat fejlődtek a turisztikai szempontból kiemelkedő helyzetben lévő olasz múzeumok. A járvány korai szakaszában már bezáró és azonnal online közvetítéseket produkáló firenzei Galleria dell'Accademia és Galleria degli Uffizi közösségi médiapolitikája is erőteljes fordulatot vett. Az Accademia 112 százalékkal, az Uffizi 50 százalékkal növelte közösségi

³⁸² Instagram overtakes Twitter as most popular platform for museums during COVID-19 pandemic. *The Art Newspaper*. <https://www.theartnewspaper.com/2021/03/29/instagram-overtakes-twitter-as-most-popular-platform-for-museums-during-covid-19-pandemic> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 01.

³⁸³ NEMO 2020.

³⁸⁴ Forrás: *Statista*. Share of museums starting or increasing digital activities after the lockdown as of October 2020. <https://www.statista.com/statistics/1203110/digital-museum-activities-during-coronavirus-worldwide/> – Utolsó letöltés: 2021. 07. 01.

média követőinek számát. Ez utóbbi múzeumnak 2020 elején még Facebook-fiókja sem volt, 2021 márciusára már százezres rajongói körrel dicsekedhetett, akiket innovatív programokkal (például heti főzőműsorral) szórakoztatott. A korábban a globális offline látogatottsági lista harmadik helyén álló Vatikáni Múzeumok szakemberei hasonlóan a pandémia hatására gondolták újra közösségi médiapolitikájukat 600 százalékos növekedéssel.³⁸⁵ A száz legnagyobb olasz állami múzeum vizsgálata is arról vallott, hogy az intézmények átlagosan megduplázták a közösségi médiafelületeik használatát, újszerű megoldásokkal próbálkoztak, amelyek sikeresnek bizonyultak. Az interakció növekedése ugyanakkor nem egyértelmű, főleg miután a kulisszatitkokat, műelemzéseket tartalmazó anyagok nem a párbeszéd, a kétirányú kommunikáció irányába mutattak,³⁸⁶ hanem inkább a frontális tudásátadás metodikáját követték.

Ebben az időszakban új közösségi médiaplatformok is megjelentek a múzeumok praxisában.³⁸⁷ A kifejezetten a 25 év alattiak által használt TikTokban rejlő lehetőségekre is egyre többen figyeltek fel: az Uffizinek például több mint 70 ezres, az amszterdami Rijksmuseumnak 80 ezres, a versailles-i kastélynak 135 ezres rajongói köre van a platformon.³⁸⁸ A TikTok-on ráadásul a korán ébredő kisebb múzeumok is kiugró teljesítményt értek el. Egy észak-angliai városkában, Dudley-ben a Black Country Living Museum élő múzeumi interpretációkkal, a helyi akcentus sajátosságaival fűszerezett posztjaival 2021 novemberére 1,3 millió követőre tett szert.³⁸⁹ Magyarországon a Petőfi Irodalmi Múzeum használja sikeresen a felületet, 2021 novemberében 6559 követővel. A PSofficial TikTok profil animációs sorozata a „ki is Petőfi Sándor, a híres, magyar, forradalmár költő?” örök kérdése kerül forog.³⁹⁰

A néhány másodperces zenei és szinkronizáló, ismétlődő videókat közzétévő, 2012-ben alapított, kínai TikTok múzeumi alkalmazása önmagában is jelzi, mekkorát változott a múzeumok viszonya a különböző felhasználói igényekhez. A múzeumok egy része megtanulta a közösségi média különböző hangnemeit, ráadásul az egyes platformoknak megfelelő húrokat penget. A posztok a korábbinál jóval viccesebbek, lazábbak lettek, és nem félnek az

³⁸⁵ Instagram overtakes Twitter as most popular platform for museums during COVID–19 pandemic. *The Art Newspaper*. <https://www.theartnewspaper.com/2021/03/29/instagram-overtakes-twitter-as-most-popular-platform-for-museums-during-covid-19-pandemic> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 01.

³⁸⁶ Agostino–Arnaboldi–Lampis 2020.

³⁸⁷ Instagram overtakes Twitter as most popular platform for museums during COVID–19 pandemic. *The Art Newspaper*. <https://www.theartnewspaper.com/2021/03/29/instagram-overtakes-twitter-as-most-popular-platform-for-museums-during-covid-19-pandemic> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 01.

³⁸⁸ Uo.

³⁸⁹ Forrás: <https://www.tiktok.com/@blackcountrylivingmuseum?>, valamint How a Dudley museum became a TikTok sensation. *The Guardian* <https://www.theguardian.com/culture/2020/dec/13/how-a-dudley-museum-became-a-tiktok-sensation> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 06.

³⁹⁰ Forrás: https://www.tiktok.com/@pim_muzeum – Utolsó letöltés: 2021. 11. 01., valamint Czékmány 2021.

újdonságoktól. A chicagói Field Museum Twitter-fiókot indított SUE nevű T-rex-nek, és mintegy hatvanezer követője igazolja az ötlet sikerét,³⁹¹ a British Museum of English Rural Life „kövér birkája” már 2018-ban százezer feletti lájkot gyűjtött össze.³⁹² A Tate Britain még 2014-ben hívta GIF-partira közönségét a Tumblr-felületén, hogy 1840-es évekbeli festménygyűjteményét közösen „hozzák” lendületbe.³⁹³ Minden bizonnyal ez is hozzájárult, hogy a járvány alatt szinte mindennapossá vált a festményeket bemozdító, a portréknak mimikát adó megoldás a múzeumi profilokban.³⁹⁴ Egyre több intézmény készít mémeket³⁹⁵ digitalizált műalkotásaik, műtárgyaik felhasználásával, hogy ezen a módon nyisson kaput a fiatalabbak számára a művészet irányába.³⁹⁶ A szerteágazó kísérleteknek köszönhetően a közösségi média a járvány alatt a kommunikáció egyszerű csatornájából a tudásközvetítés legfontosabb eszközévé változott.³⁹⁷

A magyar kutatások is arra utalnak, hogy a múzeumok szerepvállalása erősödött a közösségi médiában. A Facebookon 24 százalékkal bővült azon magyar intézmények követőinek a száma, akik már 2019-ben jelen voltak ezen a platformon.³⁹⁸ A múzeumi dolgozók körében folytatott *Múzeumi munkatársak tevékenysége, munkakörülményei a világjárvány* című online kérdőíves kutatásom szerint a magyar kollegák 20,4 százaléka rendszeresen, 22,2 százaléka esetenként már a járvány előtt is dolgozott valamelyik közösségi médiaplatformon.³⁹⁹ A járvány alatt különösen megnőtt a rendszeresen a területtel foglalkozók száma (8,4 százalékkal), ami azt jelenti, hogy a megkérdezett múzeumi szakemberek fele találkozott a pandémia alatt virtuálisan a múzeum közösségeivel. A Facebookon 84,2 százaléku dolgozott, a YouTube-on 33,2, az Instagramon 24, a Twitteren 3,1, a Tik-Tokon 1,5

³⁹¹ https://twitter.com/SUEtheTrex?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1018841589194649601%7Ctwgr%5E%7Ctwcon%5Es1_&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.tiqets.com%2Fvenues%2Fblog%2Fsocial-media-strategy-for-museums-how-to-reach-a-younger-audience-online%2F – Utolsó letöltés: 2021. 11. 01.

³⁹² https://twitter.com/TheMERL/status/983341970318938112?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E983341970318938112%7Ctwgr%5E%7Ctwcon%5Es1_&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.tiqets.com%2Fvenues%2Fblog%2Fsocial-media-strategy-for-museums-how-to-reach-a-younger-audience-online%2F – Utolsó letöltés: 2021. 11. 01.

³⁹³ <https://mw2015.museumsandtheweb.com/bow/1840s-gif-party-at-tate-britain/> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 06.

³⁹⁴ Egy példa a Szépművészeti Múzeum Instagram-fiókjából, amikor Mátyóki Ádám 1711-es önarcképe fakad mosolyra: <https://www.instagram.com/p/CMCwSjGh23U/?hl=hu>.

³⁹⁵ „A mémek a gondolatoknak azon legkisebb, még vagy már önmagukban is értelmes szöveges, képi vagy multimediális egységei, amelyek megbízhatóan és termékenyen másolódnak az egyik emberi agyból a másikba. A mém egy olyan replikátor, mely az egyének elméjét használja a megsokszorozódáshoz. Az emberi elme ugyanis kiválóan alkalmas mind a másolásra, mind az innovációra, legyen szó ötletekről, viselkedésmintákról, dallamokról vagy képekről.” Szűts 2018, 411–412.

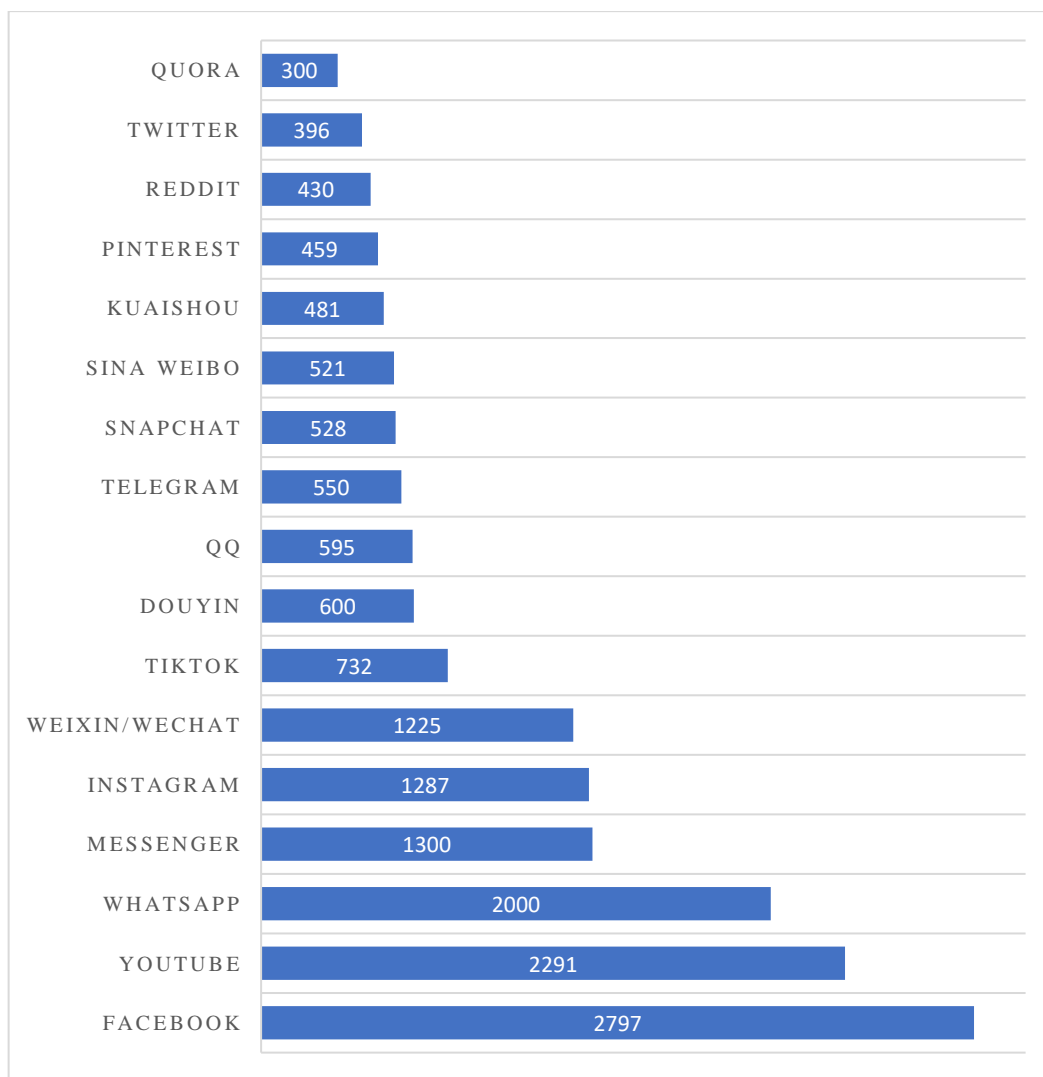
³⁹⁶ Válogatás a Pinterest felületén: <https://hu.pinterest.com/mandgcollection/museum-memes/> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 04.

³⁹⁷ Vö. Agostino–Arnaboldi–Lampis 2020.

³⁹⁸ Pacsika 2021a, 11.

³⁹⁹ A reprezentatívnek nem tekinthető kérdőíves kutatást 2021. május 24. és június 30. között végeztem. A kérdésekre 350 értékelhető válasz érkezett az ország különböző besorolású, földrajzi helyzetű, eltérő munkakörű múzeumi munkatársaitól, akik nem minden kérdésre adtak választ.

(vö. 25. ábra). 52 százalékuk ezeket az online tartalmakat érezte a legsikeresebbnek, ami nagyon közel áll a felhasználók érdeklődéséhez is (58,4 százalék – lásd 27. ábra), valamint illeszkedik az egyes közösségi médiafelületek népszerűségéhez is (vö. 70. ábra). Közülük elsőként a Facebook és az Instagram, majd a videótartalmak megosztására alkalmas YouTube tartalomszolgáltatási gyakorlatait tekintem át.



70. ábra

A legnépszerűbb közösségi hálózatok világszerte 2021 áprilisában, az aktív felhasználók száma szerint rangsorolva (millió).

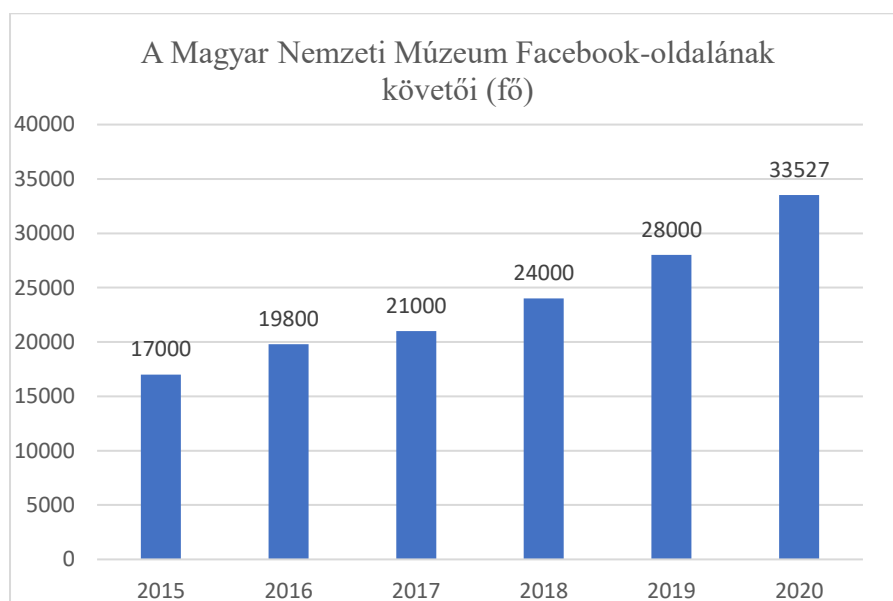
Forrás: Statista, 2021. 06. 29.

5.2.1. Magyar kedvencek: Facebook és Instagram

A már említett nemzetközi és hazai kutatások egyaránt megállapították, hogy a múzeumok leginkább a közösségi médiában érezték eredményesnek a tevékenységüket. A Szabadtéri Néprajzi Múzeum – MOKK kutatása szerint is a magyar múzeumok a

Facebook és az Instagram felületeit aknázták ki legjobban a krízishelyzetben.⁴⁰⁰ A felmérésben 58 intézmény jelezte, hogy van hivatalos Instagram-oldala, amelyet tizenketten 2020-ban hoztak létre, 46 intézmény pedig, amelyek már 2019-ben jelen voltak az Instagramon, átlagosan 24 százalékos emelkedésről számolt be követőinek számát tekintve a 2020-as évben.

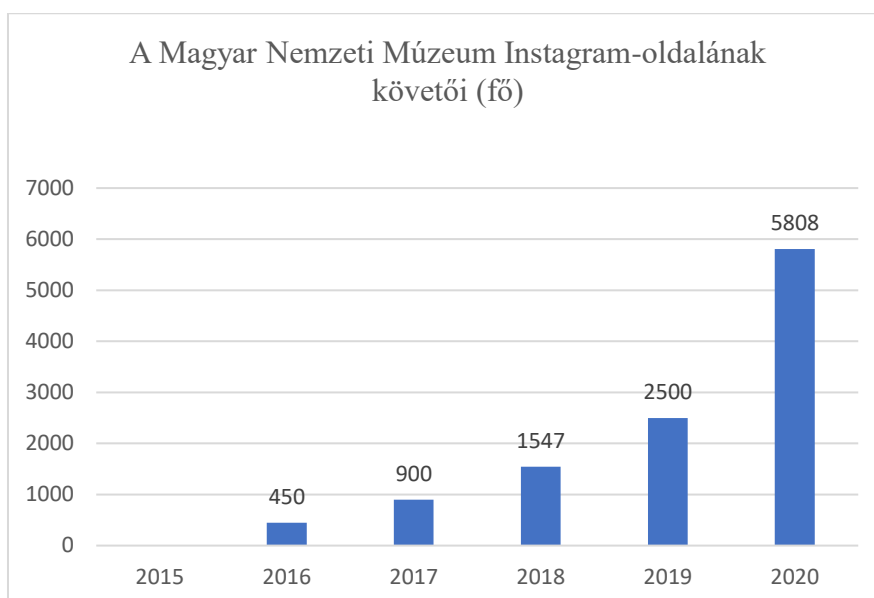
A Facebookon 168 intézménynek már 2020-at megelőzően is volt saját profilja, csupán két múzeum csatlakozott 2020-ban, és mindösszesen 27 jelezte, hogy még nincsen jelenléte a közösségi oldalon. A Facebookon 24 százalékkal bővült azon muzeális intézmények követőinek a száma, amelyek már 2019-ben jelen voltak ezen a platformon.⁴⁰¹ A növekedést jól mutatja a Magyar Nemzeti Múzeum Facebook- és Instagram-követői számának változása is (71-72. ábra) Az egyébként folyamatos növekedést mutató grafikonnál a Facebookon a korábbi három-négy ezres bővüléshez képest több mint ötezer fővel nőtt a rajongótábor, az Instagram követőinek száma pedig több mint duplájára emelkedett.⁴⁰²



⁴⁰⁰ Egy az Egyesült Államokban, zajló 66 kulturális intézményt érintő kutatás szintén arról számol be, hogy a járvány alatt a megkérdezettek leginkább az Instagram és a Facebook platformjain működtek sikeresen, itt erősödött követőik elkötelezettsége. Lásd Ryder–Zhang–Hua 2021.

⁴⁰¹ Pacsika 2021a, 11.

⁴⁰² A kutatás során kísérletet tettem arra, hogy a különböző múzeumok online statisztikai adatait összegyűjtsem és összehasonlítsam. A kezdeményezéshez számos múzeum állt pozitívan, küldte el adatait, azonban a következő okokból nem sikerült az összehasonítás: 1. Több intézmény korábban nem könyvelte az adatait, így visszamenőleg már nem volt megállapítható például a követők számának növekedése. 2. Az intézmények más módszerekkel, szempontok szerint mérték az adataikat az elmúlt években. 3. A Facebook rendszeresen változtatja a különböző beállítási lehetőségeket. 4. Nem visszakövethető és ellenőrizhető, melyik intézmény mikor élt a hirdetés eszközzel. A tárgyalt időszakban a Magyar Nemzeti Múzeum csak események, néhány kiemelt poszt esetében valósított meg fizetett kampányokat. A követők taborának növekedése 2020-ban és 2021 első felében organikus volt, nem állt mögötte fizetett hirdetés.



71-72. ábra

Forrás: A Magyar Nemzeti Múzeum Kommunikációs és Közművelődési Igazgatóságának saját célból készült adatgyűjtése⁴⁰³

A múzeumok közösségi médiatevékenységében az örvendetes emelkedés ellenére számos kérdést felvet a létrehozott tartalmak minősége, azok változatossága, egyedisége. A nemzetközi kutatások jelentései nemegyszer jelzik, hogy bizonytalannak érzik a múzeumi profilokban létrehozott tartalmak minőségét, azok változatosságát, egyediségét. A saját, múzeumi dolgozókra irányuló kutatásomban az online megoldások esetében a többség online játékokat, Facebook-csoportok működtetését, valamint virtuális tárlatvezetések, online programok, múzeumpedagógiai alkalmak, a közösségi médiában folyó kommentbeszélgetések levezénylését jelölte meg. A válaszadók által felsorolt példák azt tükrözik, hogy az intézmények meglehetősen hasonló struktúrák és elképzelések szerint dolgoztak, inkább a múzeum, a gyűjtemény és az éppen aktuális témák mentén jöttek létre a különböző variációk.

A múzeumok a közösségi médiában sokszor csupán „frontális” tartalommegosztásra szorítkoztak, nem volt számukra cél, hogy reakciót, aktivitást váltsanak ki követőtáborukban. A kutatásom során zajló háttérbeszélgetések inkább azt az érzetet keltették, hogy az intézmények a like-okat, megosztásokat inkább egyfajta „online tapsként”, a kritikus hozzászólásokat kellemetlenségként értékelték, semmint lehetőségként, hogy interakcióba, párbeszédbe lépjenek közönségükkel. Azaz ezek a megoldások inkább hasonlítanak a klasszikus (múzeumi szakember után vonuló csendes csoport, néhány kérdéssel) tárlatvezetés

⁴⁰³ Az adatgyűjtést a Magyar Nemzeti Múzeum Kommunikációs és Közművelődési Igazgatóságának munkatársai 2020 őszétől 2021 nyaráig közösen végezték.

„facebookosítására”, mint a platform indulatos és érzelmes kommentjei, aktivitásai után sóvárgó tartalomgyártásra.⁴⁰⁴ Ebbe az irányba mutat a már idézett olasz tanulmány is, amely arról is szól, hogy a múzeumi profilok követőszámának emelkedését nem követi az interakciók számának pozitív változása.⁴⁰⁵

Erre a jelenségre utal az UNESCO 2021. áprilisi jelentése is, amely amellett, hogy kiemeli az intézmények online tevékenységének kiugró növekedését, mégis felhívja a figyelmet: a nyilvánossággal generált interakciók nagyon rövidek maradtak, különösen ha azokat az in situ múzeumlátogatásokkal hasonlítjuk össze. Ráadásul a múzeumok közösségi médiában megjelent tartalmi nemcsak ismétlik egymást, nem használják ki az információs és kommunikációs technológiák által kínált lehetőségeket. Nem beszélve arról, hogy kritikus kutatók szerint a digitális kínálat inkább olyan kommunikációs gyakorlatnak tűnik, amely a múzeumok „kulisszái” közé vezeti az intézményt már korábban is ismerő látogatóközönséget, és ritkán törekszik új csoportok megszólítására.⁴⁰⁶

Az utóbbi megállapítást azonban más oldalról is érdemes megvilágítani. Nemcsak a Magyar Nemzeti Múzeumban szerzett tapasztalataim alapján, hanem a 4.3. fejezetben bemutatott *Hogyan értékeli a magyar látogatók a múzeumok koronavírus alatt folytatott online tevékenységét?* címen végzett kérdőíves kutatásom eredményei is árnyalták az UNESCO öt kontinens, több mint százezer múzeumi praxisára kiterjedő általánosító megállapítását. Ahogyan a 4.3.9. részben is olvasható, a megkérdezett 1006 fő 61,4 százaléka már a járvány előtt is követett múzeumokat a közösségi média különböző fórumain. A világhajrány miatt 2020 márciusában elrendelt szabályozások óta viszont 72,8 százalékra ugrott ez a szám. Azok aránya, akik a korábbinál több múzeumi intézményt kezdtek el követni ebben az időszakban, 48,1 százalék (51–53. ábra).⁴⁰⁷ Az, hogy az intézmények nemcsak megszokott látogatóikat érték el a közösségi médiában, azért is érdemes feltételezni, mert a lakosság jóval több időt kalandozott a világhálón (lásd 4.3.1. fejezet).

Különösen érdekes változásokra figyelhetünk fel, ha a követők aktivitása szempontjából végzünk mélyfúrást. A múzeumi dolgozókat megszólító kutatásomban mindössze 61 fő állította azt, hogy hozott már létre olyan interaktív online tartalmat, amelybe sikerült bevonnia a felhasználót. Ez alig tér el attól a 67 fős csoporttól, amelynek a pandémia előtt is sikerült már olyan múzeumi offline kiállítást, programot meghirdetni, amelybe sikeresen bevonták a látogatót, és valódi interaktivitás, tudáskörforgás jött létre. (Az online közösségépítésről az 5.3 fejezetben lesz részletesen szó.)

⁴⁰⁴ Vö. 3.1.2. fejezet, Gonzalez 2017, Kelly 2013.

⁴⁰⁵ Agostino–Arnaboldi–Lampis 2020.

⁴⁰⁶ UNESCO 2021.

⁴⁰⁷ Berényi, 2021b.

Az online múzeumhasználat nyilvánvalóan nem hasonlítható össze egy in situ múzeumlátogatás élményével, az ott zajló ismeretátadás hatékonyságával. A Magyar Nemzeti Múzeum közösségi médiafelületeinek vizsgálatakor azonban alapvető változásokra figyelhettem fel, amikor a felhasználók 2020-ban és 2019-ben tapasztalható viselkedését összevettem. A karanténhelyzettel sújtott 2020-as évben a Nemzeti Múzeum a Facebook-oldalán 218-cal, körülbelül ötödével növelte a posztok számát az előző évihez képest, két és félszeresére emelte a reakciók számát, megduplázta a megosztásokat és az elért felhasználók számát, másfélszer annyi hozzászólásra készítve követőit, mint korábban. Havi bontásban azt látjuk, hogy az érdeklődés a nyári enyhülés időszakában sem változott, a legeredményesebb hónap a július volt, és ahogy az előző évben, a tanévkezdés mélypontot hozott a Facebook-követők érdeklődése szempontjából.

A soha nem látott organikus növekedés mögött nemcsak a felhasználók nagyobb érdeklődése, nyitottsága áll, hanem megváltoztak a múzeum tartalmi is. A 2019-es év tartalmi elsősorban eseménymarketingről árulkodnak, azaz a megszokott híradáson, információszolgáltatáson túl az intézmény arra törekedett, hogy különböző programjairól hírt adjon, azokhoz ismeretterjesztő tartalmakat fűzve kedvet csináljon a múzeumlátogatáshoz. Ehhez főleg eseményeket hozott létre, valamint az idővonalán rövid, magyar nyelvű szöveggel ellátott képes tartalmakat készített, ritkán használva hashtageket. Sorozatai csak időszaki kiállításokhoz kapcsolódtak, valamint a rendszerváltáshoz kapcsolódó *Közös időnk* elnevezésű gyűjtőkampányához,⁴⁰⁸ aktuális tartalmak pedig az egyes évfordulókra, ünnepnapokra reagáltak. 2020 márciusától mindez megváltozott. Előtérbe kerültek a minőségi, ismeretterjesztő posztok, mindennap videó került fel, miközben az intézmény nagyon érzékenyen reagált a napi eseményekre. A saját maga által indítottak mellett⁴⁰⁹ kapcsolódott különböző nemzetközi és magyar sorozatokhoz (Föld napja, Beporzók napja stb.), számtalan hashtaget használt, és sikeres tematikus csoportokat⁴¹⁰ működtetett.

A megváltozott tartalomszolgáltatási stratégia az intézmény Instagram-oldalán is tetten érhető. A posztok száma megduplázódott, az elérések megnégyszereződtek, a lájkok száma majdnem ötszörösére, a kommenteké 15-szörösére, a nagyon értékesnek számító

⁴⁰⁸ A gyűjtőkampány online részének kudarcáról itt írtam részletesebben: Berényi 2020a.

⁴⁰⁹ Facebook: Lengyel Beatrix tollából (Lengyel Beatrix, a Magyar Nemzeti Múzeum Történelmi Fényképtárának muzeológusa rövid napi posztjaival történelmi évfordulókra fókuszált, melyek bemutatásánál az MNM Fényképtárának anyagát is segítségül hívta), MitFőztélKi (múltbéli receptek), Pénzek színes világa (numizmatikai videóblog), Képek a régészek életéből (ásatási tudósítások). Instagram: #KARANTEUM Online kiállítás | Te is a négy fal között ragadtál?, #RejtélyesTárgyak, #TavasziSéta Hemző Károllyal Budapesten az 1980-as években, Család és étkezés. Részletek: <https://mnm.hu/hu/muzeum/hirek/nonstop-nemzeti-muzeum> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 01.

⁴¹⁰ 25 éves a Múzeumok Majálisa Facebook-csoport – <https://www.facebook.com/groups/220021819416675> – Utolsó letöltés: 2021. 07. 31., My Home Office Challenge – Facebook-csoport. <https://www.facebook.com/groups/532107060841246> – Utolsó letöltés: 2021. 07. 27.

tartalommentéseké hét és félszeresére emelkedett. A havi bontásnál (79. ábra) viszont kiderül, hogy mindez főleg a 2020 novemberétől, a második hullám okozta lezárások számlájára írható. A tartalomelemzés során megállapítható, hogy ekkor indult az intézmény kétnyelvű *Fantasy Múzeum* kampánya, amikor egy-egy globális értelemben is népszerű történet – Harry Potter, Gyűrűk ura, Marvel-szuperhősök – jellegzetes tárgyaihoz egy-egy gyűjteményi tárgyat rendelt a projekt kurátora. Dumbledore professzor varázspálcája mellé került Erkel Ferenc aranyozott karmesteri pálcája, bronzkori kardok Zsákos Bilbó Fullánkja, az 1956-os forradalom alatt ledöntött Sztálin-szobor darabja a dühöngő zöld szörny, Hulk kezének viszonylatában kapott szokatlan értelmezési keretet,⁴¹¹ a posztok és különösen a sikerfilmekre utaló hashtagek nyomán pedig megjelent egy másik réteg a múzeum követőtáborában, akikkel az Instagramra jellemző harminc év alatti követők csoportja szélesedett. A rendhagyó és a magyar muzeológia esetében határfeszítő párosítások hatalmas média- és szakmai visszhangot váltottak ki. Míg az előbbi éltette a projektet, addig a múzeumi dolgozók hol zárt, hol nyilvános közösségi médiafelületén élénk vita zajlott. Felmerült, hogy interpretálhatjuk a történeti múzeumok tárgyi emlékeit, alkalmas-e arra a vizuális analógia, hogy összekapcsoljanak két objektumot, csorbíthatja-e mindez a tárgyak hitelességét.⁴¹² A diskurzus jól mutatja, hogy óriási

⁴¹¹ Ligeti 2021.

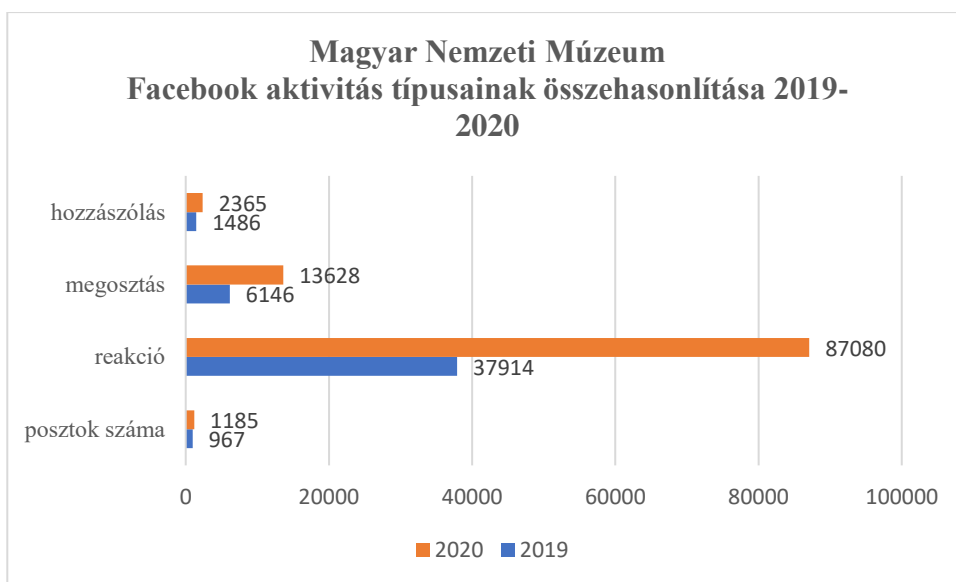
⁴¹² Egy nem nyilvános Facebook-bejegyzés alatt lévő vitából Sóki Diánát, a PIM múzeumpedagógusát idézem, a szerző engedélyével: „A fikcióval vont jól átgondolt és kellő magyarázattal színre vitt párhuzam semmit nem vesz el egy tárgy történeti hitelességéből, a mögötte meglévő történet mélységéből, az üzenetéből. A kérdés valóban az, mitől lesz egy ilyen párhuzam jó vagy épp rossz? Egyértelmű, hogy ezek a posztok kiket szeretnének megszólítani, s a populáris kultúra könnyed ismeretanyagán keresztül becsalogatni a múzeum világába. Ez egy olyan regiszter, réteg, kontextus, ami akár termékeny vitát is generálhat. Aki mélyebb tudással rendelkezik, jobban képben van, az pontosan tudja, hogy eltérő narratívák, kontextusok és források léteznek, s tudja értelmezni is ezeket, megvizsgálja a hitelességét, különbséget tesz fikció és műtárgy médiuma között. Jó esetben ezt kell megtanulni, megtanítani, megvitatni, megérteni. Ki az, akit féltünk egy ilyen párhuzam félreértésétől, s ezáltal a tárgy értékének, jelentőségének elvesztését látjuk benne? Szerintem ezt fontos megfogalmazni. Akár azzal együtt, hogy artikuláljuk, mi tartja meg egy tárgy hitelességét, s mely kontextus csorbítja azt. A párhuzam önmagában semmiképp. Persze vannak teljesen tévútra vezető párhuzamok, most én is tudnék hirtelen mondani egy olyat, amitől múlt decemberben teljesen kivert a víz.

Van, akinek a figyelmét egy könnyedebb rétegen, egy távolabbi párhuzamon keresztül lehet aktiválni s bevonni egy olyan párbeszédbe, ahol már arról is szó eshet, hogy miért más a két réteg, mi a tárgy mélyebb értelme, mi a tudományos perspektíva, ami ezt feltárja. Mondjuk egy gyereket, egy kamaszt, vagy épp egy nem az értelmiségi közegekben élő, de a kultúra iránt nyitott személyt. Ráadásul más a Facebook, más az Insta, más egy tudományos publikáció, más egy szakmai periodikai kiadvány stb. Eltérő felületeken eltérően lehet kommunikálni. Szerintem a finom irónia vagy a humor egy formája kell is a reflektált értelmezéshez, akár egy párhuzam esetében is. Például a Bëlga végtelen gagyi szövege a *Toldi* című számuk esetében (Ő a magyar Hulk! – van benne egy ilyen sor) egy remek stílusparódia és nem Arany János művének megcsúfolása, hanem fricska századunk blőd és leegyszerűsítő dalszövegei felé. Nem mindenki érti a közösségi emlékezet, a trauma fogalmait, pedig fontos lenne megérteni, megtanulni, alkalmazni. Segítene egy komplexebb egyéni és közösségi tudat kialakításában. De itt szerintem nem a két regiszter összemossa történik, nem a fikció és valóság határa mosódik el, nem a tárgy válik nevéssé, sokkal inkább egy fikcióban megalkotott egyszerű karakter egyik tulajdonsága (a nyers, fékezhetetlen, kirobbanó indulat) és egy tárgy, egy köztéri szobor pusztulásában benne rejlő fontos fogalom (közösségi akarat, a tömegben rejlő erő által ledöntött nimbusz, a feszültség kipattanása) kel bírokra egymással. Például az *Apertúrán* remek tanulmányokban olvashatunk a szuperhősökről, a kortárs mítoszokról: <https://www.apertura.hu/.../huber-a-kaosz-urai-a-kortars.../>.

Ha valamit, akkor esetleg itt azt lehet kifogásolni, hogy nem ez a legjobb párhuzam, mert jobban ki kellene fejteni ahhoz, hogy működjön, vagy épp más motívumok mentén haladni. De maga a forma, ez a sorozat szerintem jól

a bizonytalanság a területen, és egy-egy intézményen, szakterületen belül mekkora viharokat kelthetett a járványhelyzet okozta megnövekedett tartalomgyártás, ha egy intézmény változatosságra, a megszokottól eltérő tartalomfejlesztésre törekedett. A grafikonok és a Magyar Nemzeti Múzeum példái mégis a tartalmak egyediségének és aktualitásának, járvány alatt felépített, tudatos stratégiájának eredményességére utalnak.

A közösségi média, különösen a Facebook felületei sikeres használatának elemzése során nem feledkezhetünk el arról, hogy a múzeumok ezen a platformon már évtizedes tapasztalatra tettek szert (lásd 3.1.2. fejezet), alapvetően a közösségi hálózat növekedésével párhuzamosan elkezdtek kiaknázni az ebben rejlő lehetőségeket,⁴¹³ folyamatosan törekedtek követőtáboruk bővítésére, rendelkeztek gyakorlattal a tartalomgyártásban. A karanténhelyzet lezárásával mindez olyan biztos alapot és kapcsolati hálót jelentett, amely hozzájárult ahhoz, hogy ezek a felületek váljanak a fizikailag zárva tartó múzeumok legnyitottabb online tereivé.

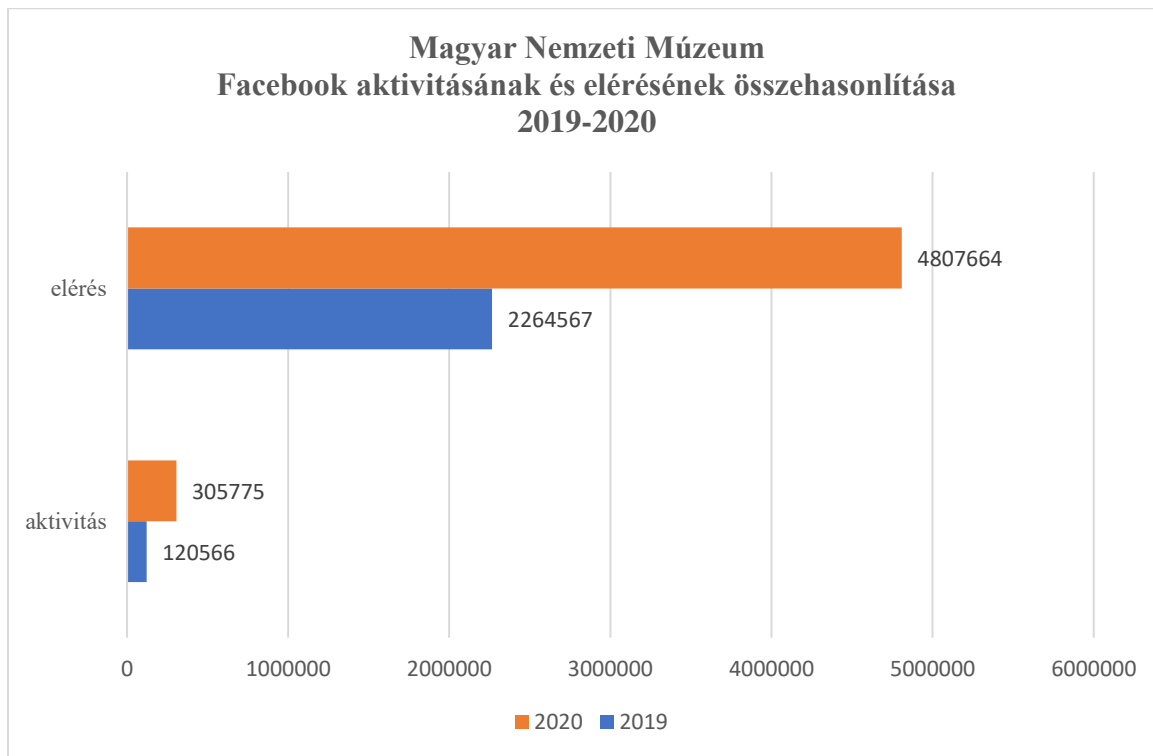


73. ábra

Forrás: A Magyar Nemzeti Múzeum Kommunikációs és Közművelődési Igazgatóságának saját célból készült adatgyűjtése

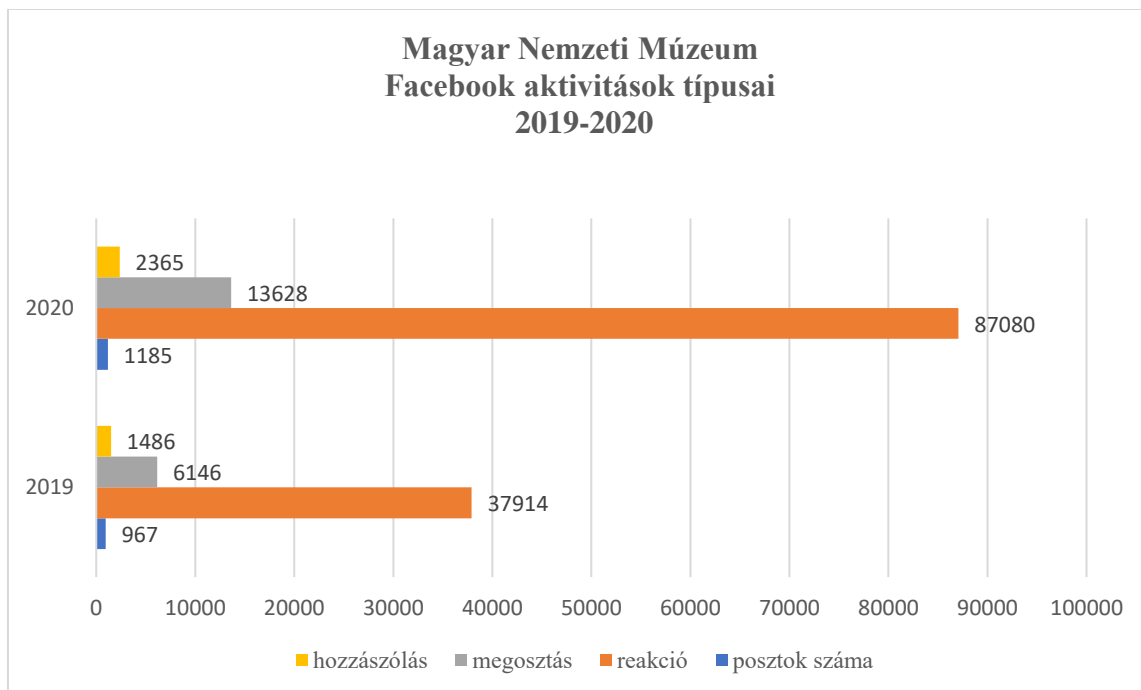
működik, jó lehetőségeket rejt az átgondolásra, a fogalmak konkretizálására, elmélyítésére, a párhuzam megkérdőjelezésére. Talán érdemes lenne a múzeumi posztokban erre felhívni a figyelmet, expliciten fogalmazni azzal kapcsolatban, hogy itt mi az összehasonlítás alapja, vagy akár azzal kapcsolatban, hogy a hiteles tárgy és egy egyszerű történet mögött milyen tartalmak rejlenek, vagy egy jól irányzott kérdéssel segíteni az értelmezést, a továbbgondolást, esetleg egy mélyebb elemzést is felkínálni. Szerintem ebben a sorozatban a jó forrásra, megfilmesített olvasmányra (Gyűrűk ura, Harry Potter) alapozó párhuzam kifejezetten szellemes, termékeny. Hiszen rengeteg fiatal olvassa ezeket a műveket, amelyek alternatív történelem-elbeszéléseként is funkcionálnak, komplex világokat építenek, ahol a közösségi emlékezet, az egyén és társadalom viszonya, a tárgyak ereje, a hatalom kérdése fontos szereppel bír. Mondom én ezt úgy, hogy amúgy nem vagyok rajongója egyiknek sem, de ez nem azért van, mert hibásnak tartom őket. De az vitathatatlan, hogy sok fiatal ilyen történeteken keresztül indul el komplexebb fogalmak felé. Ahogyan mondjuk más Jókai Mór regényeinek történelmi perspektívájából vagy mondjuk *A nagy indiánkönyv* társadalmi-kulturális feszültségéből kezdi el értelmezni a bonyolultabb fogalmakat, társadalmi jelenségeket. Hogyan hitelesíthet valamit egy tárgy? Hogyan működik a fikció? Mit jelent a referencialitás? Ezekre rá lehetne kérdezni a párhuzamokkal.”

⁴¹³ Gonzalez 2017, Kelly 2013.



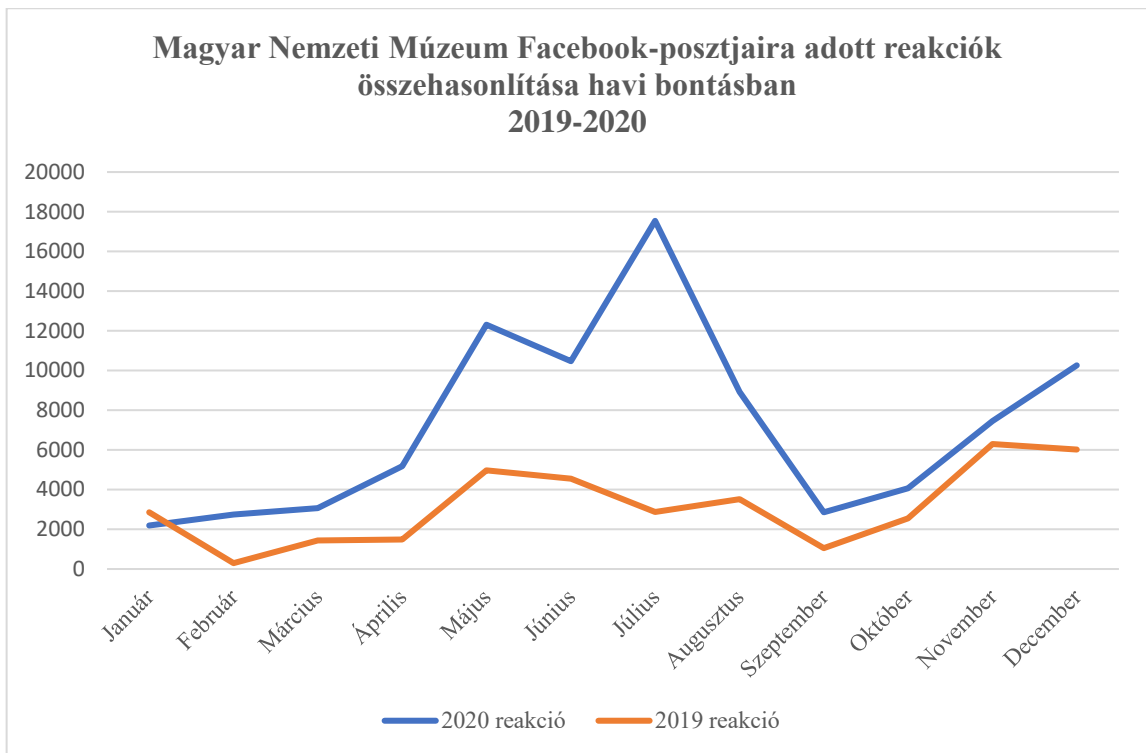
74. ábra

Forrás: A Magyar Nemzeti Múzeum Kommunikációs és Közművelődési Igazgatóságának saját célból készült adatgyűjtése



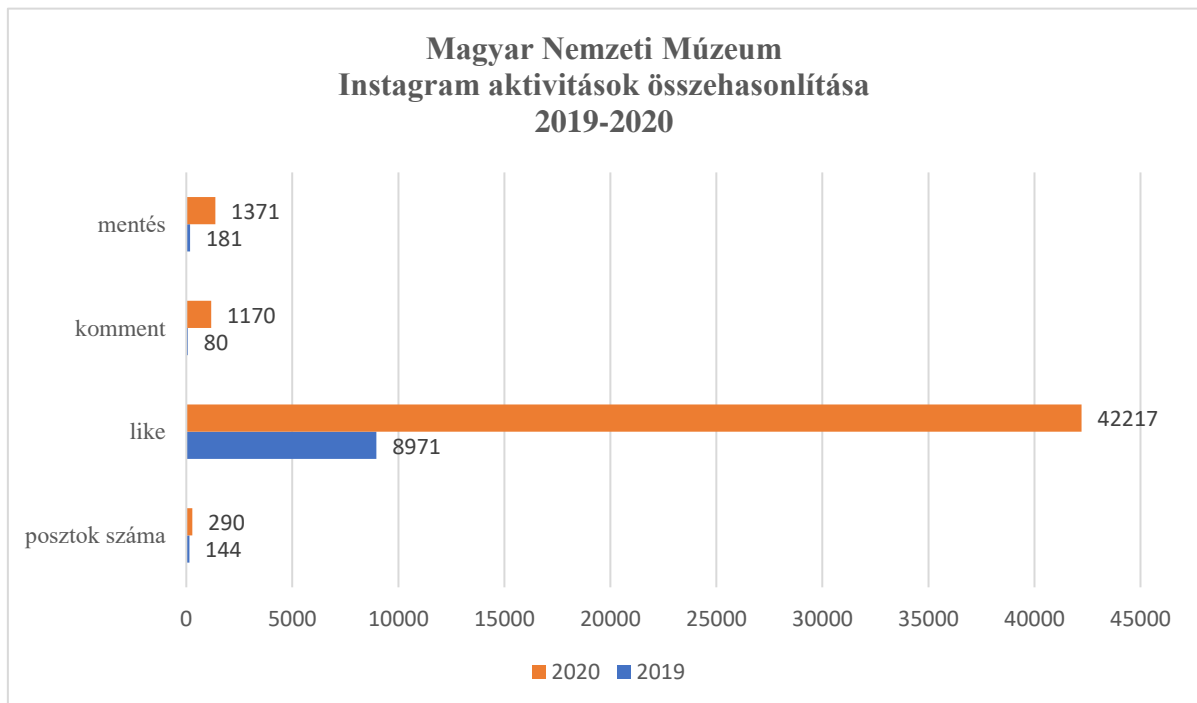
75. ábra

Forrás: A Magyar Nemzeti Múzeum Kommunikációs és Közművelődési Igazgatóságának saját célból készült adatgyűjtése



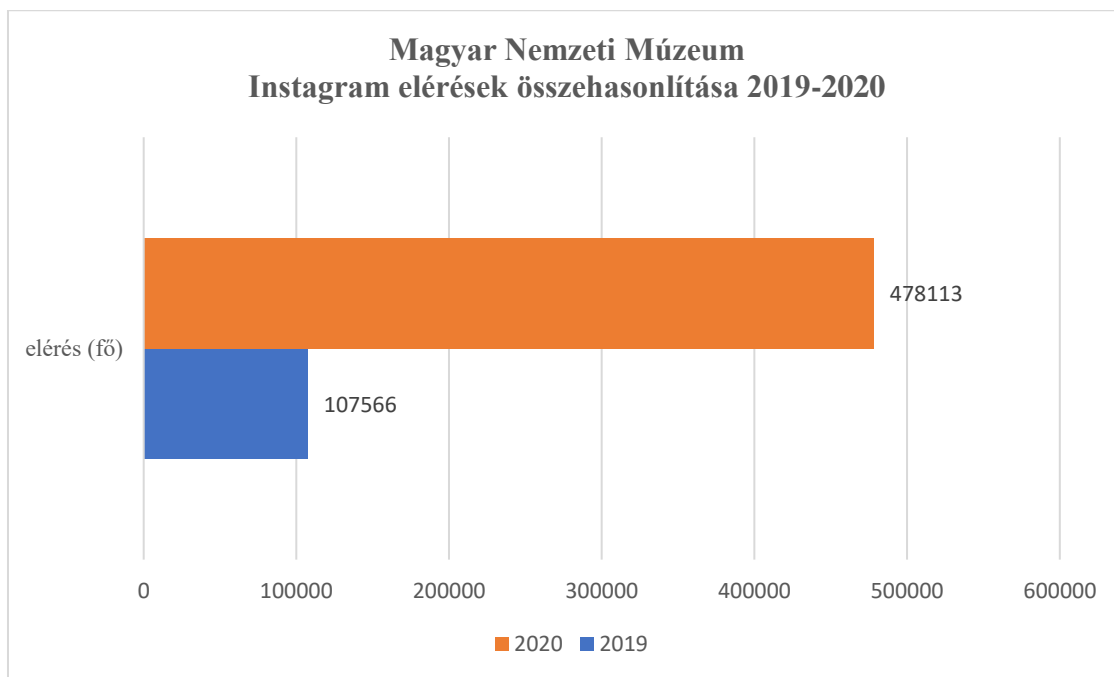
76. ábra

Forrás: A Magyar Nemzeti Múzeum Kommunikációs és Közművelődési Igazgatóságának saját célból készült adatgyűjtése



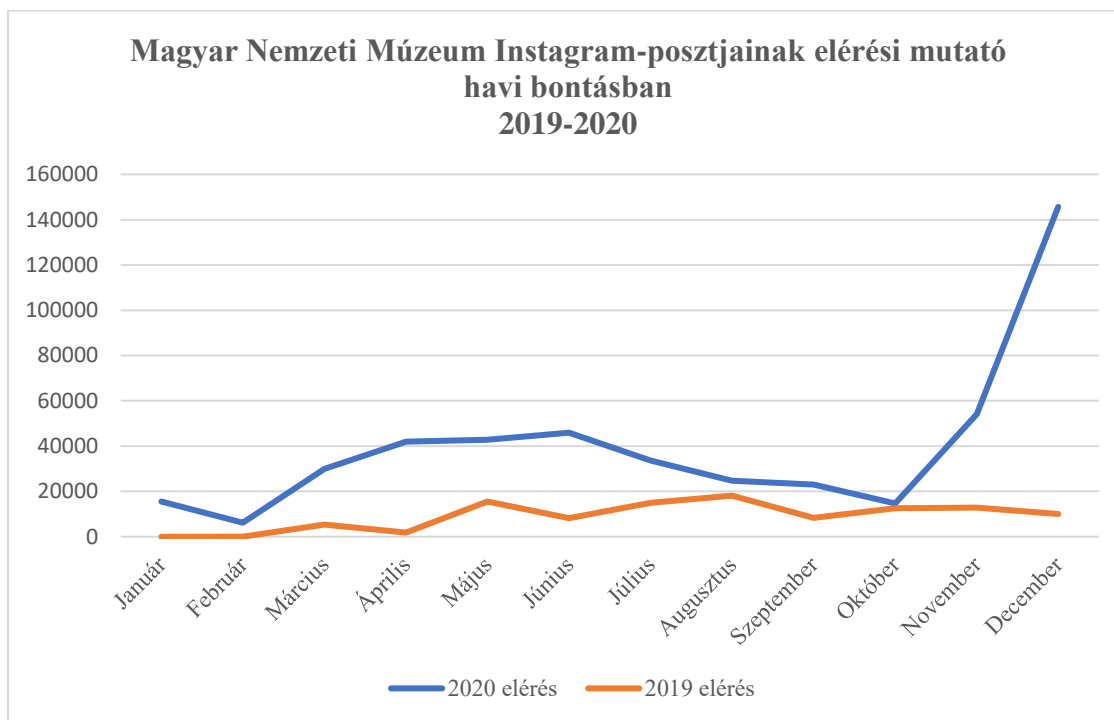
77. ábra

Forrás: A Magyar Nemzeti Múzeum Kommunikációs és Közművelődési Igazgatóságának saját célból készült adatgyűjtése



78. ábra

Forrás: A Magyar Nemzeti Múzeum Kommunikációs és Közművelődési Igazgatóságának saját célból készült adatgyűjtése



79. ábra

Forrás: A Magyar Nemzeti Múzeum Kommunikációs és Közművelődési Igazgatóságának saját célból készült adatgyűjtése

5.2.2. Kihívás, hashtagaktivizmus, sorozatok⁴¹⁴

A sokszor a frontális tudásátadásra emlékeztető közösségi médiaposztok mellett nem szabad elfeledkeznünk arról, hogy a múzeumoknak számos újszerű, a járvány alatt bizonyos szempontból „életmentő” kezdeményezés is köszönhető. Minden bizonnyal a pandémia előtt nem gondoltak a múzeumok arra, hogy a közösségi média sokat vitatott „kihívás” (challenge) műfajának adnak majd új jelentést, egyúttal megteremtve az online részvételiség új formáját (más szempontból lásd 5.3. és 5.5. fejezet). A legismertebb hashtagekkel összefonódó, nemzetállamokon túllépő, játékos, online közösségépítő akciót a Los Angeles-i Getty Museum indította *#betweenartandquarantine*, *#GettyMuseumChallenge* címkével, arra buzdítva az embereket, hogy egy-egy műalkotást jelenítsenek meg otthoni körülmények között, mindennapi tárgyaikat használva. A kreatív kihívást milliók fogadták el, sőt számos múzeum is csatlakozott az akcióhoz saját digitalizált műtárgyállományuk „helyzetbe hozásával”.⁴¹⁵ A Szépművészeti Múzeum *Legyél Te is műalkotás!* játékában az érdeklődők minden héten négy műtárgy közül választhattak, és a legjobbnak ítélt „élőképek” alkotói jutalomra számíthattak.⁴¹⁶ A kihívás műfaja nemcsak a múzeum követőit, a megvalósításban összedolgozó családtagokat kapcsolta össze – a hashtagen túl – közös élménnyel is, hanem a különböző múzeumokat is. Ez történt a brit Yorkshire Museum esetében is, amely a Twitteren hívta ki a világ kurátorait, hogy mutassák meg legrémesebb tárgyaikat a *#curatorbattle* hashtag alatt.⁴¹⁷

Egy-egy hashtagre akár egész sorozat is épülhetett: ilyen volt az Instagramon és a Twitteren terjedő *#MuseumsUnlocked*, amely száz napon át mindig más témára összpontosított. A kurátorokat, a látogatókat és a hivatalos múzeumi Twitter-fiókok kezelőit arra biztatták, hogy jelöljék meg ezzel a formával az adott nap témájához kapcsolódó múzeumi tárgyakat.⁴¹⁸ De így működött a *#MúzeumHome*, *#MuseumFromHome*, *#Múzeumozzszobadból* hashtag is, ami összekapcsolta a különböző intézmények járvány idején közreadott tartalmait a közösségi média különböző platformjain.

A hashtag mentén létrejövő digitális tartalom akár nemzetközi virtuális múzeumi térként is felfogható, ahol a műtárgyakhoz egyének, közösségek, intézmények egyenlő jogon hozzáfűzhatték saját interpretációjukat. A kampányok sikere pedig azt mutatja, személyes látogatások hiányában a múzeumi közönség szívesen vett részt és lépett kölcsönhatásba ily módon a múzeumokkal és tárgyaikkal.

⁴¹⁴ A fejezet itt is olvasható: Berényi 2021d.

⁴¹⁵ Porterfield, 2020.

⁴¹⁶ Szépművészeti Múzeum. *Legyél te is műalkotás!* <https://www.szepmuveszeti.hu/legyel-te-is-mualkotas/> – Utolsó letöltés: 2021. 09. 25.

⁴¹⁷ York Museums Trust. *The Impact of Curator Battle.* <https://www.yorkmuseumstrust.org.uk/blog/the-impact-of-curator-battle/> – Utolsó letöltés: 2021. 09. 25.

⁴¹⁸ Museums Unlocked. [Twitter projekt] <https://twitter.com/museumsunlocked?lang> – Utolsó letöltés: 2021. 09. 25.

Azt is mondhatjuk, hogy a veszélyhelyzet idején egyfajta hashtagaktivizmus jött létre: a közösségi háló tartalmainak kategorizálásra, címkézésére hivatott „#” jel túllépett eredeti funkcióján: nemcsak gondolatokat, témákat kötött össze, hanem ezekkel foglalkozó embereket, intézményeket. Sőt az online címkén keresztül, kilépve a web keretei közül, már a fizikai térben elvégzett, de az online térben bemutatott analóg tevékenységek is összefűzték az embereket, újfajta virtuális közösséget létrehozva.

Ráadásul a kettőskereszt jel mentén létrejövő, címkézésre épülő közösségi tartalomgyártás minden szempontból felülemelkedett a klasszikus, hierarchián alapuló múzeumi tudásközvetítésen, sőt még a kurátorok, szakértők által ellenőrzött közösségi tartalomgyártás státusán is: egyazon hashtaghez egy-egy közösségi médiaplatformon a világ bármelyik felhasználója fűzhet tartalmat, hiszen azt az intézmény a Facebook-csoportokkal ellenben már nem tudja moderálni.

Hasonló elven működik, a téma jellege miatt azonban csak a szakmai közösségek együttműködésére épít a számos magyar múzeumi tartalmat összefűző, Kuti Klára néprajzos muzeológus (jelenleg: Magyar Nemzeti Múzeum) által 2017-ben indított kezdeményezés, hogy a részt vevő múzeumok minden szerdán jelenítsenek meg egy olyan tárgyat a saját Facebook-oldalukon *#raktárszerda* címkével, amely vélhetően soha nem kerül(t) ki a raktár sötétjéből.⁴¹⁹ Ugyancsak a múzeumok tartalmait és közösségét kapcsolta össze egy másik, a Savaria Múzeum által indított kihívássorozat: egy megosztott tárgy nevének hashtaggé alakításával kellett a kihívott múzeumoknak a saját gyűjteményük egy darabjával reflektálnia.⁴²⁰

5.2.3. Örök klasszikus: múzeumi blog

A blog műfaja csaknem egyidős a világhálóval. Jorn Barger *Robot Wisdom* oldala már 1997-ben webblogként definiálta magát.⁴²¹ Azóta a blog nemcsak a mindennapi felhasználók vagy a professzionális újságírók eszköze, de egyben univerzális médiafelület is, amely a legkülönbözőbb tartalmak megjelenítésére alkalmas. A virtuális naplóként is felfogható tartalmak feltöltése rendkívül egyszerű, így széles körben elterjedhetett. A különböző nemzetközi és magyar blogfelületek⁴²² ráadásul törekedtek arra, hogy felhasználóik könnyedén személyre szabhassák és kezelhessék saját, többnyire ingyenesen létrehozott oldalait. A blogger szövegeket, képeket, hiperlinkeket használhat, lehetővé teszi multimédiás tartalmak

⁴¹⁹ Káldi 2021. Német Nemzetiségi Múzeum, *#raktárszerda*. Facebook-poszt. 2017. 08. 02. <https://www.facebook.com/UngarnsDeutschesMuseum/posts/1884561401862272/>.

⁴²⁰ Savaria Múzeum. Csak egy kanál, így kezdődött minden. <https://magyarmuzeumok.hu/cikk/csak-egy-kanal-igy-kezdodott-minden-a-savaria-mhv-muzeum-facebook-kihivasa> – Utolsó letöltés: 2021. 03. 20.

⁴²¹ Szűts 2018. 607.

⁴²² Blog.hu, reblog, Blogspot, GreatestJournal, Pitas, Blogger, LiveJournal, Xanga, Movable Type, bBlog, WordPress, b2evolution, Serendipity, Text stb.

beágyazását, az azonnali közösségi médiamegosztást a követők érdeklődésének fenntartásán túl azért is, hogy tartalmait bekapcsolja a világháló szövetébe, az ott folyó diskurzusokba, ezáltal láthatóvá váljon virtuális énje. A tartalmak tematikus csoportosítását és összekapcsolását címerendszer segíti, az időrendi tájékozódást pedig naptár. A fordított időrendi sorrendben megjelenő tartalmakat tartalmazó blogoldalak ugyanakkor lehetővé teszik a kommentelést, hozzászólásokat is. Más felhasználók követhetik kedvenc bloggereiket, értesítést kaphatnak a frissülésekről. Ennek mentén olyan virtuális közösségek szerveződhetnek, amely tagjait az egy-egy téma, személy iránti érdeklődés kapcsolja össze nemtől, helytől, időtől, kortól függetlenül.

Ma már a blogot nem egyedül magánszemélyek használják, hanem bevett része a különböző vállalatok, intézmények, hírességek arculatépítésének.⁴²³ Ebből a sorból a múzeumok sem hiányozhatnak. Az ezredforduló óta sorra születnek a világ különböző pontjain a kurátori és múzeumi blogok, amelyeket különböző felületeken rendszeresen listáznak.⁴²⁴ A főleg ismeretterjesztő, múzeumi tudásközvetítésre, a háttérmunkák kulisszatitkainak bemutatására törekvő platformok mellett olyan különlegességek is kibontakoztak, mint a gyerekeknek szóló #MetKids Blog⁴²⁵ vagy a Metropolitan Museum Tini Tanácsadó Csoportjának (TAG) TeenBlogja.⁴²⁶ A különböző kurátori blogok inkább a szakmai interpretáció, az egyéni látásmód, a kritikai attitűd, a nyilvános gondolkodás, a kutatói individuuum megnyilvánulásai.⁴²⁷

A blogok működése, működtetése rendkívül ingadozó, és általában személyfüggő. Az egyéni elkötelezettség, főleg, ha nem intézményt képvisel, épp olyan tiszavirág életű lehet, mint kitartó. Az osztrák Gottfried Fliedl kritikai szellemiségű *museologien* blogja például 2009 óta töretlenül működik, a múzeumi tudás sokféleségének jegyében. A több ezer bejegyzéshez rendelt címerendszer pedig az elmúlt évtized osztrák múzeumi diskurzusának hipertextuális lenyomataként is felfogható.⁴²⁸ Nem elhanyagolható a kortárs múzeumi világra gyakorolt hatása a Nina Simon által 2006 és 2019 között működtetett *Museum 2.0* blognak (lásd 3.1.3 és 5.3.2. fejezet) vagy egy blog-kezdeményezésből kinőtt, konferenciái, virtuális eseményei és weboldala által meghatározó *MuseumNext*nek.⁴²⁹

⁴²³ A blogok történetéről, műfajáról, felhasználóiról lásd Szűts 2018, *A blog és az én forradalma* című fejezet. 219–265.

⁴²⁴ Egy 2009-es válogatás a legjobb kurátor és múzeumblogokból: <https://www.museumplanner.org/100-best-curator-and-museum-blogs/>. Egy 2015-ös (<http://the-creative-business.com/20-great-museum-blogs/>) és egy 2021-es válogatás: https://blog.feedspot.com/museum_blogs/. – Utolsó letöltés: 2021. 11. 06.

⁴²⁵ #MetKids blog | Metropolitan Művészeti Múzeum (metmuseum.org) <https://www.metmuseum.org/blogs/metkids> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 07.

⁴²⁶ Forrás: <https://www.metmuseum.org/blogs/teen-blog> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 07.

⁴²⁷ Vö. Marselis–Schütze 2013, *Curatorial blog* fejezet.

⁴²⁸ Forrás: <https://museologien.blogspot.com/2009/> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 07.

⁴²⁹ Forrás: <https://museumtwo.blogspot.com/> és <https://www.museumnext.com/> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 07.

Magyarországon a 2010-as évek körül volt a legnagyobb divatja a blogoknak, amelyet az akkori *Magyar Múzeumok OnLine* is folyamatosan szemlézett.⁴³⁰ A múzeumkritikai *városi máz – városimázs*⁴³¹ 2008 és 2015 között volt aktív, az egyetemisták által, az őket érdeklő múzeumi témákra fókuszáló szerkesztett *Muzgo* 2012-től 2019-ig működött.⁴³² A *Marko2011.blogspot* 2011-ben egy kiállítás, a Magyar Nemzeti Galériában megnyitott *Markó Károly és köre* című tárlat háttér munkájának „közvetítésére” alakult.⁴³³ A 2011 és 2016 között frissülő *Skanzenkurátorblog* szerzője, Sári Zsolt (jelenleg a Szabadtéri Néprajzi Múzeum főigazgatóhelyettese) azt is elárulta, miért kezd el blogolni egy kurátor: „*Mert trendi és divatos, hiszen nyugati kollégáim közül többen is élnek ezzel a műfajjal. Mert Magyarországon is egyre többen teszik ezt (még ha nem is a kollégáim). Mert szeretnék elérni (több eszköz segítségével, több csatornán) egyre több a múzeumunk iránt érdeklődő (vagy eddig nem érdeklődő) a világhálón szörfölő kultúrára éhezőt? Vagy csak azért, mert szeretném megmutatni, hogyan készül egy kiállítás, min gondolkodom (gondolkodunk) e közben? Igen, valahogyan ezek, így mindenestül vezettek arra, hogy elinduljon ez a blog: akkor hát jó napot!*”⁴³⁴

Ebben az időszakban jött létre számos, ma is frissülő múzeumi blog. A Természettudományi Múzeumé⁴³⁵ 2012 óta, a Szent István Király Múzeum blogja⁴³⁶ 2014 óta ma is működik a hiteles múzeumi tudásközvetítés jegyében. Ez utóbbi korábbi szerkesztője, Pallag Zoltán a felület céljait értékelte egy interjúban: „*A blog kitűnő műfaja az olyan témáknak, amelyek tudományos cikkekhez nem elegendők, mégis érdekesek, kár lenne, ha csak úgy elvesznének, jó esetben egy dolgozat lábjegyzetei lehetnének. A kis színesek is megtalálják itt a helyüket, például előkerült egy »ásatási ürge«: a kis állat odavackolt az ásatási konténer alá, a kollégák meg a munka heteiben etették, fotózták, gondozták. Nem egy kimondottan tudományos téma, de jó csapatépítő. A másik funkciója a blognak az aktuálisan futó projektekről, kutatásokról szóló rövid, közérthető beszámolók közzétevése. Az ásatások végén egy bejegyzésben összefoglaljuk a történeteket. Ez még nem a hivatalos publikáció, inkább csak egy közérthetően megírt előzetes jelentés öt-nyolcezer karakterben. Annyi, amennyit az online felület elbír.*”⁴³⁷

A folyamatos minőségi működést azonban csak kevés magyar intézmény és vállalkozás mondhatja el magáról. Legutóbb a kollégák távozása okán fejezte be működését a

⁴³⁰ Forrás: <http://archiv.magyarmuzeumok.hu/> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 07.

⁴³¹ Forrás: <http://varosimaz.blogspot.com/> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 07.

⁴³² Forrás: <https://muzgo.blog.hu/page/83> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 07.

⁴³³ Forrás: <http://marko2011.blogspot.com/> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 07.

⁴³⁴ Forrás: https://skanzenkurator.blog.hu/2011/03/24/miert_kezd_el_blogolni_egy_kurator – Utolsó letöltés: 2021. 11. 07.

⁴³⁵ Forrás: <https://mttmuzeum.blog.hu/2012/w10> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 07.

⁴³⁶ Forrás: <https://szikmblog.wordpress.com/> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 07.

⁴³⁷ Jankó 2015.

Szépművészeti Múzeum Antik Gyűjteményének 2015 óta *Látogatási időn túl* címen⁴³⁸ frissülő ismeretterjesztő felülete. Sokszor a véletlenül múlik, hogy az itt felgyűlt tartalom meddig érhető el. Pedig óriási veszteség lenne ezeket az anyagokat elveszíteni. A *Magyar Természettudományi Múzeum Blog* például nem egyedül az archívuma miatt fontos, hanem a címkék, témák, szerzők, a múzeum tárai, azaz gyűjteményei szerint összekapcsolt tartalmak hipertextuális hálójá miatt is. A főleg a múzeum munkatársai által írt cikkek mellett ez is tükrözi az intézmény tudományos hálózatát, gyűjteményeinek rendszerét, a környezeti-társadalmi problémák, természetrajzi jelenségek kölcsönhatását. Ugyanezt a Ludwig Múzeum 2012 óta működő blogjának címkerendszere kapcsán is elmondhatjuk.⁴³⁹

Újdonság a sátoraljaújhelyi Kazinczy Múzeum 2019-ben indított *KaMu* blogja,⁴⁴⁰ amely alapvetően az egész intézményi működést dokumentálja, beágyazva a blog műfajára jellemző hipermediális, tartalmi kontextusba. A platformról szóló egyik írás ugyanakkor a tartalmi elemek, a könnyedebb hangnem, az aktualitás mellett kiemeli a múzeumok online tartalmainak hangsúlyos küldetését: „*Hiteles forrása szeretnénk lenni érdekes társasági témáknak. Az online teret sokan ugyanis azért keresik fel, mert éheznek az elképesztő élményt adó olvasmányokra. Így futnak bele az álhírek csapdájába. Ezzel a múzeumi bloggal egy igazán hiteles KaMu-t ajánlunk, ami valós tartalommal, informatívan, mégis szórakoztató témákkal elégíti ki ezt az igényt. Gyűjteményünk és muzeológus kollégáink kutatásai ugyanis legalább annyi flow élményt adó, szürkeállományt és képzeletet megmozgató információt és adatot nyújtanak, mint a virtuális térben fellelhető álhírek garmadája. Csak a mi tényeink bizonyíthatók. Így a webnaplóban olvasható cikkek jó, szórakoztató, sőt intellektuális társasági beszédtemát adnak.*”⁴⁴¹

Ez a hipermediális rendszer azonban nem minden múzeumi blogra jellemző. Nagyon gyakori, hogy hosszú, a műfajra nem jellemző tudományos szövegeket tesznek közzé, nem használnak hiperlinkeket, nem ágyaznak be videó- és képes tartalmakat, és nem élnek a címkefelhők lehetőségével.

Ettől függetlenül, mivel számos magyarországi múzeum rendelkezett bloggal vagy blogfelülettel, 2020-ban, a pandémia következtében soha nem látott intézményi figyelem irányult ezekre a felületekre. A kutatásomban megkérdezett múzeumi dolgozók 27,9 százaléka készített ilyen tartalmat, majdnem ennyien (25,9 százalék) eredményesnek is érezték a munkájukat. A megkérdezett 1006 látogatónak is kicsit több mint negyede olvasott ilyen tartalmakat.

⁴³⁸ Forrás: http://antik.szepmuveszeti.hu/antik_gyujtemeny/blog/ – Utolsó letöltés: 2021. 11. 07.

⁴³⁹ Forrás: <https://ludwigmuseum.blog.hu/> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 07.

⁴⁴⁰ Forrás: <https://kazinczyferencmuzeum.hu/kamu/> (utolsó letöltés: 2021. 11. 07.), valamint Szathmáry 2021.

⁴⁴¹ Szathmáry 2021b.

A múzeumok elővették és újra megosztották régebbi bejegyzéseiket, gyakrabban frissítették az oldalukat, és egyre izgalmasabb témákhoz nyúltak. A Magyar Nemzeti Múzeum blogtartalmainak elemzésekor is szembeűnő, hogy az intézményi blog⁴⁴² a járvány előtt nagyon ritkán frissült, nem használtak címkerendszert, nem kapcsolták össze hiperlinkkel a tartalmakat. Leginkább egy elektronikus olvasható klasszikus publikációhoz hasonlítottak az itt megjelenő írások. A járvány előre haladtával azonban nemcsak a blogbejegyzések sűrűsödtek, hanem tartalmaik is egyre aktuálisabbak lettek. Bognár Katalin *BCG-oltások Magyarországon 1947–1949* írása például azonnal reagált a közbeszédben népszerű, a járvány és a KGST-országok védőoltásokra vonatkozó szabályozásait firtató témákra.⁴⁴³ Az intézmény mindemellet igyekezett rendszerezni a tartalmakat. A különböző gyűjtemények, korszakok felől érkező szakemberek írásait végül témahónapok (*Testtörténetek, Lélektörténetek, Ünnepi asztal, Szerepcsere* stb.) kapcsolták össze. Azaz a kurátoroknak, régészeknek, restaurátoroknak az előre kijelölt kulcsszavakra saját tudományterületükkel, kutatásaikkal, gyűjteményeikkel kellett reflektálniuk. Így hónapról hónapra olyan új intertvingularitásként is értelmezhető tartalomegyüttes jött létre, amely horizontális keresztmetszetet nyújtva összekapcsolta a múzeum háromszázezer év történetét reprezentáló hárommillió műtárgyának megőrzésére specializálódott, szerteágazó gyűjteményi rendszerét és kurátorait, lehetővé téve, hogy mindebbe az intézmény többi social media felületének (Facebook, Instagram, YouTube) anyagai is integrálódjanak. Így kerülhetett egymás mellé például a *Lélektörténetek* sorozatban Illyés Gyula *Lélekbúvár* című színdarabja, a régészeti leletek túlvilági kísérői, a hiú lélek népvándorlás kori hiedelmei, különböző korszakok különleges temetkezési szokásai, az égisz erő fa (lélekfa) motívuma, Erzsébet királyné lelkesítő, szimbolikus alakja, a koponya ikonográfiája, a kelta fejkultusz, az egykori emlékkönyvek léleküzenetei, lélekkel átszőtt fák, a lélek felszabadulását jelentő száguldás, valamint egy különleges fényképválogatás, ahol „egy lélek sincs”.⁴⁴⁴

Ezeknek a működési elveknek a magasabb foka a különböző intézményi gyakorlatokat is összekapcsoló blogparádé műfaja. A bloggerek azért, hogy saját területeken új kapcsolatokra tegyenek szert, bővítsék networkjuket, inspirálódjanak, felhívást tesznek közzé. A parádé kezdeményezője ilyenkor kijelöl egy témát (általában hashtaggel), és meghatároz egy időintervallumot. A résztvevők vállalják, hogy ebben az időszakban reflektálnak a kifejezésre, sőt megosztják egymás tartalmait saját felületeiken, kommentálják egymás anyagait. A kölcsönös együttműködésnek köszönhetően nemcsak reklámozzák egymást, hanem új,

⁴⁴² Forrás: <https://mnm.hu/hu/blog> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 07.

⁴⁴³ Forrás: <https://mnm.hu/hu/cikk/bcg-oltasok-magyarorszagon-1947-1949> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 07.

⁴⁴⁴ Forrás: <https://mnm.hu/hu/muzeum/hirek/lelektortenetek-magyar-nemzeti-muzeumban> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 01.

izgalmasabb, a megszokottól eltérő tartalmat kínálnak követőiknek, ráadásul a kölcsönös megosztást, beágyazást a keresőmotorok is díjazták. A járvány alatt Németországban indult el *#KulturAlltagCorona* blogparádé, ahol a csatlakozók a múzeumok megváltozott mindennapjairól írhattak először 2020 júliusában, majd *#KulturAlltagCorona2* címkével 2021 májusában.⁴⁴⁵ A különböző szakmai, intézményi háttérrel rendelkező szakemberek írásainak hashtaggal összecsomózott szövevénye hű tükre azoknak a problémáknak, párbeszédnek, témáknak, amelyek a jelölt időszakban meghatározták a múzeumi munkát.

5.2.4. Feltörekvő műfajok: vlog, élő közelítés, podcast

A múzeumi tudásközvetítésnek a szöveg és a kép mellett hosszú ideje fontos eszköze a hang és a film. Amellett, hogy a filmfelvételek, hangfüggönyök, hanganyagok, vetítőtermek, multimédiás kijelzők, digitális eszközök, projektorok az 1990-es évektől kezdve megkerülhetetlen részei a kiállításoknak,⁴⁴⁶ a gyűjteményekben is fontos szerepet töltenek be az audio- és videótartalmak. A Néprajzi Múzeum például már 1914-ben próbálkozott a gramofonlemez muzeológiai alkalmazásával, 1936-ban sor került a Magyar Tudományos Akadémia támogatásával négy dunántúli magyar anyagot tartalmazó hanglemez elkészítésére.⁴⁴⁷ Hasonlóan nagy múltra tekint vissza a néprajzi filmezés: a Néprajzi Múzeum filmgyűjteményének legkorábbi magyar néprajzi felvételeit Gönyey Ébner Sándor néprajzkutató készítette az 1930-as években.⁴⁴⁸

A Néprajzi Múzeum kísérletező kedvű nyitottsága a digitális forradalom idejére kitartott, sőt megújult. Az intézmény *Etnotube* elnevezésű YouTube-csatornája a digitális archívum mellett főleg ezekre a néprajzi filmes anyagokra építkezik már 2010 óta 1310 feliratkozóval, 2021. november 10-ig 463 728 megtekintéssel.⁴⁴⁹ A számos kínálkozó példa közül érdemes kiemelni a salgótarjáni Dornay Béla Múzeum film- és hangtárát,⁴⁵⁰ amely ma is gyarapodik, igaz a 2016 óta működő YouTube-csatornájukat inkább a programok, megnyitók, beszélgetések közvetítésére használták, novemberig összesen 536 megtekintéssel.

⁴⁴⁵ Blogparade *#KulturAlltagCorona*: Neuer Alltag mit Corona in Kultur und Museum. <https://www.kulturhochn.de/blogparade-neuer-alltag-mit-corona-in-kultur-und-museum/>, valamint *#kulturalltagcorona2 – ein Rückblick – Kultur hoch N*, <https://www.kulturhochn.de/kulturalltagcorona2-rueckblick/> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 07.

⁴⁴⁶ Vasáros 2010, 155–156.

⁴⁴⁷ Forrás: https://www.neprajz.hu/gyujtemenyek/etnologiai-archivum/hangtar/hangtar_hangzoanyagok_gyujtemeny.html. /.– Utolsó letöltés: 2021. 11. 07.

⁴⁴⁸ Forrás: https://www.neprajz.hu/gyujtemenyek/etnologiai-archivum/mozgokeptar/film_es_vidoeogyujtemeny.html. /.– Utolsó letöltés: 2021. 11. 07.

⁴⁴⁹ Enotube – <https://www.youtube.com/user/etnotube/featured>. /.– Utolsó letöltés: 2021. 11. 07.

⁴⁵⁰ Forrás: <https://dornaymuzeum.hu/muzeum/gyujtemenyek/torteneti-dokumentacios-gyujtemeny/>.– Utolsó letöltés: 2021. 11. 07.

Az online videócsatornákon azonban nemcsak azok az intézmények tarolnak, amelyek évtizedes multimédiás tapasztalatokra tettek szert eddig. A 2010-ben a YouTube-ra csatlakozó Szépművészeti Múzeumnak 1430 követője és 264 374 megtekintése, a 2011-ben fiókot nyitó Ludwig Múzeumnak 875 feliratkozója és 330 397 megtekintésre volt 2021. november 10-én. A 2015-ben belépő, 1380 követőt megáéának tudó Magyar Nemzeti Múzeum 435 633 megtekintést ért el. Érdekes, hogy közülük a legtöbb követővel rendelkező (2370) Petőfi Irodalmi Múzeumnak csak 336 790 megtekintés jutott a megadott időpontig. Mindez persze eltörpül a sztármúzeumok elérési mutatói mögött: a 2007-ben csatornát nyitó holland Rijksmuseum 2,5 millió megtekintést és 14,3 ezer feliratkozót mondhat magáénak, a 499 ezer feliratkozót begyűjtő British Museum tartalmait 2006 óta 51 millióan tekintették meg. Ez nem is olyan sok, ha összehasonlítjuk a New York-i MET 2021. november 10-ig 296 ezer feliratkozó mellett elért 71,7 milliós megtekintésével.

Ezekhez az óriási számokhoz az online környezet, az internethálózatok és a mobil eszközök töretlen fejlődése mellett egy sikeres platform is kellett. A YouTube, amelyet 2005-ös alapítása után a következő évben felvásárolt a Google, hamarosan a világ legnépszerűbb online videómegosztó oldala lett.⁴⁵¹ Az oldal működési elve alapvetően megegyezik a szöveges tartalomra épülő blogokkal: a felhasználók tartalmat – itt ugye videót – tölthetnek fel, oszthatnak meg, vagy ezeket nézhetik, kommentelhetik, mások csatornáit követhetik. Az itt található filmfelvételek minősége rendkívül széles skálán mozog a házi videóktól elkezdve, a sorozatokon, filmekken át, a képekkel ellátott hangoskönyvekig vagy zenei videókig, a különböző szerzői jogi szabályozások ellenére is. Ezek közül nem hiányozhatnak az oktatási videók vagy a kulturális intézmények mozgóképes tartalmi sem.

Már a kortárs híradásban is kulcsszerepet játszó, a különböző közösségi médiafelületeken jól megosztható, a hírportálokon remekül beágyazható platform sokak számára egyfajta kikaput is jelent. Míg korábban egy átlagos vagy kisebb múzeumnak csak nagyon ritkán sikerült bejutnia egy televíziós híradásba, addig a YouTube-csatornája és közösségi média egyéb felületeivel a saját kezébe vehette az önmagával kapcsolatos információáramlás irányítását. A korábbi kiszolgáltatottsága is csökkent, hiszen a gyakran néhány másodperces bejátszások nem mindig a múzeum mondanivalóját tükrözték. A YouTube még egy szempontból előnyös a kis költségvetésből működő múzeumok számára: a felület home-videói között nem jelent akkora kontrasztot, ha esetleg az intézmény amatőr eszközökkel, megfelelő szaktudás nélkül készít filmes anyagot. Ez a megállapítás semmiképp sem érvényes a már említett óriási elérést produkáló intézményekre, amelyek évek óta szakmai stábra bízzák

⁴⁵¹ Szűts 2018, 347.

online terek művelését. Az itt dolgozó profi videószerkesztőknek, filmeseknek ráadásul megfelelő költségvetésük van arra, hogy a zenei klipekkel, professzionális csatornákkal versenyképesek legyenek.

Így ezek az intézmények már a koronavírussal járó korlátozások idején gazdag videótartalomra tudtak építkezni, amelyet a globális média azonnal fel is karolt online tartalmakra fókuszáló kulturális ajánlóival.⁴⁵² A New York-i MET YouTube-csatornáján kiállítási előzetesek, történetek, gyűjtésekkel, restaurátori munkákkal kapcsolatos videók, előadások, kuratori és művészeti interjúk sorakoztak.

A British Museum már 2019-ben is érzékeltette közönségstratégiájában, hogy nem tesz különbséget az online és offline terei között. Oktató, útmutató, ismeretterjesztő, kulisszatitkokat bemutató videókat éppúgy feltöltött, mint klasszikus dokumentumfilmeket.⁴⁵³ A járvány nyomában járó múzeumbezárások forradalmasították a platformon zajló tevékenységet. A *Curator Corner's* sorozatban a múzeum szakemberei különböző tárgyakat mutattak be gyűjteményeikből néhány percben. A késő középkorral foglalkozó Naomi Speakman unikornisvideóját például 130 ezren tekintették meg,⁴⁵⁴ de akadt olyan, Sutton Hoo-kardot bemutató anyag, amelyre csaknem egymillióan kattintottak rá.⁴⁵⁵ A YouTube-csatorna kezelői a filmsorozatokhoz hasonlóan évadonként és epizódonként építették fel a videókat, illetve már a címekben odafigyeltek arra, hogy egységes hashtaggel jelöljék meg őket, tovább kattintásra ösztönözve a felhasználókat. A leírásokban pedig minden esetben hiperlinkkel küldték tovább az egyéb olvasnivalók, blogok, tudnivalók felé az érdeklődőket. Ez azért is fontos, mert a videótartalmak nem igazán teszik lehetővé a megosztáson és a kommentelésen túl az interaktivitást. Erre egyébként egy másik londoni intézmény, a National Gallery alakított ki YouTube-csatornáján jó gyakorlatot: a záró képkockákban a nyilatkozó kurátor azzal a felütéssel, hogy ha ez a téma érdekel, jobbra és balra mutat. Ekkor feltűnik egy-egy kattintható képkocka, amely további videók megtekintésére ösztönöz.⁴⁵⁶ Másként volt fontos a Metropolitan Museum *MET Stories* 15 részes sorozata, amelyben kifejezetten nem múzeumi szakemberek (szakácsok, divattervezők, ügyvédek) történeteit meséli el arról, miként

⁴⁵² Néhány példa: <https://www.widewalls.ch/magazine/art-museums-youtube-channels>, <https://thecreativeadventurer.com/12-incredible-youtube-museum-channels-you-must-watch/> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 09.

⁴⁵³ Forrás: <https://blog.chocolatefilms.com/museum-youtube-channels> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 09.

⁴⁵⁴ How to catch a unicorn | Curator's Corner S2 Ep 7 #CuratorsCorner – YouTube <https://www.youtube.com/watch?v=P4pCUfaEKE4> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 10.

⁴⁵⁵ Hands on with the Sutton Hoo sword I Curator's Corner S5 Ep1 #CuratorsCorner #SuttonSue #TheDig – YouTube <https://www.youtube.com/watch?v=nb9vTu73xmE>. /.– Utolsó letöltés: 2021. 11. 07.

⁴⁵⁶ How Botticelli revolutionised portraits | Art history in 10 minutes | National Gallery – YouTube https://www.youtube.com/watch?v=tcjeSMICLz0&list=PLvb2y26xK6Y5fL_MDdSOB8FlqNGkLKSWh – Utolsó letöltés: 2021. 11. 09.

befolyásolta sorsukat a múzeum.⁴⁵⁷ Az sorozatban az intézménynek sikerült videótartalmakban rögzítenie, prezentálnia, hogyan köthet össze egy múzeum egymástól független embereket, azaz miként válhat hálózati csomóponttá.

A járvány világszerte arra készítette a múzeumokat, hogy hátrahagyják a minőséggel kapcsolatos skrupulusaikat, okostelefonnal, hangosítás és bevilágítás nélkül az online tereikben videókon keresztül váljanak a nyilvánosság számára láthatóvá. A felvett videók mellett néhány hét leforgása mellett élő közvetítéseket is kipróbáltak, amely egyedülálló módja volt a közönséggel való virtuális találkozásoknak. Az élőben közvetített vezetések, előadások mellett múzeumi kerekasztal-beszélgetésekre is sor került, ahol, bevonva a Facebook Watch felületét, kommentben feltett kérdéseken keresztül alakulhatott ki párbeszéd a távol és szétszórta elhelyezkedő közönség, valamint az ugyancsak nem egy térben ülő beszélgetőtársak között. A streaming technika múzeumi alkalmazásának első példája az volt, még 2017-ben, amikor Van Gogh ikonikus napraforgófestményének öt különböző helyen őrzött változata találkozott újra egy élő közvetítésen keresztül.⁴⁵⁸ Minden múzeumból más kurátor beszélt, tizenöt percet kapva arra, hogy elmagyarázzák az adott verzió jelentőségét. Az eseményen kiderült, hogy az online tér, a digitális technológia olyan élményt is nyújthat, amely offline körülmények között lehetetlen lenne.

A technológiát a 2010-es évek végén több múzeum is kipróbálta más-más platformokon. A Los Angeles Country Museum of Art vagy a Los Angeles-i Getty Museum már 2016-ban milliókat ért a Facebook-oldalán, közvetített programjaival legyőzve a földrajzi távolságot. Ráadásul ezek a korszerű megoldások a kortárs művészeti intézményekről alkotott elitista képoldásában is segítettek, még ha a helyi lakosság esetleg az ingyenes közvetítéseket választotta is a belépőjeggyel drágított kontakt élmény helyett.⁴⁵⁹

Ezek a kísérletek, gyakorlatok a pandémia következtében új lendületet vettek, és múzeumok ezrei alkalmazták őket. Egy 2020. októberi felmérés szerint a megkérdezett múzeumok egynegyede azt állította, hogy a lezárást követően elkezdett digitális élő eseményeket kínálni.⁴⁶⁰ A videoközvetítések ugyanakkor olyan tereket is megnyitottak a közönség előtt, amelyek a normál nyitvatartás mellett elérhetetlenek. Restaurátor-műhelyek, múzeumi raktárak, műtárgyvédelmi kérdések kerültek fókuszba. A virtuális kiállításokhoz hasonlóan pedig a kamera jóval közelebről, részletgazdagabb módon mutatja be a

⁴⁵⁷ #mymetstory – YouTube <https://www.youtube.com/hashtag/mymetstory> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 10.

⁴⁵⁸ Vincent Van Gogh Sunflowers Live Amsterdam – YouTube

<https://www.youtube.com/watch?v=mxPbuPqsHRo&t=1s> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 09.

⁴⁵⁹ Carlsson 2020.

⁴⁶⁰ Forrás: <https://www.statista.com/statistics/1203110/digital-museum-activities-during-coronavirus-worldwide/> / – Utolsó letöltés: 2021. 07. 27.

műtárgyakat, olyan szakembereket is pozicionálva, akikkel a látogatók szinte sosem találkozhatnak.

A magyarországi múzeumokban - az erre vonatkozó kutatásom szerint - kétszer annyi intézmény készített videót a járvány alatt, mint korábban. A látogatók hasonlóan értékelték ezeket a produkciókat: bár 29,1 százalékuk a pandémia előtt is nézett ilyen tartalmakat, kiugróan emelkedett a filmes tartalmak iránt érdeklődők aránya. A megkérdezettek 32 százaléka több múzeumi tartalmat nézett meg a YouTube-on, de 21 százalékkal nőtt a kurátori videók, 30,3 százalékkal a műhelytitkokat bemutató tartalmakat, 9,7 százalékkal a rendszeresen jelentkező vlogok követőinek az aránya.

A hazai múzeumok számtalan ötlettel próbálkoztak: a Savaria Múzeum munkatársai a szakmai tartalmak mellett kézműves tippeket adtak a gyerekükkel karanténban foglalkozó szülőknek,⁴⁶¹ recepteket mutattak be,⁴⁶² vagy más múzeumokat megszólítva KIHÍVÁS címmel egy-egy szóra asszociálva és műtárgyakat keresve⁴⁶³ videókat adtak közre a Facebookon és a YouTube-on. A Közlekedési Múzeum a közlekedéstörténetben meghatározó szereplőkről készített portréfilmeket, melyeket *A közlekedő ember* címmel kapcsolt össze.⁴⁶⁴ A Ferenczy Múzeumi Centrum régi és aktuális, nem látogatható kiállításainak megnyitójáról, legszebb műtárgyairól, izgalmas felfedezéseiről tett közzé filmeket, de művészinterjúkkal, „így készült” videókkal is gazdagította a közösségi médiát.⁴⁶⁵ A 142 feliratkozóval, 150 ezer megtekintéssel rendelkező YouTube-csatornájukon *Egy mű, egy történet* című, kéthetente vasárnap jelentkező sorozatukban a gyűjtemény egy-egy izgalmas műalkotását mutatták be a hozzá kapcsolódó háttértörténettel.⁴⁶⁶

2021. november 10-én már 48 epizódja volt a Kazinczy Ferenc Múzeum igazgatója által indított *A régész karrierem romokban hever*⁴⁶⁷ című vlogsorozatnak, amely az elpusztult sátoraljaújhelyi vár maradványai feltárásának munkafolyamataiba avatja be a közönséget. „*A vírus indukálta helyzet erősítette fel bennem a vlog relevanciáját a múzeum életében. A bezárások után sem hagyhattuk élmények és tájékoztatás nélkül látogatóinkat. Meg akartuk tartani a velük való személyes kommunikációt, amit kiállításainkba látogatva már*

⁴⁶¹ Hogyan készül és mire jó a papírmásé? www.youtube.com/watch?v=ei0_vAfjNYc – Utolsó letöltés: 2021. 11. 08.

⁴⁶² Forrás: www.facebook.com/savariamuzeum/videos/200384411520019. /– Utolsó letöltés: 2021. 11. 07.

⁴⁶³ Forrás: www.facebook.com/savariamuzeum/videos/206898697997175. /– Utolsó letöltés: 2021. 11. 07.

⁴⁶⁴ Forrás: www.youtube.com/playlist?list=PLpkfozJ-Yn3gJkPJVNUaw25n1VniOKzUU. /– Utolsó letöltés: 2021. 11. 07.

⁴⁶⁵ Forrás: <https://magyarmuzeumok.hu/cikk/muzeumozz-a-szobadbol-szentendre-ferenczy-muzeum>. /– Utolsó letöltés: 2021. 11. 07.

⁴⁶⁶ Forrás: https://www.youtube.com/watch?v=BFoMVL_F-rU&list=PLijCKp9CLtoSPmoe8ZIp7UpufYNMoiPKH. /– Utolsó letöltés: 2021. 11. 07.

⁴⁶⁷ Forrás: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLSm1n4QxVYi-Eau1RN-LXqbPK919LPn2p> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 09.

megszokhattak tőlünk. Ennek az online leképezését kellett megtalálnunk, és ehhez a vlog, blog és közösségi média jó elérést tudott biztosítani nekünk. Fontosnak tartottam, hogy a vlog által mindenki megismerje az eredményeket, és hogy honnan hova jutottunk az ásatási helyszínen. A várfeltárás lényegi ereje – a turisztikai hasznosításon túl – a tudományos és a muzeológiai eredményekben, a társadalmasításban és a helyi identitás erősítésében van” – összegezte motivációit a MúzeumCafé díjjal elismert Ringer István.⁴⁶⁸

A régész-múzeumigazgató által indított kezdeményezés jól ábrázolja, hogy egy vidéki intézmény szakmai kezdeményezése a közösségi média megfelelő használatával miként tud országos ismertségre szert tenni. A PIM fiiláléjaként dolgozó intézmény 2016-ban indított YouTube-csatornáján lévő tartalmakat eddig 76 ezren nézték meg, és akkor még nem beszéltünk az intézmény Facebook-oldalára feltöltött videók népszerűségéről.

Már említettük, hogy a járvány olyan folyamatot is elindított a magyar muzeológiában, amire korábban nem volt példa: múzeumi szakemberek országos ismertségre tettek szert (lásd 4.3.15. rész) vloggerként, azaz videóbloggerként. A főleg a YouTube-on térhódító vloggerek mozgóképes tartalmainak jellemzőit⁴⁶⁹ egyesesen adoptálta néhány múzeumi szakember. Ahogy a social media-celebeknél megszokhattuk itt is rövid, velős mondanivalóval rendelkező, kamerába beszélő múzeumi munkatársak kerültek fókuszba.

Minden bizonnyal a legnagyobb elérést Tóth Csaba, a Magyar Nemzeti Múzeum numizmatikusa mondhatja magáénak, a látogatókutatásom adatközlői által is többször említett *Pénzek színes világa* című 162 részes sorozata révén. A pénztörténeti home-videó sorozat a 2020. március 23. és augusztus 31. között minden egyes nap jelentkezett, 234 ezer megtekintést érve el eddig az időpontig a Magyar Nemzeti Múzeum Facebook-oldalán és 37 ezret az intézmény YouTube-csatornáján, megszámlálhatatlan megosztást, hozzászólást, aktivitást, vitát generálva, minimális költségvetésből.⁴⁷⁰

Amikor 2020 márciusában a COVID-19 miatt a Magyar Nemzeti Múzeum bezárt, és munkatársai home office-ba kényszerültek, az intézmény különböző szakemberei rendkívül rövid idő alatt alakították ki a NON STOP NEMZETI MÚZEUM már bemutatott stratégiáját. A projekt célja az volt, hogy a különböző gyűjteményekért felelős muzeológusok, múzeumpedagógusok, restaurátorok és más szakemberek a lehető legtöbb új tartalmat készítsék el az intézmény már bejáratos internetes felületeire. Mindez külön forrás nélkül, hiszen a bevételkiesés várható nagysága miatt nem volt lehetőség arra, hogy professzionális stábokkal, költséges alkalmazásokkal dolgozhassanak a múzeumi szakemberek. Így felértékelődtek azok

⁴⁶⁸ Szathmáry 2020a.

⁴⁶⁹ Szűts 2018, 265–271.

⁴⁷⁰ A *Pénzek színes világáról* szóló összefoglaló megjelent itt: Berényi 2020e

az egyéni adottságok és képességek, amelyekkel a Nemzeti Múzeum munkatársai a privát és szakmai életükben rendelkeztek. Az, hogy a *Pénzek színes világa* sorozat több mint 160 napon keresztül percre pontosan megjelent, öt dolgon alapult: a Nemzeti Múzeum Éremtárának jól publikált gazdagságán, Tóth Csaba szakmai tudásán, a belvárosi lakásba szoruló, hattagú családjának hatékony együttműködésén, a háztartás átlagon felüli technikai felszereltségén, de az sem mellékes, hogy a Nemzeti Múzeum online menedzsere, Misák Bianka hónapokon keresztül a naponta érkező új tartalmak frissítése köré szervezte életét.

A siker titka nemcsak a színvonalas és változatos szakmai tartalom, hanem az is, hogy Tóth Csaba megfelelően kombinálta az ismeretterjesztő és az influencer vlogok stílusjegyeit. „Napi Csabi” – ahogy a követők elnevezték - egy percig sem titkolta, hogy mögötte áll a családja. Felesége szerkesztette a szövegeket és a képeket, húszéves, fizika szakos fiuk pedig felvette és megvágta a jeleneteket. A kisebb fiúk – a nyolcéves gyakrabban, a 13 éves ritkábban – és a család plüssállatai a műfajban nélkülözhetetlen „cukiság faktorról” gondoskodtak. Ennek köszönhetően a *Pénzek színes világa* nem csupán pénztörténeti videósorozat, hanem azt is dokumentálta, miként élte meg egy sokgyerekes budapesti értelmiségi család a karantént. Külön érdekessége volt a sorozatnak, amikor Tóth Csaba már a Nemzeti Múzeumból, munkahelyének gyűjteményi raktárából jelentkezett be, immár az analóg térben összekapcsolva a korábban elhangzott információkat és azok forrásait. A vlog végül teljes egészében visszavándorolt a fizikai térbe: a sorozathoz készült szövegekből könyv készült. A szerkesztők nem feledkeztek el az előzményekről: QR-kód segítségével érhető el az online tartalmak.⁴⁷¹

A járvány alatt nem egyedül a múzeumok videótartalmai követőinek száma gyarapodott, hanem az audioanyagok publikálása is új lehetőséget kapott a különböző poscastcsatornák népszerűsége nyomán. A múzeumokhoz kapcsolódó podcastok hallgatóinak aránya 2,7-ről 4,6 százalékra nőtt az 1006 főt megkérdező látogatókutatásom szerint. A megkérdezett múzeumi dolgozók 1,3 százaléka fejlesztett ilyen tartalmat, viszont 7,8 százalékuk ezt sikeres formának érezte. A podcastok követőinek tábora – témától függetlenül – folyamatosan növekszik, főleg a képzett fiatalok körében. Németországban egy felmérés szerint 2018-ban mintegy kétezer német nyelvű podcast volt a Spotify-on, 2019-ben viszont már több mint 12 ezer.⁴⁷²

A podcast alapvetően egy rádióadás szerű tartalom, amely a feltöltést követően online érhető el, s a közzétett epizódok nemcsak meghallgathatók, hanem általában ezeket le is lehet tölteni, vagy a podcasting technológiának köszönhetően a podcastra fel lehet iratkozni.⁴⁷³ Ha a

⁴⁷¹ Tóth 2020.

⁴⁷² Stier 2020.

⁴⁷³ Sóki 2020a.

videócsatornák alkalmazására úgy tekintünk, mint a kulturális intézmények saját tévéadására, akkor itt a rádió analógiáját érdemes elővennünk.

2020-ban, a koronavírus okozta karantén első évében tizedik évfordulója volt annak, hogy elindult a BBC Radio 4 és a British Museum közös projektje, a *History of the world in 100 Objects*. A múzeum igazgatója, Neil MacGregor 2010. január 18-tól húsz héten át a munkanapokon 15 percben mutatta be egy-egy múzeumi tárgyon keresztül az emberiség történetét. Ez az évforduló nemcsak azért fontos számunkra, mert egy múzeumigazgató egy rádióműsorral, majd az interneten elérhető podcastokkal és egy gyorsan népszerűvé váló könyv kiadásával emberek millióit érte el, hanem azért is, mert bebizonyította, hogy a megfelelő csatornák kiválasztásával a gyűjteményekhez és konkrét műtárgyakhoz kapcsolódó tudás is átütő sikert érhet el.

A német múzeumokban különösen népszerű műfaj⁴⁷⁴ megvalósítása csak látszólag könnyű. Míg a videókhoz sokszor elég egy jó okostelefon megfelelő mikrofonnal, addig a podcast-beszélgetések, monológok felvételéhez profi stúdiókörülmények szükségesek, nem beszélve a vágással, a zörejek kiszűrésével, a zenei aláfestésekkel járó munkáról. Így Magyarországon csak kevesen vállalkoztak a feladatra. A PIM – Kassák Múzeum podcastjában például Erhardt Miklós intermédia-művész olvasta fel Kassák Lajos *Egy ember élete* című önéletrajzi regényét, mely a kora gyermekkortól a bécsi emigrációig követte az elbeszélő életútját.⁴⁷⁵ Az Iparművészeti Múzeum podcastjában⁴⁷⁶ tervezőkkel, múzeumi szakemberekkel készülnek műsorok, a Ludwig Múzeum művészeket és kurátorokat kérdez,⁴⁷⁷ a *Magyar Múzeumok OnLine Perspektívák* sorozatában pedig múzeumi szakemberekkel, vezetőkkel főleg a járványhelyzet okozta változásokról, kihívásokról beszélgetnek a folyóirat munkatársai.⁴⁷⁸

A múzeumok gyakorlatában megjelenő új műfajok jelzik, hogy az intézmények mélységében is felfedezik a világháló kínálta interkonnektivitáson alapuló lehetőségeket. A közönségük online igényeit felismerve megtalálják azokat a témákat és beszédmódokat, ahol és ahogyan üzeneteiket leginkább át tudják adni.

5.2.5. Konklúzió

Ha felidézzük a disztributív múzeum modelljét, segítséget kaphatunk ahhoz, hogy a közösségi média múzeumi működésben betöltött szerepét értelmezzük. A közösségi hálózatok, közösségi oldalak a 21. század elejétől olyan virtuális platformokként jelennek meg,

⁴⁷⁴ Uo.

⁴⁷⁵ Forrás: <https://open.spotify.com/playlist/0aJgBcWHbpz5tP11RMIfTP> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 07.

⁴⁷⁶ Forrás: <https://www.mixcloud.com/iparm%C5%B1v%C3%A9szetim%C3%BAzeum/> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 07.

⁴⁷⁷ Forrás: <https://open.spotify.com/show/4KEBXcMplQvEsdDBKNoSvw> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 07.

⁴⁷⁸ Forrás: <https://soundcloud.com/ferenc-pulszky> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 10.

ahol az egyének, intézmények, közösségek, vállalatok kapcsolatba léphetnek egymással közös érdeklődési körök, személyes kapcsolatok, közös kötődések révén az elosztott (disztributív) hálózatok mintázatát követve. A közösségi oldalak ugyanakkor nemcsak online találkozóhelyként kívánnak működni, hanem a résztvevők együttműködésére, az általuk létrehozott szöveges, képes, videó- és audiotartalmak létrehozására és megosztására is törekednek.⁴⁷⁹

A múzeumok közösségi médiafelületei képesek voltak ebben a rendszerben hitelesként elfogadott tartalomközvetítő csomóponttá, egyfajta információ gyűjtő- és elosztó helyé válni. Ha a disztribúció az a folyamat, amelynek során a termékek - esetünkben a tudás és az információ -, a termelőtől a fogyasztóig eljut, akkor a közösségi médiában folyó múzeumi tevékenység mindenképpen fontos szerepet játszik. Főleg, miután a korábbi lineáris és frontális tartalomközvetítő formákat mind gyakrabban váltják fel a közösségi média különböző platformjaira jellemző szétszórt, individualizált, gyakorlati és aktualitásokra reflektáló posztok, amelyeket esetenként az internet eszközeivel (hashtag, hiperlink, beágyazás) kötnek össze az ezzel foglalkozó szakemberek.

A terület egyik legnagyobb kihívása, hogy ebben a folyamatban ne csupán a múzeumok és a múzeumi tartalmak játsszanak aktív szerepet, hanem a felhasználók interaktív módon – egyének és közösségek – is szóhoz jussanak, bekapcsolják saját történeteiket, tartalmaikat, véleményüket, egy szóval önmagukat a múzeum által működtetett hálózatba. A következő fejezetben ebből a nézőpontból vizsgálom a múzeumok közösségi médiában tetten érhető gyakorlatait.

5.3. Közösségépítés a világhálón⁴⁸⁰

A múzeumokban zajló szemléletváltást bemutató fejezetben (3.2) már részletesen bemutattam, hogy a közösségépítés, a részvételre és együttműködésre épülő projektek épp olyan markánsan meghatározták a 2010-es évek múzeumi praxisát (3.2.3.), mint az online térben, különösen a közösségi médiában való közgyűjteményi jelenlét erősödése (3.2.2.). A két, egymást egyre több ponton metsző online és offline hálózatfejlesztő folyamat az évtizedet záró 2020-as évben ért össze, amikor a koronavírus-világjárvány nyomán két alkalommal is hónapokra bezártak a múzeumok, az emberi kapcsolatok, személyes találkozások módját pedig szigorú rendeletek uralták. Mivel a világ és ezzel párhuzamosan a magyar múzeumok jelentős része már az offline és az online területen egyaránt rendelkezett tapasztalattal, a veszélyhelyzet meghirdetésével szinte egy időben olyan, a pandémiát követő időszakban alkalmazható

⁴⁷⁹ Szűts 2018, 329–332.

⁴⁸⁰ Az alábbi fejezet megjelent itt: Berényi 2021d.

megoldások születtek, amelyek nemhogy gyengítették volna, hanem több szempontból erősítették az intézmények társadalmi beágyazottságát, miközben a terület sérülékeny pontjaira is rámutattak.

A következőkben ennek megfelelően arra törekszem, hogy a virtuális közösségépítés szempontjából is megvizsgáljam a múzeumok online tevékenységét. Azaz míg az előzőekben a múzeumok által kézben tartott tartalmak hálózatát, ebben a részben a közösségi médián keresztül hozzájuk kapcsolódó emberekhez, csoportokhoz való viszonyukat tekintem át.

5.3.1. A világháló mind sűrűbb szövete

Függetlenül attól, hogy közösségi média különböző platformjaira egyre gyorsabb ütemben kapcsolódó múzeumok a 2010-es években inkább arra törekedtek, hogy a sajtó érdeklődésétől függetlenül láthatóvá váljanak, az eseményeikről, gyűjteményeikről, eredményeikről – úgymond frontálisan – hírt adjanak, fotókat, videókat osszanak meg magukról és a kiállításairól, azokra maximum like-okat, kommenteket várjanak, sporadikusan kezdettől fogva felfedezhető a közösségépítés, a közös tartalom létrehozásának szándéka (lásd 3.1.2. fejezet). Ezzel párhuzamosan egy másik aspektus is megfigyelhető, a múzeumok a közösségi médián keresztül lehetőséget kaptak, hogy jobban megismerjék a látogatóikat, rétegzettebben gondolkodjanak róluk, komplexebben szemlélhessék az egyre élesebben körvonalazható célcsoportokat, felmérjék, miként hatnak rájuk a világ folyamatai, mi foglalkoztatja a nőket, a férfiakat, a kamaszokat, az időseket, bevándorlókat vagy épp a családosokat, és ezeket a tapasztalatokat bevonják, beépítik kiállításukba, kutatásukba vagy akár gyűjteményi munkájukba,⁴⁸¹ azaz újabb szálakkal, mintákkal erősítik az offline és online térre egyaránt kiterjedő, embereket, tárgyakat, tartalmakat összefűző hipertextuális, hipermediális hálót.

Több rangos nemzetközi díjat is bezsebelt a jelentős műtárgygyűjteménnyel és kiállítótérrel rendelkező ausztrál Új-Dél-Wales Állami Könyvtár és a digitális innovációval foglalkozó DX Lab közösen megvalósított 2018-as *#NewSelfWales*-projektje, amely önmagában is reprezentálhatja a közösségi médiában rejlő közösségépítő lehetőséget. A kezdeményezés a közgyűjtemény már digitalizált fénykép-, festmény- és grafikaanyagának portréihoz kapcsolódott. A felhívásban arra kérték fel az állam lakosságát, hogy vagy a különböző kampányhelyszíneken vagy a kiállítótérben felállított fotófülkéiben, vagy az Instagramon *#NewSelfWales* hashtaggel osszák meg saját szelfijeiket. A beérkező fotók szakmai moderálás után felkerültek a könyvtár egyik új kiállítóterében felállított óriási digitális kijelzőre, ahol a beküldők Új-Dél-Wales elmúlt kétszáz évének fennmaradt arcai között találták

⁴⁸¹ Bayer 2017.

saját képmásukat, ezzel is kifejezve a történeti örökség, az emlékezet, a közösség korokon átívelő erejét, továbbá reflektálva az egyéni, a társadalmi, a kollektív vagy köz-, a privát és a nyilvános emlékezet fogalmára. Az így létrejött, interneten azóta is megtekinthető és kereshető 12 ezres portrégyűjteménybe hétezer kép a kiállítótér fotóautomatáin, ezer az Instagramon keresztül került, kiegészítve a jelenkor közösségeinek tagjaival az intézmény több mint ötezres történeti és művészeti anyagát.⁴⁸² A projektben egyszerre volt tetten érhető az interaktivitás, az elköteleződés jelentősége, miközben a múltból fennmaradt tárgyak, képi ábrázolások, a digitalizált múzeumi gyűjtemény már a hipertextuális online környezet hashtagjén fonódott össze a közösségi média hálózatában, az intézményi tér multimédiás kijelzőjén és az online térben is elérhető digitális adatbázisban.

A lehetőségek határtalanná váltak, főleg, ha a statisztikai adatokat is figyelembe vesszük. 2021-re, amikor a közösségi oldalak forgalma a becslések szerint eléri a 3,78 milliárd felhasználót,⁴⁸³ a kulturális intézmények végül mégis egy krízishelyzet hatására kezdték el tömegesen meglátni a lehetőséget abban, hogy kölcsönös interakcióra, interkonnektivitásra épülő közösségeket építsenek fel ezeken a felületeken. A korábban a szakirodalomból, konferenciákon megismert jó gyakorlatok, példák, nemzetközi és hazai ajánlások egyesek számára lehetőséggé, másoknak kényszerű megoldássá váltak. A múzeumok tömegével fedezték fel, amire a kommunikációelmélet kutatói már egy évtizeddel korábban felhívták a figyelmet: *„A web 2.0 – a részvételi kultúra webes megnyilvánulása. A felhasználó nem egyszerűen elszenvedője az online tartalmaknak, hanem interaktív alakítója is. Nem csupán tartalomfogyasztásról van szó, hanem egyidejűleg tartalomgazdagításról, tartalom létrehozásáról, megosztásáról is. Ez a részvétel és interakció pedig aktivitást szül, amely nem minden esetben új tartalmak létrehozását, hanem megosztásban, kommentelésben, a közösségi oldalak üzenőfalán történő alkalmazások segítségével automatikus, sokszor szerzői jogi szempontból megkérdőjelezhető publikálást jelent.”*⁴⁸⁴

5.3.2. Ami nélkül nem ment volna: participáció

Nemcsak a múzeumok online tevékenységében tárhatók fel olyan előzmények, amelyek megteremtették a világjárvány idején a hatékony online közösségépítés lehetőségét. Ahogyan már korábban bemutattam, a közösségi múzeum, a múzeumi participáció időben és módszertanában még ennél is mélyebb és szerteágazóbb gyökerekkel rendelkezik. Az 1960-as, 70-es évektől az angolszász és a latin-amerikai muzeológia eltérő hagyományokra visszatekintő

⁴⁸² Bray 2019.

⁴⁸³ Oberlo 2021.

⁴⁸⁴ Szűts 2012.

gyakorlata nyomán megjelenő kritikai diskurzusra, a részvételiségre, a kortárs reflexiókra, az aktivizmusra épülő új muzeológiai szemlélet radikálisan átalakította a múzeumok társadalmi szerepvállalásának, a közösségekkel, egyénekkal való együttműködéseinek a lehetőségeit.⁴⁸⁵ A különböző országokban kialakult gyakorlatokra ugyanakkor a 21. században egy web 2.0-s felületen, a 2006-ban indított *Museum 2.0* blogon publikáló Santa Cruz-i muzeológus volt váratlan hatással. Nina Simon 2010-ben megjelent és online közétett *The Participatory Museum* című könyvének híre néhány hónap alatt bejárta a világot. A benne összegzett szemléletmódot és gyakorlatot követők százai honosították meg saját intézményükben az elmúlt évtizedben. Nem véletlenül, hiszen azokat a problémákat (a kulturális intézmények irreleváns szerepe az emberek életében, az intézmények változatlansága, az emberek motiválatlansága a visszatérésre, a tekintélyre épülő hangnem, a látogatók problémái, világnézete iránti érzéketlenség, a látogató önkifejezésének hiánya, lásd 3.1.3. fejezet), amelyekre a szerző reflektált, a globális kulturális tér valamennyi múzeuma érzékeli.⁴⁸⁶ A Simon által kidolgozott participációra, a részvételiség több fokozatára épülő módszertan mindemellett nemcsak aktualitásának, használhatóságának köszönhető átütő sikerét, hanem a múzeumi szakember online térben folytatott, példamutató szakmai közösséget építő diskurzusának is. Ettől függetlenül nem Nina Simon tevékenysége forradalmasította és demokratizálta a múzeumok gondolkodását a közösségekről, a velük való együttműködésről, viszont a szakember ezzel kapcsolatos „globális” web 2.0-s kommunikációja nagyban hozzájárult, hogy a már meglévő folyamatok felgyorsuljanak, láthatóbbá váljanak.

Ahogy már korábban bemutattam, a 2010-es évek társadalmiasítást célul kitűző módszerei a magyar múzeumokat sem hagyták érintetlenül. A Néprajzi Múzeum gondozásában többéves kutatómunka után 2018-ban megjelent *...Nyitott Múzeum... Részvétel, együttműködés, társadalmi múzeum* című, online és nyomtatott formában is elérhető kézikönyvet, amely a részvételen és az együttműködésen alapuló múzeumi munkát, a közösségi múzeum gyakorlatait, lehetőségeit, elméleti alapjait tudományos módszerekkel vizsgálja,⁴⁸⁷ már többször említettem, ahogyan a Szabadtéri Néprajzi Múzeum – Múzeumi Oktatási és Módszertani Központ társadalmiasítást elősegítő projektjeit is.⁴⁸⁸ A két kiemelt projekt alapvető szemléletváltást hozott a magyarországi múzeumok világában. A módszertani megújulás, az új rendezvény- és együttműködési típusok meghonosítása, valamint a hálózati jellegű működéssel járó tapasztalatok, a látogatókutatás addigra kialakult rutinjai is szervesen hozzájárultak ahhoz,

⁴⁸⁵ Vergo 1989, Wilhelm 2013, Foster 2018.

⁴⁸⁶ Egyetlen példa Németországból: Gesser & Handschin & Janneli & Lichtensteiger 2012.

⁴⁸⁷ Frazon 2018.

⁴⁸⁸ Részletesen: Cselekvő közösségek 2021. Tudástár. <https://cselekvokozossegek.hu/tudastar/utmutatok/> – utolsó letöltés: 2021. 07. 31., továbbá: Arapovics 2017, Bereczki–Nagy, 2020.

hogy a pandémiával járó korlátozások idején a múzeumi közművelődés, a látogatókkal való kapcsolattartás az intézmények infrastrukturális felszereltségétől függetlenül az online térbe költözhetett. A MOKK képzései, konferenciái, rendezvényei, workshopjai szinte kivétel nélkül megvalósultak az online térben, szakmai támogatást nyújtva az erre igényt tartó intézményeknek. Mindez nemcsak a nagyobb múzeumok tekintetében valósult meg, hanem a szűkös humán és egyéb erőforrásokkal rendelkező tájházhálózat esetében is. Az intézmények számára motiváló volt, hogy 2020-ban is át adták a *Közösségi múzeum* címet, valamint online megrendezték a Virtuális Közösségek Hetét,⁴⁸⁹ a Virtuális Tájházak Napját,⁴⁹⁰ amely a szakembereket országosan új online közösségi programok szervezésére ösztönözte. Mindemellett a Nina Simon kapcsán már felvetett globalizációs hatásról ebben az esetben sem feledkezhetünk el: a világháló univerzális platformjain a különböző jó gyakorlatok, kérdésselvetések pillanatok alatt jutottak el az arra kíváncsi szakemberekhez. Az UNESCO egyik tanulmánya arról tanúskodik, hogy a múzeumi közösség 2020 márciusától széles körben publikálta tapasztalatait.⁴⁹¹

5.3.3. Több mint lájk – az online részvételiség kultúrája

Ahogy az UNESCO jelentése is megjegyezte, a hazai és a nemzetközi példák arról vallanak, hogy azok az online közösségi projektek voltak sikeresek, amelyek már kialakult online vagy/és offline közösségi hálózatokra építettek. A pandémia előtt már működő közösségek tagjai, a közösségi média korábbi hűséges követői voltak azok, akiknek a támogatására építhettek az intézmények. Akár az online térben, akár az offline térben volt erős közössége az intézménynek, a járvány után kiindulópontként potenciálisan a meglévő kapcsolataikra építhettek.

A karanténhelyzetben megnőtt digitális étvágy első kihívása ugyanakkor az volt, hogy az erős közösségi hálóval, magas részvételi szinttel operáló múzeumok képesek-e az analóg térbe dedikált kapcsolataikat az online térben is ápolni, valamint a közösségi médiában széles és aktív rajongótáborral bíró intézmények tudnak-e közösséget építeni heterogén követőkből, ismeretlen lájkolóikból, kommentelőikből. Úgy is fogalmazhatunk, hogy az online térben erős intézményeknek az okozott fejtörést, hogy a közösségi médiában már elköteleződést, interaktivitást jelentő reakciókon, esetleges megosztásokon túl miként emeljék magasabb részvételi szintre az együttműködést, a jelentős önkéntes hálózattal, baráti körrel, civil

⁴⁸⁹ Közösségek hete. Beszámoló. <https://kozossegek hete.hu/beszamolok-2020-2021/> – Utolsó letöltés: 2021. 07. 31.

⁴⁹⁰ Tájházigazgatóság. Virtuális tájházak napja. <https://tajhazigazgatóság.skanzen.hu/virtualis-tajhazak-napja.html> – Utolsó letöltés: 2021. 07. 31.

⁴⁹¹ UNESCO, 2021.

kapcsolatokkal rendelkező múzeumoknak pedig az, hogy milyen módszerekkel vegyék rá az offline programokkal, analóg törődéssel megnyert barátaikat az online tevékenységre. A két terület ötvözése azokban az intézményekben sem volt problémamentes, amelyek mindkét területen pozicionáltak már a járvány előtt magukat.

Ha csak a közösségi részvétel fentebb említett modelljének (IAP2) web 2.0-s alkalmazását vesszük figyelembe, a legmagasabb, „felhatalmazás” szint egyből felveti azt a nagyon gyakorlatias problémát: megadhatjuk-e a hozzáférést egy önkéntesnek az intézményi online felületekhez? Elegendő-e a közösség fenntartásához, ha azzal vonjuk be az egyéneket, hogy osszanak meg különböző közösségi médiatartalmakat? Egyáltalán milyen lehetőségek nyílnak a valódi aktivitásra, hozzájárulásra, együttműködésre? Hogyan alakulhat ki a közösségi médiában valódi párbeszéd, tudáskörforgás? Mikor érezheti valóban az egyén, hogy egy online csoportnak nemcsak névleg, hanem valóban tagja? Megjelenhet-e mindez az identitásában?

A Magyar Nemzeti Múzeum például a kényeszerű zárvatartás idején úgy döntött, hogy a 30 ezer feletti, organikusan növekvő Facebook-követőtábora számára a múzeum által kiemelt témák köré Facebook-csoportokat szervez. A platform lehetővé tette, hogy a múzeumi szakemberek ne csak frontálisan közöljenek tartalmakat, amiket a közönség lájkokkal, kommentekkel „elbírál”, hanem olyan felület jött létre, ahol bárki hozzájárulhatott tartalommal, tudásával, tapasztalataival a tematikához. A témák kiválasztásában szerepet játszott az aktualitás, az elmaradt események nyomán keletkező űr betöltésének igénye, vagy a múzeum kurátorainak azon elképzelései, kutatási tervei is előtérbe kerültek, amelyek alkalmasak voltak a bevonódásra, segíthettek a közösség tagjainak rekreációjában, szorongásaik enyhítésében. A Facebook-csoport működtetésének technikai háttere pedig folyamatos monitorozást tett lehetővé a tagok aktivitásának elemzésével.

Elsőként az online közösségépítés terén már korábban tapasztalatokat szerző Simonovics Ildikó művészettörténész ötlete nyomán indult el a múzeum *My Home Office Challenge – Muti az otthoni munkahelyed!* kihívás Facebook-csoportja.⁴⁹² A kurátor célja a közösségépítésen túl az is volt, hogy széles körben dokumentálja az otthoni munkavégzés körülményeit, azzal a nem titkolt elképzeléssel, hogy a járvány végén kiállítást rendezzen az összegyűlt fényképanyagból és a hozzá kapcsolódó leírásokból. A csoporthoz elindítását követően több ezren kapcsolódtak – nem feltétlenül a múzeum követőtáborából – Budapesttől Nairobiig, hogy a tagok a 2020. április 21-én startolt és június 15-én lezárt kampány után is aktívan kommunikáljanak egymással. Azaz miután a kampány időszakában a 2833 tag 1880 képet töltött fel, 1209 bejegyzést, 3523 hozzászólást tett és 66 155 reakciót

⁴⁹² My Home Office Challenge – Muti az otthoni munkahelyed! Facebook-csoport.
<https://www.facebook.com/groups/532107060841246> – Utolsó letöltés: 2021. 07. 27.

váltott ki,⁴⁹³ a későbbiekben – például a karácsonyi készülődéshez kapcsolódóan – is táplálkoztak az online együtt töltött karanténidők élményeiből. A résztvevők folyamatosan követik egymás posztjait, pozitív, biztató véleményt fogalmaznak meg egymás számára. A múzeum kilépett a hagyományos történeti-régészeti keretek közül, a közös kulturális örökség megőrzése, bemutatása, interpretációja mellett most a jelenkor embere és a kortárs világ problémáira reagált, ahhoz kapcsolódva kereste meg a közös pontot, annak mentén épített közösséget.

A Nemzeti Múzeum bár kisebb közösséggel és alacsonyabb aktivitással más tematika köré is szervezett csoportot. A *25 éves a Múzeumok Majálisa* csoportba⁴⁹⁴ az elmaradt rendezvény nyomán az elmúlt időszak szervezőit, résztvevőit csatlakozhattak, hogy megosszák egymással az elmúlt évek során készült fényképeket, videókat, a hozzájuk kapcsolódó emlékeket. A *Kötődj hozzá! Magyarok a horvát tengerparton* csoport⁴⁹⁵ a későbbre halasztott *Ars et Virtus. Horvátország és Magyarország: 800 év közös kulturális öröksége* című kiállításához kapcsolódott,⁴⁹⁶ de indult csoport az adventi, karácsonyi dekorációhoz kapcsolódóan is.

A Facebook-csoportot más múzeum is sikeresen alkalmazta. A már említett múzeumi dolgozók zárvatartás alatt folytatott munkájára koncentráló kérdőíves kutatás során 41 szakember említette, hogy a járvány óta folyamatosan működtet közösségépítésre alkalmas Facebook-csoportot, 19-en csak egy bizonyos időszakban éltek a lehetőséggel, de három olyan kollega is volt, aki sikertelenül próbálkozott ezen a platformon (80. és 81. ábra). A lokális identitást aktivizálta a Göcseji Múzeum által indított *Zala megye régi képeken és képeslapokon* csoport, amelyben a megye több múzeuma is a részt vett.⁴⁹⁷ A csoport ráadásul a múzeum gyűjteményi munkájához, a zalai képanyag digitalizálásához is kapcsolódik, a Forum Hungaricum Nonprofit Kft.-vel való együttműködés nyomán láthatóvá váltak archív felvételek, amelyeket bárki kiegészíthetett, kiegészíthet ma is saját családi fotóival, képeslapjaival.

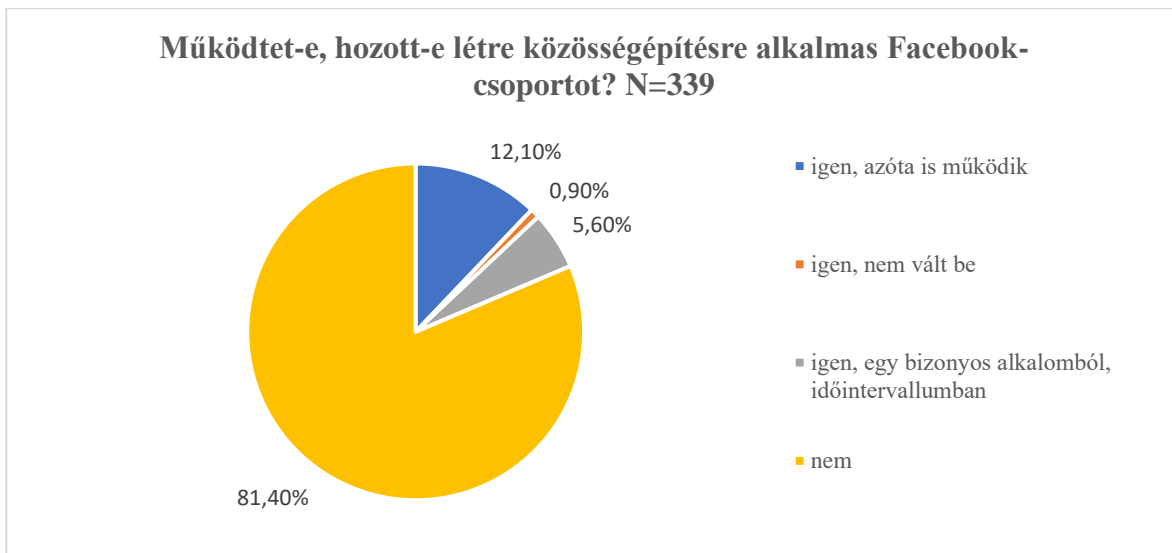
⁴⁹³ Simonovics 2020.

⁴⁹⁴ 25 éves a Múzeumok Majálisa Facebook-csoport. <https://www.facebook.com/groups/220021819416675> – Utolsó letöltés: 2021. 07. 31.

⁴⁹⁵ Kötődj hozzá! Magyarok a horvát tengerparton Facebook-csoport. <https://www.facebook.com/groups/206844640678824/about> – Utolsó letöltés: 2021. 07. 31.

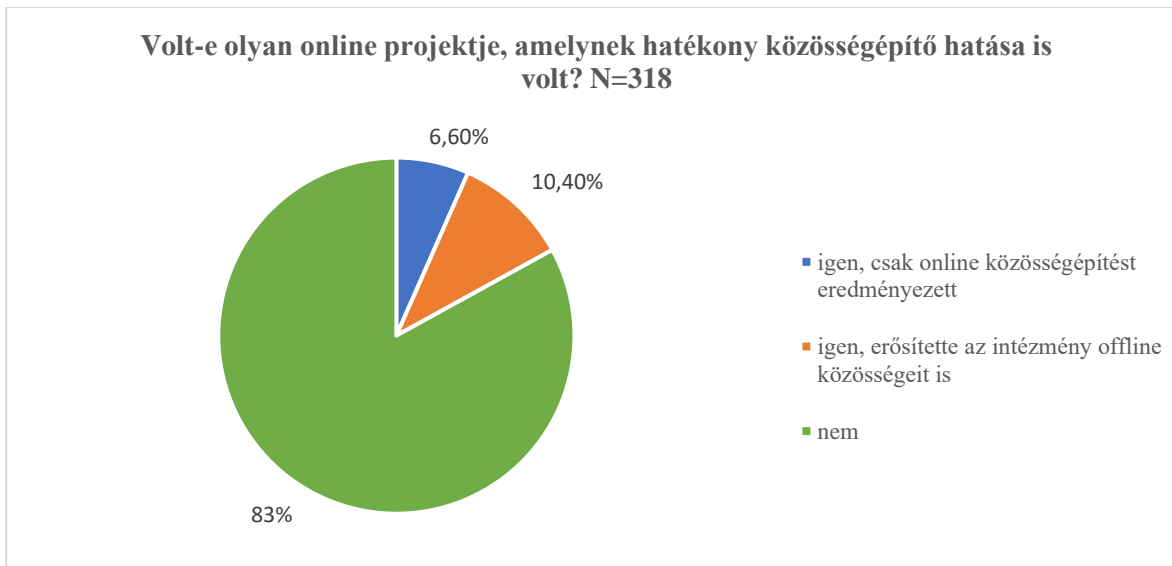
⁴⁹⁶ Ars et Virtus. <https://mnm.hu/hu/muzeum/hirek/ars-et-virtus-horvatorszag-magyarorszag-800-ev-kozos-kulturalis-oroksege> – Utolsó letöltés: 2021. 07. 31.

⁴⁹⁷ Zala megye régi képeken és képeslapokon Facebook-csoport <https://www.facebook.com/groups/372197417236619/about> – Utolsó letöltés: 2021. 07. 27.



80. ábra

A *Múzeumi munkatársak tevékenysége, munkakörülményei a világjárvány alatt* című kérdőíves kutatás adatai alapján



81. ábra

A *Múzeumi munkatársak tevékenysége, munkakörülményei a világjárvány alatt* című kérdőíves kutatás adatai alapján

5.3.4. Közös munka: gyűjtés, dokumentálás

A gyűjtés, a járványhelyzet, a karantén, a megváltozott életkörülmények dokumentálásának igénye számos intézményt ösztönzött arra, hogy ne csak online tartalmak közreadására törekedjen, hanem a frontális ismeretátadás formáin túllépve bevonja közönségét a munkába. Ezek közé a formák közé tartozik a számos intézmény által indított gyors reagálású online gyűjtőkampány, amellyel a járvánnyal kapcsolatos életmódváltás, változások, helyzetek rögzítésére törekedtek. Világszerte számos felhívás jelent meg abból a célból, hogy a múzeumok közösségei járuljanak hozzá fizikai tárgyakkal, leletekkel, digitális fotókkal, filmekkel, szövegekkel, történetekkel, műalkotásokkal a pandémia dokumentálásához. De az

intézmények egy része arról is megkérdezte a látogatóit, hogy szerintük mit és hogyan érdemes rögzítenie az intézménynek, miként nézzen ki majd a leendő COVID–19-gyűjtemény, vagy mit érdemes megosztania a múzeumnak az online felületeken összegyűlt tartalmakból (részletesen lásd 5.5 fejezet). A múzeumok ugyanakkor nemcsak a tárgyújtásra, dokumentálásra törekedtek, hanem hogy rögzítsék a járvány idején kialakult szolidaritást, összetartozást is. Az exeteri Royal Albert Memorial Museum Lockdown-legendákat keresett, olyan helyi embereket, akik különös kedvességet, bátorságot, emberséget vagy találékonyságot tanúsítottak a koronavírus-járvány idején. A történetek számára külön weboldal is készült, ahol az inspiratív és megható esetek a filantrópián túl arra is példát mutattak, hogy a devoniak a legnagyobb bajban is számíthatnak környezetükre.⁴⁹⁸

A Magyarországon a *Hogyan fedezte fel Ön a múzeumi világ online tartalmait a világjárvány idején?* című, már említett online kérdőíves kutatás válaszadói közül 13,2 százalék reagált a hazai múzeumok felhívásaira: azaz a kérdésre válaszoló 957 fő közül 127-en osztottak meg járvánnyal kapcsolatos képet, szöveget a múzeumok internetes oldalain, esetleg küldtek be digitális vagy fizikai anyagot a felhívásaikra. Ez az együttműködési készség, ilyen fokú bevonódás, sokféleség, valamint földrajzi kiterjedtség a korábbi évek tapasztalatai alapján elképzelhetetlen lett volna.

5.3.5. A meglévő offline közösségek gondozása

Az új típusú online kapcsolatteremtés mellett a múzeumok nem feledkezhetek meg meglévő közösségeikről sem. A koronavírus okozta járványügyi helyzet kihívás elé állította a hazai muzeális intézményeket abban a tekintetben is, hogy miképpen tudnak önkénteseikkel hatékonyan együttműködni.⁴⁹⁹ A megkérdezett intézmények csaknem 38 százaléka, azaz 77 nem rendelkezik önkéntesekkel. A minta 62 százalékának, azaz 126-nak kicsivel több mint a fele, pontosan 64 intézmény egyértelmű igennel válaszolt arra a kérdésre, hogy „Tudtak-e az önkéntesekkel hatékonyan együttműködni?” a 2020-as év során, további harmincnak elenyésző mértékben, míg 32 muzeális intézménynek nem sikerült az együttműködés. Azon intézmények, amelyeknek sikerült az önkénteseket a 2020-as évben is foglalkoztatniuk, főként a nyári időszakban, például a nyári táborok lebonyolításában, és az intézmény online jelenlétének támogatásában tudták ezt megtenni.⁵⁰⁰

Az önkéntescsoportokkal, baráti körökkel való kommunikációban a járvány előtt is jelentős szerepet játszottak a különböző web 2.0-s platformok. Ez azonban a zárvatartás és a

⁴⁹⁸ Showcase. Lockdown legends. <https://showcase.rammuseum.org.uk/showcase/lockdown-legends> – Utolsó letöltés: 2021. 07. 31.

⁴⁹⁹ Az amerikai jó gyakorlatokról: Merritt 2020.

⁵⁰⁰ Pacsika 2021a.

veszélyhelyzet hosszú hónapjai alatt nem volt elegendő ahhoz, hogy közös aktivitásra épülő közösségeket egyben tartson. A 2020-ban és 2021-ben is megrendezett Virtuális Közösségek Hete vagy a Virtuális Tájházak Napja idején nagy szerepet játszottak az olyan programok, mint a Petőfi Irodalmi Múzeum *Gyűjts és dobozolj velünk! Projekt a PIM önkénteseivel* és a *Tárgytól szövegig, szövegtől a tárgyig!* elnevezésű projektje. Az önkéntes közösség tagjai szerdánként „találkoztak”, hogy a virtuális kommunikáción keresztül inspirálják egymást. Míg az első tematika a doboz fogalmára épült, addig az utóbbi foglalkozáson arra kérték a PIM önkénteseit, hogy küldjék el egy olyan tárgyuk fényképét, amelyik a mostani helyzetben vált fontossá számukra. Ezeket a tárgyfotókat azután „kiosztották”, a résztvevőknek pedig az volt a feladatuk, hogy keressenek kapott tárgyukhoz olvasmányokat, szövegeket a Digitális Irodalmi Akadémia gyűjteményében. A keresés mellett a tárgy fiktív történetét is megalkották. Így áll össze egy különleges szöveg- és tárgygyűjtemény.⁵⁰¹ A PIM programja jól mutatja, hogy a meglévő közösségek fenntartásához nem biztos, hogy elegendő a közösségi média platformjai által szabott „tér”, meg kellett találni azokat a formákat, ahol a már kialakult dinamika az online kommunikációs csatornákon keresztül is életbe léphet.

A múzeumok önkéntesprogramjai az online lehetőségek kiaknázása ellenére súlyos veszteséget szenvedtek a pandémia következtében világszerte. Mindez része annak a globálisan tetten érhető jelenségnek, amely különösen azokat a kisebb civil szervezeteket érinti, amelyek tagjai között a kapcsolatfelvétel, a közösségi élet korlátozása miatt csökkent az összetartozás érzete, beszűkült a társadalmi interakció, a közösségépítés és a közös aktivitások lehetősége, miközben a rendelkezésre álló anyagi források is szűkösebbek.⁵⁰² A civil szférának minden bizonnyal hosszabb távon kell számolnia a járvány hatásaival.

5.3.6. Hangnemváltás, inklúzió, esélyegyenlőség, többszólamúság, szubjektivitás

Azáltal, hogy a múzeumok szörnyű tárgyakról indítanak sorozatot, privát fotók feltöltésére biztatják az embereket, háziállatokkal, mémekkel viccelődnek, szabadon engedik az általuk indított hashtagsorozatokat, kontroll nélkül eddig nem ismert hangok megszólalását teszik lehetővé, megkérdőjelezhető minőségű, de szórakoztató videókat tesznek közzé, soha korábban nem tapasztalt rugalmasságról és lazaságról tettek bizonyosságot a világjárvány alatt. A kurátorok szakítottak a hivatalos hangnemmél, a korábbinál szubjektívebben fogalmazták meg nézeteiket.

⁵⁰¹ Petőfi Irodalmi Múzeum. *Dobozolj velünk! Projekt önkénteseinkkel*. <https://pim.hu/hu/dobozolj-velunk-projekt-onkenteseinkkel> és *Szerencsénk van: a mosolyhoz nem található arc*. <https://pim.hu/hu/targytol-szovegig-szovegtol-targyig> – Utolsó letöltés: 2021. 07. 27.

⁵⁰² Schrader 2021.

A múzeumok a járvány alatt nemcsak személyesebbek, viccesebbek, hanem a társadalom problémái iránt is érzékenyebbek váltak. 2021-ben, a harmadik hullám legnehezebb időszakában 38 magyar közgyűjtemény kapcsolódott online programokkal a Beporzók napjához, hogy programokkal hívja fel a természet védelmére a figyelmet.⁵⁰³ 2020-ban és 2021-ben a Föld Napjához csatlakozva a világ múzeumai a közönségüket bevonva *#MuseumsGoGreen* hashtaggel a klímaválságról beszéltek és beszéltették követőiket. A legátütőbb akció azonban a COVID-19 által sújtott amerikai intézmények körében alakult ki, amikor a Black Lives Matter mozgalomra reagálva új online tartalmakkal, programokkal, tárggyűjtőkampányokkal álltak ki az egyenlő bánásmód mellett.⁵⁰⁴

Míg évtizedek óta a kritikai muzeológia egyik fókusza, hogy a női tárgyak, a női témák, a múlt különböző korú, státusú női szereplői a férfiakhoz képest kevésbé jelennek meg a különböző kiállításokban, addig az online térben gyors női emancipációnak lehettünk tanúi.⁵⁰⁵ Washingtonban a Smithsonian Intézet különböző múzeumaiban rendkívül szerteágazó képet kapunk az emberiség történetéről. Többek között külön múzeum foglalkozik az amerikai nemzet, az afroamerikaiak, az indiánok történetével, a természettudományokkal, az űrhajózással, az egyes művészeti ágakkal. Ebben a komplex kulturális univerzumban azonban a „mi minden van?” mellett a „mi hiányzik?” kérdés is izgalmas problémákra mutat rá. 1994-ben például vizsgálóbizottság állapította meg, hogy az intézet rendszeresen megfélekedezik a latinók bemutatásáról, 2014-ben pedig külön kongresszusi bizottság tárgyalt arról, hogy a Smithsonian projektjei nem fordítanak elegendő figyelmet az amerikai nők történelmi szerepére. Korábban, a virtuális múzeumok esetében már említettem, hogy a washingtoni Nemzeti Nőtörténelmi Múzeum felépítéséről már 1996-ban elkezdtek beszélni, a szenátus többször is zöld jelzést adott a projektnek, de hiába tárták fel, hogy az örökségi helyszínek vagy az iskolai történelemkönyvek leckéinek töredéke reflektál csak a témára, a fizikai megvalósítás várat magára. 2021. február 13-án virtuális csúcstalálkozó⁵⁰⁶ tárta fel a nők alulreprezentáltságát a történelem- és a társadalomtudományokban, miután a *Hol vannak a nők?* elnevezésű jelentés⁵⁰⁷ megállapította, hogy a nők tapasztalatai és történetei nincsenek megfelelően integrálva az amerikai államtörténelmi normákba. A tantervekben tanított 737 történelmi személy között csak 178 női nevet találni (24 százalék), de köztük több csupán kitalált szereplő. Érdekes, milyen kontextusban kerülnek elő ezek a karakterek: túlnyomórészt

⁵⁰³ Vásárhelyi 2021.

⁵⁰⁴ Nagy Sándor 2020.

⁵⁰⁵ Idézet abból a cikkből, ahol összegeztem a nemzetközi nő történelmi virtuális kiállítás kínálatát: Berényi 2021e.

⁵⁰⁶ <https://unladylike2020.com/>.

⁵⁰⁷ A report and analysis of the Status of Women in State Social Studies Standards Where are the Women? | National Women's History Museum (womenshistory.org) <https://www.womenshistory.org/social-studies-standards>. – Utolsó letöltés: 2021. 11. 27.

háztartási szerepükben találkozunk velük (53 százalék), aztán következnek a szavazati jogok (20 százalék). Az online térben való építkezés ugyanakkor felül tud emelkedni a politikai és gazdasági megállapodások és döntések labilis világán. A National Women's History Museum szervezete működik, szakmai és közönségprogramokat szervez, adományokat gyűjt, és online kiállításokat készít az intézmény weboldalán. „Ha azt akarjuk, hogy lányaink profitáljanak az »előttük álló« nők bátorságából és bölcsességéből, meg kell osztanunk a történeteiket” – írják, és honlapjukon gazdag forrásanyag, óratervek, videók mellett jobbnál jobb virtuális kiállításokat tesznek közzé. Ezek alapján megismerhetjük azokat a nőket, akik kimagasló szerepet játszottak a NASA fejlesztéseiben vagy a tudományokban, de találhatunk fontos összeállításokat az afroamerikai nők mozgalmairól, nő katonákról, sportolókról, politikusokról, művészekről. A feltárt témakörök egyértelműen bizonyítják, hogy a nők története épp olyan színes és sokoldalú, mint a férfiaké, csak akarat kell a bemutatásukhoz.⁵⁰⁸

A Magyar Nemzeti Múzeum a világjárvány második hulláma alatt hasonlóan az állandó kiállításban alig hangsúlyos nőtörténetre fókuszált egy virtuális kiállítás és egy hozzá kapcsolódó online kerekasztalbeszélgetés mentén. A *Nőknek való vidék*⁵⁰⁹ című virtuális kiállítás látványos képekkel, 3D-modellekkel, valamint az ezekhez tartozó szövegek segítségével tárta fel, hogyan élhettek a népvándorlás és a honfoglalás kor (4–10. század) lányai, asszonyai.

Globális szinten elmondható, hogy a világ kisebb és nagyobb múzeumi intézményei, kihasználva az online tér lehetőségeit, olyan közösségekről, problémákról fogalmaznak meg állításokat és kérdéseket, amelyek a kiállításaikban nem szerepelnek. Az online tér, a közösségi média nyilvánosságának természete számtalan lehetőséget teremtett arra, hogy a múzeumok párbeszédet kezdeményezzenek, nyíltan és közvetlenül válaszoljanak a különböző megkeresésekre.⁵¹⁰ Ezeknek a projekteknek a népszerűsége, a jól dedikálható offline közösségekkel való újfajta tapasztalat jelzi, hogy a jövőben a kurátoroknak és a múzeumpedagógusoknak a területen erőteljesebb szerepük lesz: a közösségépítés, a részvételiség analóg környezetben meghatározott szintjeit, kategóriáit újra kell gondolniuk.

⁵⁰⁸ A témáról egy női magazinban írtam részletesen: Berényi 2021e

⁵⁰⁹ Kiállítás: Nőknek való vidék? | Magyar Nemzeti Múzeum (mnm.hu) <https://mnm.hu/hu/kiallitasok/virtualis-kiallitas/nonnek-valo-vidék> – Utolsó letöltés: 2021. 10. 17. A kiállításához kapcsolódó online kerekasztalbeszélgetés itt elérhető: <https://www.facebook.com/nemzetimuzeum/videos/337415081014512>
A beszélgetés résztvevői: Oltai Kata művészettörténész, Gergely Katalin régész, Régészeti Tár (MNM – Zalavár Gyűjtemény), Hajnal Zsuzsanna régész, Régészeti Tár (MNM – Népvándorlás kori Gyűjtemény), Soós Rita régész, Régészeti Tár (MNM – Honfoglalás kori Gyűjtemény), Moderátor: Berényi Marianna, újságíró, az MNM Kommunikációs és Közművelődési Igazgatóságának főosztályvezetője. Kurátorok: Gergely Katalin, Hajnal Zsuzsanna, Soós Rita. Grafika: Taivainen Karolina. Szakfordítás: Bartus-Szöllősi Szilvia. Virtuális kiállítás: Farkas Krisztina, Kovács Rita. Koordinátor: Kómár Éva. Az online beszélgetést 2021. október 17-ig 3,7 ezren tekintették meg.

⁵¹⁰ Wainwright 2019.

A múzeumok egy része mindemellett újfajta hangnemeket is megpendített, sőt az elmúlt időszakban az együttérző, léleklelegítő, érzelmes szövegek is hangsúlyosabbá váltak a közösségi médiaplatformokon. Az ilyen típusú párbeszéd pedig akár vizualizálódtak is. A Magyar Nemzeti Múzeum például megkérdezte közösségeit, követőit Facebook-oldalán, milyen szavakat idéz fel bennük az intézmény. A megható üzeneteket az intézmény egy, a múzeumot kirajzoló virtuális grafikai installációval köszönte meg.⁵¹¹



82. ábra
 „Körbeölelés” – helyett szólánc/gondolatlánc
 Forrás: Magyar Nemzeti Múzeum

5.3.5. Átláthatóság, fokozott hozzáférhetőség kontra archiválás

A koronavírus-járvány alatt a múzeumok az újfajta tartalmak, hangok, megoldások mellett más szempontból is közelebb kerültek közösségeikhez. A folyamatos tartalomlétséggel szemben mind többet kellett magukról megmutatniuk: a múzeumi működés egyre szélesebb területeit tették nyilvánossá. A látogatók számára nemcsak az olyan elzárt terek kerültek közelebb, mint a raktárak, a restaurátor-műhelyek, hanem a múzeumi szakemberek is, akik egyre közvetlenebből nyilatkoztak magukról, hivatásukról, gondolkodásukról, véleményükről.

A múzeumi tartalmak ezzel párhuzamosan váltak hozzáférhetővé: internetes eléréstől és nyelvtudástól függően a legkisebb intézményeknek is volt lehetőségük arra, hogy láthatóvá váljanak, a látogatóknak pedig, hogy földrajzi és egyéb (gazdasági, egészségügyi, társadalmi stb.) körülményektől eltekintve múzeumi programokon vegyenek részt, múzeumi közösségekhez kapcsolódjanak. A múzeumon belül pedig a digitalizáció, az online

⁵¹¹ Közösen körbeöleltük a Magyar Nemzeti Múzeumot! *Magyar Múzeumok OnLine*.
<https://magyarmuzeumok.hu/cikk/kozosen-korbeoleltuk-a-magyar-nemzeti-muzeumot>. – Utolsó letöltés: 2021. 11. 27.

tartalomgyártás értékelődött fel, szemléletváltást generálva a terület iránt kevésbé fogékony szakemberek körében is.

Az online térben, a közösségi médiában folytatott együttműködések egy újfajta kérdésre is rávilágítanak, főleg miután a 2010-es évek online közösségi projektjeinek a felületei már alig elérhetők: a múzeumok hogyan dokumentálják, miként archiválják a virtuális térben folytatott projekteket. A személyiségi jogok, a GDPR éppúgy kérdéseket vetnek fel, mint az infrastruktúra: milyen technikai megoldások lehetségesek például egy Facebook-csoport estében, hogy a közösen létrehozott tartalomgyűjtés, online gyűjtemény a jövő számára megmaradjon,⁵¹² a közösségi média kapcsolati hálójával, a kommentekkel, értékelésekkel, a világháló hipertextuális összefüggéseinek rendszerével együtt.

5.3.6. Mérhető, de mégsem mért elkötelezettség

Hasonló problémát jelent a múzeumok online tevékenységének egy másik aspektusa. Míg az intézmények világszerte hangsúlyozták a közösségi médián mérhető aktív elkötelezettség (kedvelések, megjegyzések, megosztások) és a passzív mutatók (elérések, megjelenítések, követők) növekedését, addig úgy tűnik, nem követik mélységében nyomon az online látogatók viselkedését. Ez nemcsak azért meglepő, mert erre a social media felületein minden lehetőség adott, hanem a közösségépítés szempontjából különösen fontos a résztvevők folyamatos monitorozása, véleményük beépítése a projektekbe. Ráadásul egy amerikai, a kulturális intézmények közösségi médiában végzett tevékenységét vizsgáló tanulmány szerint⁵¹³ a megkérdezett szervezetek 78 százaléka az internetet és a digitális technológiákat fontosnak tartotta a közönség elkötelezettségének növelése szempontjából, mások pedig arra hívták fel a figyelmet, hogy a közösségi média élménnyé tette és átalakította a múzeumi tanulást, az egyirányú, személyes élményt megoszthatóvá tette, megteremtette az elköteleződés és a részvétel új platformjait.⁵¹⁴ Így még inkább meglepő, hogy rendre elmaradt az online közösség tudatos vizsgálata.

A MOKK magyar gyakorlatra vonatkozó kutatása szerint felhasználói visszajelzéseket csupán alig több, mint a digitális és online tartalmakat elkészítő 114 intézmény harmada, azaz 39 kért.⁵¹⁵ A NEMO 48 ország hatszáz múzeumában végzett vizsgálata szerint az intézmények csaknem negyven százaléka nem követi a látogatásokat, vagy nem tudja, hogyan alakulnak az online látogatószámok.⁵¹⁶ A reakciók és az interakciók vizsgálatának hiánya nem feltétlenül a

⁵¹² Drótos 2021.

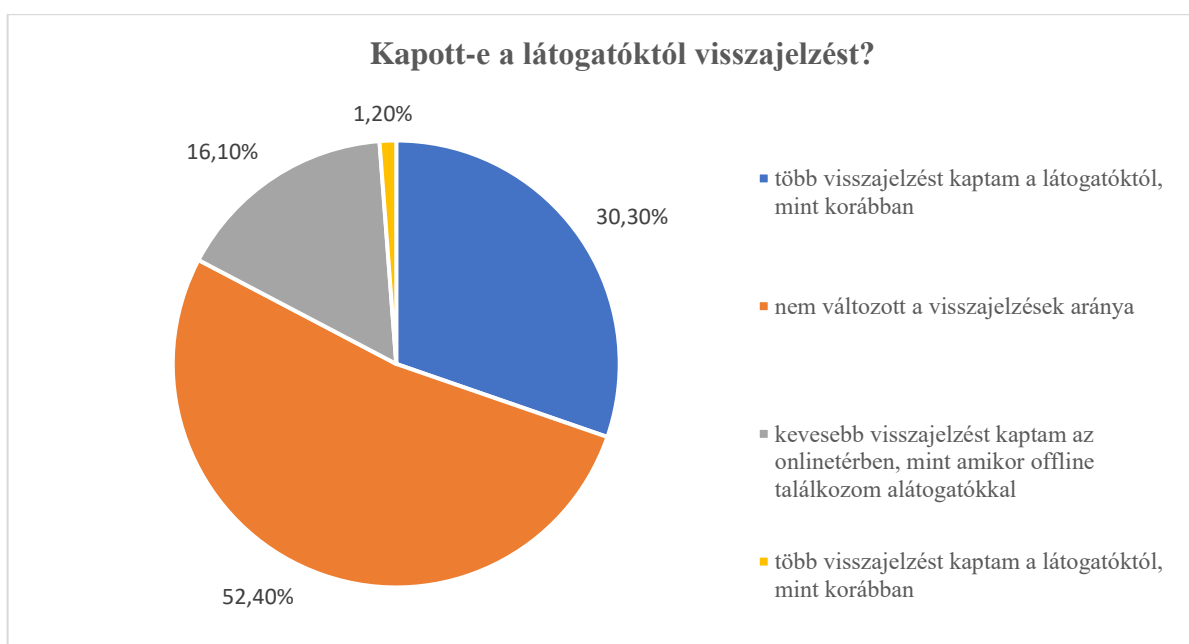
⁵¹³ Ryder–Zhang–Hua 2021.

⁵¹⁴ Adamovic 2013, Russo 2009.

⁵¹⁵ Pacsika 2021a, 14.

⁵¹⁶ NEMO 2021.

látogatói vélemény iránti érdektelenséget jelzi, hanem inkább a kedvelések és megosztások számán túlmutató digitális mérésekhez és elemzésekhez szükséges módszerek hiányára utal. Holott a közösségi médiában az elkötelezettség erősségének fontosságát nem szabad lebecsülni. Több, ezzel tudatosan foglalkozó intézmény is egyetért azzal, hogy az interakciók, reakciók mérése, az elkötelezett követők aktivitásának a követése, a kérdéseikre adott gyors válasz fenntartotta vagy megerősítette az intézmény és közönsége közötti kapcsolatot. Egy amerikai kutatás során pedig kiderült, hogy ez a figyelem, a folyamatos intézményi jelenlét, az állandó reakciók, a valós idejű interakció segítettek abban, hogy a múzeumi munkatársak digitális tartalmakkal élő online közösséget építsenek ki a közösségi médiában.⁵¹⁷



83. ábra

A *Múzeumi munkatársak tevékenysége, munkakörülményei a világjárvány alatt* című kérdőíves kutatás adatai alapján

5.3.7. Konklúzió

A múzeum – függetlenül attól, hogy offline vagy online térben terjeszkedik – közösségi tér. A múzeum által őrzött tárgyakon keresztül egykori és mai generációk találkozhatnak, a különböző tárgytípusok és a hozzájuk kapcsolódó kutatások révén különböző szakmai közösségek, tudományágak metszéspontja egy-egy gyűjtemény, éppúgy, ahogy ebben a térben erős kölcsönhatások alakulhatnak a tudomány képviselői és az érdeklődő látogatók között. Ami talán még ennél is meghatározóbb, hogy a múzeumok nemcsak a tárgyi emlékeken keresztül kötik össze az egyéneket és a közösségeket, hanem a múzeumokban közösen átélt programok, kiállítások, rendezvények, közösen megvalósított projektek élményén keresztül is. A múzeumok a koronavírus-világjárvány izolált, távolságtartásra ítélt világában pedig azt is

⁵¹⁷ Ryder–Zhang–Hua 2021.

bizonyították, hogy az idő mellett a fizikai törvények másik kihagyhatatlan paraméterét, a távolságot is le tudják győzni, már amennyiben közösségépítésről van szó. Nemcsak arra voltak képesek, hogy az interneten keresztül közvetítsenek múzeumi tartalmakat, hanem bevonták tartalmaik létrehozásába, gazdagításába az érdeklődőket. Az online közösségépítő projektek kitértek a világhálóra jellemző hipertextualitás határát. Az egy-egy téma mentén szerveződő projekteken nemcsak internetes tartalmak kapcsolódtak össze, mutattak egymásra linkeken keresztül, hanem a társadalom aktív tagjai offline környezetükkel, saját történeteikkel és saját hangjukkal is a múzeum köré szőtt háló részeseivé válhattak. Az újfajta tapasztalatok ugyanakkor számos kérdést vetnek fel a tartalmak archiválásától kezdve, az online közösségek megismerésének módján és az interakciók vizsgálatán át, a részvételiség eddig definiált modelljeinek, munkamódszereinek frissítéséig. A válaszok nem várhatnak sokáig magukra, hiszen a múzeumok és a felhasználók pozitív tapasztalatai azt mutatják, a múzeumok offline és online közösségfejlesztő tevékenysége mellett, hogy kiegészíti, táplálja a másikat, számos kiaknázatlan lehetőséget is rejt.

5.4. A múzeumpedagógia online terei

A múzeumi edukációval, múzeumi ismeretátadással, múzeumpedagógiával foglalkozó szakemberek számára sosem volt kérdés – legalábbis elméleti szempontból –, hogy munkájuk a digitális forradalom idején nem lehet sikeres annak eszközei, módszerei nélkül. A 20. század végén, a 21. század elején elinduló technológiai fejlődés, az ennek nyomán érzékelhető társadalmi és gazdasági változások rákényszerítették a múzeumi intézményeket, hogy újraértelmezzék önmagukat, a kiállításokhoz, kutatásokhoz, gyűjteményeikhez, nyilvánosságukhoz való viszonyukat, demokratikusabban működjenek (lásd 3.1 fejezet). A múzeumi nemcsak azt ismerte fel, hogy ha a legfontosabb információforrás az internet és a közösségi média, akkor saját tartalmaival ezen a terepen is meg kell jelennie, hanem megértette, hogy a digitális világ nyelvén, eszközeivel elérheti – vagy már csak ezeken keresztül érheti el – az erre fókuszáló látogatói csoportokat. Azaz az internet mint közvetítő médium segíthet a közönség érdeklődésének kielégítésben és a kulturális korlátok leküzdésében, demokratizálhatja az intézmény kínálta kulturális és szórakozási lehetőségeket, bővítheti a hozzáférés lehetőségeit, megkönnyíti az intézmény tartalmainak elérését, az esélyegyenlőség megteremtését. A 20. század második felében folyamatosan fejlődő múzeumpedagógia célja, hogy a változatos látogatói igényeket, az eltérő kompetenciákat figyelembe véve differenciált módon tanulásra alkalmas környezetet, helyzetet teremtsen. Ebben a jelenléti aktivitások mellett az életkorhoz, életvitelhez, saját időbeosztáshoz rugalmasan alkalmazkodó, a földrajzi

nehézségeket áthidaló online lehetőségek is szerepet kapnak.⁵¹⁸ A múzeumi kultúráközvetítés innovatív gondolkodásának köszönhetően a terület képes követni az ezen a téren gyorsan változó trendeket online szolgáltatásaikkal, módszertani segédletekkel, multimédiás tartalmakkal, applikációkkal, játékokkal, honlapokról elérhető megoldásokkal, virtuális kiállításokkal. Ezek a megoldások is szerepet játszanak abban, hogy az intézmények sikeresek a látogatók bevonása vagy az élményszerű múzeumi tanulás folyamatos megújítása terén.⁵¹⁹ Vincze Beatrix és Kempf Katalin 2021-ben megjelent tanulmányában nem véletlenül állapítja meg, hogy az online múzeum és a hozzá kötődő múzeumpedagógia értelmezhető úgy, mint a reformpedagógia 21. századi sajátos formája. A virtuális világban a reformpedagógia meghatározó elemei tovább élnek, és olyan sajátos tanulási környezetet biztosítanak, amelyben megvalósítható egyfajta „digitális reformpedagógia”, melynek elemei: résztvevő-központúság, a felfedezés és motiváció, a tevékenységorientált tanulás, a folyamatos tapasztalatokra építő, együttműködésre motiváló interakciók.⁵²⁰

A világ legnagyobb múzeumi innovációs és technológiai konferenciáján, a többnyire Észak-Amerikában évente megrendezett MuseWeben (korábban Museums and the Web) 1997 óta értékeli a múzeumok legjobb webes teljesítményeit. A 2016-ig *Best of the Web*, az azóta *GLAMi Awards*-ként ismert díj pályázati kiírásában kezdetektől fogva 2020-ig ott találjuk a legjobb oktatási célú fejlesztésnek járó Best Education Use/ Best Educational Use Site, később Education Program kategóriát.⁵²¹ 1998-ban például olyan weboldalakat, webes fejlesztéseket díjaztak, amelyek nem tantervi alapú, kiegészítő anyagokat kínálnak iskoláknak és tanáraiknak, együttműködéseket, projekteket támogatnak, visszacsatolást tesznek lehetővé, további munkára készítetik a látogatókat, interakciót generálnak.⁵²² Egy évvel később már azt is hangsúlyozottan értékelték, ha ezek a weboldalak együttműködésre alkalmas platformot kínáltak a diákoknak, élethosszig tartó tanulásra ösztönöztek, vagy megoldást találtak arra, miként integrálják a múzeumi honlapon és a valódi térben tett látogatásokat.⁵²³

A magyar múzeumok is gyorsan felismerték az online tér kínálta lehetőségeket. 2012-ben például a Múzeumpedagógiai Nívódíjat a Semmelweis Orvostörténeti Múzeum és Levéltár otthonról vagy iskolai környezetből is elérhető, az élményalapú tanulás jegyében készült online

⁵¹⁸ Vincze–Kempf 2021. 68.

⁵¹⁹ Koltai 2020, 142.

⁵²⁰ Vincze–Kempf 2021, 69.

⁵²¹ Museums and the Web 1997: Best Museum Web Contest (archimuse.com) <https://www.archimuse.com/mw97/mw97best.htm> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 11.

⁵²² MW98: BEST OF THE WEB (archimuse.com) <https://www.archimuse.com/mw98/best/index.html> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 11.

⁵²³ Archives & Museum Informatics: MW99 – Best of the Web (archimuse.com) <https://www.archimuse.com/mw99/best/educational.html> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 11.

játékai nyerték el.⁵²⁴ De Barta Géza *Böngésző tanár, szörföző diák – Oktatási tartalmak és lehetőségek múzeumok honlapjain* című tanulmányában már 2009-ben olyan interaktív, játékos megoldásokat sorol fel, mint a Terror Háza Múzeum képeslapküldő rendszere vagy a Magyar Természettudományi Múzeum állathang-felismerő játéka.⁵²⁵ Ugyanebben a tanulmánykötetben a múzeumi honlapokról szóló írásában Bárd Edit is kitér arra, hogy számos múzeumi honlapon találkozni kimondottan gyerekeknek szánt oldalakkal, melyek színesen, közvetlenebb hangon mutatják be a kiállításokat, sok játékkal, rejtvényvel, beküldendő feladványokkal. Kiemeli, az olyan interaktív tevékenységek, mint a visszacsatolásra alkalmas virtuális vendégkönyv, a kiállításhoz kapcsolódó fórum is fontos.⁵²⁶ Ugyanebben a kötetben Kárpáti Andrea is a virtuális megoldások jelentőségét hangsúlyozza, mivel azok kedvet csinálhatnak a valóság alaposabb megfigyeléséhez. A virtuális kiállítás bárki számára hozzáférhető, a felhasználó akkor, ott és addig szemlélheti a tárgyakat, ameddig szándékában áll, bármikor visszatérhet. Bemutathatók a legsérülékenyebb műtárgyak, megtekinthető a szabad szemmel felfoghatatlan, a közreadott objektumok nagyíthatók, forgathatók, kiegészíthetők. Olyan tárgye gyűttesek hozhatók létre, amelyek a valóságban nem kerülhetnek sosem egymás mellé, jelenségek, tárgyak és terek együtt ábrázolhatók. A látogatók pedig dönt, mennyit akar tudni, vagy éppen miben kíván elmélyedni.⁵²⁷

Koltai Zsuzsa múzeumpedagógiáról, múzeumandragógiáról szóló írásaiban is mindig kiemelten foglalkozik a kérdéssel, a nemzetközi gyakorlatokat ismertető tanulmányai mellett a digitális múzeumi oktatás módszertani kérdéseit is vizsgálja.⁵²⁸ 2010-ben például megállapította egyik kutatása elemzése során, hogy az általa vizsgált intézményekben a múzeumi közművelődési szakemberek 36 százaléka alkalmazta már a múzeum internetes felületét múzeumpedagógiai célzattal. 50 százalékuk az iskolai pedagógusokat célozta meg, elsősorban letölthető óravázlatokkal, oktatási segédletekkel, valamint a múzeumi kiállítás feldolgozásához segítséget nyújtó szempontok és feladatok közzétételével. Koltai kutatási eredményei szerint az internetet aktívan bevonók további 50 százaléka (a teljes minta 12 százaléka) a gyermekeket célozta meg különböző aktivizáló, játékos feladatokkal, illetve az internetes felületen bonyolított vetélkedők segítségével.⁵²⁹

A virtuális, digitális és online megoldások a Szabadtéri Néprajzi Múzeum–Múzeumi Oktatási és Képzési Központ (MOKK) Múzeumok Mindenkinek Programjának⁵³⁰ keretében

⁵²⁴ Forrás: http://semmelweismuseum.hu/muzeumpedagogiai_nivodij/ – Utolsó letöltés: 2021. 11. 11.

⁵²⁵ Barta 2009, 166.

⁵²⁶ Bárd 2009b, 164.

⁵²⁷ Kárpáti 2009a, 167–168.

⁵²⁸ Koltai 2011, 2012, 2020.

⁵²⁹ Koltai 2010, 114.

⁵³⁰ Bárd 2015.

elinduló *Múzeumi iránytű* köteteiben is rendszeresen megjelennek. Már az első, *Nyitott kapukkal – Kapunk belül és kívül* című könyv legelső tanulmányában kiemeli Némedi Varga Zoltán, hogy a globalizáció, az internet erőteljes térnyerése új stratégiákat kíván.⁵³¹ A másodikban, Vásárhelyi Tamás *A nyitott múzeum* című könyvében természetes közegként viszonyul a múzeumok online tereihez, kritikusan, de egymás mellett, összefüggéseikben tárgyalja az offline és digitális lehetőségeket. A sorozat a későbbiekben sem hanyagolta el a területet, olyan módszertani újdonságokat, ajánlásokat összegző kötetek jelentek meg, mint a *Digitális múzeumi tartalmak a köznevelés szolgálatában*⁵³² vagy a *Digitális múzeum*⁵³³ című kiadvány. Az online tér használata ugyanakkor nem csupán a publikációkban játszik kiemelt szerepet a MOKK praxisában, hanem a különböző, számos felsőoktatásból, közoktatásból és más területekről érkező partnereket bevonó országos módszertani kutatásaikban is. Szu Annamária legutóbb egy olyan 2017-es kutatás eredményeit foglalta össze, amely amellest, hogy összegezte a múzeumi interpretáció helyzetképét, vizsgálta a múzeumok multimédiás eszközök használata terén, valamint az online térben szerzett tapasztalatait is. Kiderült, hogy a válaszadó múzeumok közel háromnegyede (73,55 százalék) használt múzeumi tevékenysége során IKT-eszközöket 2017-ben, jelentős részben múzeumpedagógiai és múzeumandragógiai céllal, intézményméretben lefelé haladva egyre kevesebbet és egyre kisebb mértékben.⁵³⁴ Szu elemzéséből az is kiderült, hogy a válaszadók csaknem fele rendelkezett az intézményi honlapon múzeumpedagógia aloldallal, de csak töredékük (négy válaszadó) kínált iskolai tanórán felhasználható online játékot vagy oktatási segédanyagcsomagot. Jóval magasabb volt azoknak az aránya (17,65 százalék), akik a kiállításaihoz kapcsolódó digitális vagy online segédletet készítettek célzatosan az iskolák számára.⁵³⁵ Ezekre a kutatásokra azért is nagyon nagy szükség van, mert a múzeumi működési engedéllyel rendelkező intézményeket évről évre felmérő Kulturális Statisztikai Adatgyűjtő Rendszer nem igazán érdeklődik a múzeumok online tevékenysége iránt. A honlapok meglétén túl a digitalizált adatállomány nyilvánossága mellett az állandó és időszakos kiállításokhoz kapcsolódó virtuális kiállítások számát követi nyomon. Ez összecseng a múzeumok digitális állománya nyilvánosságának problémájával (lásd 3.2.11. fejezet). Szu Annamária is feltárta, nagyon alacsony azok száma, akik például online játékaikat digitalizált gyűjteményeikre építik (8,85 százalék).⁵³⁶ A múzeumok digitális tartalomfejlesztése szempontjából éppen ezért kifejezetten ösztönzően hatott, amikor a Digitális Jólét Program Digitális Módszertani Központjának (DMK) kampányai elindultak. 2018-ban a Digitális

⁵³¹ Némedi 2009, 7.

⁵³² Pacsika (szerk.) 2020.

⁵³³ Ruttkay–German (szerk.) 2015.

⁵³⁴ Szu 2020c, 18.

⁵³⁵ Szu 2020c, 30.

⁵³⁶ Szu 2020c, 20.

Témahét egyik kiemelt eleme volt a közgyűjtemények digitális tartalmainak megjelenítése a nevelésben, oktatásban. Több olyan múzeum, könyvtár, levéltár is csatlakozott a Témahéthez, amely digitális adatbázissal, módszertani leírásokkal, projektötletekkel, segédanyagokkal támogatta a pedagógusok felkészülését. Az érdeklődő tanárok a köznevelés minden korosztálya számára találhattak projektötleteket: virtuális időutazást tehetek a népi kultúra világába, rekonstruálhattak egy honfoglalás kori falut, vagy akár digitális használati utasítást is készíthettek háztartási gépekhez. Eltérő mélységben ugyan, de a változatos tematikájú segédanyagok mindegyike támogatta a digitális technológiák és hálózatok használatát, az adatbázisok kezelésének megismerését, a különféle médiatartalmak közötti választás tudatosságának fejlesztését és a komplex virtuális rendszerekben való eligazodást.⁵³⁷

	Állandó kiállítások száma saját épületben (db)	Virtuális kiállítás is készült hozzá (db)	Nem készült hozzá virtuális kiállítás (db)	Az állandó kiállításokhoz kapcsolódó virtuális tárlatok aránya (%)
2020	1726	183	1103	11%
2019	1719	103	1128	6%
2018	1715	92	1124	5%
2017	1704	102	1602	6%
2016	1700	110	1590	6%
	Időszaki kiállítások száma saját épületben (db)	Virtuális kiállítás is készült hozzá (db)	Nem készült hozzá virtuális kiállítás (db)	Az időszaki kiállításokhoz kapcsolódó virtuális tárlatok aránya (%)
2020	959	108	619	11%
2019	1630	37	1155	2%
2018	1658	33	1094	2%
2017	1829	39	1790	2%
2016	1864	31	1833	2%

84. ábra

Virtuális kiállítások számának változása a múzeumi működési engedéllyel rendelkező magyarországi intézményekben. Forrás: KultStat (Kiállítást kiegészítő eszközök és kiadványok)

Ez utóbbi esemény azért is fontos volt, mert a DMK a múzeumokat partnerként definiálta a digitális oktatás világát akkor még nagyon távolinak érző pedagógusok számára. Ráadásul ez az az időszak volt, amikor sorra készültek azok a tanulmányok, amelyek arra mutattak rá, hogy az informatikai és telekommunikációs forradalom idején a digitális pedagógia szerepe megkerülhetetlen, a módszertanilag releváns és következetes IKT-eszközhasználat

⁵³⁷ Forrás: Közgyűjtemények a Digitális Témahéten – Digitális Pedagógiai Módszertani Központ (dpmk.hu) <https://dpmk.hu/2018/06/14/kozgyujtemenyek-a-digitalis-temaheten/>– Utolsó letöltés: 2021. 11. 27.

hozzájárulhat a tanulás hatékonyságához, sőt az esélyteremtéshez és esélyegyenlőség biztosításához is.⁵³⁸

A két terület azonban „békés” körülmények között már nem találhatott egymásra, a koronavírus-világjárvány volt az, amely feltárta a közoktatás számára a múzeumok online tartalmaiban rejlő lehetőségeket. Jelen pillanatban is zajlik az ELTE PPK Neveléstudományi Iskola 2021 nyarán indított *Digitalizáció, digitális múzeum és múzeumpedagógia* kutatása, amely az elmúlt évben felgyorsult múzeumi digitalizáció – különös tekintettel a múzeumpedagógiai tartalmakra, online programokra – főbb tendenciáit elemzi.⁵³⁹ A nyár folyamán a Moholy-Nagy Művészeti Egyetem is online kérdőívvel monitorozta a múzeumok holdudvarába tartozó pedagógusokat az *IDAE Digital Didactics in Art Education* (Digitális Didaktika a Művészeti Oktatásban) projekt keretében.⁵⁴⁰ Olyan weboldalt kívánnak létrehozni, amely a művészeti oktatásban használt digitális oktatási eszközöket és kreatív tantermi feladatokat gyűjti össze. A platformon megtalálhatók lesznek alapvető információk valamennyi digitális eszközzel, valamint kreatív tantermi gyakorlatok leírásaira is számíthatnak a felhasználók.

A két egyetem irányából érkező érdeklődésnél semmi sem mutatja jobban, hogy a múzeumpedagógia online gyakorlatai, alkalmazásuk, a meglétükről való tudás szempontjából fordulópontot jelentett a világjárvány. A múzeumok az online oktatásra átálló iskolák számára nemcsak érdekes, kreatív és hasznos tartalmakat, programokat tudtak biztosítani, hanem saját tevékenységüket is tudták monitorozni, fejleszteni.

5.4.1. Múzeumpedagógia kontra pandémia

A múzeumpedagógia elmúlt évtizedekben – szórványosan – megvalósított digitális és online projektjeinek, kísérleteinek, kezdeményezéseinek eredménye 2020 tavaszán mutatkozott meg. Amikor Magyarország kormánya 2020. március 14-én a koronavírus miatt a köznevelési és szakképzési intézményekben a 1102/2020. (III. 14.) Kormányhatározat értelmében 2020. március 16. napjától a nevelés-oktatás tantermen kívüli, digitális munkarendet meghirdette,⁵⁴¹ és a pedagógusoknak három nap alatt kellett megszervezniük munkájuk folytatását, számos

⁵³⁸ Három példa: Szűts 2020, Tóth-Mózer–Misley 2019, Balázs 2021.

⁵³⁹ A pályázatban közreműködő oktatók, kutatók: Prof. Dr. Németh András, ELTE-PPK; Prof. Dr. Kárpáti Andrea, Budapesti Corvinus Egyetem; Dr. habil. Vincze Beatrix, ELTE-PPK, valamint Albrecht Zsófia, Kempf Katalin és Somogyi-Rohonczy Zsófia ELTE-PPK, NDI doktoranduszhallgatók.

⁵⁴⁰ A projekt az Európai Unió Erasmus+ Stratégiai Partner Projekt részét képezi és a Bécsi Képzőművészeti Egyetem vezetésével, a Kölni Egyetem, a Berni Tudományegyetem, a Moholy-Nagy Művészeti Egyetem és a Rotterdami Tudományegyetem közreműködésével valósul meg.

⁵⁴¹ Forrás:

<https://magyarkozlony.hu/dokumentumok/9421b74af54379d07ba8934a5fe3180c7f62d0be/megtekintes#;=koronav%20oktat%C3%A1s> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 11.

múzeum – több kulturális intézményhez hasonlóan – azonnal képes volt tartalmi és módszertani anyagokkal segíteni őket.⁵⁴²

A MOKK már többször is idézett 2021-es kutatása szerint a válaszadó intézmények 28 százaléka, azaz 57 intézmény készített digitális/online múzeumi tartalmakat köznevelési célból, jellemzően általános iskolai korcsoportoknak. Az 57 intézmény közül 48 adott közre felső tagozatos, 44 alsó tagozatos, 38 középiskolás, 21 pedig óvodás korosztályoknak digitális és online múzeumi tartalmakat. Az 57 intézményből a legtöbben feladatlapokat (36) és videókat, kisfilmeket készítettek a digitális oktatás támogatására, de gyakoriak voltak az online játékok (27), valamint a digitalizált fényképek leírásokkal (25) is.⁵⁴³

Ahogy már a 4.3.2. fejezetben említettem, az online múzeumpedagógiai fejlesztéseket hosszú ideje támogató Szabadtéri Néprajzi Múzeum–Múzeumi Oktatási és Módszertani Központ nemcsak módszertani támogatást tudott nyújtani az intézményeknek, hanem az oktatási szektorral korábban kiépített kapcsolatait is latba vetette. Azonnal kutatást indított, hogy országosan felmérje, miként tudják a múzeumok segíteni az online tanítást folytató pedagógustársadalmat. Kérdőívüket 2020. március 19. és 25. között 195, 2021. január 23. és február 8. között száz tanár töltötte ki, amiből egyértelműen kiderült, hogy a múzeumok elsősorban különböző mozgóképes múzeumi tartalmakkal, virtuális tárlatvezetésekkel, online játékokkal, feladatokkal gazdagíthatják az online oktatást.⁵⁴⁴ Az eredményekre építve a MOKK továbbfejlesztette a 2013 óta célzott múzeumpedagógiai programkeresésre kialakított *Múzeumi à la carte*⁵⁴⁵ oldalt, a második hullámra pedig *Élő történelem másként – múzeumok a virtuális térben* címen mintaprogramot is hirdetett. Az EMMI Kultúráért Felelős Államtitkársága támogatásának köszönhetően ötmillió forint keretösszegeből a hazai muzeális intézmények oktatási segédanyagként is használható élő szereplős rövidfilmeket készíthettek. Az így létrejövő 18 mozgóképes alkotás a muzeális intézmények gyűjteményeit, múzeumpedagógiai foglalkozásait és élő történelmi előadásait tette hozzáférhetővé online formában.⁵⁴⁶

Hasonló kutatásokat a múzeumok maguk is végeztek: a MOKK kutatása szerint az intézmények kicsit több mint 60 százaléka vont be a digitális oktatás támogatására fejlesztett múzeumi tartalmak készítési folyamatába pedagógust.⁵⁴⁷ A múzeumpedagógusok közül sokan

⁵⁴² Számos oktatási szakember szerint a 2019-ben elindult koronavírus-járvány az oktatási rendszereket megbénító legjelentősebb esemény az emberiség történetében. Az Unesco COVID–19-járvánnyal kapcsolatos programjának, a Global Education Coalition-nak egy becslése szerint a pandémia a világban mintegy másfél milliárd gyermek és fiatal, 63 millió pedagógus életét befolyásolta alapvetően. Lásd Nahalka 2021.

⁵⁴³ Pacsika 2021a, 14–15.

⁵⁴⁴ Szu 2020a., Pacsika 2021b.

⁵⁴⁵ A *Múzeumi à la carte* lehetővé teszi, hogy település, foglalkozás típus, tantárgy, célcsoport, digitális segédanyagok típusai szerint keressünk az oldalra feltöltött tartalmak között. <https://mokk.skanzen.hu/muzeumi-a-la-carte> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 11.

⁵⁴⁶ Forrás: <https://mokk.skanzen.hu/20201108kisfilmek-elo-tortenelem-temaban> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 11.

⁵⁴⁷ Pacsika 2021a, 15–16., Suba 2020.

csatlakoztak a Facebookon már 91,5 ezer taggal működő *Online otthonoktatás*⁵⁴⁸ és más hasonló csoportokhoz, ahol egyszerűen megkérdezték, milyen tartalmakra van szüksége a pedagógusoknak.

Fontosak voltak az olyan egyetemi kutatások, mint amelyet a területen nagy rutinnal rendelkező Koltai Zsuzsa végzett el, aki a nemzetközi jó gyakorlatokat mérte fel és elemezte, megállapítva, hogy COVID–19 által okozott krízishelyzet kapcsán elképesztő gyorsasággal és mértékben jelentek meg az innovációk az elmúlt két hónapban az online múzeumi tanulás területén.⁵⁴⁹ Koltai a globális online térben összegyűjtött példák alapján megállapította, hogy a „múzeumi tanulásban mind fontosabb szerepe van a podcastnak, a webinaroknak, illetve a múzeumi honlapokon elérhető, ismeretszerzést vagy képességek fejlesztését támogató videó- és audioanyagoknak. Napjainkra múzeumok sokasága kínálja már műtárgyainak 3D interaktív bemutatását a virtuális valóság segítségével”. A közösségi oldalak szerepe is megváltozott: a múzeumpedagógiai programok népszerűsítése mellett az online múzeumi tanulásban is számottevővé vált. Az online múzeumpedagógia legújabb trendjeként a közösségi média múzeumpedagógiai felületként való alkalmazása, a valós idejű streamelt múzeumi programok, illetve a virtuális és kiterjesztett valóság egyre szélesebb körű múzeumpedagógiai alkalmazása határozható meg. Az online múzeumpedagógiában egyre inkább elterjednek a gyerekek aktív közreműködésével készülő, kortárs csoportoknak szánt videók és blogok, valamint a múzeumi tartalmakkal kapcsolatos, de a múzeum falain kívül végezhető aktivitásokra vonatkozó javaslatok. Az online térben megvalósuló múzeumi tanulás esetében is kiemelkedő szerepet kap az interdiszciplináris szemlélet érvényesítése. A múzeumi tanulást támogató online tartalmak kidolgozása kapcsán fokozottabb együttműködés valósult meg a múzeumpedagógusok és a pedagógusok között.⁵⁵⁰

A hazai innovatív megoldások kommunikációja tekintetében a Pulszky Társaság által működtetett *Magyar Múzeumok OnLine #muzeumozzaszobadbol* menüpontja ugyancsak részt vállalt. A folyóirat szerkesztői ide töltötték fel a különböző magyar múzeumok témában készült cikkeit, vitafórumot és közös platformot teremtve.⁵⁵¹ A *Magyar Múzeumok OnLine* felületén nagy érdeklődést váltottak ki azok az írások is, amelyek a nemzetközi példákat mutatták be, de azoknak a múzeumoknak a programjai is inspirálók voltak, akik szűkös anyagi háttérrel, nem túl fejlett infrastruktúrával igyekeztek tartalmat szolgáltatni. Itt írtak a Petőfi Irodalmi Múzeum munkatársai a hazai gyakorlatban később általánossá váló ThingLink⁵⁵² alkalmazásról,

⁵⁴⁸Forrás: <https://www.facebook.com/groups/onlineotthonoktatas> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 11.

⁵⁴⁹ Koltai 2020.

⁵⁵⁰ Koltai 2020, 150.

⁵⁵¹ Forrás: <https://magyarmuzeumok.hu/cikkek/muzeumozzaszobadbol> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 11.

⁵⁵² Czékmány 2020a.

valamint itt számoltak be arról, hogy elkezdték online formában megtartani foglalkozásaikat, amelyet aztán nagyon sokan követtek.⁵⁵³

A PIM által előfizetett és sok más múzeummal is megosztott Thinglink egy ingyenes online felület, melyben 3D-s képekhez szövegeket, képeket, hanganyagokat, mozgóképeket lehet társítani. A Petőfi Irodalmi Múzeum áprilistól minden kiállítását feltöltötte ide, ingyenes elérhetőséggel. Május közepétől ezekben a virtuális terekben élő online múzeumpedagógiai vezetéseket hirdetett az iskolák által használt távoktatási platformokhoz alkalmazkodva, szintén térítésmentesen. Az őszi félévben alkalmazkodtak a megváltozott tanítási környezethez: jelenléti és távoktatásból is be tudtak jelentkezni az osztályok. Az élő foglalkozásokon megosztott képernyővel vezették a csoportokat a kiállításokban, de az online tárlatok az órától függetlenül, részvételi díj nélkül is látogathatók voltak.⁵⁵⁴

A PIM-hez hasonló példákat hosszasan sorolhatnánk. Ahogyan már jeleztem, jelen pillanatban is zajlanak azok az átfogó kutatások, amelyek a múzeumpedagógia digitális gyakorlatainak változásait kutatják. Így ebben a fejezetben sem célok a terület átfogó értelmezése, inkább a múzeumokban soha eddig nem látott, alapvetően alulról jövő kezdeményezésre megvalósuló összefogások bemutatására törekszem interjúkon és tartalomelemzésen keresztül, valamint egy olyan projekt struktúrájának ábrázolásra, amely a vezetésemmel valósult meg a Magyar Nemzeti Múzeumban.

5.4.2. Esettanulmány: a Magyar Nemzeti Múzeum múzeumpedagógiai nívódíjjal elismert online múzeumpedagógiai csomagja⁵⁵⁵

A Magyar Nemzeti Múzeum Tudásközvetítő Főosztálya 2020 nyarától 2021. június 30-ig összesen 334 darab online múzeumpedagógiai alkalmazást készített, amelyeket ez idő alatt 142 813 felhasználó próbált ki.⁵⁵⁶ Ezekben, valamint az intézmény más szakmai csoportjai által készített virtuális kiállításokban, előre meghirdetett vagy iskolai és más csoportok számára megrendelt, módszertani alapokra épülő ingyenes online múzeumpedagógiai és andragógiai foglalkozásokon pedig 16 413 felnőtt és diák részt valamelyik videokonferencia-alkalmazáson keresztül.

⁵⁵³ Sóki 2020b. A 45 vagy 90 perces múzeumpedagógiai foglalkozáson a diákokat úgy vezették végig a választott tárlat vagy séta háromdimenziós képein, hogy közben elsődlegesen a tananyagot kiegészítő, a kíváncsiságot felkeltő, az egyéni kreativitást megmozgató történeteket meséltek, s igény szerint játékokat is vezettek. Kapcsolódtak a múzeum online tartalmához, gyűjteményeihez, kutatásaihoz, tartalmához. Ezekre külön is felhívták a figyelmet.

⁵⁵⁴ PIM. <https://pim.hu/hu/thinglink-tanaroknak-es-iskolaknak> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 11.

⁵⁵⁵ Az összesítő szöveg a Magyar Nemzeti Múzeum múzeumpedagógiai nívódíjra benyújtott pályázatához készült dr. Berta Erika, Harányi Nikolett, Kenesei Zsófia Orsolya együttműködésével.

⁵⁵⁶ Az alkalmazások alapját képező LearningApps látogatottságának mérése 2020 nyarán vált lehetségessé, és nem kapcsolódik hozzá szűrési lehetőség.

Ez a magas részvételi arány azért valósulhatott meg, mert az intézmény munkatársai már a veszélyhelyzet 2020. márciusi elrendelése előtt készültek a pandémiával járó korlátozások következményeire, valamint a múzeumpedagógus és múzeumandragógus szakemberek összehangolt munkájának köszönhetően 2020 őszére, a második hullám időszakára – online látogatókutatásokat figyelembe véve – széles programkínálat készült különböző célcsoportok, korosztályok számára, minimális költségráfordítással. A programcsomagok időben és tematikában is egymásra épültek, szervesen összekapcsolódtak, önálló és hiteles múzeumi tárgyakat és történeti tudást integráló, hipertextuális hálózatot alakítva ki.

A felhasználók száma a 2021-es évben, a járvány harmadik hullámának idejére érte el tetőpontját. Az intézmény Tudásközvetítő Főosztálya alapvetően 2020 novemberére teremtette meg azokat a technikai és módszertani feltételeket, amelyek lehetővé tették nagyobb létszámú közönség egyidejű kiszolgálását, csoportos foglalkozások megvalósítását. Időben a következő módon épült egymásra a tartalomfejlesztő munka: 2020 március elején egyfajta leltározás kezdődött. A szakemberek felmérték, az esetleges karantén helyzetben, online oktatás bevezetése esetén milyen digitális anyagokra, technikai eszközökre, alkalmazásokra építhetnek, akár otthoni munkavégzés esetén is. A rendelkezésre álló MuseumMap-adatbázis, MuseumMap Gallery, videók, képek, szövegek, digitálisan elérhető források, tanulmányok, katalógusok, 360 fokos képek a kiállítóterekről készült felvételek otthonról is elérhető adathordozókra kerültek.

Az online oktatás bevezetésétől 2020. március 16-án kezdődően, az online oktatással foglalkozó közösségi médiacsoportokban a múzeumpedagógusok felvették a kapcsolatot a pedagógusokkal, felmérve igényeiket. Az egyes évfolyamok, iskolatípusok tantervének, tanmenetének megfelelően választották ki azokat a történelmi korszakokat, témákat, amelyekhez kvízek, minivideók, egyszerű virtuális kiállítások, LearningApps-tankockák, játékok készültek a NAT és a Kerettanterv elvárásaihoz illeszkedve. Ebben a szakaszban még nem nyílt lehetőség az online múzeumpedagógiai foglalkozások megtartására, kizárólag rövidebb, szűkebb témákra koncentráló anyagok készültek, amelyek egy-egy történelmi korszak/esemény bevezetésére, levezetésére, rögzítésére és ismétlésre voltak alkalmasak. A tankockák elősegítették a diákokban kialakuló komplex történelmi kép kirajzolódását, hiszen a tudomány olyan területeit boncolgatták (például mentalitástörténet, művészettörténet, hadtörténet, néprajz, építészet), amelyekre tanóra keretei között csak elenyésző mértékben van lehetőség.

A nyitvatartás rövid időszakában a Tudásközvetítő Főosztály csatlakozott a Petőfi Irodalmi Múzeum által kézben tartott, több közgyűjteményt összefogó *Kapocs* projekthez, amelynek köszönhetően szakemberei megismerkedtek a ThingLink-alkalmazással, és az

együttműködésen belül hozzáférést kaptak hozzá. A szeptemberi Restart-konferencia (lásd 5.6 fejezet) nyomán elsajátították a Zoom program professzionális használatát, az Országos Múzeumpedagógiai Konferencián, a MuseumDigit és a MuseumNext konferenciáin és egyéb webináriumokon való részvételnek köszönhetően pedig számos új alkalmazásról, módszerről hallottak. Ekkor már a korábbi pénzügyi korlátozások is oldódtak: így lehetőség nyílt olyan alkalmazásokra előfizetni, mint a Genially vagy a Zoom.

A járvány második hullámának időszakára a Magyar Nemzeti Múzeum muzeológusai, digitalizációval foglalkozó munkatársai, kommunikációs szakemberei által több száz ismeretterjesztő blogtartalom, digitális rekord, 3D digitális tárgymásolat, YouTube-videó, közösségi médiatartalom készült, amely az online múzeumpedagógiai tartalmakhoz is hozzáférhető volt. Eddigre több olyan virtuális kiállítás (a létező Seuso-kiállítás 3D-, lézerszkennelt tárgyakat bemutató változata vagy az *Ars et Virtus* fizikai térben meg nem valósult változata) nyílt, amely lehetővé tette, hogy Zoom alkalmazás segítségével a múzeumandragógus szakemberek interaktív tárlatvezetést tartsanak regisztrált látogatók és csoportok számára. Hasonlóan fontos, hogy a MOKK-kal való együttműködésnek köszönhetően élő múzeumi interpretációra épülő, Zrínyi Miklós halálának kapcsán a kora újkori temetkezési szokásokat érzékeltető kisfilm is született, emellett egy NKA-pályázat mentén a dualizmus korának világa elevenedett meg. Mindkét kisfilm múzeumpedagógiai céllal integrálódott az *Ars et Virtus* című, több száz évnyi horvát–magyar együttélést, kapcsolatokat bemutató virtuális kiállításba.

2020 novemberétől elkezdődött az eddig elkészített, főleg egyénileg vagy a pedagógusok által igénybe vett tartalmak sűrítése, hipertextuális értelmezése, összekapcsolása. A Nemzeti Múzeum múzeumpedagógusai és andragógusai olyan játékosított, interaktív virtuális tereket hoztak létre a ThingLink alkalmazásban, ahol egy következetes jelrendszer segítségével integrálták a korábban elkészült játékokat, kvízeket, feladatokat, tankockákat, videókat, fotókat, adatbázisokban fellelhető digitalizált múzeumi anyagokat az állandó kiállítások 2D-, 3D- vagy panorámaképébe. Az így létrejött virtuális környezetben párbeszédet, együttműködést, interaktivitást lehetővé tevő programok valósultak meg, amelyeket már nemcsak a pedagógus használhatott, hanem előre fixált vagy meghirdetett időpontban, számos eseményhez kapcsolódóan az intézmény munkatársai tartottak ingyenesen foglalkozásokat, tárlatvezetéseket.

A Magyar Nemzeti Múzeum munkatársai 2020 novemberétől 2021 június végéig összesen 355 online foglalkozást tartottak több mint 16 ezer embernek. A tartalomfejlesztés elsődleges célcsoportjai a közoktatásban dolgozó, online oktatásra kényszerülő, eltérő digitális kompetenciával rendelkező pedagógusok voltak, akinek a magyar történelem online tanítása

terén igyekezett a múzeum segítséget nyújtani. Bár óvodásoknak, írni- és olvasni tanuló kisiskolásoknak is készültek feladatok, jellemzően idősebbek vettek részt a programokon. Külön célcsoportként jelentek meg a tavaszi időszakokban az érettségizők, akik számára elmélyülést, a tudás ellenőrzését segítő anyagok születtek.

A szakemberek a felnőttekre is gondoltak, akiknek az önálló élményt biztosító játékok, kvízek mellett, előre meghirdetett időpontokban tartottak párbeszédre épülő tárlatvezetéseket a különböző online terekben. A célcsoportokkal való kommunikáció során több célzott látogatókutatás is megvalósult. Az intézmény munkatársai ezeket azonnal közzétették.⁵⁵⁷

Mivel az online tananyagok, az online múzeumpedagógiai foglalkozások kiküszöbölik a földrajzi távolság okozta nehézségeket, a programokra számos külföldön élő magyar csoport is jelentkezett. A programok célja a magyar identitás erősítése, a magyar gyökerek megismerése volt. A járvány alatt a Magyarországon tanuló külföldi diákok számára is minimálisra csökkent az ismerkedés és a magyar nyelv elsajátításának a lehetősége, az intézmény megfelelő szakképesítéssel rendelkező munkatársa számukra is készített nyelvtan központú, szókincsfejlesztő, kulturális tematikájú, nyelvvizsgára felkészítő tankockákat és foglalkozásokat minden nyelvtanulói szint számára. Ezeket összesen 9011 fő vett részt.

2020-ban célcsoportonként, témánként rendszerezett tartalomtípusok rendszere alakult ki, amelyek két fő szempontot figyelembe véve készültek. Egyrészt alkalmassá kellett válniuk, hogy elsősorban a pedagógus – de rajta kívül bárki érdeklődő – önállóan alkalmazza akár a tanórán, akár tanórán kívül. Másrészt alkalmas legyen vezetett múzeumpedagógiai foglalkozások lebonyolítására, és könnyen átalakítható legyen az osztályok igényei szerint. Mindemellett fontos volt, hogy a felnőtt érdeklődők önállóan is böngészhessék ezeket a felületeket, valamint legyen olyan program, amely a bezártsággal küszködő családok számára rekreációt, közös élményt, csapatépítést jelenthet.⁵⁵⁸

A legtöbb látogatót, a közoktatás résztvevőit megszólító online múzeumpedagógiai foglalkozásokat minden alkalommal kooperatív munkaformára épültek, így még a hirtelen jött, új „környezetben” sem tolódott el a foglalkozás a frontális ismeretátadás felé. A múzeumpedagógusok nem elégedtek meg azzal, hogy a virtuális terekben rámutatnak tárgyakra, körbevezetik a diákokat, hanem versengésre, válaszadásra, önálló felfedezésre buzdították őket, leginkább a csoportbontás lehetőségét kihasználva (erre a Zoom-alkalmazás lehetőséget nyújtott). A kiscsoportban zajló munka során nem egyedül ismereteiket szélesíthették a gyerekek, de egy időben fejleszthették digitális, kommunikációs, állampolgári,

⁵⁵⁷ Suba 2020, Berényi 2021b.

⁵⁵⁸ A *Mesterségem címere/Döntések kora* című játék. <https://mnm.hu/hu/esemenyek/muzeumi-élet/betelt-mestersegem-cimere-dontesek-kora-7> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 13.

kulturális és szociális kompetenciáikat is. A feladatok megoldása közben együtt dolgoztak, egy közös cél érdekében, így a felelősség is közös volt, ebből kifolyólag pedig a csoport mint motivációs bázis működött. A tanulási folyamat számos része, az ismeretszerzés rendszerezése, alkalmazása a csoportmunka során folyt, míg az ellenőrzése és értékelése közösen, egymást támogatva és segítve történt. Mivel a gyerekek aktív szereplői voltak az órának, az ismereteket felfedező, kutató módszerekkel sajátították el, így a tanulás folyamatának támogatása is nagy mértékben megvalósult az óráinkon. Egy-egy foglalkozás/óra során a részt vevő diákok nem csak elsajátíthatták az információkat, hanem azokat kooperatív módszerek segítségével rögzítették és alkalmazták is.

Az online órák során a múzeumpedagógusok a kommunikációs kompetencia fejlesztésére is hangsúlyt fektettek, amikor az egyes csoportoknak átadták a szót. A foglalkozásokon a fejlesztő, támogató értékelés volt túlsúlyban, a legnagyobb kihívást ugyanakkor a motiváció jelentette. Többször tapasztalták a múzeumpedagógusok, hogy nehéz a diákok kíváncsiságát felkelteni, új ingereket adni. Ennek érdekében a különböző kvízek segítségével újabb és újabb információ morzsák birtokába jutottak, amelyek közelebb vitték egy nagyobb megfejtéséhez, bizonyos programokon pedig csapatverseny alakulhatott ki a különböző csoportok között. A tanítás- és tanuláselmélet felmérései számos alkalommal kimutatták, hogy a tanulási folyamat akkor tud igazán eredményes lenni, ha a diák számára megélhető, visszaidézhető élménnyé válik. Sokszínű digitális felület (ThingLink, LearningApps, Genially) egyidejű használata révén a diákok még színesebb feladatok révén sajátíthattak el történelmi ismereteket, ezzel pedig digitális kompetenciájuk is fejlődött a foglalkozások ideje alatt. Ebből adódóan a foglalkozások hangsúlyt fektettek mind a téma szerinti, mind pedig a képesség szerinti differenciálásra.

Az online múzeumpedagógiai terekben és az online múzeumpedagógiai foglalkozások közben a szakemberek tudatosan törekedtek arra, hogy az internet alapvető sajátosságaira építsenek. A világháló nem más, mint a különböző linkekkel összekapcsolt online tartalmak szövedéke. Mivel ezeknek a tartalmaknak a jelentős része nem ellenőrzött, így a pedagógusok, a múzeumi tartalmak résztvevői számára megnyugtató volt, hogy szakemberek által válogatott, hiteles információkat kapnak. A múzeum mint hiteles hely szellemében így a Magyar Nemzeti Múzeum online tereiben összekapcsolt anyagok egy olyan biztonságos buborékot alkottak, amelynek minden alkotóeleme szakmailag ellenőrzött tartalom. A különböző alkalmazások ugyanakkor a felhasználók, résztvevők interaktivitását is biztosították, és számos játékos megoldást (nyomozós játék, verseny, karakterválasztós alkalmazás) tettek lehetővé.

5.4.3. Újdonság: digitális „intermuzealitás”

A pandémia időszaka számos olyan új típusú online programra adott lehetőséget, amelyekben különböző közgyűjtemények egyszerre, egymásra reflektálva, egy-egy tematika mentén összekapcsolva mutathatták be az általuk őrzött tárgyakat, a hozzájuk kapcsolódó tudást. Ez azért is említésre méltó, mert 2009-ben *A Múzeumi tanulás kézikönyvében* Kárpáti Andrea a következő észrevételt tette: „*A sok tízezer múzeumi weboldal között alig van átjárás. Bizonyos múzeumi szövetségek megengedik a keresést egymás oldalain, de a legtöbb gondosan ügyel arra, hogy még hivatkozásai is saját weblapjaira mutassanak, s így »benn tartásuk« a látogatót saját virtuális kiállító terükben. A jövő azonban az összekapcsolt adatbázisoké, a tudásmegosztásé – ahogyan a digitális tananyagoknak már van európai portáljuk (www.lre.eun.org), úgy a múzeumi közösség is megkezdte a nemzetközi tudásmegosztást. Ez az adatbázis lehetővé teszi saját »virtuális múzeum« létrehozását éppúgy, mint a nemzetközi kutatócsoportok által végzett összehasonlító munkát.*”⁵⁵⁹ Ez a jogos hiány az azóta eltelt évtizedben némiképp oldódott az olyan nemzetközi oldalakon, mint az Europeana, a Google Arts Projekt felülete, amely még tanári útmutatót is közzétett,⁵⁶⁰ vagy a magyar MuseuMap. De nagyon ritkán fordult elő, hogy múzeumi intézmények pályázat, felsőbb utasítás, elvárás nélkül vállalkoztak volna - önkéntes alapon - ilyen összefogásra.

Magyarországon igazi áttörés a koronavírus-járvány hatására következett be ezen a téren is. Az első ilyen közös projekt a *Karantén* pályázat volt még 2020 tavaszán, amely a Nemzeti Múzeum kezdeményezésére szerveződött, de már a Petőfi Irodalmi Múzeum koordinálta. A *Magyar Múzeumok OnLine* oldalán meghirdetett pályázathoz több múzeum fogott össze, hogy gyűjteményeik kiválasztott objektumaival alkotásra ösztönözzék a fiatalokat. A pályázaton a Szépművészeti Múzeum–Magyar Nemzeti Galériával együtt, a Magyar Nemzeti Múzeum, a Magyar Cirkuszművészeti Múzeum, a Ludwig Múzeum, a Petőfi Irodalmi Múzeum, a Gödöllői Királyi Kastély és a Magyar Vadászati Múzeum vett részt digitalizált műtárgyaival. Arra kérték a fiatalokat, hogy a megadott tárgyak, alkotások által inspirálódva, azokat felhasználva új alkotásokba sűrítsék a karanténnal kapcsolatos érzéseiket. A kiírásra összesen 361 elektronikusan beküldött alkotás érkezett.⁵⁶¹ A beérkezett 185 képzőművészeti, 116 irodalmi, negyven filmes és húsz zenei pályamű különleges tükre annak, ahogyan a fiatalok megélték a COVID–19 járványt. Az alkotók munkáikkal a kapcsolatok átalakulására, a tanulás és tapasztalatszerzés megváltozott körülményeire, lehetőségeire, a magányra, a beszűkülésre, a vágyódásra, a virtuális valóságra, egyéni reményeikre és félelmeikre is reflektáltak. Végül

⁵⁵⁹ Kárpáti 2009b, 181.

⁵⁶⁰ Google Arts & Culture Teacher Guide (storage.googleapis.com), https://storage.googleapis.com/lesson-plans/Google-Arts-Culture_Teacher-Guide.pdf – Utolsó letöltés: 2021. 11. 13.

⁵⁶¹ Forrás: <https://magyarmuzeumok.hu/cikk/muzeumi-karanten-palyazat> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 13.

a munkákból virtuális kiállítás⁵⁶² is született, online díjátadóval.⁵⁶³ A több intézmény gyűjteményeivel, kommunikációs csatornáival, tematikájával és kapcsolati rendszerével egyaránt operáló kezdeményezés még egy progresszív üzenettel rendelkezik: az internetgenerációk nemcsak tanulni, játszani, informálódni kívánnak a múzeumok online tereiben, hanem készek mindezt gazdagítani, felhasználni, transzformálni, sajátjukká tenni új alkotások, produktumok létrehozásával. Kárpáti Andrea 12 évvel ezelőtt közreadott írásának befejező gondolata sejlik fel: „*A jövő múzeumi portálja tehát oktatási és alkotótér lesz, amely módot nyújt a tudásszerzésre és a megszerzett tudás felhasználására, közzétételére egyaránt.*”⁵⁶⁴

Magasabb szintű, jóval erősebb hipertextuális hálóra épült egy másik, a Petőfi Irodalmi Múzeum Digitális Bölcsészeti Központjából induló, a Digitális Pedagógiai Módszertani Központ szakmai támogatásával megvalósult kezdeményezés, amely a *Kapocs, az összközgyűjteményi legó* elnevezést kapta. 2020 nyarán hat közgyűjtemény⁵⁶⁵ negyven munkatársa fogott össze, hogy a ThingLink platformján összekapcsolja a múzeumi, levéltári és könyvtári digitalizált anyagokat,⁵⁶⁶ hogy azokban közös online foglalkozásokat tartsanak, valamint a Nemzeti alaptanterv kulcsfogalmaira metaadatkeresőt építsenek. A terv az volt, hogy minden résztvevő intézmény 1848. március 15. forradalmi pillanatát helyezi előtérbe, megmutatva, hogy egyetlen történelmi eseményhez köthetően hányféle tárgy maradt fenn a különböző közgyűjteményekben, és azok hogyan kapcsolódnak egymáshoz. A nemzetállamokkal, utazással, nemzetiséggel, könyvtár- és múzeumalapításokkal, kommunikációval, a forradalommal és az azt követő időszakokkal foglalkozó tematikus egységek köré nemcsak online kiállítás⁵⁶⁷ épült, amelyet 2021. november közepéig 13,5 ezren néztek meg, hanem elektronikus kiadvány is megjelent.⁵⁶⁸ Ez utóbbiban vehető szemügyre az az adatbázis, amely a pedagógiai szempontok szerinti keresést, az anyagok beazonosítását segíti. A kötetben rövid tartalmi ismertető mellett korosztályi besorolás, fejlesztendő kompetenciák, javasolt munkaformák és módszerek, valamint a kerettantervhez kapcsolódó kulcsszavak is támogatják a pedagógiai eszközrendszer bővítését. A gyűjteménybe összeválogatott tartalmak

⁵⁶² Forrás: <https://magyarmuzeumok.hu/cikk/hol-erhetjuk-majd-el-a-muzeumi-karanten-palyazat-alkotasait> – Utolsó letöltés: 2021.11.13.

⁵⁶³ Forrás: https://magyarmuzeumok.hu/cikk/eredmenyhirdetes-a-muzeumi-karanten-palyazat-gyozteseire?fbclid=IwAR00PSH9pmRr8jUbOAXGOWAQmcFu-1NH_Xj58V39HXWxNUWPkO2tcsHk2YE – Utolsó letöltés: 2021. 11. 13.

⁵⁶⁴ Kárpáti 2009b, 181.

⁵⁶⁵ Petőfi Irodalmi Múzeum, Országos Széchényi Könyvtár, Magyar Nemzeti Múzeum, Magyar Nemzeti Levéltár, Magyar Nemzeti Galéria, Szépművészeti Múzeum.

⁵⁶⁶ Czékmany 2020b.

⁵⁶⁷ A kiállításról kritika is készült. Schlay–Arany 2021.

⁵⁶⁸ Forrás: <https://issuu.com/petofiirodalmimuzeum/docs/kapocs> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 13.

mellett található módszertani ötletek diákoknak szóló feladatai és a javasolt alkalmazások konkrét segítséget adnak a napi pedagógiai gyakorlat tervezéséhez is.⁵⁶⁹

A munka természetesen itt nem állt le. 2020. november 25. és december 15. között a részt vevő intézmények szakemberei közgyűjteményi webináriumokat tartottak pedagógusoknak.⁵⁷⁰ A PIM és a digitalizációval foglalkozó intézmények munkatársai mindemellett egy metaadatsablont is teszteltek a már említett résztvevői körrel, ami akár be is kerülhet a múzeumok nyilvántartási rendszerébe. Ha egy digitális múzeumpedagógiai tartalom elkészül, ezen keresztül az intézmény gyűjteményi adatbázisával is összekapcsolható. Ehhez országos szinten lehet csatlakozni. A felület a pedagógusok számára egyszerre több közgyűjteményben való keresés lehetőségét teremti majd meg, várhatóan 2022-ben. A fejlesztés azért is érdekes, mert a múzeumi gyűjteményezés logikája alapján szerveződik, de bekapcsolja azt a közoktatás struktúrájába a Nemzeti alaptanterv műveltségi területeinek rendszerén keresztül. Másként fogalmazva, átjárás lesz a gyűjteményi tételek és a múzeumpedagógiai modulok között, kinyitva a rendszert a közoktatás igényei felől is. Ebben a közoktatást az ő terminológiáját használó tárgyszórendszer, kategóriarendszer, korosztályos, tantárgyi bontás segíti, de a tartalmakat a Google keresőmotorjai is megtalálják.⁵⁷¹

Míg a *Kapocs* a múzeumok gyűjteményeinek, a metaadatok szintjén is megjelenő múzeumi tudás összekapcsolódására épült, addig az Örökség Kulturpolitikai Intézet által elindított *Mozaik Múzeumtura*⁵⁷² egészen más típusú tartalomhálót alakított ki. A pandémia előtt az élő részvételre, a valódi találkozásokra, fizikai látogatásokra épülő *Mozaik Múzeumtura* szervezőinek a járvány alatt eredeti céljukat (a jövő múzeumba járóinak megszólítása), módszertanukat (különböző helyszíneken lévő, eltérő adottságú múzeumok helyzetbe hozása, tematikus kampányok, különböző típusú programok) sikerült az online térbe konvertálniuk. Először egy olyan weboldalt hoztak létre, ahol a felhasználók a múzeumok digitális tartalmai, online felületei között kutakodhattak digitális múzeumpedagógiai műfajokra, korosztályokra mutató címerrendszerrel (#hashtag funkcióval) virtualismozaikmuzeumtura.hu címen, majd folytatva a korábbi hagyományokat, megtalálták a módját, hogy miként tudják a digitális térben

⁵⁶⁹ Ajánló. <https://dpmk.hu/2021/03/17/a-digitalis-pedagogiai-modszertani-kozpont-modszertani-ajanlasai-digitalis-munkarend-idejen-2-3/> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 14.

⁵⁷⁰ Az előadások és a bemutatott tartalmak megtekinthetők a Digitalistemahet.hu oldalon.

<https://digitalistemahet.hu/hir/koezgyujtemenyi-webinariumok-pedagogusoknak> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 14.

⁵⁷¹ A témáról Zoomon keresztül Czékmany Anna múzeumpedagógussal és Bánki Zsolt Istvánnal, a PIM DBK vezetőjével készítettem interjút 2021. július 22-én.

⁵⁷² A *Mozaik Múzeumtura* program célja, hogy megszólítsa a múzeumok potenciális közönségét, ezen belül is leginkább a jövő múzeumlátogatóit, vagyis a fiatal korosztályt, de meg kívánja szólítani azt a réteget is, amely már eleve a múzeumok közönségét képezi, hogy őket is további látogatásokra ösztönözze és ezáltal növelje a hazai múzeumok és kiállítóhelyek látogatottságát. A cél megvalósítása érdekében széles módszertani kínálat formálódott, mindig reagálva az aktuális igényekre, trendekre. <http://www.mozaikmuzeumtura.hu/mozaik-muzeumtura> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 14.

összekapcsolni a diákokat, pedagógusokat és a múzeumokat. A *Virtuális Roadshow* sorozatban valamilyen közös jellemző, például tematika (irodalom, képzőművészet, vallás), földrajzi elhelyezkedés (Nyaralj a múzeumokkal – #Balaton, – #Velencei tó, – #Tisza-tó – #Fertőtó, Erdély és a Partium) vagy nevezetes esemény, dátum (Gyermeknap, Trianon 100) alapján csoportosították és adták közre a múzeumok digitális tartalmait.⁵⁷³

A legnagyobb érdeklődést azonban a *Digitális Edukációs Múzeumi Órák (DEMÓ)* váltották ki, ezeket négy alkalommal, magas részvételi számmal szervezte meg az intézet különböző témák mentén.⁵⁷⁴ Makranczi Zsolt, a program vezetője így emlékszik vissza a kezdetekre: „2020 tavaszán az első virtuális programunk megszervezése egy viszonylag rövid, de nagyon intenzív időszak volt. Számos elképzeléssel vágtunk neki, és bevallom, kétséggel, hogy egyáltalán életképes-e az ötletünk, szükség van-e rá. Az alap elképzelés folyamatosan formálódott, alakult, és amikor úgy éreztük, hogy megvalósítható, akkor kerestünk hozzá egy dátumot. Kapóra jött a Múzeumok világnapja (május 18.), ami viszont már nagyon közel volt, talán két-három hét. Ezért fontos volt, hogy az első alkalommal olyan, a *Mozaik Múzeumtúrában* részt vevő múzeumokkal dolgozzunk együtt, amelyek munkatársai már csináltak a mi programunkhoz felhasználható vagy hasonló virtuális tartalmat. Ez elsősorban a nagyobb, az országos és a megyei hatókörű városi múzeumokat jelentette, de már ekkor tudatosan kerestük a kisebb intézményeket is. Az első programunkhoz végül a megkeresett múzeumok mindegyike csatlakozott, és összesen 21 múzeum vett részt benne. Az első program 21 partnerintézménye után, a *DEMÓ 2*-ben 22 múzeum vett részt, amiből hat volt az új csatlakozó. Az első két program sikere és médiavisszhangja után sok múzeum keresett meg bennünket. Így a *DEMÓ 3*-hoz, amit összesen negyven múzeum részvételével tartottunk meg, már 22 új múzeum csatlakozott. A *DEMÓ 4*-ben, amelynek *Múzeumok határon túl és innen* volt a címe és a tematikája, a 16 határon túli, magyar vonatkozású gyűjteménnyel rendelkező múzeum mellett négy magyarországi múzeum vett részt. Összességében a négy virtuális *DEMÓ*-rendezvényünkhöz 65 múzeum kapcsolódott.” A résztvevők összetételének vizsgálata sem elhanyagolható, a *DEMÓ*-nap előregisztrációs adatai szerint az általános iskola felsős évfolyamait regisztrálták a legtöbben, majd a középiskolásokat és aztán az alsósokat. A Google Analytics szerint Magyarországról és további 48 országból jelentkeztek be, összesen 511 településről.

⁵⁷³ Forrás: <http://virtualismozaikmuzeumtura.hu/?p=tematikus> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 14.

⁵⁷⁴ A projektről, annak megvalósulásáról Makranczi Zsolttal, az Örökség Kulturpolitikai Intézet igazgatójával, a *Mozaik Múzeumtúra* vezetőjével írásban készítettem interjút 2021. november elején.

	Dátum	Regisztrált tanárok száma (fő)	Tanárok által regisztrált diákok száma (fő)	Oldal-megtekintések
DEMÓ 1	2020. május 18.	659	17 157	105 623
DEMÓ 2	2020. június 4.	367	9 927	46 896
DEMÓ 3	2020. november 23.	556	17 537	8 712
DEMÓ 4	2021. május 6.	384	12 051	13 919
Összesen		1 966	56 672	175 150

85. ábra
A tanárok előzetes regisztrációja
Forrás: Makranczi Zsolt

Ahogy a *Kapocsnál*, a *DEMÓ*-ban is kiemelt szempont volt a szervezők számára, hogy tartalmi szempontok alapján illeszkedjenek egymáshoz a partnerek, így a meghirdetett témákhoz választottak múzeumot. Viszont ők nemcsak a nagy országos intézményeket szólították meg, hanem a kisebb, gyengébb infrastruktúrával rendelkező múzeumokat is, amelyeknek igyekeztek szakmai és technológiai segítséget nyújtani az online programok megvalósításakor.

A *DEMÓ*-k során létrejött tartalmak ugyanakkor nemcsak az események során váltak elérhetővé, hanem ma is megtekinthetők a www.vmmt.hu oldalon. Ez többek között azért is előremutató, mert a pedagógusok a jövőben is használhatják az itt összegyűjtött tartalmakat járványhelyzettől függetlenül. Másrészt a *Digitális tematikus múzeumtúrák* és a *Digitális iskolai napok* menüpontban az intézet munkatársai dokumentálták a magyar múzeumok online múzeumpedagógiai tevékenységét. A platformon tetten érhető, hogy a magyar múzeumok milyen változó minőségben és felkészültséggel oldották meg a járványhelyzet nyomán keletkező feladatokat. Jelentős részük offline programjainak, módszereinek online kivitelezésére törekedett, de nagyon sokan éltek a digitális forradalom eszközeivel és megoldásaival. Így a számítógéppel felvett PowerPoint előadások mellett online eszközökkel tervezett játékok, virtuális múzeumi terekben, kiállításokban digitális eszközökkel, hipermediális kapcsolódási pontokkal kalkuláló foglalkozások, vetélkedők egyaránt születtek.

A Makranczi Zsolt által megosztott statisztikai adatok szerint legtöbbször a különböző platformokon elkészített virtuális sétákat és kiállításokat (például Thinglink, Matterport), valamint a múzeumok bemutatkozó kisfilmjeit (elsősorban a YouTube-on) kedvelték. Szerették a játékos feladatmegoldásokat és a vetélkedőket is. A visszajelzésekben a pedagógusok kiemelték a LearningApps-tankockákat a játékos feladatmegoldás és a gyors visszajelzés miatt,

valamint a Genially-, Wordwall-felületekre készült digitális feladatokat és a Kahoot-vetélkedőket. A második alkalomnál kiugróan magas volt – valószínűleg a Totó játék miatt – a Redmenta népszerűsége. Általánosságban elmondható, hogy a tanárok azokat a felületeket szerették, amiket amúgy is használnak a tanítás keretében, de a népszerűségi lista arra is utal, hogy a valódi digitális megoldások mellett már nem igazán érdemes a frontális tudásátadás hagyományából táplálkozó, vetített előadásokkal próbálkozni.

A *DEMÓ* mellett az intézet más típusú online programot is szervezett, a *Digitális Iskolai Múzeumpedagógia (DIM)* alkalmait. Erre abban az időszakban volt szükség, amikor újraindult a tantermi oktatás, de még nem lehetett iskolai programokat szervezni. Ezért a múzeumpedagógusok online jelentkeztek be és tartottak virtuális, interaktív múzeumpedagógiai foglalkozásokat az iskola osztálytermeiben ülő diákoknak. A megvalósításhoz mindössze stabil internetkapcsolatra, osztályonként egy laptopra, valamint kivetítőre volt szükség.⁵⁷⁵

5.4.4. Változó igények

Makranczi Zsolt az elmúlt időszak tapasztalatai alapján az interjúban megerősítette azt, amit a különböző hazai és nemzetközi kutatások hangsúlyoznak, vagy amit éppen a Magyar Nemzeti Múzeum esettanulmánya is igazol: „Az első és legfontosabb, hogy nagy igény van a tanárok részéről az oktatásban is hasznosítható digitális múzeumi tartalmakra. Felméréseinkből kiderült, hogy míg korábban – a pandémia, a digitális oktatás kényszerű bevezetése előtti időszakban – a tanároknak csak 27 százaléka használt múzeumi digitális tartalmat, addig a jövőben – köszönhetően a *DEMÓ*-napoknak is – már 92 százalékuk gondolja úgy, hogy ezeket a tartalmakat használni fogja a tanítás során. Ez egyben arra a kérdésre is választ ad, hogy a múzeumoknak kell-e a jövőben is készíteniük ilyen tartalmakat. A pandémia időszaka alatt elindult folyamatot, ha nem is feltétlen ugyanolyan intenzitással, de mindenképp folytatni kell! Már csak azért is, mert a digitális tartalmak lehetnek a látogatószerzés egyik formája. Egyrészt a digitális tartalmakkal a múzeum megismertetheti magát, kiállításait, gyűjteményeit olyanokkal is, akik valamilyen ok, akadály miatt nem tudnak ellátogatni az intézménybe. De tökéletesen alkalmas arra is, hogy felkeltse az érdeklődést a múzeum valós meglátogatására. Több tanár is jelezte, hogy a *DEMÓ*-napokon egy-egy múzeum feladata annyira megtetszett a diákoknak, hogy osztálykirándulás alkalmával elmennek majd oda.”

A járvány következtében a múzeumok és a közoktatás különböző szereplőivel újfajta kapcsolatok, tapasztalatok születtek, amelyek abba az irányba mutatnak, hogy a

⁵⁷⁵ A programot kilenc alkalommal tartották meg. Az 1663 fős Nagyharsány általános iskolájában, a kecskeméti Szent Imre Katolikus Óvoda és Általános Iskolában éppúgy, mint a határon túli Nagyvárad, Marosvásárhely és Szőgyén egy-egy általános iskolájában.

múzeumpedagógia új lehetőséget kapott a digitális forradalom idején. A kényszerű helyzet hatására nemcsak több online múzeumi edukációs tartalom készült, hanem a pedagógusok többször és hatékonyabban használták azokat, mint korábban. A Magyar Nemzeti Múzeum online foglalkozásait igénybe vevő pedagógusok 93 százaléka jelezte – a Mozaikhoz hasonlóan – az elégedettségi kérdőívben, hogy a pandémia után is igényt tartana online foglalkozásokra.

A Szabadtéri Néprajzi Múzeum *muzeumpedagogiaonline.skanzen.hu* menüpontja alatt sorakozó anyagok (óratervék, segédanyagok, tárgyvizsgálatok, virtuális osztályterem) is a világjárványtól független célt szolgálnak. Az intézmény fejlesztőcsoportja, felismerve, hogy az iskolai munkarend, a távolság megnehezíti a múzeumlátogatást, olyan weboldalt hozott létre, ahol a tanárok a kiállításaihoz kapcsolódó óraterveket, különböző témákhoz kapcsolódó tárgyakat, dokumentumokat, adatbázisokat és ezekhez kapcsolódó módszertani ötleteket találhatnak, amiket felhasználhatnak az iskolai oktatásban. A diákok is böngészhetnek, csoportosan vagy egyénileg információkat gyűjthetnek, projekteket készíthetnek.⁵⁷⁶ Ebbe pedig ismét bekapcsolódtak a Szabadtéri Néprajzi Múzeum más típusú adatbázisai, digitális projektjei: *A nagy háború emlékei* című közgyűjtemények, tájházak, magánszemélyek által őrzött írott, tárgyi, képi, hangzó, mozgóképi emlékeket aggregáló tematikus adatbázis,⁵⁷⁷ az *Amikor minden más lett...* virtuális kiállítás,⁵⁷⁸ a virtuális kiállításba is integrált *Hósi emlékművek* – interaktív térkép,⁵⁷⁹ a múzeum online gyűjteményi adatbázisa,⁵⁸⁰ valamint blogja.⁵⁸¹ Azaz a Skanzen egy téma mentén csoportosította az online elérhető, digitális oktatás során használható innovációit.

A felsorolt kezdeményezések a múzeumi aggregáció jelenlegi gyakorlata szempontjából is megújulást eredményezhetnek (lásd 3.2.1 fejezet). A világjárvány ideje alatt indított összmúzeumi, gyűjteményeket, programokat a digitális térben összekapcsoló felhasználókat (nem feltétlenül kutatókat) célzó, pedagógiai módszertanra épülő, online megvalósító kezdeményezések sikere arra mutat, hogy ebben az esetben a közgyűjtemények nem gyengítik, hanem kifejezetten erősítik egymást. Az interkonnektivitásra, hipertextuális kapcsolatokra fókuszáló együttműködések az aggregációs portálok fejlesztői számára akár útjelzők is lehetnek, de az intézmények egyéni, saját gyűjteményeit interpretáló digitális múzeumpedagógiai tartalomfejlesztési gyakorlatai előtt is új lehetőségek állnak.

⁵⁷⁶ Forrás: <https://muzeumpedagogiaonline.skanzen.hu/> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 14.

⁵⁷⁷ Forrás: <https://nagyhaboru.skanzen.hu/> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 14.

⁵⁷⁸ A kiállításról részletesebben is írtam az 5.5.1. fejezetben. <https://amml.skanzen.hu/> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 14.

⁵⁷⁹ Forrás: <https://emlekmuvek.skanzen.hu/> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 14.

⁵⁸⁰ Forrás: <https://teo.skanzen.hu/web/> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 14.

⁵⁸¹ Forrás: <https://blog.skanzen.hu/> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 14.

5.4.5. Online tárlatvezetések

A múzeumoknak hasonló tapasztalataik vannak a felnőtt látogatói csoportok számára szervezett online programokkal kapcsolatban is. Az online múzeumpedagógiai szolgáltatások nemcsak az iskolai oktatás támogatása vagy a tanárok/ szülők múzeumpedagógiai módszertani segítése kapcsán kaptak kiemelkedő jelentőséget, hanem a lakosság elszigeteltségének oldására is hatással voltak.⁵⁸² A látogatókutatásom szerint az online tárlatvezetések népszerűsége például a 2020-as évben a járványt megelőző időszakhoz képest 56 százalékkal nőtt, az adatközlők 30,3 százaléka élt ezzel a lehetőséggel (27. ábra). De nemcsak a felhasználók száma növekedett, hanem a kínálat is. A korábban szórványos, főleg a múzeumok YouTube-csatornáin látható felvételek lehetőségei a járvány alatt kitágultak, a múzeumok különböző formákat fejlesztettek ki, legyen szó a kiállítótérből streamelt közvetítésről, virtuális kiállításban történő, közvetített tárlatvezetésről, előre felvett anyagokról, a közösségi média különböző videómegosztó felületein közreadott tartalmakról.

A kvantitatív mutatók emelkedésével párhuzamosan minőségi változás is megfigyelhető. A felvételek és közvetítések hang- és képminőségén túl fejlődött azok felépítése, szerkesztése. A járvány előre haladtával egyre ritkábban jelentek meg a kiállítótérben sétáló, ide-oda mutogató, rosszul hallatszó kurátorok és tárlatvezetők. A múzeumok mind gyakrabban éltek azzal a lehetőséggel, hogy kamerájukkal rá tudtak fókuszálni a szóban forgó tárgyra, részleteikre, be tudták vágni az analógiákat. A virtuális kiállításokban meghirdetett vezetések is látványosabbá váltak, a képernyőmegosztással dolgozó tárlatvezető megtanulta, miként kell beszéd közben kinagyítani a digitalizált objektumokat, hogyan kell mozgatni a 3D-tárgyakat. Ugyancsak újdonság a nézők aktívabb bevonása: a különböző közvetítőeszközök (Zoom, Teams stb.) chatfunkcióin keresztül a közönség bátrabban szólott hozzá és kérdezett. A résztvevők körében gyakori háttérzajok is csökkentek, a látogatók megtanulták, hogy ki kell kapcsolniuk a mikrofont. Mindez a múzeumok online tereiben zajló élő közvetítésekre is igaz: a különböző streamelt beszélgetésekbe is szívesen bekapcsolódott kérdéseivel a közönség.⁵⁸³

Több intézmény sikeresen értékesítette ezeket a szolgáltatásokat (Ludwig, Szépművészeti, Múcsarnok), sőt külföldről is többen is felfigyeltek ezekre a lehetőségekre. Az 1006 fős, 2021 januárjában elvégzett látogatókutatásomban a megkérdezett férfiak 23, a nők 34

⁵⁸² Koltai 2020, 145.

⁵⁸³ Ebből a szempontból nagyon tanulságos volt az általam moderált *A hely. Régéztörténetek a Hernád völgyében* című, a Magyar Nemzeti Múzeum Facebook-csatornáján közvetített kerekasztal-beszélgetés. Az 1 óra 45 perces beszélgetés csaknem felét a hozzászólásokban feltett kérdések megválaszolása tette ki, amely fontos és felemelő visszajelzés volt a programban részt vevő régészek számára. Az eddig 3,4 ezer megtekintést elért beszélgetés azóta is elérhető: <https://www.facebook.com/nemzetimuzeum/videos/525628765315823/> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 14.

százaléka vett részt online tárlatvezetésen. Az összes válaszadó tekintetében ez azt jelenti, hogy az ilyen programon részt vevők negyede volt férfi, háromnegyedik nő. A Szépművészeti Múzeumban ennél kedvezőtlenebb az arány, az elégedettségi felmérésük adatai szerint az online tárlatvezetésekben 81 százalékban nők vettek részt.⁵⁸⁴ A Magyar Nemzeti Múzeum történeti és régészeti tematikájú online vezetéseiben ennél jóval kiegyensúlyozottabb volt az arány.

A fővárosból, megyeszékhelyekről, kisebb településekről csaknem hasonló arányban vettek részt ilyen alkalmakon, a városok lakói viszont alulreprezentáltak. Magasabb a múzeumi dolgozók és tudományos fokozattal bírók jelenléte, viszont alig érzékelhető a szakképesítéssel és a nyolc általánossal rendelkezők érdeklődése. Ez utóbbi egybecseng a 19 év alattiak érdektelenségével. A különböző korosztályok közül az ötvenesek, majd a hatvanasok és a harmincasok voltak leginkább érdeklődők.

Ahogy a 4.3.12. fejezetben már szóba került, az is kiderült, hogy van olyan felhasználói réteg, amely akár fizetne is ezért a szolgáltatásért. A Magyar Nemzeti Múzeumban szerzett személyes tapasztalataim, a látogatók online vezetéseket záró chatüzenetei arra utalnak, főként azok kívánnak élni ezzel a lehetőséggel a jövőben, akik a távolság, munkarend, betegség vagy egyéb köztéttség miatt nem tudnak részt venni múzeumi programon. Azaz a pandémia alatt bevált programtípusok mindenképp új távlatokat nyitnak az esélyegyenlőség, a múzeumi nyilvánosság, a kulturális örökséghez való távoli hozzáférés terepén.

5.4.6. Konklúzió

A múzeumi ismeretátadás pandémia alatt megvalósult online gyakorlatai egyértelműen bizonyítják, hogy a közgyűjtemények edukációval foglalkozó munkatársai felismerték és elfogadták a különböző látogatói csoportok a kultúrafogyasztás, a tanulás, a tudásszerzés terén megváltozott szokásait. Számukra nem kérdés, hogy a múzeumok fizikai terei mellett az online térben is jelen kell lenniük, hiszen közgyűjteményi missziójukat csak akkor tölthetik be, ha az intézmény által képviselt témák, kutatások, korszakok, gyűjtemények által hordozott információkat a világhálón tájékozódók is elérik.⁵⁸⁵ Vince Dziekan és Nany Proctor, mielőtt a pervazív múzeum modelljét leírta,⁵⁸⁶ a nyilvánosság terén érzékelt paradigmaváltás tényét rögzítette. Eszerint már nem létezik a fizikai–virtuális ellentétpár, különösen a fiatal korú látogatói csoportok esetében az élet természetes része az online tér. Nincs értelme külön digitális és analóg elemeket fejleszteni, hanem egy projektnek meg kell tervezni mindkét elemét a

⁵⁸⁴ Kovács Vera (Szépművészeti Múzeum) közlése.

⁵⁸⁵ Patterson 2020.

⁵⁸⁶ Dziekan–Proctor 2019, valamint lásd 2. fejezet.

környezet sajátosságai, a felhasználói célcsoportok szerint. Az intézményeknek ezzel párhuzamosan azt is el kell fogadniuk, hogy közönségük egy része a valós térben talán sosem jelenik meg.

A járvány alatt, amikor a múzeumi ismeretátadás hagyományos fizikai terei és formái megszűntek, azaz a múzeumpedagógusok nem élhettek korábbi gyakorlatuk eszközeivel, módszereivel, képessé váltak arra, hogy diszkurzív, párbeszédre és közös munkára alkalmas nyilvános online terepet alakítsanak ki. A digitális oktatástól korábban idegenkedő pedagógusok, látogatók is új pozícióba kerültek, és a kényszerű helyzetben nyitottá váltak a weben elérhető megoldások iránt, megtanulták ezeket használni, felfedezték, miként tudják mindennapi munkájukba illeszteni. Úgy tűnik, Dziekan és Proctor 2019-es tanulmányának legfontosabb üzenete most vált aktuálissá. A múzeumi gyűjtemény definícióját újra kell gondolni: az anyagi kultúra tárgyi emlékeit, a hozzájuk kapcsolódó információkat ki kell egészíteni azokkal a digitális másolatokkal, metaadatokkal, amelyek a digitalizálási folyamatokhoz, a digitális bemutatáshoz fűződnek, nem beszélve a digitálisan született anyagokról. A múzeum küldetése átalakul, minél több vonzó tartalmat kell egyre több platformon elhelyeznie, bevonva, közös munkára, alkotásra inspirálva közösségeit. Ennek a munkának azonban nemcsak az internet az eszköze, az online tér a terepe, hanem a fizikai tér, valamint annak valóságos tárgyai egyaránt kiemelkedő pontjai a múzeum által szőtt hálónak, a jövő múzeumpedagógiája pedig egy online és offline térben, klasszikus és digitális módszertan tekintetében egyszerre felkészült terület lehet.

Ezek a megállapítások azonban globálisan nem általánosíthatók, sőt Magyarországra vonatkozóan sem. A NEMO és az UNESCO 4.1-es fejezetben bemutatott jelentései egyaránt felhívták a figyelmet arra, hogy világszerte a múzeumi gyűjtemények mindössze 20 százaléka érhető el online. Az átállás pedig nem feltétlenül akarat kérdése, hanem inkább a megfelelő infrastruktúra hiányának következménye.⁵⁸⁷

⁵⁸⁷ Vö. Vincze 2021, Eagleton–Oles–Economou–Curtis–Collinson–Waters 2021.

5.5. A krízis dokumentálása: online múzeumi gyűjtőkampányok⁵⁸⁸

A globális muzeológia történetében a 2020-as pandémia az első, amelyre a világ számos pontján szinte egy időben gyors reagálású, főleg digitálisan beérkező anyagokra fókuszáló, online terepen zajló gyűjtőkampányok indultak, megszólítva az internethez „láncolt” lakosságot. Világszerte számos felhívás jelent meg ebből a célból, jellemzően az életmódhoz, antropológiához, orvostörténethez, kultúrakutatáshoz, kortárs művészetekhez kapcsolódó társadalmi múzeumok részéről, főleg arra a tapasztalatra építve, hogy az első világháborút követő spanyolnátha-világjárvány emlékezetéből mennyire kevés anyagot őriztek meg a múzeumok. A COVID-19-világjárvány idején ráadásul olyan intézmények, intézménytípusok is éltek ösztönösen vagy tudatosan a gyors reagálású, főleg online gyűjtés módszereivel, amelyek korábbi tevékenységétől mindez éppúgy távol állt, mint az erőteljes online jelenlét.

Éppen ezért nem lehet eltekinteni attól, hogy megvizsgáljuk, milyen eredménnyel jártak ezek az akciók. Az online gyűjtések egyáltalán teremtettek-e lehetőséget arra, hogy a beérkezett, viszonylag hasonló tartalmak értelmezhető csomópontot jelentsenek a járvány által tematizált szerteágazó online térben, és a jövő kutatói számára is megfoghatóvá tegyék a koronavírus társadalmi tapasztalatait? Egymással párhuzamosan befutó ám soha össze nem érő közlésekről van szó? Vagy esetleg van arra is mód, hogy az „adatközlők” egymásra vagy a múzeumban őrzött tudásokra is reflektáljanak? A múzeum a gyűjteményeit gyarapította, vagy ebben a formában inkább ápolta és erősítette távol maradó látogatóival a kapcsolatot? Mi történik a közösségi médiában vagy más online felületen összegyűjtött, jellemzően „digital born” anyagokkal? Képes arra az adott múzeumi gyűjtemény, hogy kezelje ezeket az elektronikus szöveges, audio- és videófájlokat, és azokat ne csak szórványos fájlként őrizze meg, hanem abból a komplexitásból, globális összefüggésrendszerből, online hálózati kultúrából „elmentsen” elemeket, amelyek a koronavírus által sújtott világot jellemezték? Elegendők-e az ezekhez a fájlokhoz tartozó leírások? A következőkben a kérdésekre konkrét projektek tanulságain keresztül kívánok választ adni.

5.5.1. Gyors reagálású gyűjtés – a jelen pillanat dokumentálása

A múzeumi világban nem új jelenség, hogy a kurátorok a jelenkor eseményeit dokumentálják a gyűjteményeikben. A jelen lenyomatainak muzealizációja a magyar gyakorlattól sem idegen, úgynevezett tematikus múzeumi gyűjtőkampányoknak⁵⁸⁹

⁵⁸⁸ A fejezet megjelent a *MúzeumCafé*-ban: Berényi 2021a.

⁵⁸⁹ „A részvétel és együttműködés sajátos módszertannal rendelkező múzeumi formája a tematikus múzeumi gyűjtőkampány: a múzeumhasználók, a múzeum társadalmi közegét alkotó egyének, közösségek aktív részvételével megvalósított kiállítási forgatókönyv- és gyűjteményfejlesztés. Alkotóelemei: meghatározott

köszönhetően kerültek közgyűjteménybe az első szabad választás vagy a rendszerváltás plakátjai, falragaszai. A Néprajzi Múzeum 2006-os *Műanyag* című kiállítását éppúgy megelőzte ilyen tárgygyűjtő kampány, mint a Kiscelli Múzeum *#moszkvater – a Széll Kálmán tér története*, a Szabadtéri Néprajzi Múzeum *Hé'67! – A világ, amelyben a múzeum született* vagy a Magyar Nemzeti Múzeum *Közös időnk '89–90* rendszerváltás évét bemutató tárlatát, de sikerrel gyarapította gyűjteményét ezzel a módszerrel a szegedi Móra Ferenc Múzeum az első világháború és az 1956-os forradalom helyi emlékezete vagy a helyi kézilabdasport kapcsán egyaránt. Az elmúlt években pedig már több olyan projekt is született, amely digitális anyagok gyűjtésére fókuszált: a 2011-ben megvalósult *Etnomobil 2.0*⁵⁹⁰ és a *Street Fashion Budapest*⁵⁹¹ kurátorai arra kérték az internetes felhasználókat, hogy fényképezzék le és egy webes felületen osszák meg mobilitással kapcsolatos tárgyaikat illetve outfitjeiket. A sors fintora, hogy a dolgozat írásakor egyik gyűjtőoldal sem érhető el.

Ez a nemzetközi szintéren sincs másként, többek között a brit múzeumi gyakorlatnak ma már szinte elmaradhatatlan része a tematikus gyűjtőkampány. Az 1990-es években, főleg a szélesebb és polarizált látogatói réteget megszólító közönségkapcsolati szempontok által inspirált kísérleti kampányprojektek a múzeumi működés és a kurátori-gyűjteményi gondolkodás részévé váltak.⁵⁹² Ennek a szemléletváltásnak következménye, hogy a 2010-es évek végére mind több közgyűjtemény praxisában megjelent nemzetközi szinten is az a gyakorlat, amely során az intézmények a jelenkor aktualitásaira, történelmi jelentőségű pillanataira, kríziseire azonnali gyűjtéssel reagálnak az offline vagy/és az online térben. Ez a Rapid Response Collecting (RRC), azaz a gyors reagálású gyűjtés, amely során az intézmény részvételi kurátori módszerekkel kiválasztja, megszerzi és bemutatja az eseményekre reflektáló tárgyakat, a tárgyak egykori tulajdonosainak, használóinak történeteit. Az ehhez kapcsolódó kampány során a múzeum, azáltal, hogy reagál az aktuális társadalmi, politikai és kulturális eseményekre, deklarálja társadalmi elkötelezettségét és aktív kapcsolatot épít ki közösségeivel.⁵⁹³ A londoni Victoria és Albert Múzeum például évekkel ezelőtt beépítette gyűjteményezési stratégiájába a gyors reagálású gyűjtés programját. Gyűjtőköréhez alkalmazkodva úgy szerez be formatervezett tárgyakat, hogy azok egyúttal az éppen zajló

múzeumi célt szolgáló tárgy, fénykép, dokumentum, történet felajánlására való ösztönzés, ezek fogadása, a résztvevőkkel közös feldolgozása, az interpretációs folyamat dokumentálása, kiállítása, publikálása és archiválása.” Schleicher 2018, 182.

⁵⁹⁰ Forrás: <https://neprajz.hu/madok/kiallitasok/etnomobil.html>. – Utolsó letöltés: 2021. 11. 27.

⁵⁹¹ Forrás: <https://www.facebook.com/streetfashionbudapest>. – Utolsó letöltés: 2021. 11. 27.

⁵⁹² Schleicher 2018.

⁵⁹³ Főleg az amszterdami Tropenmuseum gyakorlatát vizsgálta 2020-as szakdolgozatában Daniela Tenenbaum. Rapid Response Collecting: A Curatorial Strategy for Museums to Promote Notions of Democracy and Social Equality – file:///C:/Users/mnm03/Downloads/MAAS_Thesis_Daniela%20Tenenbaum.pdf. – Utolsó letöltés: 2021. 11. 27.

politikai kérdésekről, a globalizációról, a populáris kultúráról, a gazdasági és társadalmi változásokról, a demográfiáról, a technológiáról is beszéljenek, beemelve ezeket a diskurzusokat is a gyűjteménybe.⁵⁹⁴ Többek között a nem eldobható, többször is használható, frissen piacra dobott TAMPAX menstruációs kehely muzealizációjával a környezetvédelemről, az ehhez kapcsolatos fogyasztói elmozdulásról éppúgy vallanak, mint a társadalmi tabukról, a gyűjtemény ebből fakadó hiányzó tárgyairól.⁵⁹⁵ De a különböző tüntetések, aktivisták szimbolikus tárgyainak gyűjtésére is nagy hangsúlyt fektetnek, demonstrálva a múzeum társadalmi érzékenységét, a társadalmi problémák iránti érdeklődését.

A New-York Historical Society, a 2001-es terrortámadás után indította el *History Responds* nevű kezdeményezését, melynek lényege az intézmény körül zajló történelem megörökítése, dokumentálása a tüntetésektől elkezdve a természeti katasztrófákon át a koronavírusig.⁵⁹⁶ A magyar gyakorlatban talán a leghíresebb példa a Néprajzi Múzeum 2015-ös menekültválság idején zajló akciója, amikor a múzeum kutatói a magyar–szerb határvonal mentén található Ásotthalom közelében összegyűjtötték az elhagyott tárgyakat, abból pedig kiállítást rendeztek a Sziget Fesztiválon, valamint egy muszlim női kendőt *A hónap műtárgyaként* állítottak ki.⁵⁹⁷

5.5.2. A pandémia azonnali hatása

Az eddig említett offline és online gyűjtőkampányok bár különböző témákat feszegetnek, összességében megállapítható, hogy lokális, egy múzeum küldetéséhez illeszkedő témára vagy országos krízishelyzetekre reflektáltak. A pandémia hatására azonban globálisan jelent meg ez a módszer. A washingtoni Hirshhorn Museum híres művészek elszigeteltségükre reflektáló videónaplóit sorakoztatta fel,⁵⁹⁸ miközben ugyanebben a városban három Smithsonian-intézmény is gyűjtési projektet kezdeményezett a koronavírus-járvánnyal kapcsolatosan: a National Museum of American History,⁵⁹⁹ a National Museum of African American History and Culture és az Anacostia Community Museum munkacsoportokat hozott

⁵⁹⁴ Rapid Response Collecting – <https://www.vam.ac.uk/blog/tag/rapid-response-collecting>
Utolsó letöltés: 2021. 01. 16.

⁵⁹⁵ Forrás: <https://www.vam.ac.uk/blog/museum-life/rapid-response-collecting-the-tampax-cup?fbclid=IwAR3bDPIDgqESmkquogYqOJ6U1SrpjkwTcTsmZc447Kln1OFfbgDaSQEuzk> – Utolsó letöltés: 2021. 01. 17.

⁵⁹⁶ Sári 2020., <https://www.nyhistory.org/history-responds>.

⁵⁹⁷ Vörös 2015.

⁵⁹⁸ Forrás: <https://hirshhorn.si.edu/explore/artist-diaries/> – Utolsó letöltés: 2021. 01. 17.

⁵⁹⁹ “The Smithsonian’s National Museum of American History has formed a Rapid Response Collecting Task Force to address the COVID–19 pandemic. This task force will allow the museum to react quickly to assess and document the scientific and medical events, as well as the effects and responses in the areas of business, work, politics and culture. Curators will look at the impact on individuals, institutions and communities as they document the diverse perspectives and experiences related to this historic moment” – olvasható a múzeum 2020. április 8-i közleményében: <https://americanhistory.si.edu/press/releases/statement-national-museum-american-history-implements-collecting-strategy-response> – Utolsó letöltés: 2021. 01. 17.

létre, és első körben – tartózkodva a fizikai tárgyaktól – arra szólította fel támogatóit, hogy a Zoom-képernyőképektől kezdve a bevásárlólistákig mindent mentsenek el, illetve küldjék el történeteiket, amelyekből a későbbiekben kirajzolódhat, mennyiben érintette a különböző társadalmi rétegeket, közösségeket másként a karantén.

A kanadai Royal BC Museum a partnerség jegyében nemcsak a pandémiához kapcsolódó tárgyakat és élményeket gyűjtötte, hanem arról is megkérdezte látogatóit, hogy szerintük mit és hogyan érdemes rögzítenie az intézménynek,⁶⁰⁰ a Deutsches Historisches Museum munkatársa nyilvánosan azon gondolkodott, hogy milyen tárgyakkal kell állnia a későbbi Corona-kollekciónak,⁶⁰¹ a Historisches Museum Frankfurt a megváltozott családi élettől elkezdve a saját készítésű szájmaszkig mindenről fotót kért, hogy rögzítse a járvány hatását a város történetében.⁶⁰² Az érzéstelenítés és fájdalomcsillapítás történetével foglalkozó új-zélandi Geoffrey Kaye Anesztéziatörténeti Múzeum *A történelem most történik* címmel hirdetett gyűjtőkampányt,⁶⁰³ hogy hiteles tárgyakkal dokumentálhassa az aneszteziológusok reakcióját a válságra, történeteiket, a protokollok, a folyamatok és szerepek megváltozását. Az Európai Történelem Háza a *Covid dokumentálása* munkacímmel elsősorban a szolidaritás, a remény és a közösségépítés jelenségeire összpontosított Európában. A projekt részeként *A Covid történelmet ír* néven egy platformot is létrehozott, ahol egy internetes oldalon gyűjti a különböző európai múzeumok adatgyűjtési tevékenységének eredményeit és tapasztalatait.⁶⁰⁴

A szentendrei Szabadtéri Néprajzi Múzeummal és a budapesti Néprajzi Múzeummal együtt a válogatás húsz európai példát mutat be, amelyek között a megszokottnak mondható képek, tárgyak mellett több jó gyakorlatot is felfedezhetünk. A történetek számára külön weboldal is készült,⁶⁰⁵ ahol az inspiratív és megható esetek a filantrópián túl arról is beszéltek, hogy Devonban a legnagyobb bajban is számíthatsz a környezetedre. Az Irish Linen Centre & Lisburn Museum *COVID-19 and Me* címmel egyéni történeteket várt írásban, hang- vagy videófájlokon, az antwerpeni MAS & Felix Archive a digitális gyűjteményében Corona-archívumot hozott létre a beérkező anyagok számára.⁶⁰⁶ A Litván Nemzeti Múzeum már a kampánya címében feltette a kérdést: *Ki fogja elmondani a COVID-19 történetét a múzeumban*

⁶⁰⁰ Pedro Arrais: Royal B. C. Museum wants to hear your COVID-19 stories.

<https://www.timescolonist.com/news/local/royal-b-c-museum-wants-to-hear-your-covid-19-stories-1.24124239> – Utolsó letöltés: 2021. 01. 17.

⁶⁰¹ Fritz Backhaus beszélgetése Stephan Karkowsky-val. Deutschlandfunk Kultur: https://www.deutschlandfunkkultur.de/corona-im-museum-mundschutz-flurzettel-klopapier.1008.de.html?dram%3Aarticle_id=474845&fbclid=IwAR2Z5w-_fIaA4wKCLnAYHtaZn_YZVwReRHef5hWCX7pcS7xvDnYJ5PSKF7Q – Utolsó letöltés: 2021. 01. 17.

⁶⁰² Forrás: <https://www.historisches-museum-frankfurt.de/corona-sammlung> – Utolsó letöltés: 2021. 01. 17.

⁶⁰³ Forrás: <https://www.geoffreykayemuseum.org.au/history-is-happening-now-collecting-covid-19/> – Utolsó letöltés: 2021. 01. 17.

⁶⁰⁴ Forrás: <https://historia-europa.ep.eu/hu/covid-tortenelmet-ir> – Utolsó letöltés: 2021. 01. 17.

⁶⁰⁵ Forrás: <https://showcase.rammuseum.org.uk/showcase/lockdown-legends/> – Utolsó letöltés: 2021. 01. 17.

⁶⁰⁶ Forrás: <https://search.mas.be/results> – Utolsó letöltés: 2021. 01. 17.

a távoli jövőben?, a Liechtensteini Nemzeti Múzeum a „Covid19-hétköznapok” rögzítésére törekedett, a Museum of London pedig kiegészítette ezt a törekvését más intézményekkel együttműködve azzal, hogy a COVID-álmok gyűjtésével felméri, milyen hatással van a válság által okozott szorongás az alvási szokásainkra.⁶⁰⁷ A madridi Nemzeti Antropológiai Múzeum maszkos szelfiket kért, az új, időszakos „másságunk” jegyében.⁶⁰⁸ A román Nemzeti Kortárművészeti Múzeum UNARTE Karantén Művészeti Laboratóriumába az otthonukba szorultak művészeti alkotásait kérte be, a Szlovén Néprajzi Múzeum pedig koronavírussal kapcsolatos viccek gyűjtésébe fogott. Ezeket aztán a lehető legtöbb fórumon meg is osztotta, hogy felvidítsa az embereket, oldja a járvánnyal, bezártsággal kapcsolatos szorongásaikat.⁶⁰⁹ A véletlenszerűen felsorolt és teljességre nem törekedő válogatásnál mi sem bizonyítja jobban, mennyire rétegzett szellemiséggel, szerteágazó tartalommal, gondolati struktúrával rendelkeznek a világ múzeumai.

5.5.3. Globális krízis, univerzális tapasztalat, egyetemes módszertani kihívás

Nem túlzás azt állítani, hogy a muzeológia történetére a koronavírus épp olyan radikális hatással volt, mint a globalizált világ bármely szeletére. Ahogy csaknem hasonlóan reagáltak a kormányok, az egészségügy, a fogyasztói kultúra (lásd WC-papír-felvásárlás) a pandémiára, a múzeumok is viszonylag egyforma projektekbe kezdtek. Így talán elsőként jött létre olyan globálisan is értelmezhető, online elérhető és a későbbiekben akár összekapcsolható gyűjtemény, amelyet a világ különböző pontjain, különböző háttérrel, küldetéssel rendelkező múzeumok ugyanarra a jelenségre reflektálva hoztak létre.

A múzeumok online tereiben a bővülő tartalmakra egyre érzékenyebb közönséget is aktivitásra ösztönözték ezek a felhívások. A magyar internetes felhasználók múzeumi tartalmakkal kapcsolatos tapasztalatát kutató kérdőívem⁶¹⁰ 1001 válaszadója közül 13,2 százalék reagált a hazai múzeumok felhívásaira: azaz a kérdésre válaszoló 957 fő közül 127-en osztottak meg járvánnyal kapcsolatos képet, szöveget a múzeumok internetes oldalain, vagy küldtek be digitális vagy fizikai anyagot a felhívásaikra. A válaszadók pozitívan reagáltak a Magyar Nemzeti, a Szépművészeti, a Néprajzi, a Szabadtéri Néprajzi, a Kiscelli, a Göcseji, a Semmelweis Orvostörténeti, a Magyar Zsidó Múzeum és Levéltár felhívásaira, de kapott

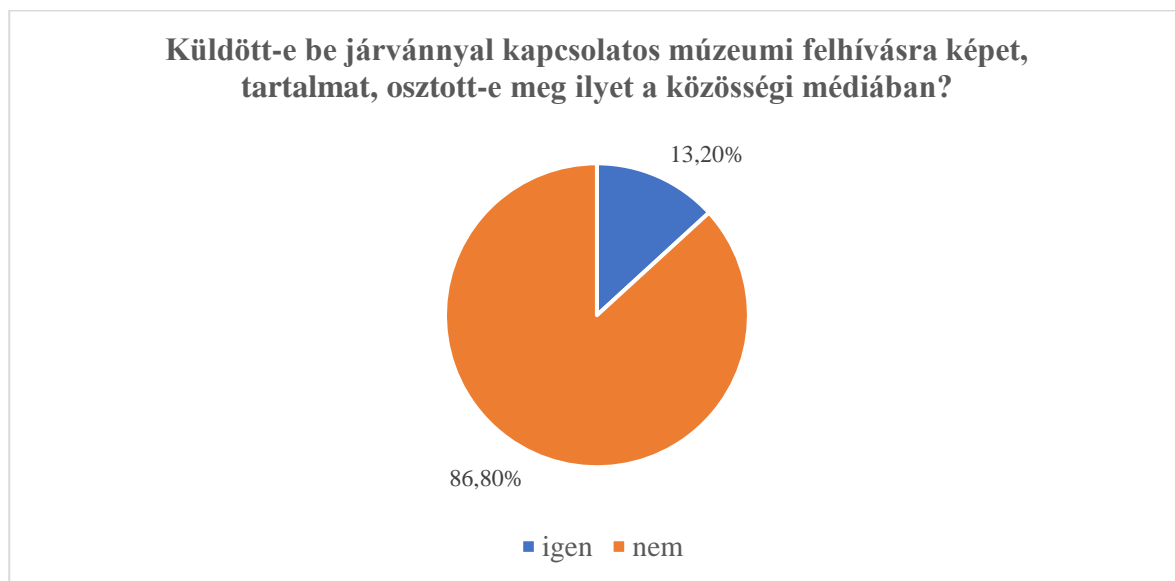
⁶⁰⁷ Forrás: <https://www.museumoflondon.org.uk/news-room/press-releases/museum-london-collect-covid-dreams> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 27.

⁶⁰⁸ Forrás: <http://www.culturaydeporte.gob.es/mnantropologia/exposvirtuales/mural/selfies.html> – Utolsó letöltés: 2021. 01. 17.

⁶⁰⁹ Forrás: <https://www.etno-muzej.si/sl/novice/povabilo-k-zbiranju-vicev-ali-koronski-humor> – Utolsó letöltés: 2021. 01. 17.

⁶¹⁰ *A Hogyan fedezte fel Ön a múzeumi világ online tartalmait a világjárvány idején?* című online kérdőíves kutatás 2021. január 7. és 24. között zajlott.

anyagot (bármilyen legyen is az) a Kanizsai Dorottya, a Balatoni, a Jászberényi Hamza, a Ferenczy, a Petőfi Irodalmi, az Aquincumi, az Iparművészeti, a Damjanich János, a Semsey Andor, a Türr István, a Wosinsky Mór, a Finta, a Janus Pannonius Múzeum mellett a Kallós Zoltán Gyűjtemény, a Kiskőrösi Petőfi Szülőház és Emlékmúzeum, a Magyar Nyelv Múzeuma, a Kállósejényi Kállay-kúria és a Magyar Nemzeti Galéria is. Volt, aki külföldi intézmények felkéréseire is reagált, így egy válaszadó a Getty Museumot és egy a Parco Archeologico di Ostiát is beírta válaszként. Ez az arány, sokféleség, valamint földrajzi kiterjedtség a korábbi évek tapasztalatai alapján még 2020 elején is nehezen volt elérhető,⁶¹¹ éppúgy, mint a fővárosi és vidéki projekteket egyaránt övező, a média minden szegmenséből érkező médiafigyelem.



86. ábra

A *Hogyan értékeli a magyar látogatók a múzeumok koronavírus alatt folytatott online tevékenységét?* című kutatás adatai alapján

A COVID–19-világjárvány idején ráadásul olyan intézmények, intézménytípusok is éltek ösztönösen vagy tudatosan a gyors reagálású gyűjtés módszereivel, amelyek korábbi tevékenységétől mindez távol állt, nem merült fel eddig, ezáltal új szempontokkal, kritikai észrevételekkel gazdagodott ez a fajta gyakorlat.

A massachusetts-i Lexington Historical Society levéltárosa nemcsak gyors reagálású gyűjtőkampányt indított, hanem *A passzív gyűjtés vége* című tanulmányában fogalmazta meg az archívumok, az ott dolgozók szerepét és felelősségét a „COVID–19-korszakban”.⁶¹² Észrevételei azért is figyelemreméltók, mert levéltárosként – a múzeumokkal ellentétben – nem kellett közönségkapcsolati szempontokra, a bezárások miatt távol maradó látogatókkal való

⁶¹¹ Ezzel kapcsolatos tapasztalataim itt: Berényi 2020a.

⁶¹² Mubarek 2020.

kapcsolat fenntartására fókuszálnia. Szerinte elengedhetetlen, hogy a levéltárosok is az aktuális eseményekre hangolódjanak és a közösségeiket jobban szolgálják, azaz a történelmi eseményeket nem feltétlenül kell visszamenőleg dokumentálni és rögzíteni, hanem nekik kell kezdeményezni az olyan kortárs dokumentumok, efemer és egyéb tárgyak gyűjtését, amely az adott eseményeket bekövetkezésükkor rögzítik, ezzel is személyesebb betekintést nyújtva a mindennapi életbe. Még akkor is, ha egy világjárvány idején a gyűjtemények munkatársai korlátozott hozzáféréssel, távolról dolgoznak, és mobilitásukat, találkozósaikat más emberekkel rendeletek szabályozzák.

Példaként, ahogy számos más szakember, a világ számtalan más múzeumában, közgyűjteményében Japántól⁶¹³ Magyarországon át Új-Zélandig, a spanyolnátha emlékeinek hiányát tárja fel. Míg a hatezer fős Lexingtonban 1918-ban több mint ötszáz megbetegedést rögzítettek, addig a Történelmi Társaság levéltárában csupán egyetlen forrás dokumentálta az élet hirtelen bekövetkező, drasztikus változását. Így, a világ számos történelmi anyagot őrző gyűjteményéhez hasonlóan, ők sem tudták eredeti tárgyakkal, azokhoz kapcsolódó hiteles történetekkel a száz évvel ezelőtti világjárvánnyal való hasonlóságokat, különbségeket feltárni. Hogy a későbbi korok történészei ne szenvedjenek hiányt, elsődleges, később nem létrehozható forrásokból (naplók, levelek, fényképek), a cikk szerzője is megszólította a mára harmincezresre duzzadt város polgárait, hogy osszák meg velük ezeket az anyagokat.

A tanulmány szerzője egy másik, lényeges, ám ritkábban hangoztatott aspektusra is felhívja a figyelmet. A szemtanúk később másként emlékeznek vissza az eseményekre, mint amikor a megtapasztalás pillanatában; az egyéni és a kollektív emlékezet, valamint a történettudomány egymástól eltérő utakon járhat.⁶¹⁴ A különböző kormányzati rendeletek, határozatok, statisztikai adatok, hivatalos jelentések megőrzése biztosított az utókor elemzői számára, ezek azonban csak száraz adatok maradnak, ha a mindennapi ember egymástól eltérő tapasztalatait nem rögzítjük. Ezek a részletek pedig túl gyorsan elvesznek vagy torzulnak. Ahhoz, hogy lehetőséget adjunk a jövőnek a múlt mélyebb megértésére, a jelenkori világjárvány tapasztalatainak hatékony felhasználására és annak széles körű érzékeltetésére – például egy múzeumi kiállításban – létkérdés, hogy milyen tárgyakat, történeteket és információkat rögzítünk a gyűjteményekben, valamint egy adott intézményi struktúra milyen

⁶¹³ Akihiro Morihara, a járvánnyal kapcsolatos anyagokat is gyűjtő japán Yamanashi Prefectural Museum vezető tiszviselője így fogalmazta meg: „Ha a spanyolnáthát helyi szinten is dokumentálták volna, akkor támpontot adhattak volna, hogy hogyan lehet leküzdeni a jelenlegi fertőzést. Katasztrófák és járványok ismételt előfordulnak, de az emberek hamar elfelejtik őket. Szeretnénk lehetőséget teremteni arra, hogy kiállításokon keresztül visszatekintsünk a jelenlegi korszakra.” <https://english.kyodonews.net/news/2020/08/59fbc48d5505-museums-in-japan-collect-daily-items-to-log-pandemic-history.html?phrase=mes+aynak&words>. – Utolsó letöltés: 2021. 11. 27.

⁶¹⁴ Számos jeles könyv, kiadvány foglalkozik a témával. Lásd a *Studia Litteraria Emlékezhelyek* (S. Varga 2012) vagy Gyáni 2016. *Múzeumi szempontból: Keményfi 2016.*

módon képes ezt a fajta gyűjteményezést szabályozni, hogyan tudja a módszerrel járó esetlegességet és személyességet, a gyűjtéssel foglalkozó kurátorok, szakemberek egyéni szemléletmódját, világképét, kapcsolati hálóját racionalizálni, objektivizálni.

Azzal, hogy egy időben hasonló okból, hasonló módszerrel közgyűjtemények százai éltek a gyors reagálású gyűjtés módszerével, ez a korábban sokszor kedves, ötletszerű közösségépítő módszer markáns, meghatározó múzeumi gyakorlattá vált, számos további kérdést vetve fel a gyűjtés, a gyűjteményezés, a társadalom egésze, a szelekció, a megőrzés, a tárolás szempontjából. Mindemellett a múzeumoknak egy új dimenzióval is számolniuk kellett.

A korábbi gyakorlattal ellentétben a COVID–19-re reflektáló gyűjtőkampányok nem jelentettek fizikai kapcsolatot a kampány résztvevőivel, hiszen az online térben valósultak meg, vagy a közösségi médiában, vagy egy levelezési rendszeren keresztül. A személyes találkozások korlátozása és a fertőzésveszély miatt a tárgyak sem fizikai mivoltukban, hanem digitálisan érkeztek a múzeumba, a hozzájuk kapcsolódó szöveg pedig e-mailen. De arról sem szabad elfeledkezni, hogy egy-egy történettel emberi tragédiák sora is az új szerzeményekkel járt, amelyek feldolgozása nemcsak szakmai, hanem pszichológiai nehézséget is jelenthet a kurátor számára, amit nehezíthetnek a járvány előre haladtával személyes veszteségei, tapasztalatai.⁶¹⁵

Mindezt egybevetve a COVID–19-világjárványhoz kapcsolódó gyors reagálású kampányok kurátorainak a következő kérdésekre kellett a projekt tervezésekor és megvalósításakor választ adniuk.

- Közösségi kampányt indítanak, amelynek elsődleges célja a kommunikáció és a látogatók online elkötelezettségének megőrzése a kényszerű bezárás során, vagy dokumentálni kívánják a járvány társadalomra gyakorolt hatását? Alkalmas-e ez a fajta módszer kutatásra?
- Hogyan fogalmazzák meg a gyűjtéssel kapcsolatos felhívásokat úgy, hogy az illeszkedjen az intézmény stratégiájába, és olyan tárgyak és történetek érkezzenek, amelyek a meglévő gyűjteményi struktúrához passzoljanak?
- Az online térben megvalósítandó kampány túl tud-e lépni a kurátori, intézményi kapcsolati hálón, tükrözni fogja-e a kulturális diverzitást vagy azt a sokféleséget, ahogyan a társadalom különböző rétegei reagáltak a járvány hatásaira?
- A kurátorok hogyan tudnak szembenézni, megküzdni a tárgyakhoz kapcsolódó traumákkal, esetleg a saját, a járvánnyal kapcsolatos fájdalmaikkal? Miként segít ebben nekik az intézmény?

⁶¹⁵ Schendel 2020.

- Hogyan képesek a közgyűjtemények a digitálisan beérkező tárgylenyomatok nyilvántartására és megőrzésére? Van-e konszenzus arról, hogy ezek az anyagok egyáltalán bekerüljenek-e a gyűjteménybe, engedi-e a jogszabályi környezet, hogy egy intézménynek virtuális gyűjteménye legyen?
- Hogyan különböztetik meg a digitalizált gyűjteményi tárgyakat és az eleve digitálisan beérkező tárgylenyomatokat?
- Mikor és milyen módon lehet a digitális ígéreteket fizikai tárgyakra váltani?
- Ha fizikai tárgyak érkeznek, miként fertőtlenítik őket?
- Mit kezdenek az alapvetően véletlenszerűen bekerült anyagokkal? Hogyan szelektálnak? Ki szelektáljon: a jelen vagy a jövő muzeológusa?
- Milyen módon tartják a kapcsolatot az adományozókkal, hogyan jeleznek vissza, hogyan és mikor mutatják meg az összegyűlt anyagot? A részvételen és az együttműködésen alapuló projektek egyik fontos eleme a személyesség, a személyes találkozás, a párbeszéd. A virtuális kapcsolatok esetében hogyan tudják mindezt ellensúlyozni?
- Hogyan valósul meg a tudáskörforgás? Miként és hogyan mutatják meg a gyűjtőkampány eredményeit a közösségeiknek?
- Az esetleges virtuális vagy offline kiállításokban miként kapcsolják össze a digitális és analóg tárgyakat?
- A beérkező tárgyak, a hozzájuk kapcsolódó történetek gyakran személyes, intim információkat hordoznak. Hogyan oldják meg, hogy az elbeszélők, adományozók személyiségi jogai ne sérüljenek, és minél több anyag nyilvánosságra kerüljön?

A 2021 januárjában megvalósult kutatás során azokat a hazai múzeumokat kerestem meg, akik a COVID–19-világjárványhoz kapcsolódó gyűjtőkampányt hirdettek. A Zoom rendszerén készített interjúk célja az volt, hogy a fent megfogalmazott kérdésekre adott válaszokat a magyar gyakorlat perspektívájából összegezzük. A tapasztalatokat a Szabadtéri Néprajzi Múzeum részéről Sári Zsolt főigazgató-helyettes, projektkurátor,⁶¹⁶ a Néprajzi Múzeumból Bakos Áron, Foster Hannah Daisy, Hajdu Ágnes Mária, Szelják György muzeológusok,⁶¹⁷ a BTM-Kiscelli Múzeumból Perényi Roland főosztályvezető,⁶¹⁸

⁶¹⁶ A Sári Zsolttal 2021. január 7-én készült *Mutasd a maszkod!* című interjú megtekinthető itt: https://youtu.be/Aqi-EvMn_Lo. A témával kapcsolatos tanulmánya: Sári 2020.

⁶¹⁷ A *#karanténtárgyak* című, 2021. január 5-én a Néprajzi Múzeum négy muzeológusával készült beszélgetés megtekinthető itt: <https://youtu.be/mKgAW138EuI>.

⁶¹⁸ *Karantén 2020 – Felhívás! Kiscelli Múzeum* című, Perényi Rolanddal 2021. január 5-én készült interjú: <https://youtu.be/-Nv6U8d0qpg>.

a Móra Ferenc Múzeumból Hegedűs Anita sajtóreferens,⁶¹⁹ a Soproni Múzeumból Tóth Imre múzeumigazgató,⁶²⁰ a Semmelweis Orvostörténeti Múzeumból Renner Zsuzsa múzeumigazgató, Gréczi Emőke sajtó- és közönségkapcsolati vezető, Nagy Anita, Scheffer Krisztina, Horányi Ildikó, Szabó Katalin, Vámos Gabriella muzeológusok⁶²¹ osztották meg a YouToube-on is elérhető interjúk során. Kérdéseinkre írásban reagált a Magyar Műszaki és Közlekedési Múzeumból Uhl Gabriella kiállítási osztályvezető, a Magyar Zsidó Múzeum és Levéltárból Toronyi Zsuzsanna igazgató, a zalaegerszegi Göcseji Múzeumból Szényi Krisztina kommunikációs munkatárs.

5.5.4. Egy tárgy, több értelmezés: *Mutasd a maszkod!* a Skanzenben

A Szabadtéri Néprajzi Múzeum *Mutasd a maszkod!* felhívása alig három héttel a karantén elrendelése után, 2020. április 8-án jelent meg a Skanzen weboldalán.⁶²² A felhívás egyetlen tárgy, a szájmaszk és a hozzá kapcsolódó történetek gyűjtését tűzte ki célul, a következő kérdéseket kiemelve: Kik és hol varrnak maszkot? Saját maguknak, a családtagoknak, a szélesebb közösség tagjainak készítik? Milyen maszkok készülnek? Milyen anyagot használnak? Mi a maszk története? A múzeum munkatársai az egyetlen emblematikus tárgy mentén kibomló történeteket és fotókat a *maszk@skanzen.hu* e-mail címre várják a kampány meghirdetése óta folyamatosan, és egy külön weboldalon publikálják a feldolgozás ütemében.⁶²³ A múzeum elsődleges célja az volt, hogy dokumentálja azt az eddig soha nem tapasztalt helyzetet, életmódváltozást, amelyet a vírus okozta veszélyhelyzet, bezárások, előírások teremtettek, valamint aktív kapcsolatot tartson fenn a látogatóival. Mivel a múzeum munkatársai a nemzetközi példákat vizsgálva biztosak voltak abban, hogy több intézmény is gyűjteni fog, törekedtek arra, hogy jól definiált irányba vigyék el a kampányt, illetve határozottan elkülönítsék a közösségi akciót azoktól a kuratori gyűjtésektől és kutatásoktól, amelyek széles körben értelmezik a világjárvány okozta mindennapi életben bekövetkezett változásokat.

Az intézmény kurátorai ugyanis a meglévő stratégiának megfelelően tudatosan és módszeresen gyűjtik a koronavírus okozta életmódváltozás tárgyi lenyomatait, a kézfertőtlenítő flakonoktól a karantént elrendelő táblákig, a hazaérkezés után a reptéren

⁶¹⁹ *A koronavírus személyes történetei – Móra Ferenc Múzeum* című, 2021. január 5-én Hegedűs Anitával készült interjú itt látható: <https://youtu.be/vP6zF6SdE0k>.

⁶²⁰ *A privát história is történelem – Soproni Múzeum* című, 2021. január 12-én Tóth Imrével készült interjú: <https://youtu.be/JOmbhN-5KqU>.

⁶²¹ *COVID–19 gyűjteménygyarapítás*. Az MNM Semmelweis Orvostörténeti Múzeum Könyvtár és Levéltár munkatársaival 2021. január 12-én készült beszélgetés két részletben tekinthető meg:

<https://youtu.be/HlhNtj0eYt0> és <https://youtu.be/Pa0ZaQPzUDw>. – Utolsó letöltés: 2021. 11. 27.

⁶²² Forrás: <https://skanzen.hu/hu/a-skanzen/projektek/mutasd-a-maszkod> – Utolsó letöltés: 2021. 01. 24.

⁶²³ Forrás: <https://hatartalan.skanzen.hu/#/virtualis-kiallitasok/mutasd-a-maszkod> – Utolsó letöltés: 2021. 01. 24.

kitöltött adatlapig minden olyan tárgyat, amelyek a mindennapok változásához kötődnek. Ettől eltérő módon, a korábbi közösségi vagy krízishelyzetre reagáló gyűjtőkampányok⁶²⁴ tapasztalatának birtokában zajlik a *Mutasd a maszkod!* kampány, amely a világjárvány szimbolikus védekezési eszközének a készítésére és a használatára fókuszál.

A Skanzen olyan történeteket és tárgyakat, fotókat vár és kap még 2021-ben is, amelyek a maszkot mint tárgyat választhatóan értelmezik alkotásként vagy funkcionális eszközként, s amelyek mentén megjelenik a közösségi szolidaritás, az egészségvédelem, az önkifejezés vagy a humor. A Szabadtéri Néprajzi Múzeum kampánya úgynevezett *társadalmi tárgyként*⁶²⁵ interpretálja a maszkot, amely képes különböző csoportok és személyek közös fókuszpontjaként működni.

A Skanzen nemcsak egy fontos tárgyat választott ki, amelyről mindenkinek lehet mondandója, és amely mentén lehetőség nyílik ötvözni a muzeológiai folyamatokat, a részvételiséget az együttműködést, egy krízishelyzet dokumentálását és az intézményi kommunikációt, hanem olyan szimbólumot, amely társadalmilag hálózatba illeszkedő tapasztalatok motorjává válhat, olyan tartalmakat közvetítve, melyek a közbeszédet szervezik⁶²⁶ az intézmény online (és remélhetőleg később offline) tereiben.

Bár a múzeumnak az első világháborús és az Észak-magyarországi falu tájegység kapcsán volt már olyan akciója, amely digitális képek, szövegek gyűjtésével foglalkozott, alapvetően ez az első olyan közösségi kampánya, amely kifejezetten az online térben digitális anyagok gyűjtését tűzte ki célul. A felhívásban elektronikus anyagot kértek, de nem zárták ki a fizikai tárgyakat sem. 2020 végéig nagyjából kétszáz történet érkezett képekkel, amelyek negyede került fel az év végéig a múzeum honlapján megtalálható virtuális kiállítás⁶²⁷ felületére. Ezeket a Skanzen a közösségi médiafelületein (Facebook, Instagram) is folyamatosan megosztotta, valamint újabb párbeszédet generálva folyamatosan közvetítette az anyagokat a média felé. Az elektronikus küldeményekkel párhuzamosan fizikai tárgyak is érkeztek a múzeumba, különösen egy jelentősebb médiaszereplés után. Eddig hozzávetőleg hetven tárgyat küldtek be a felhívásra, és sokan jelezték, hogy a járvány után offline is a múzeumnak adják a maszkjukat.

⁶²⁴ A Skanzenben tudatosan 2006-ban indították el az első gyűjtőkampányt a MaDok program részeként megvalósított *Meg is mosakodjál! Higiéniai a 20. századi falun* című kiállítás, majd a *Típusbútor* kiállítás kapcsán. Mindkettő esetben a múzeum gyűjteményének kiegészítését célozták meg. A tematikus gyűjtőkampány új megközelítése, a részvételiség magasabb szintje volt a Skanzen alapításának ötvenedik évfordulójára készült kiállításához – *Hé '67! A világ, amelyben a Múzeum született* – szervezett gyűjtés, amelyben 1967-hez kötődő történeteket, fotókat és tárgyakat vártak. In: Sári 2020. Az SZNM krízishelyzetre reagált a 2000-es években a kolontári katasztrófa és a tiszai árvizek idején, amikor dokumentálta a tragédiát és az újjáépítést.

⁶²⁵ Wilhelm 2018.

⁶²⁶ Simon 127.

⁶²⁷ Forrás: <https://hatartalan.skanzen.hu/#/virtualis-kiallitasok/mutasd-a-maszkod> – Utolsó letöltés: 2021. 01. 24.

5.5.5. Szubjektív #karanténtárgyak a Néprajzi Múzeumban

Míg a Szabadtéri Néprajzi Múzeum online közösségi gyűjtőkampánya arra irányult, hogy egyetlen tárgy mentén hosszabb időn keresztül dokumentálja a pandémia hatását, addig a költözés miatt több éve zárva tartó Néprajzi Múzeum egészen más jellegű kampányt indított. A #karanténtárgyak gyűjtőkampányukban úgy kívánták dokumentálni a koronavírus miatt megváltozott hétköznapiakat a tárgyi világon keresztül, hogy szándékosan nem határozták meg, milyen tárgyakat várnak az önkéntes résztvevőktől. A múzeum szubjektivitásra bízta együttműködő partnereit: elkötelezte magát ebben a részvételi projektben a személyes beszédmód, a szubjektív szerkesztés-, látás- és gondolkodásmód megjelenítése mellett,⁶²⁸ azaz egy téma felvetésén és az infrastrukturális háttér megteremtésén kívül teljes egészében a közönségére bízta, miként asszociál a karanténtárgy kifejezésre, hogyan jeleníti meg a kiválasztott tárgy mentén megfogalmazott gondolatait, érzéseit. Így a projektért felelős muzeológusok a felhívásban tágan nyitotta a lehetőségeket; karanténtárgy lehetett bármi, ami otthon tart, ami korlátoz, ami szabadabbá tesz, ami hiányzik, ami védelmez, ami veszélyt jelent, ami kifejezi a karanténnal kapcsolatos érzéseket, gondolatokat, ami nem egészen tárgy, de mégis a karantén miatt valaki életének részévé vált, ha valaki úgy gondolta, bekerülhet a gyűjteménybe. A kurátorok azt kérték, hogy ha valaki megtalálta saját karanténtárgyát, akkor fényképezze le, mesélje el a saját maga által választott eszközzel és formában a hozzá kapcsolódó történetet, majd küldje el egy ebből a célból létrehozott e-mail címre. Ezzel párhuzamosan a Néprajzi Múzeum csapata egy gyorsan gyarapodó Facebook-csoportot is létrehozott (2021. január 24-én 670 tag), ahol népszerűsítette a kampányt, és ahol megosztották a beérkezett tárgyakat és történeteket, folyamatosan motiválva a csoport tagjait új tárgyak és történetek beküldésére, és jelezve a kampány határidejének végét. Azaz a közösségi média számukra nem a gyűjtés, hanem beérkező tárgyak megosztásának, a párbeszédnek a tere volt, ahol mindig rövid felvezető, értelmező szöveg kíséretében töltötték fel az új karanténtárgyakat, és számítottak a csoporttagok aktivitására.

A gyors reagálású online gyűjtőkampány nem volt előzmény nélküli a múzeum számára. Az évek óta zárva tartó intézményben már korábban meg kellett fogalmazniuk, miként lehet egy költöző múzeum nyilvános, hogyan maradhat benn a köztudatban, milyen módon jelezheti, hogy kutat és van véleménye a világ dolgairól. Másrészt, ahogy fentebb jeleztük, az intézmény több mint egy évtizede foglalkozik jelenkutatással, részvételi projekkel,

⁶²⁸ Vö. a szubjektív múzeum fogalmával. Frazon 2018b.

hirdetett már tematikus, illetve gyors reagálású gyűjtőkampányt az online⁶²⁹ és az offline térben egyaránt, van gyakorlata a digitálisan beérkező anyagok archiválásában.

A kampányban, mivel a járvány miatt több okból sem tudtak fizikai tárgyakat gyűjteni, így egy digitális archívum létrehozására törekedtek. A *#karanténtárgy* hashtaggel fizikailag különböző helyen lévő fizikailag különböző helyen lévő tárgyakat kapcsoltak össze a közösségi médiában és a jövőben az intézményi honlap révén, azt is megengedve, ha valaki valaminek a hiányára kíván reflektálni.

A Néprajzi Múzeum stábjában egyetlen szempontból volt szigorú: pontosan meghatározta a kampány végét, csak a 2020. május 24-ig beküldött tárgyak kerülhettek be a digitális gyűjteménybe. A rendelkezésre álló időszakban kicsit több mint kétszáz, meglehetősen különböző megközelítésű karanténtárgy érkezett. A szubjektív reflexiókat váró kampányból így a beküldött tárgyfotók és történetek révén az is kirajzolódott, miként változott meg az emberek élete, és az is mit gondolnak a Néprajzi Múzeumról, valamint gyűjteményeinek jellegéről. A beküldők többségében nem volt kényszer, hogy fenséges, exkluzív tárggyal gyarapítsák a múzeum gyűjteményét, és csak kisebb arányban kívánták alkotásaikat egy múzeumi gyűjteményben elhelyezve pozicionálni magukat, hanem bepillantást engedtek abba, miként változott például a kertészkedéshez, a főzéshez vagy a sportoláshoz való viszonyuk a karantén időszakában. A projekt kurátorai csak egy valamibe nem tudták bevonni a résztvevőket: arra a felkérésre, hogy kategorizálják a felhívásban megadott szempontok szerint a karanténtárgyakat, a többség nem reagált. Azaz csak részben tudott megvalósulni a közös munkán, a tudásmegosztáson, a tudáscserén, az eltérő tudások egymás mellé helyezésén alapuló élő archívum fogalmához kapcsolódó akció, a résztvevők nehézkesnek találták a kategóriát, sokszor úgy érezték, hogy a történetük több, esetleg egyikbe sem illik.⁶³⁰ Ami viszont más eredményt hozott: annak ellenére, hogy a múzeum ebben a projektben kifejezetten digitális anyagok gyűjtése mellett kötelezte el magát, a kampánynak köszönhetően a látóterükbe került néhány olyan tárgy, amelyről úgy gondolták, érdemes a múzeum gyűjteményében elhelyezni fizikai valójukban is, hiszen más szempontból – tárgyéletrajz, gyűjteményi előzmény, készülő kiállításban való felhasználhatóság – is fontosak számukra. Ebben az esetben azonban már kibővült a kutatás, a tárgyak adományozóival interjú készült, hogy szélesebb kontextusba ágyazva foglalják el helyüket az új szerzemények a gyűjteményi struktúrában.

⁶²⁹ Berényi 2019a.

⁶³⁰ Az élő archívumról: Gadó 2018.

5.5.6. Gyűjteményhez rendelt módszer: a szegedi Móra Ferenc Múzeum

A szegedi Móra Ferenc Múzeum az első igazi karanténos hullám alatt, 2020. április közepén hirdette meg *A koronavírus személyes történetei* gyűjtőkampányát Szolnoki Zoltán történész-muzeológus vezetésével, hogy az intézmény oral history gyűjteményében archiválják azokat a hanganyagokat, amelyek a világjárvány és a hozzá kapcsolódó karantén személyes történeteit őrzik. Igaz, a gyűjtemény elsősorban élettörténeteket, életutakat tartalmaz, a múzeum kommunikációs és történész munkatársai azonban fontosnak tartották, hogy a szegedi és a Csongrád megyei tapasztalatokat rögzítsék ezeken a felületen. A múzeum különböző hírszatórnáin, a helyi és az országos médiában meghirdetett kampányra egy speciális e-mail címen jelezheték az érdeklődők, amennyiben a koronavírus kapcsán szerettek volna mindennapjaikról mesélni. Mivel a karanténhelyzet miatt a történész-muzeológus nem találkozhatott a jelentkezőkkel, Skype-on keresztül készültek el az interjúk. A projekt még 2021-ben is tart, de már 2020 végéig ötven és hatvan között volt azoknak a száma, akik érdeklődtek, és közülük az év végéig csaknem harmincan adtak interjút. Mivel a Móra Ferenc Múzeum meglévő kutatói és gyűjteményezési praxisába építi be a tematikus gyűjtőkampányt, a rövidebb interjúhossz ellenére ragaszkodnak az ilyenkor megszokott adatok felvételéhez, így pontos információik vannak adatközlőikről. Legtöbben – nők és férfiak kiegyensúlyozott arányban – a negyvenes, ötvenes korosztályból jelentkeztek, a legfiatalabb adatközlő 25, a legidősebb 65 év körüli volt, meglepő módon nemcsak Szegedről és környékéről, hanem Kecskemétről, sőt Aradról is adtak interjút, ez utóbbi egyébként Norvégiában élő személy volt. A beszélgetések során elmondták, hogy az első karantén sokkhatásként élte őket, az első két hét volt a legnehezebb, amikor át kellett rendezniük az életüket, meg kellett oldaniuk az idősebb rokonok ellátását, a gyerekek felvigyázását, tanárként bele kellett tanulniuk az online oktatásba, napirendet kellett kialakítaniuk, újra kellett tervezniük a családi ünnepeket. Volt, aki arról mesélt, hogy csak az utolsó pillanatban tudott sort keríteni az esküvőjére, más csak képen láthatta az újszülött unokáját, a következő a Szegeden is tapasztalható újfajta önkénteshullámról, a maszkvarrásról számolt be. A történetek elbeszélői, a kampány iránt érdeklődők azonban nemcsak az oral history gyűjteményt gazdagították, hanem verseket, memoárokat, naplót is adományoztak a múzeumnak. A 24 darab így beérkezett dolog mellett más olyan tárgyak is bekerültek a gyűjteménybe, amelyek Szeged történetének koronavírussal fémjelzett időszakát reprezentálják, legyen szó Corona sörösüvegről, negatív tesztről, piros karanténmatricáról.

A szegedi oral history gyűjtemény gyarapodása nemzetközi szinten is eredményesnek mondható. Seattle-ben, a National Nordic Museum *A Pandemic Preserved: The COVID-19 Crisis in the Nordic Countries and the Pacific Northwest* címen arra tett kísérletet, hogy

Zoomon keresztül a koronavírus által érintett olyan emberek történeteit gyűjtse, akik az északi országokban (Dánia, Finnország, Izland, Norvégia, Svédország, Washington állam) élnek. Az amerikai múzeum 2020. május 1. és augusztus 25. között huszonkét résztvevő 18 interjút rögzítette audio- és videófájlokra, amellyel már meglévő, kilencszáz darabos digitális archívumát egészítette ki, hogy megvizsgálhassa az északi országokban élők eltérő élményeit.⁶³¹

5.5.7. Járványlenyomatok a városi térben: Kiscelli Múzeum

A lokális tapasztalat, a pandémia egy adott területen élők életére gyakorolt hatásának dokumentálása számos városi múzeumban elkezdődött nem sokkal a járvány első hullámának kirobbanása után. A Budapesti Történeti Múzeum részeként működő Kiscelli Múzeum a Wien Museum gyűjtőprojektjét⁶³² tekintette mintának, amikor *Karantén 2020 – Felhívás!* címen feltették a kérdést: „Milyen tudás marad meg a jövő generációi számára arról, hogy mit jelentett Budapest lakói számára a koronavírus okozta válság?” A múzeum arra kérte fel közönségét, hogy küldjenek fényképet – lehetőleg a hozzá tartozó leírással, történettel együtt – azokról a dolgokról, amelyek a vírus miatt megváltozott hétköznapjaikat, munkájukat vagy privát életüket jellemzik, hogy hitelesen dokumentálhassák ezt a történelmi pillanatot, különleges helyzetet. A kampányhoz ők is saját e-mail címet rendeltek, ahol első körben digitális anyagokat gyűjtöttek be, lehetőleg a hozzájuk kapcsolódó történettel, az archiváláshoz szükséges adatokkal. Emellett a különböző gyűjtemények gazdái nyitott szemmel jártak a városban, és igyekeztek fizikai tárgyakat begyűjteni, feljegyezni azokat a használatban lévő dolgokat, amelyeket később szívesen látnának a gyűjteményükben. Ez nem új gyakorlat a múzeum számára, hiszen évek óta figyelik a fővárosban zajló épületbontásokat, beruházásokat, hogy a pillanatok alatt eltűnő értékeket megmentsék a múzeum gyűjteményei számára. Így viszonyultak a koronavírus dokumentálásához is: a gyorsan változó jelen törékeny lenyomatait archiválták. Praxisukban az interneten, illetve a kommunikációs csatornáikon népszerűsített közösségi kampány és a gyűjteményvezető muzeológusok által vezetett gyűjtőmunka kiegészítette egymást. A véletlenszerűen beérkező digitális anyagok, fizikai tárgyígérettek mellett a muzeológusok a gyűjteményeik ismeretében kutattak fel tárgyakat. Az összetett akciónak köszönhetően a közönség részéről hozzávetőleg száz digitális fotó és körülbelül ugyanennyi fizikai tárgy került be a gyűjteménybe: elsősorban maszkok, szóróanyagok, felhívások, dokumentumok. Célzott gyűjtés eredménye volt, amikor Szatmári Judit divattörténész, a még fennálló *Ragyogj! Divat és csillogás* című tárlat kurátora megkereste a

⁶³¹ Anderson–DeRiemer 2020.

⁶³² Forrás: <https://www.wienmuseum.at/de/corona-sammlungprojekt>. – Utolsó letöltés: 2021. 11. 27.

kiállított öltözékek tervezőit, hogy készítsenek a kiállítási tárgyakhoz illő maszkokat a kollekciónak újabb darabjaként. Ezek a tárgyak az első hullám után, a nyári időszakban újra megnyitott kiállításba ki is kerültek. A munka azonban nem zárult le, a múzeum úgy gondolja, hogy a gyors reagálású gyűjtés ideje akkor jön el, ha véget ér a járvány, és a fölöslegessé váló tárgyakat, molinókat nyugodt szívvel behozhatják a múzeumba.

5.5.8. Minden lehet történelem? Soproni Múzeum, Göcseji Múzeum

A Kiscelli és a Móra Ferenc Múzeumhoz hasonlóan a helyi lakosságot szólította meg a zalaegerszegi Göcseji Múzeum és a Soproni Múzeum is felhívásával. A helyi médián és a saját csatornáikon keresztül meghirdetett gyűjtések a megszokott kérésekkel fordultak közösségeikhez. Zalaegerszegen arra kérték a résztvevőket, hogy fotózzák le és küldjék be egy megadott e-mail címre néhány adattal azokat a jelenségeket, amelyek az eddigiekhez képest szokatlanok, valamint vigyék be a járványhoz kapcsolódó tárgyaikat a múzeum portájára,⁶³³ miközben a múzeum dolgozói is igyekeztek dokumentálni a járvány hatásait, többek között internetes mémek gyűjtésével. A Soproni Múzeum mindemellett arra is felhasználta a kampányt, hogy ráébressze az embereket, hogy mindennek van történelmi értéke, mindennek van dokumentatív ereje, később akár a ma még legbanálisabb tárgy is forrássá válhat. A gyűjtőkampány remek apropó volt arra, hogy a múzeum igazgatója a médiában többször is beszélhessen egy városi múzeum gyűjteményének összetettségéről, a muzeológusok gyűjtőmunkájáról. Továbbá azt is elmondhatta, hogy a koronavírus mellett az intézmény számára minden érdekes lehet, ami egy korszakra, témára jellemző, és ebből miként választja ki egy szakember a megőrzésre ítélt különleges darabokat.⁶³⁴ A kampány az edukációs célok mellett abban is szerepet játszott, hogy erősödjön a város közösségeinek kapcsolata a múzeummal.

5.5.9. Közösségi lenyomat: Magyar Zsidó Múzeum és Levéltár

Egészen másként vetődött fel a múzeum és a hozzá szervesen kapcsolódó közösség kapcsolata a Zsidó Múzeumban. Az intézmény alapítása (1909) óta gyűjti a zsidó élet tárgyi emlékeit és dokumentumait, így az is fontos volt munkatársai számára, hogy a mostani járvány közösségekre gyakorolt hatásainak emlékeit is megőrizték. 2020-ban olyan karanténtárgyakat, online szédereket, közös imádkozások rögzített és megőrzött felvételeit, naplót és más tárgyakat vártak felhívásukban, amelyek a jövő generációk számára hitelesen felidézhetővé

⁶³³ Forrás: <https://gocsejimuzeum.hu/hirek/felhivas-elet-zalaegerszegen-a-koronavirus-jarvany-idejen> – Utolsó letöltés: 2021. 01. 26.

⁶³⁴ Forrás: <https://www.sopronmedia.hu/cikkek/tortenelmet-csinalnak-a-koronavirusbol-sopronban> Utolsó letöltés: 2021. 01. 26.

teszik ezt a korszakot. A szakemberek mindemellett úgy látták, hogy a járvány első hulláma egy globális, nagy társadalmi szolidaritást kiváltó esemény volt, amelynek kapcsán a múzeum gyűjteményi profiljába értelemszerűen a zsidó élettapasztalattal, rituálékkal, oktatással stb. kapcsolatos részletek tartoznak, azaz nem minden. A múzeum igazgatója, Toronyi Zsuzsanna számára az is kérdés volt, hogy egyáltalán a hétköznapi tárgyakat a gyűjtőkörükbe utalja-e használójának etnikai-felekezeti hovatartozása, ezért például a karantén-hétköznapok tárgyainak gyűjtését nem tartották feladatuknak. Hasonlóan dilemmát jelentett, hogy mit érdemes archiválniuk a közösségi médiában és az online térben zajló események közül, a közösségi imádkozások, tanítások, tanulások esetén, mi lehet érdekes a jövő számára. Más szempontok érvényesültek az intézmény levéltárában, ahol elvileg őrizniük kell a közösség vezetőségének a járványhelyzettel kapcsolatos hivatalos dokumentumait is a levéltári megőrzés gyakorlata szerint, de ez nem igényelt külön kampányt. A felhívásukban, mivel az első hullám alatt elvileg minden az online térben zajlott, a többi múzeumhoz hasonlóan „digital born” elemekre számítottak. Végül egyetlen tárgycsoport érkezett (nem a felhívásra, hanem célzott muzeológusi felkérésre): egy elhalasztott, és a nyári enyhítés idején megtartott bar micvóhoz készített hagyományosnak mondható alkalmi kipa és alkalmi maszk, amely már be is került a vallási öltözékek gyűjteményébe és a múzeum digitális adatbázisába, méghozzá olyan leltári számon, amely a járványra utal: 2020.19.⁶³⁵

5.5.10. Virtuális közösségépítés: Magyar Nemzeti Múzeum

Ahogy már több intézmény esetében felmerült, a gyors reagálású gyűjtőkampányok egyik legfontosabb eleme a közösségépítés, a közösségi összetartozás erősítése. A világjárvány következtében kialakult karanténhelyzetben, amikor a társadalmi kapcsolatok jelentős része az online térben zajlott, rendkívüli jelentőségre tehetett szert ez a cél. Ezt történt a Magyar Nemzeti Múzeum 4. fejezetben bemutatott *Muti az otthoni munkahelyed! My Home Office Challenge!* Facebook-csoportjában⁶³⁶ is, amelyhez elindítását követően több ezren kapcsolódtak, hogy a tagok a 2020. április 21-én startolt és június 15-én lezárt kampány után is aktívan kommunikáljanak egymással. Azaz, miután a kampány időszakában a 2833 tag 1880 képet töltött fel, 1209 bejegyzést, 3523 hozzászólást tett, és 66 155 reakciót váltott ki,⁶³⁷ a későbbiekben – például a karácsonyi készülődéshez kapcsolódóan – is táplálkoztak az online együtt töltött karanténidők élményeiből. A Simonovics Ildikó kurátor kezdeményezésére

⁶³⁵ Forrás: http://collections.milev.hu/items/show/36582?fbclid=IwAR2luG1JirqkBRDfZS-EPkWhsSArFQJp53D_YFaNxw-yj-DKJ1712lzfVIw – Utolsó letöltés: 2021. 01. 26.

⁶³⁶ Forrás: <https://www.facebook.com/groups/532107060841246> – Utolsó letöltés: 2021. 01. 27.

⁶³⁷ Simonovics Ildikó kurátor projektösszefoglalója: <https://mnm.hu/hu/muzeum/hirek/magyar-nemzeti-muzeum-my-home-office-challenge-kozossegi-gyujtokampanya> – Utolsó letöltés: 2021. 01. 27.

indított csoport célja ugyanakkor az volt, hogy széles körben dokumentálja az otthoni munkavégzés körülményeit, azzal a nem titkolt elképzeléssel, hogy a járvány végén kiállítást rendezzen az összegyűlt fényképanyagból és a hozzájuk kapcsolódó leírásokból. Bár egy ilyen online közösségi gyűjtőkampány nem adhat reprezentatív képet a home office-ba szorult magyar lakosság életkörülményeiről, meglehetősen színes képet nyújt, főleg a budapesti, városi értelmiség (elsősorban a korábban is otthon dolgozó művészek) lakáskultúrájáról, az otthonról oktatásról, az otthon tanulásról és általában az otthonról online végezhető munkatípusokról. A leírások, a beszélgetések pedig megőriztek valamit a koronavírus első hullámának hangulatából. Annak ellenére, hogy a kurátor valamennyi anyagot archiválta,⁶³⁸ a kampány alatt összegyűlt képek nem kerültek be a Nemzeti Múzeum adatbázisába, hanem speciális virtuális gyűjteményként, sőt akár rendhagyó kiállításként áll nyitva a csoport tagjai számára egyfajta aktív – múzeumon kívüli – archívumként.

5.5.11. Közös közlekedési élmény, vállalati kapcsolatok – Közlekedési Múzeum

A koronavírus nem csupán az otthonunkkal, a munkahelyünkkel, a közösségeinkkel való viszonyunkat változtatta meg, hanem erőteljes hatással volt a közlekedési szokásainkra is. A Magyar Műszaki és Közlekedési Múzeum, hogy mindezt dokumentálhassa, felhívást tett közzé, amelyben egy megadott e-mail címre várta azokat a fotókat, amelyeken a beküldők rögzítik, milyen új szabályok, félelmek, szokások szabályozták a közösségi és az egyéni közlekedést, valamint megkeresték a közlekedés különböző ágazatait reprezentáló cégeket, hogy osszák meg a közgyűjteménnyel ennek a különös időszaknak az emlékeit. A kampány kurátorai közlekedési eszközök, pályaudvarok és megállókat tájékoztató tábláira, a forgalmi változásokat megőrkítő fotókra, a koronavírus veszélyeire felhívó plakátokra és szórólapokra, falfirkákra, megváltozott menetrendekre, az egyéni közlekedési formákat népszerűsítő plakátokra számítottak. Végül a kezdeményezésre 285 digitális fotó érkezett be 23 beküldőtől, akik között profi fotósok és hétköznapi emberek egyaránt vannak. Az arányok változatosak, volt, aki egy-két fotót töltött fel, volt, aki tucatnál is többet, leginkább a social mediára jellemző fotójegyzeteléssel ellátva a képeket. A múzeum vállalatokkal való együttműködése ugyancsak számos lehetőséggel kecsegtet, hiszen a pandémia krízishelyzetet teremtett a közlekedéshez kapcsolódó cégeknél is. Különösen a Budapest Airporttal aktív az intézmény együttműködése, amelynek köszönhetően a jövőben több száz olyan fotó kerülhet be a gyűjteménybe, amely a válsághelyzetre adott válaszaikat, új gyakorlataikat dokumentálja.

⁶³⁸ Simonovics Ildikó a képeket a leírásokkal együtt lementette a Facebook-csoportból, azonban az eredeti nagy felbontású képek humán erőforrás hiányában nem lettek a posztolóktól bekérve.

5.5.12. Terep: az online tér – Semmelweis Orvostörténeti Múzeum

Az MNM Semmelweis Orvostörténeti Múzeum, Könyvtár és Levéltár helyzete nem összehasonlítható a többi múzeuméval. Míg a többi intézmény számára választható kutatási és gyűjtési terület a pandémia, addig az orvostörténeti múzeumnak feladata, hogy dokumentálja a járványhelyzet időszakát. A múzeum munkatársai ugyanakkor felmérték, hogy az orvostörténet szempontjából releváns eszközök, tárgyak a járvány idején nem elérhetők számukra: használják őket az egészségügyben, fertőzők lehetnek, és a szakemberek túlterheltsége miatt nem számíthatnak a krízishelyzet ideje alatt az együttműködésükre. Így négy szálon indították el a munkát. Gréczi Emőke a látogatói és a partnerközösségek számára felhívást tett közzé, amelyben definiálta az intézmény közgyűjteményi feladatát, felsorolta, milyen típusú tárgyakat, dokumentumokat várnak egyelőre virtuálisan a gyűjteménybe: orvosi eszközök, professzionális és házilag készített eszközök, amelyek a védekezést és a gyógyítást szolgálják, a járványhelyzet miatt megváltozott életmódhoz kapcsolódó tárgyak, dokumentumok, emlékek, hivatalos vagy civil kiadású nyomtatványok, szóróanyagok, a koronavírussal kapcsolatba került betegek és hozzátartozóik naplói, visszaemlékezései (írásban, fotóval vagy videóval), orvosok, ápolók tárgyi emlékei és emlékezései a járványhelyzet idejére, gyógyszerészeti eszközök, csomagolóanyagok, nyomtatványok.⁶³⁹ Azt is kérték, hogy adatközlőik ezeket az eszközöket őrizték meg számukra a járványt követő időszakban. Ezzel párhuzamosan a múzeum dolgozói elkezdtek gyűjteni, hogy ők maguk, magánemberként, milyen tárgyakkal találkoznak a járvány kapcsán (maszkok, fertőtlenítők, gyógyszeres dobozok, dokumentumok, tesztek stb.) A gyűjtő- és kutatómunka harmadik területe volt a leendő COVID-gyűjtemény megalapozása. Renner Zsuzsanna, az intézmény vezetője 27 hivatalos levelet küldött a karantén elrendelése után szinte azonnal önkormányzatokhoz, klinikákhoz, laboratóriumokhoz, templomokhoz, plébániákhoz és egyéb helyre, amelyekben segítségüket kérte abban, hogy a múzeum eleget tehessen gyűjtési feladatainak. Ahogyan a fentebb felsoroltak miatt várható volt, egyelőre kevés pozitív választ kaptak, és csupán plakátokkal, szóróanyagokkal gazdagodott egyelőre a gyűjtemény, elkezdődhetett azonban a későbbi együttműködések kialakítása. Így az otthoni munkavégzésre kényszerülő muzeológusok az interneten végeztek kutatásokat: folyamatosan gyűjtötték és archiválták a járvánnyal kapcsolatban megjelenő online anyagokat. Az online teret kutatási terepként értelmezték, vizsgálták és dokumentálták, ahogyan a magánemberekben, a közéletben és a tudományos világban lecsapódik a pandémia hatása, kutatták, milyen tárgyakat kell majd később a gyűjtemény számára megszerezni.

⁶³⁹ Forrás: <https://magyarmuzeumok.hu/cikk/felhivas-muzeumi-gyujtesre-semmelweis-orvostorteneti-muzeum> – Utolsó letöltés: 2021. 01. 27.

A 2020-as évben 498 új tétel szerepel a gyarapodási naplóban, amely között csak ötven fizikai tárgy található, a többi internetes gyűjtést, cikket tartalmaz. A beérkezett tárgyak között megtalálható a Fischer Iván (Fesztivál Zenekar) által fejlesztett akusztikajavító maszk, a dokumentumok között egy amerikai állampolgár magyarországi karanténos tortúrájának anyaga, magánszemélyek védekezéssel és gyógyulással kapcsolatos emlékei. A muzeológusok közül Vámos Gabriella a lakossági gyűjtésre fókuszált, Horányi Ildikó művészettörténész az interneten a járvány képi megjelenési formáit, az új szimbólumokat, a mémek vizuális elemeit vizsgálta, hogy ezáltal is dokumentálja a pandémia mentális és szellemtörténeti olvasatát. Scheffer Krisztina lakóhelye háziorvosával vette fel a kapcsolatot, ami egyelőre eredménytelennek bizonyult, szemben a különböző összeesküvés-elméletek híveinek internetes fórumain folytatott kutatásával. Nagy Anita olyan cikket keresett, amelyekben személyes történetek rajzolódtak ki, és feljegyezte, hogy a későbbiekben milyen tárgyak gyűjtésére kell fókuszálniuk, Szabó Katalin pedig a kórházak, egyetemek, víruskutatók reakcióit, nyilatkozatait követte, valamint önkéntesként személyes tapasztalatokra tett szert. Azaz a Semmelweis Múzeum nem csupán a tematikus gyűjtőkampányához és közösségi gyűjtésre használta az internetet, hanem kutatói szemmel vizsgálta az interneten megjelenő tartalmakat, azok viszonyát, megalapozva későbbi célzott gyűjtőmunkáját. Számukra a gyors reagálású online gyűjtőkampány inkább a bezárásra kényszerülő múzeum kommunikációját, a közönségével és partnereivel való kapcsolattartást, valamint egy későbbi, átfogó kutatás megalapozását szolgálta.

5.5.13. Mennyire reprezentatív?

Mint a legtöbb gyors reagálású gyűjtőkampánynak, közösségi projektnek, szinte valamennyi hasonló akciónak az egyik legnagyobb kérdése: az összegyűjtött tárgyak, képek, videók és a hozzájuk kapcsolódó információk mennyire tükrözik az adott problémát és mennyire a társadalom egészét? Reprezentálják-e, milyen hatással volt a világjárvány egy-egy település, régió, ország lakóinak életére, mindennapjaira, vagy csak egy szűk társadalmi réteg tapasztalatainak a lenyomatairól van szó? A Magyar Nemzeti Múzeum *Muti az otthoni munkahelyed! My Home Office Challenge!* Facebook-csoportjában többször is felmerült az online közösség aktív tagjai között, hogy miként lehet kiszélesíteni azok körét, akik megörökítik az otthoni munkavégzés körülményeit. Hogyan lehet bevonni azokat, akik nem ideális körülmények között, esztétikus környezetben várják a következő napot?

A Néprajzi Múzeum sem tekinti reprezentatívnak a gyűjtést, a munkatársaival folytatott beszélgetésben Foster Hannah Daisy meg is állapította, teljes mértékben tisztában voltak azzal, hogy csak szűk társadalmi szegmenst érhetnek el a rendelkezésükre álló eszközökkel, nem

tudnak eljutni azokhoz a társadalmi csoportokhoz, amelyeknek a tagjai számára a vírus másfajta, kritikus élethelyzetet eredményezett: elveszítették a munkájukat, mélyszegénységben élnek, eleve kirekesztettek az internet, a számítástechnikai eszközök világából. A gyors reagálású gyűjtést a Néprajzi Múzeum ebben a formájában nem tekinti olyan megalapozott kutatásnak, amely a koronavírus miatt megváltozott hétköznapi kultúra hatásairól tudományos igényű összefoglalást adhatna.

Hasonló nehézséget jelent, főleg miután a kampányoknak a járvánnyal, a bezártsággal, a bizonytalansággal kapcsolatos félelmek oldása is célja volt, hogy a beérkező történetek nem tükrözik a krízishelyzet valódi hangulatát. Ritkán kerültek be a gyűjteményekbe tragédiával kapcsolatos történetek, inkább az összefogás, a nehézségek legyőzése, a humor, a túlélés öröme lengi körül ezeket a sztorikat. Bakos Áron, a Néprajzi Múzeum munkatársa beszélgetésünkben külön kiemelte, ennek az is az oka, hogy a kampányok többsége a Facebookon zajlott, amelynek a felhasználói főleg a pozitív énképet kívánják megerősíteni.

5.5.14. Szerzőség és nyilvánosság

A GDPR által szabályozott világunkban nem elhanyagolható kérdés, miként bánik a muzeológus a beküldött szövegekkel, főleg ha azokat egyből megjeleníti egy online felületen.⁶⁴⁰ Közreadja, ahogyan beküldi az adományozó, vagy pedig szerkeszti? A Szabadtéri Néprajzi Múzeum nem szerkesztette át a tartalmakat, munkatársai csak minimális esetben javítanak. Akkor változtatnak, ha a beküldő elfogadja az adatkezelési tájékoztatót, engedélyezi a nyilvános publikációt, és ott szeretne változtatást. Egyébként a szövegtörzs változatlan, csak megjelenítik az egységesen kitöltendő információkat: ki, honnan küldte azokat be. A Néprajzi Múzeum történetei közül sem mind kapott nyilvánosságot, mert több beküldő csak ahhoz járult hozzá, hogy a múzeum archiválja az anyagát. Így a muzeológusok egy háttérarchívumot hoztak létre, amelynek most zajlik a rögzítése a múzeumi adatbázisban: itt lehetőség lesz arra, hogy elkülönítsék a kétféle, nyilvános és csak a kutatók számára publikus anyagokat. A Móra Ferenc Múzeumban három kategória szerint csoportosítják az interjúkat: szabadon hozzáférhető, névvel vállalt, de csak a kutatók számára, valamint zárt, anonim anyag. Mindig az interjúalanyok döntenek arról, mennyire hozzáférhető a hanganyaguk. Speciális a Magyar Nemzeti Múzeum helyzete, ahol egy nyilvános Facebook-csoport szabályai szerint kérték fel a tagokat, hogy rövid leírás kíséretében mutassák meg, hogyan dolgoznak otthonról. A résztvevők saját közösségi médiaprofiljuk biztonsági beállításai mellett vállalták a nyilvánosságot és az ezzel járó felelősséget.

⁶⁴⁰ A gyűjtés etikai, személyiségi jogi kérdéseire az angliai Museums Association készített útmutatót. <https://www.museumsassociation.org/campaigns/ethics/#>.

5.5.15. Nyilvántartás, élő archívumok

Hasonlóan lényeges és szimbolikus döntés, hogyan kerülnek be a beküldött anyagok a múzeum nyilvántartásába, gyűjteményébe, még akkor is, ha a muzeológusok többsége kételkedik abban, mennyire tekinthetők kutatásnak, tudományos szempontból megalapozottnak a gyors reagálású online gyűjtések. Az 5.3.1. fejezetben már bemutatott, 2018-as ausztrál *#NewSelfWales* gyűjtőprojektje⁶⁴¹ ebből a szempontból is tanulságot: hétezer kép érkezett a kiállítótér fotóautomatáin, ezer az Instagramon keresztül az Új-Dél-Wales Állami Könyvtár gyűjteményébe. Az ezeket aktivizáló projekt még a kurátorok szelekciója ellenére is jól jelzi ezeknek a gyűjtéseknek a hátrányait. Míg a projekt online felületén a gyűjteményi anyagokban található digitalizált műtárgyakhoz gazdag és viszonylag egységes leírás tartozik, addig a 2018-ban beküldött anyagokon szereplők többségéről alig tudunk meg valamit, estleges, hogy milyen információk kapcsolódnak a képekhez, a címkerendszer ellenére csak elvétve rajzolódik ki az a rokonságon, közös lakóhelyen, munkán, ügyön alapuló kapcsolati háló, amely összekötheti a képernyőn megjelenő múltbéli és most élő embereket. Azaz a kampány sikeresebb az intézmény közösségeinek bevonása vagy a kommunikáció új gyakorlata, mint a gyűjtemény gyarapítása szempontjából.⁶⁴²

Az intézmények eddigi digitalizációs gyakorlata alapvetően egyirányú volt. A gyűjtemény fizikai tárgyait digitalizálták, majd azokat elhelyezték online vagy virtuális környezetben. A járványokhoz kapcsolódóan ez a folyamat megfordult, digitális anyagok érkeztek a gyűjteménybe, amelyek aztán – esetenként – fizikai mivoltukban is befutottak, vagy nyomtatott állapotban is helyet kaptak.

Megfelelő technikai és technológiai felszereltség birtokában a magyarországi múzeumok többségének a találékonyságán múlt, hogyan kezelik ezeket az adatbázisokat, digitális gyűjteményeket. A Szabadtéri Néprajzi Múzeumban a honlapon megjelenő virtuális kiállítás mellett a digitális fotó és a hozzá kapcsolódó történet integrálódik az adattár korábban kialakított rendszerébe, de ki is nyomtatják ezeket az anyagokat, és hagyományosan is bekerülnek az adattárba. A fizikai tárgyakat ugyancsak a megszokott módon leltározzák. A Magyar Műszaki és Közlekedési Múzeum a digitális fotókat az adattárban helyezi el és leltározza, mint az intézmény által szervezett projekt dokumentumait. A fájlok arra a meghajtóra kerülnek fel, ahova a múzeum működésével, történetével kapcsolatos korábban beleltározott dokumentumokat, fotókat (és digitális másolatokat) feltöltik. A Móra Ferenc

⁶⁴¹ What Does The Face Of Nsw Look Like? <https://dxlab.sl.nsw.gov.au/blog/the-face-of-nsw/> – Utolsó letöltés: 2021. 01. 24.

⁶⁴² A projekt vezetőjének elemzése elsősorban a résztvevők motivációit, identitását vizsgálta: Budge 2020.

Múzeumban az oral history gyűjtemény digitális hanganyagai egyelőre csak a múzeumon belül, belső hálózaton érhetőek el, viszont az audiofájlok biztonságáról, megőrzéséről saját szakember gondoskodik. Ez azonban a legtöbb múzeumról nem mondható el, a korlátozott technikai lehetőségek miatt házilagos módszerekkel (felhő, külső winchester) kezeli, tárolja a digitális adatokat többek között a Kiscelli Múzeum, a Magyar Nemzeti Múzeum. A Semmelweis Múzeum az interneten végzett kutatásainak eredményeit a múzeumi szerverre mentette, és jelentős részüket kinyomtatta vagy a jövőben ki fogja nyomtatni, de mindenképp problémát jelent számukra a videó- és a képanyag mentése és biztonságos megőrzése. Beszélgetésünkkor a szakfelügyelőként is dolgozó soproni múzeumigazgató, Tóth Imre arra is felhívta a figyelmet, hogy országos probléma a digitális anyagok megőrzése, leltározása és tárolása, amelyről érdemes lenne vitát indítani, majd szabályozni.

A Néprajzi Múzeumban jelenleg is szakmai diskurzus folyik arról, hogy a mostani fizikai tárgyakat tömörítő gyűjteményeik, valamint az ezek alapján létrejövő digitalizált adatokat tömörítő adatbázisok mellé, hogyan tudnak beépíteni olyan archívumot, amelynek a tárgyait sosem fogják birtokolni, csak azok digitális lenyomatait. A múzeumoknak hamarosan megoldást kell találniuk arra, hogyan tudják integrálni ezeket az archívumokat, hiszen a jövőben egyre több, csak digitális anyagot tartalmazó gyűjteménnyel kell számolniuk.⁶⁴³

A részvételi és közösségi projektek nyomán keletkező archívumok esetében a biztonságos megőrzés és a hozzáférhetőség mellett érdemes megvizsgálni, tükrözi-e a létrejövő adatbázis azt a dinamikát, többszólamúságot, demokratikus jelleget, mint az azt létrehozó múzeumi gyűjtőkampány. Az archívumba zárt digitális anyagok csak megtekinthetők lesznek a jövő látogatója számára, vagy élő archívumként⁶⁴⁴ alkalmasak arra, hogy továbbra is véleményeket, gondolatokat osszanak meg a tartalmakkal kapcsolatban az érdeklődők? Több múzeum esetében a közösségi média biztosítja ezt a dinamikát: A Néprajzi Múzeum *#karanténtárgyak* Facebook-csoportja ezt az interaktivitást rendeli a digitális térben létező gyűjteményhez, a Nemzeti Múzeum home office-csoportja pedig egyetlen megjelenési formaként egyszerre működik a gyűjtés, az archiválás és a bemutatás folyamatosan bővíthető, kommentelhető sajátos táráként. A közösségi média keretein belül azonban még a különböző hashtagrendszerek ellenére sem alakítható ki olyan taxonómia, amely a kutathatóságot is segíti. A pandémia és a koronavírushoz kapcsolódó közösségi gyűjtőkampányok eredményeinek archiválását a jövőben érdemes ebből a szempontból is megvizsgálni: ki tudnak-e a múzeumok

⁶⁴³ Forster Hannah Daisy a Néprajzi Múzeum munkatársaival készült interjúban egy másik dilemmára is felhívja a figyelmet: a múzeumoknak különbséget kell tenniük, amikor a tárgyak digitális lenyomatát, dokumentációját birtokolják és a fizikait nem, illetve ha egy olyan digitális fényképgyűjteményről beszélnek, amely bármilyen típusú eseményt rögzít. Mi a különbség, mit jelent ez a gyűjteményezés szempontjából?

⁶⁴⁴ Gadó 2018.

a meglévő koronavírus-járvány-gyűjteményeikre építve olyan archívumokat alakítani, amelyek képesek a kollektív trauma feldolgozására úgy, hogy a gyűjtemény építésébe a folyamatos tudáscserét, tudáskörforgást alapul véve bevonják partnereiket, látogatóikat.⁶⁴⁵

5.5.16. Szelekció: mit őrzünk meg?

Azok az intézmények, amelyek gyors reagálású gyűjtőkampányokat szerveznek, a projekt jelenkorkutatással és közösségépítéssel kapcsolatos előnyeinek bemutatása mellett ritkán beszélnek nyilvánosan arról, hogy mi történik a beérkező anyagokkal: valamennyit archiválják vagy csak néhányat, miként szelektálják őket? A beküldött digitális anyagok minősége milyen, alkalmas-e arra, hogy később nyomtatott anyagban, kiállításon szerepeljen? Mi van, ha nem lehet megfelelő felbontásban megszerezni egy képet? Ellenőrizhetők-e a tárgyakhoz rendelt történetek, információk? Függetlenül attól, hogy digitális adatállományról vagy anyagszerű dolgokról esik szó, itt sem lehet válasz nélkül hagyni: mitől lesz az adott objektum múzeumi tárgy? Reprezentálnak-e ezek az anyagok saját magukon és a beküldőn túlmutató üzenetet? Ki dönt arról, hogy mit választ be a múzeum a gyűjteményébe?

A Wien Museum 2020. március 25-én keltezett felhívására például június végéig 2300 olyan tárgy és hatezer olyan képjavaslat érkezett elektronikusan, amivel a bécsiek szerint dokumentálni lehet a járvány idején megváltozott munkavégzést és magánéletet. A projekt második szakaszában ebből a halmazból válogatták ki a projekt kurátorai, hogy mely tárgyak kerülnek be fizikai valójukban is a gyűjteménybe, feltéve a következő kérdéseket: „Mennyire utal a tárgy Bécsre?” „Reprezentatív és társadalmilag releváns történetet mesél-e el a Koronaválságról?” „Tartósan megőrizhető?”⁶⁴⁶ Azaz ebben a kampányban a lakosság javaslatokat fogalmazhatott meg a múzeum számára, de a tárgyak befogadásával kapcsolatos végső döntést az intézmény szakmai képviselője mondta ki.

A szelekció kérdése a magyar múzeumok gyűjtőkampányait sem hagyta érintetlenül. A Zsidó Múzeum és Levéltár végiggondolta, hogy milyen tárgyak, tárgycsoportok illeszthetők a gyűjteményébe, a Skanzen eleve egyféle tárgy gyűjtésére fókuszált, a Néprajzi Múzeum csak azokat a digitális anyagokat váltotta analógra, amelyek a gyűjteményezési elképzeléseik szempontjából fontosak, a Magyar Nemzeti Múzeum *Muti az otthoni munkahelyed! My Home*

⁶⁴⁵ Vö. Drótos 2021. A cikk a közösségi médiában megjelenő born-digital tartalmak megőrizhetőségére reflektál, mivel az olyan platformok, mint a Facebook, a Twitter, az Instagram, saját szabályozásaikkal megnehezítik vagy teljesen lehetetlenné teszik a hagyományos webre kidolgozott archiváló technológiák használatát. Megállapítja, az egyes országokban nagyon eltérő a jogi környezet, és részben ez, részben pedig a technikai lehetőségek és az emberi erőforrások határozzák meg, hogy mit és hogyan archiválnak, illetve hogy mihez és hogyan adnak hozzáférést a nemzeti könyvtárak vagy más közgyűjtemények és tudományos intézmények. A web 2.0-s oldalokról begyűjtött tartalmak hosszú távú megőrzésével, esetleges migrálásával pedig még sehol nem foglalkoznak érdemben.

⁶⁴⁶ Forrás: <https://www.wienmuseum.at/de/corona-sammlungsjprojekt> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 01.

Office Challenge projektjének képei be sem kerültek a múzeum gyűjteményeibe. A Semmelweis Múzeum által összegyűjtött anyag is szelekcióra vár, a járvány lecsengése után fogják a szükséges szakmai diskurzust lefolytatni, majd eldönteni, hogy milyen módon kezelik a különböző típusú anyagokat a jövőben.

5.5.17. A publikációs felület és közösségépítés

Akár online, akár offline egy közösségi gyűjtőkampány, a múzeummal együttműködő közösségek, egyének számára kulcskérdés, hogyan és mikor jeleníti meg az intézmény a tartalmaikat, hasznosnak érzik-e részvételüket. A Szabadtéri Néprajzi Múzeum a 2020-ra tervezett Összetartozás évén belül indított *Határtalan Skanzen* című projektjébe emelte be a járvánnyal kapcsolatos gyűjtését. Mivel az év elején tervezett tematikus évad programjainak jelentős része a kényszerű bezárás miatt elmaradt, így nemcsak a népi kultúra határtalanságát mutatták be, hanem a *Mutasd a maszkod!* kampánnyal az intézmény kutatómunkája, módszerei is határtalanná váltak. A *Határtalan Skanzen* tematikához rendelt, két hónap alatt létrehozott weboldalon kialakított online maszkkiállítás egyúttal a múzeum gyűjteményeinek határtalanná válását is kifejezi. Emellett a program kurátora, egyben az intézmény főigazgató-helyettese fontosnak érezte, hogy saját maga kezelje a gyűjtéshez kapcsolódó levelezést: mindenkivel személyesen bonyolította a sokszor többfordulós levelezést. A Néprajzi Múzeumban a még mindig működő Facebook-csoport és a tervezett nyilvános adatbázis biztosítja a nyilvánosságot. A Kiscelli Múzeum szintén folyamatosan posztolta közösségi oldalán a beérkezett fotókat és a hozzájuk kapcsolódó történeteket, illetve a már említett designer maszkok érkezéséről, kihelyezéséről videókat tett közzé. A beérkező anyagok folyamatos online közzététele a többi gyűjtőkampányt hirdető múzeum számára sem volt kérdés, a beérkező anyagok internetes kommunikációjuk fontos elemévé váltak.

5.5.18. A kurátori szerepen túl

A múzeumok munkatársaival készült interjúk a közösségi múzeumi kampányok egyik ritkán hangoztatott, ám annál fontosabb tényezőjére, a humán erőforrás jelentőségére is felhívták a figyelmet. Akár gyors reagálású, akár tematikus gyűjtőkampányról van szó, a projekt sikere az intézményi támogatás mellett gyakran a projektben dolgozók karakterén, munkabírásán, szociális képességein, módszertani következetességén is múlik. Az online kapcsolattartás idején ezek a kampányok különösen nagy terhet rónak a témával foglalkozó múzeumi szakemberekre, hiszen nincs lehetőségük arra, hogy egy-egy személyes találkozás alkalmával az összes szükséges adatot begyűjtsék, azonnal feltegyék kérdéseiket, pontosítsák az információkat. A kurátor szerepe ezekben a projektben egyszerre ötvözi a

múzeum szinte valamennyi funkcióját a gyűjtéstől, a kutatáson, a megőrzésen, a közvetítésen át a bemutatásig. Ha ez a folyamat nem tud kiteljesedni, az egész projekt veszélybe kerülhet. Hasonlóan nem megoldott sem a magyar, sem a nemzetközi muzeológiában a krízishelyzetre reflektáló gyűjtőkampányok során, hogy az intézmények speciális módon támogassák azokat a legtöbbször kutatói háttérrel rendelkező szakembereket, akik munkájuk során súlyos emberi tragédiákkal, konfliktusokkal néznek szembe. Különösen igaz ez akkor, amikor a múzeumi szakemberek is izolálódnak a járványveszély vagy betegségük miatt. Megoldásra váró kérdés, hogy a kurátorok hozzáértő segítséget kapjanak abban, hogy ne csak az összegyűlt tárgyi anyagot, hanem saját belső élményeiket is feldolgozzák.

5.5.19. Offline kiállítás: vissza a forrásközösséghez

A médiában nagy figyelmet keltett, amikor a prágai Nemzeti Múzeum már a 2020-as nyári időszakban kiállítást nyitott a karantén ideje alatt folytatott gyűjtéséből.⁶⁴⁷ A cseh időszaki kiállítás különféle típusú szájmaszkokat helyezett reflektorfénybe tervezőktől, ruházati cégektől, egyedi szabóktól vagy ügyes kezű civilektől, nem feledkezve meg készítésük történetének meglevenítéséről sem. A már említett szlovén karanténviccek is megjelenhettek a nyári hónapokban egy kiállításon.⁶⁴⁸

A Kiscelli Múzeum 2020 nyarán a meglévő *Ragyogj!* című kiállítását a kiállított ruhák tervezőinek maszkjaival nyitotta meg, beemelve a meglévő narratívába azt, ahogyan az öltözékünkre, a divatra hatott a koronavírus a tárlat első és második megnyitója között. A sor nem zárult le, várhatóan a járvány lecsengése után számos ilyen kiállítással találkozhatunk majd. A Szabadtéri Néprajzi Múzeum 2021-ben kiállításon mutatott be válogatást az új arcmaszkgyűjteményéből.⁶⁴⁹ A Móra Ferenc Múzeum is szeretne majd kiállítást, de mindenekelőtt az online térben kívánja közzétenni a publikálható anyagait. A Soproni Múzeum ugyancsak fontosnak érzi a visszajelzést, sőt a közösségépítés, a társadalmiasítás lényeges elemének érzi, hogy nyilvános eseménnyel zárja le a kampányt. A Nemzeti Múzeum pedig már a *Muti az otthoni munkahelyed! My Home Office Challenge* közösségi médiakampányának meghirdetése pillanatában megígérte, hogy a járvány elmúltával a képekből és a karantén társadalomra gyakorolt hatásáról szociológusok, pszichológusok mentálhigiénés szakemberek bevonásával kiállítást szervez a jövőben, egyúttal lehetőséget nyújtva, hogy a virtuális közösség a valós térben is egymásra találjon.

⁶⁴⁷ Forrás: <https://www.blikk.hu/aktualis/kulfold/szajmaszk-kiallitas-nyilik-pragaban-koronavirus/f5c1fzt> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 11.

⁶⁴⁸ Forrás: <https://www.etno-muzej.si/sl/razstave/koronski-humor-vici-v-casu-epidemije-covid-19> – Utolsó letöltés: 2021. 01. 25.

⁶⁴⁹ A kiállításmegnyitóhoz a tapasztalatokat összegző kerekasztal-beszélgetés is kapcsolódott, amelyet a kiállítás kurátora, Sári Zsolt vezetett: <https://blog.skanzen.hu/2021/06/18/maszkviseles/>. – Utolsó letöltés: 2021. 01. 25.

A COVID–19-világjárvánnyal kapcsolatos gyűjtések bizonyítják, hogy a magyarországi múzeumok – országos és kisebb múzeumok egyaránt – gyakorlata egyáltalán nem marad el a világ vezető intézményeitől. Gyorsan, viszonylag erős társadalmi bázisra és korábbi tapasztalatokra, már kipróbált módszerekre építve hatékonyan tudtak olyan kampányokat létrehozni, amelyekkel nemcsak a járvány hatását dokumentálták, hanem a tereiktől kényszerűen távol maradó közösségekkel együttműködve meg tudták erősíteni kapcsolatukat. A projektek egészét tekintve az online és az offline tér, az analóg és a digitális tárgy fogalma összefonódott, új kötődéseket, újfajta hálózatokat létrehozva. A koronavírus társadalmi tapasztalataihoz kapcsolódó gyűjtések megerősítették az intézmények jelenkorkutatással, a közösségi média és az online tér használata terén szerzett tudásukat, illetve új kérdések felvetésére, problémák megoldására ösztönzik őket a digitalizáció, a digitális archívumok, a részvételi projektek kapcsán. A jövő kérdése, hogy a világ különböző pontján létrejövő, különböző metodikával felépülő COVID–19-gyűjtemények képesek lesznek-e megtalálni egymást, és a globális szinten jelentkező járvány társadalmi tapasztalatait egy univerzálisan is értelmezhető digitális archívumban aggregálni.

5.5.20. Globalitásától megfosztott tapasztalat

A véletlenszerűen felsorolt és teljességre nem törekedő válogatásnál mi sem bizonyítja jobban, mennyire rétegzett szellemiséggel, szerteágazó tartalommal, gondolati struktúrával rendelkeznek a világ múzeumai. Ugyanakkor a kampányok kritikus időszakban érzékelhető népszerűsége ellenére fel kell tennünk a kérdést: ezek a lokalításra, egy adott krízishelyzetre reflektáló akciók összekapcsolhatók-e, aggregálhatók-e, összekötik-e úgy az emberi tapasztalatokat rögzítő gyűjteményeket, mint ahogyan egyetlen kórokozó tette azt a világ népességével? Kiszűrhető-e a nemzetközi, a lokális és az individuális tapasztalat? Alkalmasak-e arra, ⁶⁵⁰hogy globális szinten, hipertextuális, hipermediális mezőben, akár magasabb minőségű tudást sűrítsenek ezzel az időszakkal kapcsolatban a jövő és a jelen számára? Az Európai Történelem Háza, melynek munkatársai a *Covid dokumentálása* munkacímmel elsősorban a szolidaritás, a remény és a közösségépítés jelenségeire összpontosítottak Európában, *A Covid történelmet ír* címmel olyan platformot is létrehozottak, ahol egyetlen internetes oldalon gyűjtik a különböző európai múzeumok adatgyűjtési tevékenységének eredményeit és tapasztalatait.⁶⁵¹ Az ebből a célból létrehozott oldal ugyanakkor csupán felsorolásszerűen mutat be 21 európai példát, köztük a magyar Szabadtéri Néprajzi Múzeum és a Néprajzi Múzeum gyakorlatát. Az internetes oldal (2021 végén) még

⁶⁵⁰ A témáról írt publikáció, a *Tabula* című folyóiratban jelenik meg, várhatóan 2022-ben.

⁶⁵¹ Forrás: <https://historia-europa.eu/hu/covid-tortenelmet-ir> – Utolsó letöltés: 2021. 05. 17.

nem több, mint egy online füzet, amely képes illusztrációkkal lineárisan reprezentálja, mi történt néhány kiválasztott intézményben, amelyek projektjeire még hiperlinkkel sem mutat, nemhogy lehetővé tenné az összehasonlító-elemző munkát.

A seattle-i National Nordic Museum már említett kezdeményezése (lásd 5.5.6. fejezet) nem csupán azért példaértékű, mert nemzetközi kontextusba ágyazza a pandémia tapasztalatait, hanem azért is, mert egy meglévő gyűjteményben kereshető módon, más adatok függvényében is értelmezhetővé tette az újonnan bekerült gyűjtéseket.

5.5.21. A hipermediális beágyazottság rögzítésének hiánya

Az online anyagok gyűjtése nemcsak azért okozhat nehézséget, mert nincs megfelelő informatikai eszköz, rendszer és tudás az adatok tárolásához, a stratégiai szelektáláshoz, a rossz minőségű digitális anyagokkal kapcsolatos döntések meghozatalához.

Az intézmények eddigi egyirányú digitalizációs gyakorlatáról már esett szó. A gyűjtemény fizikai tárgyait digitalizálták, majd azokat elhelyezték online vagy virtuális környezetben. A járványokhoz kapcsolódóan ez a folyamat megfordult, digitális anyagok érkeztek a gyűjteménybe, amelyek azután – esetenként- fizikai mivoltukban is befutottak, vagy printelt állapotban is helyet kaptak.

Ahhoz, hogy a koronavírus által meghatározott elmúlt időszak sokszor ötletszerűen vagy inkább közösségépítő szándékkal összegyűjtött, többségében digitális szövegei, képei, videói valódi hipermediális, hipertextuális tartalomként a későbbi kutatások, az emlékezet csomópontjává váljanak, a gyűjteményeknek végig kell gondolniuk, hogyan kapcsolják össze és építsék be mindezt meglévő gyűjteményeikbe, stratégiáikba. Még akkor is, ha ezek a kampányok – az online gyors reagálású gyűjtőkampányokhoz hasonlóan – ritkán tekinthetők reprezentatívnak, és kevésbé alkalmasak tudományos kutatásra, mindenképp érdemesek a megőrzésre, akkor is, ha a közösségi média keretei között teljesedtek ki. A pandémia és a koronavírushoz kapcsolódó közösségi gyűjtőkampányok eredményeinek archiválását a jövőben érdemes megvizsgálni: ki tudnak-e a múzeumok a meglévő koronavírus-járvány-gyűjteményeikre építve olyan archívumokat alakítani, amelyek az online felhívásokra érkező online válaszok internetre jellemző adatait is elmentik. Az adatbázisok készítésének helye, ideje, a készítő neve, tartalom ablakaiba beleférnek-e azok az internetes utalások, linkek, tag-ek, amelyek az online gyűjtőkampányra elküldött anyag hipermediális környezetére utalnak? Ha beleférnek, akkor a múzeum miként viszonyul a linkek mögött lévő tartalmak gyakori múlandóságához? Még akkor is, ha a tárgyak fizikai mivoltukban érkeznek a gyűjteménybe, a későbbi kutatások céljából meghatározó, hogy a világhálón születtek, a digitális közeg inspirálta létrejöttüket, internetes csatornán keresztül érkeztek a múzeumba. Fel kell tennünk a

kérdést: megfoszthatjuk-e őket az internetes tartalmak egyik legfontosabb tulajdonságától, a hipertextuális kapcsolódási pontjaiktól. Még ha alkalmas is a gyűjtemény „digital born” anyagok befogadására, érdemes vitát folytatni arról, hogy – Nelson gondolataira visszautalva – egy gyűjteményi kurátor milyen módon, milyen feltételekkel vághat ki, és raktározhat el a hatalmas, globális közös állományból tartalmakat.

5.6 Újraszótt mintázatok: szakmai kapcsolatok az online térben

A közösségi média aktívabb és céltudatosabb használata, az online közösségépítés, ismeretátadás, gyűjtőkampányok vagy a virtuális kiállítások módszereinek gyökeres változása mellett a múzeumok még számos területen tettek szert olyan tapasztalatokra, amelyek a járvány után is befolyásolni fogják munkájukat. Szinte biztos, hogy a múzeumok közötti kapcsolatokban, a tudományos életben, a szakmai együttműködések terén minden eddiginél fontosabb szerepet fognak betölteni a különböző online platformok, videókonferenciák, hibrid (fizikai térben megtartott, közvetített, streamelt/letöltés nélkül megtekinthető) események, online meetingek.

A pandémiát megelőző években több alkalommal is próbálkoztam azzal, hogy egy-egy múzeumi megbeszélést videókonferencián hívjak össze a résztvevők elfoglaltsága vagy a földrajzi távolság miatt. Azt is többször felajánlottam, hogy saját távollétem miatt egy-egy ilyen platformon bekapcsolódom a meetingekbe. A partnereim minden alkalommal elutasították a kezdeményezésemet, inkább más alkalommal, de személyes részvétellel kívánták megtartani a tárgyalást.

Pedig erre megfelelő internetkapcsolat esetén számos eszköz állt volna rendelkezésünkre. A különböző online csevegőprogramok az MSN Messenger 1999-es megjelenését követően dinamikus fejlődésnek indultak. 2003-ban megjelent a Skype, több más sikeres alkalmazás mellett 2008-ban a Facebook Messenger és a WhatsApp, idővel lehetővé téve, hogy a szöveges üzenetek mellett képeket, videókat, linkeket, emojikat is küldjenek egymásnak a felhasználók.⁶⁵² A Zoom 2011 óta szolgáltat, a Google Hangouts, Meet, Chat 2017 óta fejlődik, de a Jitsi Meet, a FaceTime, a Microsoft Teams sem újdonság.⁶⁵³ Ettől függetlenül elképzelhetetlen volt, hogy egy átlagos múzeumi konferencia résztvevője a távolból kapcsolódjon az eszmecseréhez, és technológiai csodának tűnt, ha egy előadó online kapcsolaton, videóközvetítésen keresztül mondta el előadását.

⁶⁵² Szűts 2018, 274–282.

⁶⁵³ A pandémia nyomán számos ajánló és összehasonlító cikk jelent meg a világhálón. Néhány példa: <https://gbl.hu/rendszergazda-blog/videokonferencia-alkalmazas/#microsoft-teams>, <https://www.selector.hu/blog/melyik-videokonferencia-alkalmazast-hasznaljuk-ceges-videohivashoz>, <https://nki.gov.hu/it-biztonsag/kiadvanyok/segedletek/milyen-videokonferencia-szolgaltatast-valasszunk/> – Utolsó letöltés: 2021.11.18.

A pandémia okozta lezárások, a karanténhelyzet néhány hét alatt elsöpörte a korábbi idegenkedést. Ahogyan a 4.2.6. fejezetben a múzeumi dolgozók körében végzett kutatásom nyomán rávilágítottam, a válaszadók 28,4 százaléka online értekezleten – Zoom, Teams vagy más alkalmazást igénybe véve – tárgyalta meg kollégáival az ügyeket. Ezek a konferenciaalkalmazások nemcsak egy-egy intézmény munkamegbeszélései során játszottak szerepet, hanem a szakmai és a tudományos kapcsolattartás terén is.

A múzeumok világa korábban sem egymástól elszigetelt intézmények halmazából állt, hanem az intézmények óriási, határokon átívelő hálózatot, sőt hálózatrendszert alkotnak. A magyarországi múzeumokat hazai (Pulszky Társaság, Magyar Vidéki Múzeumok Szövetsége stb.) és nemzetközi (ICOM, NEMO stb.) szervezetek éppúgy összekapcsolják, mint a különböző szakterületek egyesületei (például Magyar Múzeumi Történész Társulat – MAMUTT, Természettudományos Muzeológusok Találkozója), vagy a közös rendezvények (Múzeumok Éjszakája, Múzeumok Majálisa, Múzeumok Őszi Fesztiválja), esetleg a Múzeumi Kocsmához hasonló informális kezdeményezések. Ez utóbbihoz hasonló a 2011-es *Museums and the Web* konferenciáról induló *#drinkingaboutmuseums* kezdeményezés, amely már a közösségi médiában, főleg a Twitteren szerveződött, de még valódi közösségi – főleg vendéglátóipari – terekben a hálózatépítés, az információmegosztás és a szórakozás iránt vágyó múzeumi szakemberek globális mozgalmaként teljesedett ki.⁶⁵⁴

A szervezetek, együttműködések jól bevált fórumai, találkozói, programjai azonban a világjárvány hatására nem voltak összehívhatók. A szervezőknek dönteniük kellett, hogy ezeket elhalasztják, vagy az online térben tartják meg. A nemzetközi *#drinkingaboutmuseums* például az utóbbi mellett döntött, 24 órás online *#DAM Partyt* hirdetve. A kezdeményezés elindítói érzékelték, hogy a különböző városokban működő szervezetek áttették az online térbe működésüket, és úgy gondolták, eljött a pillanat, hogy nemzetközi napot tartsanak. Végül öt nap alatt szervezték meg a globális eseményt. A Föld időzónái szerint, óránkénti felosztásban hirdettek meg egy-egy URL-en elérhető beszélgetést. Minden időzónában vállalnia kellett valakinek a házigazda szerepét, aki egy óra után továbbadta a stafétabotot.⁶⁵⁵ A múzeumokról való gondolkodás, a múzeum mint téma így szó szerint globálissá válhatott. Igaz, a beszélgetések az online terekben valósultak meg, de a résztvevők valódi fizikai térben ültek, saját fizikai világukra, annak problémáira reflektáltak. Ráadásul nem egy hivatalosan

⁶⁵⁴ A bostoni csoport története: What is Drinking About Museums? https://drinkingaboutmuseumsboston-wordpress.com.translate.google/what-is-drinking-about-museums/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=hu&_x_tr_hl=hu&_x_tr_pto=nui,op,sc. Itt lehet csatlakozni: <https://www.drinkingaboutmuseums.com/> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 20.

⁶⁵⁵ Forrás: <https://thinkingaboutmuseums.com/2020/03/22/on-drinking-alone-together/> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 20.

megszervezett, nemzetközi szervezetek által támogatott eseményen, hanem teljes mértékben együttműködésre, önkéntességre építkezve valósulhatott meg a parti.⁶⁵⁶

Mindeközben a hivatalos szervezetek sem tétlenkedtek. Az UNESCO, a NEMO, az ICOM 4.1 fejezetben bemutatott kutatásai, az ezekre épülő módszertani ajánlásai újradefiniálták, sőt megerősítették intézményi szerepkörüket. Ezek a kiterjedt nemzetközi szervezetek a krízishelyzetben képesek voltak olyan hálózati csomópontokká válni, amelyek egyszerre gyűjtöttek és adtak információt, folyamatos lüktetést, áramlást indukálva. A múzeumi dolgozók számára a mindennapokban is érzékelhető volt azoknak az online térben indított, összehangolt kezdeményezéseknek a sora, amelyek kapaszkodót nyújtottak a krízishelyzet átvészelésében. Az UNESCO 2020 áprilisában több mint 130 kulturális minisztert hívott össze online tereiben,⁶⁵⁷ hogy megvitassák a kulturális ágazat, ezen belül a múzeumok helyzetét, lehetőségeit, de számos olyan nemzetközi webináriumot is tartottak, amelyeken a szakemberek arról is tárgyaltak, hogyan lehet a jövőben hasonló esetben megvédeni a múzeumokat.⁶⁵⁸ A nemzetközi múzeumi világ egy-egy országot ért katasztrófa esetén is képes volt segíteni: Horvátország múzeumi vezetői 2020 márciusában az ICCROM és az ICOM közreműködésével olyan online workshopon vehettek részt, amelyek a földrengés és a járvány kettős katasztrófájának kezelésében támogatták őket.⁶⁵⁹

Hasonlóan emlékeztetések voltak a MuseumNext online programjai. A múzeumi szektor releváns kérdéseivel, marketing és technológiai innovációira fókuszáló intézmény konferenciái általában drágák, ha a szállás és utazási költségeket is hozzászámítjuk, egy kisebb múzeum számára megfizethetetlenek. A *Digital Summit 2021*⁶⁶⁰ online térben megvalósuló esemény szervezői új pénzügyi konstrukciót dolgoztak ki: egy-egy intézmény viszonylag kedvező áron kapcsolódhatott be a tanácskozásba, ráadásul valamennyi munkatársának lehetővé téve a részvételt. Így a 2021 februárjában megvalósult tanácskozáson nemcsak egy-egy kiválasztott személy vehetett részt, hanem egy-egy intézményi közösség is. Külön érdekessége volt a

⁶⁵⁶ A résztvevők a Twitteren dokumentálták képernyőképekkel az eseményt.

https://twitter.com/hashtag/DrinkingAboutMuseums?src=hashtag_click – Utolsó letöltés: 2021. 11. 20.

⁶⁵⁷ More than 130 Ministers call for support to culture sector in COVID-19 crisis response

<https://en.unesco.org/news/more-130-ministers-call-support-culture-sector-covid-19-crisis-response> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 20.

⁶⁵⁸ Lsd: UNESCO 2021. Néhány példa.: “Museums in times of pandemic – innovation and perspectives” (2020. május), “Museums and their audiences in times of crisis” (2020. június) and “Reaffirming the social role of museums in times of crisis” (2020. július); “What museums Post Pandemic?” (2020. június), “Museums after the Pandemic” (2020. július); “Museums and art galleries for the return of cultural life in Beirut” (2020. szeptember); 12 múzeumigazgatóval “Reflections on the future of museums” (2021. március).

A NEMO eseménye: “Museums in times of COVID19 – Challenges, re-evaluations, perspectives” (2020. július).

⁶⁵⁹ “Twin disasters”: UNESCO, ICCROM and ICOM support Croatia’s post-earthquake response for cultural heritage amid COVID-19 – <https://en.unesco.org/news/twin-disasters-unesco-iccrom-and-icom-support-croatias-post-earthquake-response-cultural> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 20.

⁶⁶⁰ MuseumNext Digital Summit – Virtual Conference for Museum Professionals

<https://www.museumnext.com/events/digital-museum-summit/> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 20.

konferenciának az új muzeológusnemzedék erőteljes, sokszínű hangja. Most nem feltétlenül az intézményvezetők adtak elő, hanem a projektek gazdái. A konferencia online felületén működő chatfal ráadásul azonnali kommentálást tett lehetővé. Azaz az előadások alatt egy párhuzamos fórum is működött, ami globális véleménycserére nyitott kaput. Fantasztikus élmény volt, ahogy a meghirdetett időpontban egymás után bejelentkeztek a résztvevők, beírva városukat, és hogy náluk épp milyen napszak van. A résztvevők saját bőrükön érzékelhették, hogy egy olyan globális hálózat részei, amely szinte azonos problémákkal küzd, és hasonló módszerekkel igyekszik rajtuk úrrá lenni.

A magyar muzeológia sem mondott le a szakma eseményeiről, sőt kifejezetten proaktívan, rendkívül rövid idő alatt találta meg a kölcsönös segítségnyújtásra, szakmai munkára alkalmas online platformokat. A Pulszky Társaság Magyar Múzeumi Egyesület *Múzeum másként* címen hozott létre weboldalán rovatot, ahol a járványügyi szabályokat, az otthoni munkavégzés szabályozásával kapcsolatos információkat, módszertani ajánlásokat gyűjtötte össze.⁶⁶¹ A társaság magazinja, a *Magyar Múzeumok OnLine* a hazai és a nemzetközi jó gyakorlatokat összegző *#muzeumozzaszobadbol* indított aloldalt, hírlevele pedig rendszeres időközönként közvetített informatív tartalmat. A Szabadtéri Néprajzi Múzeum–Múzeumi Oktatási és Módszertani Központ pedig a *www.mokk.skanzen.hu* oldalán alakított ki *Válasz a digitális kor kihívásaira* címmel gyűjtőoldalt az oktatást segítő digitális tartalmak létrehozásának támogatására, a digitális múzeumi megoldások segítésére,⁶⁶² valamint a korábbiakban már bemutatott kutatásokat, módszertani fejlesztéseket indított. Az Országos Muzeológiai és Módszertani Informatikai Központ (OMMIK) *COVID–19* címke alatt gyűjtött inspiráló tartalmakat, amelyeket országos hírlevelében is megosztott.⁶⁶³ Emellett az első hullámban arra törekedtek a magyarországi múzeumok, hogy az intézményi munkavégzés körülményeit biztosítsák, és látogatóikat, közösségeiket ne veszítsék el. A nagy, országos szakmai rendezvényeket igyekeztek őszre halasztani, bízva abban, hogy akkor már zavartalanul megrendezhetik azokat.

Ez történt a 25 éve a múzeumi világnaphoz (május 18.) legközelebb eső hétfőjén rendezett Múzeumok Majálisával is, ahol a több száz magyar múzeum külön-külön sátorban mutatkozik be. A szervező Magyar Nemzeti Múzeum *Az Év Kiállítása 2020* és *Az Év Múzeuma 2021* díjátadónak is alkalmat teremtő rendezvényt szeptemberre halasztotta. Mivel addigra már érzékelhetővé vált a járvány második hulláma, a szervezők a korábbi, több tízezer főt

⁶⁶¹ Múzeum másként – Pulszky Társaság <https://pulszky.hu/muzeum-maskent/> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 20.

⁶⁶² Digitális múzeum – Szabadtéri Néprajzi Múzeum Múzeumi Oktatási és Módszertani Központ (skanzen.hu). <https://mokk.skanzen.hu/20200331/digitalis-muzeum> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 20.

⁶⁶³ COVID-19 (ommik.hu) <https://ommik.hu/index.php/hu/component/tags/tag/covid-19> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 20.

megszólító tömegrendezvény közönségprogramjai helyett inkább szakmai workshopokat kívántak hirdetni. Végül ez sem valósulhatott meg. A 2020 szeptemberében, a Magyar Nemzeti Galériában megrendezett *Múzeumpedagógiai évnyitó*⁶⁶⁴ után 2020. október 9-én a *Majális másképp – Múzeumi ReStart* elnevezésű eseményt is hibrid és online formában bonyolították le a szervezők. Az élőben közvetített díjátadót és szakmai nyitóelőadást követően a különböző múzeumi szakterületek a Zoom platformján keresztül folytatták workshopjaikat.⁶⁶⁵ A kétszer tizenkettő, egymás mellett futó – kizárólag a szakmai közönségnek szóló – workshop nemcsak technológiai szempontból számított újdonságnak. Nem tudok arról, hogy korábban a múzeumi szakterületek a magyar nyelvterület egészéről egy időben, mégis a saját speciális területükről tartottak volna konferenciát. A magas informatikai felkészültséget igénylő, egynapos online és streamline rendezvényen 28 előadó, 64 kerekasztal-résztevő szerepelt. A szakmai programra összesen 897-en regisztráltak. A délelőtti díjátadót és előadásokat 475 fő hallgatta folyamatosan (összesen 755-en kapcsolódtak be egy időre), a workshopokat összesen 571 fő követte. A konferencia másik érdekessége, hogy a klasszikus szakterületek (régészet, történelem, néprajz, művészetek, természet- és műszaki tudományok, múzeumpedagógia, közművelődés, kommunikáció) mellett a gazdasági irányítás és a menedzsment képviselői is tanácskoztak.

A legnagyobb kihívást az jelentette, hogy az online konferencián egy időben tizenkét Zoom-meetinget kellett elindítani, levelezni úgy, hogy nem voltunk egy térben, épületben a különböző témakörök felelőseivel. A konferencia főszervezőjeként így elsőként arra törekedtem, hogy a szereplők digitális kompetenciáit, eszközeinek minőségét megvizsgáljam. Kiderült, a kerekasztal-beszélgetések és a moderátorok többsége (41,2%) otthonából jelentkezik be, de 30,9 százalék munkahelyén is talált erre megoldást. A Magyar Nemzeti Múzeumból azok kívántak bekapcsolódni, akiknek feladatuk volt az élőben közvetített díjátadón. Többségük rendelkezett olyan hordozható eszközzel, amely lehetővé tette a részvételt, mindössze 10 százalék igényelt webkamerát, headsetet. Az előzetes online kérdőíves felmérésből az is kiderült, hogy a szereplők 26,5 százaléka egyáltalán nem ismerte a Zoom használatát, a szereplők hatoda pedig kifejezetten megkért bennünket, hogy tanítsuk meg erre. Így a konferenciát megelőző napon próbakapcsolást tartottuk, ahol a jelentkezők elsajátíthatták a Zoom különböző funkcióinak a használatát. A GDP követelményeit figyelembe véve a

⁶⁶⁴ 2020. szeptember 28-án a MOKK a Magyar Nemzeti Galériában és az online térben rendezte meg a 18. Országos Múzeumpedagógiai Évnyitót *Múzeumi családi „kirakós”* címmel a 15. Múzeumok Őszi Fesztiválja nyitórendezvényeként. <https://magyarmuzeumok.hu/cikk/tavol-is-kozel-visszanezheto-az-online-kozvetített-18-orszagos-muzeumpedagogiai-evnyito>, <https://magyarmuzeumok.hu/cikk/tavol-is-kozel-indul-a-15-muzeumok-oszi-fesztivalja-a-muzeumi-szakma-legrangosabb-elismereseinek-atadasa> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 20.

⁶⁶⁵ *Majális másképp – Múzeumi ReStart*. <https://mnm.hu/hu/muzeum/hirek/majalis-maskepp-muzeumi-restart-online> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 20.

workshopokról végül felvétel is készült, amelyek a Nemzeti Múzeum YouTube-csatornáján, külön lejátszási listán tekinthetők meg.⁶⁶⁶

Az ország különböző pontjáról érkező résztvevők számára ez a konferencia nemcsak az elhangzottak miatt vált emlékezetessé. Nem egy múzeumi szakember ekkor tett szert tapasztalatra az online meetingek terén, miközben személyesen meggyőződött a konferenciaprogramokban rejlő lehetőségekről, az esetleges előfizetések költséghatékonyságáról. A következő hónapokban már fel sem vetődött, hogy egy-egy múzeumszakmai rendezvény elmaradjon, automatikussá vált azok online környezetben való áthelyezése. Az intézmények például azzal is támogatták egymást, hogy mások rendelkezésére bocsátották a birtokukban lévő digitális eszközöket, programokat, előfizetéseket. Például október 12-től 16-ig az Országos Múzeumandragógiai Műhelynapok,⁶⁶⁷ november 9-én és 10-én az Országos Múzeumpedagógiai Konferencia,⁶⁶⁸ 2021 májusában a Nemzetközi Múzeumandragógiai Konferencia⁶⁶⁹ fogadta így online körülmények között a résztvevőket. De számos szakmai workshop, webinárium is keretezte az évet. A MOKK *Múzeumi online kirakós* című sorozata,⁶⁷⁰ a *Múzeumok a fenntarthatóságért* műhelyek⁶⁷¹ vagy a Pulszky Társaság tematikus *Múzeumi távlatok*, valamint az OMMIK *Múzeum Most* webináriumai.⁶⁷²

Az online térben a magyar múzeumok nemzetközi konferenciákat is szerveztek. Az épülő Néprajzi Múzeum tervezett állandó kiállításairól szóló *Útközben – En Route* online konferenciára több mint ötszáz fő regisztrált és vett részt 2020. november 16. és 18. között Bécstől Tartuig.⁶⁷³ A november 26-án és 27-én a Magyar Nemzeti Múzeum által évente meghirdetett *MuseumDigit* a virtuális kiállítások és a streaming rendszerek innovatív

⁶⁶⁶ Múzeumi ReStart:

<https://www.youtube.com/watch?v=GP4toet7llk&list=PLEo9glk7WMKnwhd4wvXXHGd59L-x-r3Rx> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 19.

⁶⁶⁷ Múzeumandragógiai Műhelynapok/Délutánok – Pulszky Társaság

<https://pulszky.hu/news/muzeumandragogiai-muhelynapok-delutanok/> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 20.

⁶⁶⁸ Magyar Múzeumok – 12. Országos Múzeumpedagógiai Konferencia – 2020. november 9-10.

(magyarmuzeumok.hu), <https://www.magyarmuzeumok.hu/cikk/12-orszagos-muzeumpedagogiai-konferencia-2020-november-9-10> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 20.

⁶⁶⁹ Országos Andragógiai Műhelynap. <https://magyarmuzeumok.hu/cikk/ii-orszagos-muzeumandragogiai-muhelynap> és <https://mokk.skanzen.hu/20210318ix-orszagos-es-v-nemzetkozi-muzeumandragogiai-online-konferencia-2021> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 20.

⁶⁷⁰ Múzeumi online kirakós 1. – Hogyan javítsuk online múzeumi jelenlétünket a koronavírus-járványt követően is? – Szabadtéri Néprajzi Múzeum Múzeumi Oktatási és Módszertani Központ (skanzen.hu)

<https://mokk.skanzen.hu/20210316muzeumi-online-kirakos-1-hogyan-javitsuk-online-muzeumi-jelenletunket-a-koronavirus-jarvanyt-kovetoen-is> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 20.

⁶⁷¹ Múzeumok a fenntarthatóságért. <https://magyarmuzeumok.hu/cikk/muzeumok-a-fenntarthatosagert-online-workshop-mindenkinek> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 20.

⁶⁷² Múzeumi távlatok: webinárium-sorozat a Pulszky Társaság 30. évfordulója alkalmából – Pulszky Társaság, <https://pulszky.hu/news/muzeumi-tavlatok-webinarium-sorozat-a-pulszky-tarsasag-30-evforduloja-alkalmabol/>, valamint Magyar Múzeumok – Indulnak az MNM OMMIK webináriumok (magyarmuzeumok.hu)

<https://magyarmuzeumok.hu/cikk/indulnak-az-mnm-ommik-webinariumok> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 20.

⁶⁷³ Útközben – A Néprajzi Múzeum új állandó kiállításairól (neprajz.hu) <http://utkozben.neprajz.hu/> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 20.

kombinációja révén viszont már csak a program egy részét tartotta meg élőben. A konferencia szervezői olyan tematikus virtuális konferenciateret hoztak létre, ahol a résztvevők kedvükre barangolhattak a pavilonokban, és tetszőleges időben, sorrendben válogathattak a különböző intézmények, országok szakembereinek prezentációi közül.⁶⁷⁴

2021. május 6-án és 7-én valósult meg a Ludwig Múzeum nemzetközi Hybrid Museum Experience Szimpóziuma (HyMEx). A konferencia tematikája és előadásai már a pandémia tapasztalataira épültek. *„A digitális világ egyre inkább uralja a múzeum valóságát, és még előtte a közönség valóságát. Összefonja a fizikait a virtuálissal, elhomályosítja azoknak a dimenzióknak az érzékelését, amelyek életre hívták a múzeum intézményét, például az idő linearitását. Ilyen körülmények között a múzeumnak hibrid entitássá kell átalakulnia, amely egyszerre felölelhet földrajzi helyet, különféle digitális platformokat, a közvetítés sokféle módját, a magával ragadó tudás előállítását, a részvételt és a cserét”* – fogalmazták meg a szervezők. Az idő és a fizikai tér felülírása, a digitális források, dokumentumok, műtárgyak újfajta reprezentációja, az online múzeumi tudásközvetítés új módszerei, a kurátori munka átalakulása szinte minden előadásban visszacsengett, utalva a múzeumi világot érintő gyökeres változásokra.⁶⁷⁵ Az angol nyelvű konferencia a COVID–19 világjárvány harmadik hullámának egyfajta lezárásaként is felfogható volt, sűrítve a múzeumok, galériák, kutatók és kurátorok által összegzett következményeket, tanulságokat, következtetéseket.

A múzeumi szakterületek szinte mindegyikét érintő online események a dolgozók jelentős része számára jelentettek új tapasztalatokat. A 4.2.10. fejezetben már szóba került, hogy a magyarországi múzeumi dolgozók kicsit több mint fele vett részt ezeken az alkalmakon. A 366 válaszdó 51,4 százaléka magyar, 2,7 százalék csak nemzetközi, 16,1 százalék pedig magyar és külföldi konferencia, workshop online tereibe lépett be (21. ábra). A múzeumi szakemberek előadóként is kipróbálták magukat a monitor előtt, 63 fő magyar, 23 nemzetköziben és magyaron, öt csak nemzetközi tanácskozáson prezentált.

Mindez azt is jelenti, hogy a múzeumok munkatársai jelentős arányban tanultak meg új alkalmazásokat kezelni. Az online konferencián, tanácskozáson való részvétel a pandémia alatt megszokottá vált. Ma már kézenfekvő megoldás, ha egy megbeszélésre a távolmaradók internetes eszközökön keresztül kapcsolódnak be. A korlátozások feloldása, a múzeumok újrainyitása után pedig a különböző országos rendezvények, díjátadók szervezői sem tekintenek el attól, hogy streamline is közvetítsék az eseményeket azok számára, akik nem tudtak a fizikai távolság miatt részt venni. Az is az új normalitás része, hogy az előadások, beszélgetések

⁶⁷⁴ MUSEUMDIGIT 2020 | Magyar Nemzeti Múzeum (mnm.hu) <https://mnm.hu/hu/museumdigit-2020> – Utolsó letöltés: 2021.11.21.)

⁶⁷⁵ Hymex 2021. <http://hymex2021.ludwigmuseum.hu/> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 20.

felkerülnek a világhálóra, ahol azok is megtekinthetik ezeket, akiknek az időpont nem volt megfelelő. Ezért most már az előadások, workshopok nem csupán egyszeri események, amelyek csupán a résztvevőkre lehetnek hatással. Az URL-eken, linkeken keresztül már akár hivatkozható eseményeken elhangzó, visszanezhető előadások, viták feszesebb tempóra, tartalmasabb, látványosabb prezentációra készítetik a szereplőket.

Németh Ádám, a Magyar Kereskedelmi és Vendéglátóipari Múzeum múzeumpedagógusa 2017-ben a *Magyar Múzeumok OnLine* oldalán publikált vitaindító cikket, főleg a közművelődési konferenciák hatékonyságáról. A szerző feltárta a konferenciák szerkezeti, tartalmi, formai, műfaji gyengeségeit, reflektált az előadók felkészületlenségére, a vitakultúra hiányára.⁶⁷⁶ Ez utóbbiból is fakadhat, hogy nem bontakozott ki valódi vita a cikk nyomán, pedig Németh utalt arra, hogy a húszas és harmincas éveikben járó múzeumi munkatársak változást igényelnek. Ha ezzel a szemmel áttekintjük a 2020-as és a 2021-es év közművelődési konferenciáinak online lenyomatát, alapvető elmozdulás figyelhető meg: a moderátorok szigorúbban bánnak az idővel, a témák átgondoltabbak, jobban illeszkednek egymáshoz, az előadók ritkábban kezdenek parttalan, oda nem illő fejtegetésekbe. Erre talán egy új mérőszám is hatással lehet: egy online konferenciateremben mindenki látja, éppen hányan hallgatják a prezentációt, és hányan hagyják el az alkalmazást. Ami viszont továbbra is hiányzik: a viták, az erőteljes szakmai reflexiók. Saját tapasztalataim azt mutatják, hogy míg a nemzetközi online konferenciateremben megállás nélkül érkeznek a hozzászólások, kérdések, megjegyzések a chatfalra, addig a magyar gyakorlatban még nem fedezték fel igazán a résztvevők ezt a fórumot, inkább technikai hibajelzésre („nem jól hallani” stb.) használják a felületet. Ettől függetlenül az online konferenciaalkalmazásokon szembeszökő a múzeumi szakma digitális kompetenciájának fejlődése. Ma már egy e-mailes levelezés is bármikor átcsaphat online megbeszélésbe. Ha így nézzük, a karanténhelyzet, a szakmai találkozások fizikai korlátozása nemhogy elzárta volna, hanem inkább közelebb hozta egymáshoz a múzeumszakma tagjait.

A múzeumok szakmai hálózatainak csomópontjai kitágultak. A különböző közösségi médiaalkalmazások, hírlevélküldő rendszerek, weboldalak eddig is nélkülözhetetlen szerepet játszottak a kapcsolattartásban. Azáltal viszont, hogy a szakmai események is kiléptek a fizikai térből, kitágítva lehetőségeik határait a világhálón, hatalmas lépést tettek a konferencia műfajának megújítása terén.

⁶⁷⁶ Németh 2017.

6. Kitekintés

A koronavírus-világjárvány hatására a múzeumok kapui hosszú időn keresztül zárva maradtak. Az intézmények, a múzeumi dolgozók heteken át kiszorultak saját környezetükből, szabályozott körülmények között léphettek be a múzeum épületébe, csak korlátozottan érhatték el fizikai valóságukban a munkájuk fókuszát – esetenként a szakmai identitásukat is – jelentő tárgyakat, gyűjteményeket, látogatóikat pedig csupán a világhálón „fogadhatták”. Egyik pillanatról a másikra elvesztek azok a kontúrok, hangsúlyok, amelyek addigi életüket meghatározták. A múzeumok falak nélkül maradtak, az online tér végtelen nyitottságában és rizomatikus rendszerében kellett küldetésüket teljesíteni. Általánosságban elmondható, hogy ez sikerült: a múzeumok láthatók maradtak, online teljesítményükkel a látogatók elégedettek voltak, zárvatartásuk ellenére soha nem voltak hozzáférhetőbbek.⁶⁷⁷ A válság arra ösztönözte ezeket az intézményeket, hogy a megszokott kereteken kívül gondolkodjanak, kilépjenek saját sémáik közül, digitális és online megoldásokat vegyenek igénybe az aktivitás és az elkötelezettség felszínén tartására.

A pandémia első hulláma idején az UNESCO 2020. április 4-i közleménye a múzeumi világ 90 százalékának teljes, részleges vagy esetleges bezárását prognosztizálta.⁶⁷⁸ Egy évvel későbbi jelentésük szerint a világ 104 ezer múzeumának 83 százaléka zárt be, átlagosan 150 napra, ami a múzeumok látogatottságának, bevételeinek sosem látott csökkenését hozta magával.⁶⁷⁹ A felmérések azt mutatták, hogy a létüket fenyegető következmények ellenére az intézmények felismerték társadalmi szerepüket, nyitottabbá váltak a társadalmi kérdések iránt, és igyekeztek a krízishelyzetbe került lakosságot a saját eszközeikkel támogatni a világhálón keresztül.⁶⁸⁰ Még a kisebb múzeumok, hátrányos helyzetű régiók intézményei is rugalmasan keresték azokat a módszereket, amelyekkel hatékonyan elérhették közönségeiket. Virtuális kiállításokkal, élő közvetítésekkel, online múzeumpedagógiai megoldásaikkal, a közösségi oldalak kreatív alkalmazásával sajtófigyelmet kaptak, a virtuális közbeszéd részeivé váltak. Más kulturális intézményekhez hasonlóan bebizonyították, hogy képesek jobbá és élhetőbbé tenni világunkat.

Az értekezésben – nemzetközi szinten is egyedülálló módon – részletesen és egyszerre, egymás viszonyában, hasonló szempontrendszer szerint, a múzeumi dolgozók, valamint a

⁶⁷⁷ A paradoxonra épülő hasonlat számos elemzésben megjelenik. Lásd a NEMO konferenciája: Museums and Covid-19 – Challenges, Re-evaluations and future Perspectives. <https://www.nemo.org/news/article/nemo/online-conference-museums-in-times-of-covid19-challenges-re-evaluations-perspectives.html> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 29.

⁶⁷⁸ UNESCO 2020.

⁶⁷⁹ Magyarországon a Kulturális Statisztikai Adatgyűjtő Rendszer 2021 szeptemberében megjelent adatai szerint 2020-ban az előző évihez képest 38 százalékra, azaz 62 százalékkal csökkent a látogatók száma.

⁶⁸⁰ UNESCO 2021.

látogatók körében 2021 első felében elvégzett számottevő mintavételre épülő kvantitatív kutatásaim, valamint mindennek kontextusaként, a világjárvánnyal kapcsolatos nemzetközi és magyar felmérések összehasonlító elemzése, a múzeumok által létrehozott online tartalmak vizsgálata, módszertani analízise egyértelműen igazolta: a múzeumok azon túl, hogy zárvatartásuk alatt képesek voltak folyamatosan újdonságokkal szolgálni, a létrehozott digitális anyagok minősége folyamatosan javult, változatosabb lett. A szorosan összekapcsolódó kvantitatív és kvalitatív egységeket egybeszövő kutatóprojekt másik eredménye, hogy nemzetközi összefüggésében láthatóvá és összehasonlíthatóvá tette a különböző besorolású, földrajzi helyzetű, méretű magyarországi múzeumi intézmények egy bizonyos időszakban (2020-ban) ugyanarra a krízishelyzetre adott reakcióit. Mivel a kutatás a hipertextualitás és a virtuális kiállítás fogalma esetében a múzeumi dolgozók elméleti felkészültségét is vizsgálta, a későbbiekben lehetőséget teremt a gyakorlati tapasztalatokra épülő fogalmi struktúrák tisztázásában, a terminológiai kérdések szükségszerű megvitatásában. Harmadik aspektusként kiemelhető a jelentős mintavétellel dolgozó felhasználói kutatás, amely ugyancsak egy adott időintervallumban rögzítette a magyarországi kulturális témák iránt érdeklődő népesség online múzeumi tartalmak fogyasztásával kapcsolatos szokásait, választásait. Negyedszer a disszertáció későbbiekben, a múzeumi online praxis fejlesztése során is felhasználható eredménye lehet, hogy a kvantitatív kutatási eredmények alapján kiválasztott, a múzeumok és a látogatók által leginkább preferált tartalmak esetében a különböző, nemzetközi kontextusba, saját munkatapasztalatra és intézményi gyakorlatra, más múzeumok gondolkodását reprezentáló interjúkra épülő esettanulmányok, módszertani, kritikai elemzések rögzítették a jelenkor megoldásait, azok eredményességét, hiányosságait.

Az alapkutatások tükrében megállapítható, hogy a magyarországi múzeumok, még ha nem is kaptak globálisan is érzékelhető módon figyelmet, az európai trendeknek megfelelően vették az akadályokat. Az online tartalmak közreadásakor használt hangnem változott, minden korábbinál közvetlenebb lett, szakított a múzeumokra jellemző távolságtartó, hatalmi pozícióra építő nyelvezettel, a frontális oktatás, az autokratikus előadói stílus is észrevehetően visszaszorult. A múzeumi dolgozók digitális kompetenciáinak fejlődésével emelkedett azon megoldások aránya, amelyek már nem a fizikai térben megszokott módszerek online környezetbe való átültetéseként értelmezhetők, hanem az internetfelhasználók igényeinek megfelelő digitális tartalmakat jelentenek. A korábban csak látványra törekvő virtuális terek megteltek hipermediális és hipertextuális hivatkozásokkal, interaktívabbak, látványosabbak lettek, a különböző tudományterületeken, gyűjtemény- és múzeumtípusokon átívelő megoldások, valamint új minőséget teremtő intertvinguláris innovációk születtek. Befektetett munka nem volt öncélú, a különböző felnőtt, diák és pedagógus célcsoportokat megszólító

online programokon ezek a tartalmak funkciót találtak. A múzeumi ismeretátadás módszerei egyfajta online transzformáción mentek át, ennek során a szakemberek megtalálták azokat a megoldásokat, amelyekkel hatékonyan tudták a digitalizált műtárgyakat virtuális környezetben, online körülmények között interpretálni a részt vevő csoportok dinamikájának megfelelően. Az is érzékelhető, hogy a múzeumi munkatársak rendszeresebben merítenek inspirációt a jelenből, bizonyítva: a kortárs világ élményeit, viszontagságait bármelyik múzeumi gyűjteménnyel össze lehet szőni.

Az internetfelhasználókra jellemző individuális attitűdön, magányos ismeretszerzési módszereken túllépve a múzeumi intézményeknek sikerült áttörniük az analóg és a digitális múzeum között áthatolhatatlannak vélt falat: számos megoldást találtak online közösségépítésre, valamint az egymástól elzárt emberek online térben való összekötésére, legyen szó tárlatvezetésről, beszélgetésről, játékról, aktivitásról vagy közösségi médiacsoportról, nem beszélve a valódi fizikai tér, a kézzel fogható műtárgyak és az otthonukban tartózkodók közötti hidak építéséről.

A múzeumok „közszolgálati” funkciójukat is betöltötték: a rekreációt lehetővé tevő programjaikon túl az online térbe kényszerülő közoktatás számára is minőségi támogatást nyújtottak. A múzeumi webes felületek a pedagógusok számára olyan megbízható, hiteles helynek bizonyultak, ahol a világháló végtelen labirintusában tudományosan ellenőrzött tartalmakat találhattak. A pedagógusok és a múzeumok kölcsönös együttműködéséből számos olyan jó gyakorlat született, amelyből a közoktatás és a múzeumok is profitáltak. A múzeumi világ számára viszont kulcskérdés, képesek-e megtartani a különböző oktatási intézmények érdeklődését online tartalmaik iránt. A pandémia idején érkező, akkor rendkívülinek tűnő igényekre adott válaszaikat átfordítják-e a mindennapok normalitásába, integrálódnak-e a digitális oktatás éppen megújuló világába? Azaz stratégiai kérdés a közgyűjtemények számára, hogy a gyors ütemben fejlődő digitális oktatással képesek-e lépést tartani. A múzeumok újrainyitásával a zárvatartás alatt a digitális tartalomgyártásra fókuszáló múzeumpedagógusok visszatértek hagyományos feladataikhoz. Még az országos múzeumok számára sem megoldott, ki fogja a 2019-ben és 2020-ban létrehozott online múzeumpedagógiai tartalmakat frissíteni, fejleszteni. Ennek hiányában pedig nagy a veszély, hogy a múzeumi tartalmak nem vagy csak korlátozottan épülnek be a digitális oktatás pedagógiai módszertani ajánlásaiba.

A változás másik perspektívából nézve is érzékelhető: a gyakran a túlélés kényszeréből fakadó kezdeményezések elmozdították a múzeumokról való közgondolkodást, interakciókat. Ki gondolta volna, hogy egyszer a „virtual museum tours” kifejezés a Google keresések listáján

előkelő helyen fog szerepelni⁶⁸¹ vagy milliókat kötnek le az élő múzeumi közvetítések, az eddig alig ismert szakmákat – gyűjteménykezelő, restaurátor – bemutató videók? Sőt azt sem remélte senki, hogy lesz, aki fizet online tárlatvezetésekért,⁶⁸² de hasonlóképp meglepetésnek számít, hogy a Tik-Tok tizenéves felhasználói élénken reagáltak múzeumi témákra. De minden korcsoportban jelentősen nőtt a közösségi oldalak (Facebook, Instagram) múzeumi tartalmai iránt a kereslet, az online elérhető virtuális terek, kiállítások is tömegeket vonzottak, különösen a harminc-ötven éves korosztályokból, ami az intézménytípus élethossziglani tanulásban betöltött funkciójára is rávilágít. A nagy, látványos, óriási biztosítási és szállítási költséggel utazó blockbuster kiállítások elmaradásával még a nagymúzeumok tematikái is megváltoztak: a szenzációs, felbecsülhetetlen értékű kuriózumok, a globális művészeti kánon remekeinek bemutatása helyett a humoros és szellemes történetmesélés került előtérbe,⁶⁸³ nem feledkezve meg az állandó kiállításokból hiányzó szegmensek – kisebbségek, forró témák, hard/difficult history, kolonializmuskritika – hangsúlyosabbá válásáról. Az online térben kibontakozó közgyűjtemények milliók számára bizonyították, hogy a 21. században, a digitális forradalom idején is van küldetésüknek létjogosultsága.

A digitális technológiák a koronavírus-világjárvány időszakában az informatikai forradalom vívmányaitól jelentős részben idegenkedő múzeumi szakemberek számára igazolták értéküket azáltal, hogy összehozták az embereket, ösztönözték a kreativitást, és virtuális teret kínáltak az ötletek közös megvalósításához. A kényszer hatására nemcsak értelmet nyert a muzeológustársadalom előtt a digitalizáció fontossága, hanem gyakorlatot is szereztek számos felület, alkalmazás, eszköz használatában. Az online térben szerzett tapasztalat pedig olyan klasszikus praxisok megújulását is felgyorsította, mint a tudományos konferencia és szakmai workshop. De más megvilágításba kerültek a kurátori, kiállítási, részvételi és közösségi, gyűjteményezési projektek éppúgy, mint a közösségi média. A múzeumok arra is ráébredtek, hogy a közösségi média különböző platformjait nem csupán kommunikációs csatornaként és marketingcélből használhatják, hanem szorosabbra fűzhetik közösségeikkel, valamint egymással a kapcsolataikat, valódi párbeszédet alakíthatnak ki ezen a felületen.

⁶⁸¹ 2020-ban a Google-keresések rangsorában virtuális kategóriában második helyre került a kifejezés, különösen kiemelkedő volt a 2020. március 15. és 21. közötti időszak. "Virtual Museum Tours" Ranks High On Google List of 2020 Searches. artfixdaily.com/news_feed/2020/12/13/4902-virtual-museum-tours-ranks-high-on-google-list-of-2020-searches – Utolsó letöltés: 2021. 11. 21.

⁶⁸² A londoni Nemzeti Galéria például nyolc fontot kért az *Artemisia Gentileschi* című kiállítás főlórás kurátori tárlatvezetéséért. Sikerrel. <https://www.theartnewspaper.com/2020/11/20/londons-national-gallery-charges-pound8-for-virtual-tour-of-blockbuster-artemisia-gentileschi-exhibition> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 11.

Magyarországi példák a 4.3.12. és az 5. fejezetben.

⁶⁸³ Szántó 2020.

Számos tanulmány rávilágított, hogy a világ különböző pontjain lévő múzeumok online tereikben túlnyomó többségükben a „műsorszórás” praxisára építettek, azaz tartalmat közöltek, nem törekedtek interakcióra, párbeszédre, nem készítették aktivitásra közösségeiket.⁶⁸⁴ Ennek ellenkezője is igaz: múzeumok százai motiválták a járvánnyal kapcsolatos gyűjtésekre, élményeik megosztására, szolidaritásra követőiket, hashtagkampányokban aktivizálták őket, Facebook-csoportok állandó követőiként mélyítették el elköteleződésüket. Az elkötelezettség erősítése hosszú távon is megtérülhet a múzeumok számára, mert a közösségi tudást és tapasztalatot helyezi a múzeumi gyakorlat középpontjába, elismerve a közösség aktív szerepét.

Annak ellenére, hogy a múzeumi világ sikeresen reagált a krízishelyzetre, a kutatások több területen rámutattak a digitális múzeumi gyakorlatok árnyoldalaira, nehézségeire. Amellett, hogy számos múzeum világhálón érzékelhető kreatív jelenléte soha nem látott mértékben teremtette meg a közgyűjteményekhez, az általuk őrzött tudáshoz való hozzáférés lehetőségét, más látószöveget választva, kevésbé ragyogó kép rajzolódik ki. Míg a világ főleg európai és észak-amerikai múzeumaiban természetes a múzeumok és a lakosság (egészségesek és fogyatékosokkal élők egyaránt)⁶⁸⁵ jelentős része számára az internetes hozzáférés, a digitális eszközhasználat, addig a Föld népességének jelentős részére és kulturális intézményeire nézve ez nem igaz. Már a NEMO első, 2020-as felmérése érzékelte, hogy ötből csak négy európai múzeum növelte digitális tevékenységét. Ez az arány azonban nem hasonlítható össze a fejlődő világ helyzetével. Az UNESCO első felmérése felfedte, hogy a digitális szakadék minden eddiginél nyilvánvalóbb. Afrikában és a kis és fejlődő szigetállamok közösségében (SIDS) a múzeumok mindössze öt százaléka tudott online tartalmat közzétenni. A kutatások arra is rávilágítottak, hogy égbekiáltó különbségek vannak az internetkapcsolat, a múzeumi tartalmak letöltésére alkalmas eszközök hozzáféréseinek kérdésében, és ez az igazságtalan helyzet a nők esetében még fokozottabb. Az OECD adatai szerint mintegy 327 millióval kevesebb nő rendelkezik a Földön okostelefonnal és mobilinternet-hozzáféréssel, mint férfi.⁶⁸⁶ Egy friss európai uniós jelentés pedig azzal is szembesített, hogy a mi kontinensünkön is kiugró különbség van a fővárosi és a vidéki lakosság digitális kompetenciái között.⁶⁸⁷ Mindez ellentmondásban van a nemzetközi múzeumi, kulturális örökséggel foglalkozó szervezetek által hangoztatott állásponttal, amely a múzeumokra olyan létfontosságú nyilvános terekként tekint, amelyeknek a társadalom egészéhez kell szólniuk.

⁶⁸⁴ Különösen a pandémia előtt még közösségi médiaprofíllal sem rendelkező neves olasz múzeumokat, galériákat érte ilyen kritika, amikor aktív online tartalomgyártásra vállalkoztak. Bartolini 2020.

⁶⁸⁵ Rees Leahy 2020.

⁶⁸⁶ Forrás: <https://www.oecd.org/sdgs/Principales-questions-%C3%A0-examiner-Conseil-de-l'OCDE-sur-le-Programme-2030.pdf> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 21.

⁶⁸⁷ Eurostat Regional Yearbook 2021. <https://ec.europa.eu/eurostat/en/web/products-statistical-books/-/ks-ha-21-001> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 21.

A múzeumi tartalmakhoz való éjjel-nappali hozzáférés lehetősége, a földrajzi korlátok leküzdése is viszonylag kevés intézmény számára jelentett kiugró, globális lehetőséget. Az elemzések arra utalnak, hogy bár néhány kisebb intézmény sosem látott rivaldafényt kapott, addig jellemzően a már jól ismert, a turisztikai szektorban is frekventált, nagy és patinás hírű intézmények online tartalmi kerültek fókuszba. A korábban is szélesre tárt olló két szára még messzebb került egymástól. A magyarországi lakossági vizsgálat is rámutatott, hogy míg a vidéken élők figyelemmel kísérték a fővárosi és nemzetközi múzeumi tartalmakat, addig a fővárosiak előbb fedeztek fel külföldi, mint vidéki magyar múzeumi érdekességeket böngészéseik során. Hasonló problémát jelent, hogy az online tartalmak kiemelt célcsoportja, a húsz év alattiak ritkán jelennek meg önként (családi és iskolai szervezés nélkül) a múzeumok online tereiben. A múzeumoknak mindenképp felül kell vizsgálniuk, hogy tartalmaik valóban megszólítják-e ezeket a korosztályokat, fokozott figyelmet kell fordítaniuk a látogatókutatásokra és a statisztikai adatokra.

Mind a saját kutatásaim, mind a magyar és nemzetközi szervezetek által elvégzett vizsgálatok arra utalnak, hogy a múzeumok nem igazán élnek a digitális analitikák lehetőségeivel. Az intézmények jelentős része nem kíséri figyelemmel tartalmainak elérési mutatóit, nem tekinti át követőinek demográfiai adatait, nem végez összehasonlító elemzéseket. Ez azért is meglepő, mert a fizikai látogatóknál jóval egyszerűbben és költséghatékonyabban lehet megismerni az online terekben megjelenőket. A világ leglátogatottabb múzeumainak rangsorát évről évre listázó *Art Newspaper* magazin 2020 óta már nemcsak az intézmények kapuján áthaladó látogatók számára elemzi, hanem közösségi médiaplatformjaik követőit is. A neves amerikai lap nyomán a jövőben valószínűleg egy-egy intézmény rangjának meghatározásakor már online követőinek száma is szerepet fog játszani, így a múzeumoknak ezen a téren is erőfeszítéseket kell tenniük. A fejlődés érdekében nélkülözhetetlen lesz a felhasználóorientált, stratégiai tervezés. Amennyiben a közgyűjtemények erősíteni akarják online közönségkapcsolataikat, meg kell érteniük, hogyan viselkednek felhasználóik, milyen motivációval érkeznek, miként lehet őket támogatni, és milyen új értékeket lehet kínálni számukra.

A világon mindenütt számolni kell azzal, hogy a kényszerből fakadó digitális innovációk az intézmények egy részében kérészéletűek lesznek, azaz ezeket a kezdeményezéseket rövid távú újításnak vagy ideiglenes intézkedésnek kell tekintenünk. Az első három járványhullám alatt szerzett tapasztalatok – megfelelő motivációval – mégis a folyamatban lévő digitális átalakulások felgyorsulását jelenthetik.⁶⁸⁸ Erre azért is muszáj lenne gondolni, mert a

⁶⁸⁸ Richardson 2021.

megnövekedett digitális tartalomgyártás, a digitális eszközökkel szemben tapasztalt pozitív elmozdulás egyáltalán nem jelentette a múzeumi gyűjtemények digitalizációjának felgyorsulását. Magyarországon sem volt tapasztalható az online elérhető, leíró metaadatokkal ellátott gyűjteményi adatbázisok kiugró gyarapodása. Nem lett több informatikai szakalkalmazott, nem nőtt az intézmények IKT-felszereltsége, nem észlelhető az online elérhető adatbázisok kiugró növekedése Magyarországon a Kulturális Statisztikai Adatgyűjtő Rendszer összesítése szerint.⁶⁸⁹ 2020-ban éppúgy 12 százalék volt a nyilvános digitális tartalmak aránya, mint 2019-ben, és a digitálisan feldolgozott műtárgyak mértéke sem gyarapodott jobban.⁶⁹⁰ A digitális tartalommal, szakmai adatbázissal rendelkező intézmények száma sem emelkedett a megszokott ütemnél erőteljesebben, inkább a korábban helyben elérhető adatok váltak online elérhetővé. A NEMO 2020 márciusa és májusa között az európai múzeumi gyűjtemények digitalizációjának helyzetét feltáró tizenöt ország hatvan múzeumában elvégzett vizsgálata arra is rávilágított, hogy a különböző tematikájú múzeumok máshogy viszonyulnak a területhez. A válaszadó intézmények gyűjteményének átlagosan 43,6 százaléka került eddig digitalizálásra, ebből a művészeti és designmúzeumok alkotásainak 65, a természettudományi múzeumok darabjainak csupán 15, a történelmi és archeológiai múzeumokénak pedig 27 százaléka kapott elektronikus formátumot.⁶⁹¹ A gyűjtemények jellege, a műtárgyak fizikai jellemzői minden bizonnyal hozzájárulnak a különbségekhez, de a probléma mélyebb összefüggéseinek feltárása még várat magára. Theodor Nelson, a hipertext, a hipermédia, a virtualitás és az intertvingularitás fogalmának megalkotójának bevezetőben idézett *20/20 Viziójának* pont ez a része bicsaklott meg a múzeumok esetében: 2020-ban ezermillió képernyő volt bekapcsolva, amely előtt az emberek milliói kontroll nélkül, sosem látott mennyiségben férhettek hozzá a közös kulturális örökséghez. Pontosabban annak csak azon objektumaihoz, amelyeknek megőrzői digitalizálták és online hozzáférhetővé tették őket.

A múzeumoknak nem egyedül a fizikai gyűjteményeik digitalizálásával van problémájuk. Néhány progresszív megoldás ellenére (például PIM, Szabadtéri Néprajzi Múzeum, Ludwig Múzeum) a magyar intézmények többségében nem megoldott a born-digital, a digitálisan született anyagok gyűjteményben való elhelyezésének kérdése, nyilvántartásuk és megőrzésük. Az archiválás nehézségei a nem egy múzeum által indított, a koronavírus-világjárvány hatását dokumentáló gyors reagálású gyűjtőkampányokra beküldött szövegek, képek és videók tekintetében is veszélyt jelenthetnek. Az új kihívás megjelenése azonban progresszióra is utal. Az a tény, hogy a múzeumi kutatások, gyűjtőkampányok, gyűjtemények megnyíltak az

⁶⁸⁹ Forrás: <https://kultstat.oszk.hu/#/home/public> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 11.

⁶⁹⁰ Az európai múzeumokban ez az arány 20 százalék. Bakai 2020a.

⁶⁹¹ Uo.

eredendően digitális anyagok előtt, jelzi, hogy az erre vállalkozó intézmények szakítottak korábbi, kizárólag a materiális környezetre és fizikai tárgyakra, kézzel fogható dokumentumokra korlátozódó fókuszukkal. A megőrzés birodalmába saját jogon beléphetek a digitális világ teremtményei. Azaz már nem reprodukcióként, aurájukat vesztett digitális másolatként, hanem saját történetükkel, készítőjükkel, származási helyükkel, használójukkal, adományozójukkal együtt is elfoglalhatják helyüket a nyilvántartási rendszerek most kialakuló egységeiben.

A kortárs múzeumi gyakorlatok esetében is tetten érhető ez az elmozdulás. Még akkor is, ha az intézmények többségében a klasszikus múzeumi működésnek csak alternatíváját, válságkezelését jelentették a digitális módszerek, érzékelhető, ahogyan a közgyűjtemények számára valósággá válik a digitális, virtuális és online világ, valóságos munkává az itt folyó, ezen a terepen végzett munka. Éppúgy felfedezhetők ebben a tevékenységben a klasszikus múzeumi módszertan elemei, mint az új muzeológia nyitottságra, többszólamúságra, interdiszciplinaritásra, hozzáférhetőségre, kritikai álláspontra, részvételiségre hangsúlyt helyező gyakorlata. Ráadásul az online térben megvalósítható költséghatékony műhelymunkák lehetőséget kínálnak arra, hogy a múzeumi projektek felelősei – esetenként - felszabaduljanak a bevételnövelés, látogatószámnövelés mindennapi terheitől.

Mindez azt is jelenti, hogy a múzeumépületek hosszúra nyúlt zárvatartása és az intézmények online nyitvatartása nyomán a hazai intézmények tevékenysége is elemezhetővé vált az úgynevezett posztdigitális múzeum modellje által. Kevés olyan magyar múzeum maradt, ahol a digitális eszközök (számítógép, mobiltelefon, szkennerek, internet, e-mail, útvonaltervező, multimédiás kijelzők, adatbáziskezelő programok és más szoftverek stb.) nem képezik a mindennapi gyakorlat szerves részét. A digitális technológia olyan új normativitás, amely a munka és az élet része, s nem egy, a múzeum fizikai mivoltától független tényező.⁶⁹² A múzeum offline és online terei egyre kevésbé válnak szét, a virtuális és analóg rendszerek kiegészítik egymást, sőt esetenként a pervazív múzeum modelljéhez hasonlóan az intézményi működés egészét áthatja már a digitalizáció.

Ez a szemléletváltás a múzeumi digitalizáció, a digitalizált tartalmak láthatóvá tétele, narratív beágyazása, bemutatása, hasznosítása szempontjából gyökeres változást hozhat, ha a terület megfelelő támogatást kap, kihasználva a digitális kompetenciákban bekövetkező változásokat. Kár lenne finanszírozás és megfelelő fenntartói disztribúció hiányában kiaknázatlanul hagyni a helyzetben rejlő lehetőségeket. Még ha a múzeumok képesek voltak is az online térben elérhető digitális tartalmaikkal nyilvánosságukat biztosítani, nem szabad arról

⁶⁹² Parry 2013.

megfelelkezni, hogy IKT-felszereltségük továbbra is hiányos, nincs elegendő szakember és megfelelő szaktudás még az országos múzeumokban sem ahhoz, hogy következetes digitalizációs stratégiára építkezzen a terület.⁶⁹³

A világjárvány arra kényszerítette a nemzeteket, hogy szakítsanak kulturális hagyományaik olyan megszokott elemeivel, mint a kézfogás, az ölelés, a csók, a karácsonyi vacsora vagy a húsvéti locsolás. Az embereknek a járvány miatt érzett szorongásuk, félelmük mellett olyan szokásokról kellett lemondaniuk, amelyek a családi és közösségi együttlét legfontosabb pillanatait jelentették számukra. A múzeumok ebben a kétségbeejtő helyzetben kulcsszerepet tölthettek be: a nemzeti és közösségi identitás hiteles képviselőjeként, az összetartozást, illetve a kihívások felett aratott győzelmet kifejező tárgyak őrzőjeként, a tudomány és a művészet szimbólumaként némiképp ellensúlyozhatták a veszteségből eredő stresszt. A kutatásaim során bebizonyosodott, hogy az online múzeumok fontos kiterjesztései és kiegészítései lehetnek a fizikai múzeumoknak. A pandémia alatt az intézmények és a kultúra iránt érdeklődők között érdekazonosság alakult ki: az előbbieknél fontos volt, hogy láthatóvá váljanak, megmutassák, hogy fizikai látogatóforgalom nélkül is nélkülözhetetlenek, az utóbbi, különböző motivációval, háttérrel rendelkező kategóriába sorolható népszerűség pedig tartalmas elfoglaltságot talált. Ez a pillanatnyi együttállás azonban nem tartós, a múzeumoknak intézményi gyakorlatukban meg kell határozniuk azokat a célcsoportokat, amelyekhez az online térben szólni kívánnak, meg kell találniuk azokat, akikkel magasabb szintű vagy rendszeres együttműködések terveznek.

Ahogy a kulturális szektor egészére, a múzeumokra is hosszú távú hatást gyakorol majd a pandémia. Az intézményeknek nemcsak digitális és analóg tereik viszonyát, stratégiájukat kell újrafogalmazniuk. Az ICOM nemzetközi konferenciáin már évek óta téma a múzeum definíciójának felülvizsgálata. Legutóbb közvetlenül a járvány előtt, 2019 szeptemberében Kiotóban hiúsult meg az új múzeumdefiníció elfogadása.⁶⁹⁴ A következő, 2022-ben Prágába tervezett, *A múzeumok ereje* című 26. ICOM-közgyűlés előtt álló feladat még bonyolultabb lesz, hiszen a pandémia idején szerzett tapasztalatok, a kihívások nyomán elindult változások, a szerteágazó online terek kiépítése még szövevényesebbé tették mindazt a komplex jelentéshalmazt, amit múzeumnak hívunk – legyen az falakon belül vagy épp azokon túl.

⁶⁹³ Hasonló álláspontot fogalmazott meg az Europeana által a járvány közgyűteményi digitalizációra gyakorolt hatásának vizsgálatával megbízott Culture 24 is. Költségvetési forrásokkal és stratégiai szinten is reagálni kell, hogy a járvány alatt tapasztalt erőfeszítések ne vesszenek kárba. Arra is felhívják a figyelmet, nem szabad megfeleledkezni arról, hogy a múzeumokban a digitális erőforrások és az ezekhez kapcsolódó szakértelem hiányos. Finnis–Kennedy 2020, 26–27.

⁶⁹⁴ Galambos 2019a és b, 1.4. fejezet.

Irodalom

AAM (American Alliance of Museums)

2020 National Survey of COVID–19 Impact on United States Museums, <https://www.icpsr.umich.edu/web/NADAC/studies/37980> – Utolsó letöltés: 2021. 08. 10.

2021 National Snapshot of COVID–19 Impact on United States Museums Research Conducted By: Fielded April 6–30, 2021_Third-Snapshot-Survey-on-the-Impacts-of-COVID19-on-the-Museum-Field.pdf (aam-us.org) – Utolsó letöltés: 2021. 08. 10.

ABT, Jeffrey

2012 A nyilvános múzeum előtörténetei. In Kékesi Zoltán–Lázár Eszter–Varga Tünde–Szoboszlai János (szerk.): *A gyakorlattól a diszkurzusig. Kortárs művészetelméleti szöveggyűjtemény*. 4–23. Budapest: Magyar Képzőművészeti Egyetem, Képzőművészet-elméleti Tanszék

ADAMOVIC, Meghan

2013 *Social Media and Art Museums: Measuring Success*. [Master's thesis, University of Oregon] <https://core.ac.uk/download/pdf/36687473.pdf> – Utolsó letöltés: 2021. 07. 28.

AGOSTINO, Deborah – ARNABOLDI, Michela – LAMPI, Antonio

2020 Italian state museums during the COVID-19 crisis: from onsite closure to online openness. *Museum Management and Curatorship*. DOI: <https://doi.org/10.1080/09647775.2020.1790029> – Utolsó letöltés: 2021. 07. 28.

ALLISON-BUNNELL, Steven

2007 Successful Online Learning Interactives. In *Archives & Museum Informatics: Museums and the Web 2007: Workshop: Successful Online Learning Interactives (archimuse.com)* https://www.archimuse.com/mw2007/abstracts/prg_325000843.html – Utolsó letöltés: 2021.11.14.

ANDERSON, Leslie Anne – DeRIEMER, Alison C.

2020. Preserving a Pandemic with Zoom: The National Nordic Museum's COVID-19 Oral History Project. In *Collections: A Journal for Museum and Archives Professionals*.

DOI:<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1550190620980837> –

Utolsó letöltés: 2021. 01. 17.

APPADURAI, Arjun (ED.)

1986 *The social life of things. Commodities in cultural perspective*. Cambridge: Cambridge University Press.

ARAPOVICS Mária

2017 Közösségi részvételi alapú működés – a múzeumok társadalmiasítása. In Bereczki Ibolya-Sári Zsolt (szerk.): *Ház és ember: A Szabadtéri Néprajzi Múzeum Közleményei* 28–29. 91–103. Szentendre: Szabadtéri Néprajzi Múzeum

2018 Közösségi múzeum – a múzeumok szerepe a települési közösségfejlesztésben és a múzeumok társadalmiasítása. In Arapovics Mária–Bereczki Ibolya–Nagy Magdolna (szerk.): *Kulturális örökség – múzeumi közösségek*. (Múzeumi irányítói 15.) 11-28. Szentendre: Szabadtéri Néprajzi Múzeum - Múzeumi Oktatási és Módszertani Központ.

ARAPOVICS Mária – BERÉNYI Marianna – HAVASI Bálint – HEGEDŰSNÉ MAJNÁR Márta–SZU Annamária – VALACHI Katalin

2019 A közösségi részvételi működés, a társadalmiasítás lehetőségei a muzeális intézményekben. In Arapovics Mária–Beke Márton–Dóri Éva–Tóth Máté (szerk.): *A kulturális intézmények társadalmiasított működési módja. Módszertani útmutató a közösségi részvételen alapuló működtetéshez*. 95-154. Budapest: Szabadtéri Néprajzi Múzeum – NMI Művelődési Intézet – Országos Széchényi Könyvtár

ARTS MARKETING ASSOCIATION

2020 COVID–19 Impact: Museum sector research findings. <https://www.culturehive.co.uk/resources/COVID–19-impact-museum-sector-research-findings/> – Utolsó letöltés: 2020. 05. 28.

ART FUND

- 2020 COVID–19 Impact: Museum sector research report on the challenges facing museums and galleries. <https://www.artfund.org/blog/2020/05/28/covid19-impact-research-report> – Utolsó letöltés: 2020. 05. 28.

AXELSSON, Bodil

- 2018 Online collections, curatorial agency and machine-assisted curating. In K. Drotner–V. Dziekan–R. Parry– K. C. Schroder (szerk.): *The Routledge Handbook of Museums, Media and Communication*. Routledge. <https://www.taylorfrancis.com/chapters/oa-edit/10.4324/9781315560168-6/online-collections-curatorial-agency-machine-assisted-curating-bodil-axelsson> – Utolsó letöltés: 2021. 08. 10.

BAKAI Brigitta

- 2020a Múzeumi gyűjtemények kihívásai az online térben. A NEMO digitalizációs felmérése. *Magyar Múzeumok Online* <https://magyarmuzeumok.hu/cikk/muzeumi-gyujtemenyek-kihivasai-az-online-terben-a-nemo-digitalizacios-felmerese>. – Utolsó letöltés: 2021. 08. 10.
- 2020b A NEMO felmérésének eredményei - Múzeumok a koronavírus idején. *Magyar Múzeumok Online* <https://magyarmuzeumok.hu/cikk/a-nemo-felmeresenek-eredmenyei-muzeumok-a-koronavirus-idejen> – Utolsó letöltés: 2021. 08. 10.

BALÁZS György

- 2000 Gyűjteménykezelés és megelőző műtárgyvédelem: a kapcsolat. *Néprajzi Értesítő*. 82. 13-34.

BALÁZS László (szerk.)

- 2021 *Digitális kommunikáció és tudatosság*. (A kommunikáció oktatása 13.) Budapest: Hungarovox

BÁNKI Zsolt István

- 2007 Digitális múzeum: egységes múzeumi elektronikus szolgáltatási környezet kialakítása a Petőfi Irodalmi Múzeumban. *Tudományos és Műszaki Tájékoztatás*, 54. 9. http://epa.hu/03000/03071/00003/pdf/EPA03071_tmt_2007_09_395-401.pdf – Utolsó letöltés: 2021. 08. 10.

- 2008 A szabványos integrált múzeumi rendszer alkalmazásának szükségessége és feltételei. *Néprajzi Értesítő* 90. 117–123.
- 2010a Múzeumok az Europeanban – az ATHENA. *Tudományos és Műszaki Tájékoztatás*. 2010. 9. <https://tmt.omikk.bme.hu/tmt/article/view/7759> – Utolsó letöltés: 2021. 10. 10.
- 2010b Digitális múzeum: egységes múzeumi elektronikus szolgáltatási környezet kialakítása a Petőfi Irodalmi Múzeumban. In Cséve Anna–Lenkei Júlia–Sulyok Bernadett (szerk.): *Az irodalom emlékezete: tanulmányok az irodalmi muzeológiáról*. Budapest: PIM 242–252.

BÁNKI Zsolt István – SZECSEY István

- 2010 Digitalizációs törekvések az európai és hazai múzeumi gyakorlatban. *Múzeumi közlemények* 2010/1. 39–46.

BÁNYAI Edit – NOVÁK Péter (szerk.)

- 2016 *Online üzlet és marketing*. Budapest. DOI: 10.1556/9789630597258 – Utolsó letöltés: 2021. 08. 10.

BÁRD Edit

- 2009a Iskolabarát múzeumi kommunikáció. In Bereczki Ibolya és Ságghi Ilona (szerk.): *Iskolabarát múzeumi környezet*. (Múzeumiskola 5.) 52-56. Szentendre: Szabadtéri Néprajzi Múzeum Múzeumi Oktatási és Képzési Központ
- 2009b Múzeumok a világhálón, tartalmak a múzeumi honlapokon. In Vásárhelyi Tamás–Kárpáti Andrea (szerk.): *A múzeumi tanlás kézikönyve*. Továbbképző tanfolyami jegyzet. 163-164. Budapest.
- 2010a Kommunikációelméletről röviden. In Bereczki Ibolya–Ságghi Ilona (szerk.): *Múzeumi kommunikáció az oktatás szolgálatában* (Múzeumiskola 7.), 11-14. Szentendre: Szabadtéri Néprajzi Múzeum Múzeumi Oktatási és Képzési Központ.
- 2010b Marketing a múzeumban. In Bereczki Ibolya–Ságghi Ilona (szerk.): *Múzeumvezetési ismeretek I.* (Múzeumi iránytű) 8. 161-169. Szentendre: Szabadtéri Néprajzi Múzeum Múzeumi Oktatási és Képzési Központ.
- 2010c A kommunikáló múzeum. In Bereczki Ibolya–Ságghi Ilona (szerk.): *Múzeumvezetési ismeretek I.* (Múzeumi iránytű 8.) 178-181. Szentendre: Szabadtéri Néprajzi Múzeum Múzeumi Oktatási és Képzési Központ.

- 2011 Múzeumok a világhálón, tartalmak a múzeumi honlapokon. In Vásárhelyi Tamás–Kárpáti Andrea (szerk.): *Múzeumi tanulás*. 201-203. Budapest: MTM – Typotex,
- 2015 Múzeum az élményszerű tanulás helyszíne. A múzeumpedagógia jelene és lehetőségei. [Doktori disszertáció]
<https://doktori.hu/index.php?menuid=193&lang=HU&vid=15753> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 10.

BARTA Géza

- 2009 Böngésző tanár, szörföző diák – Oktatási tartalmak és lehetőségek múzeumok honlapjain. In Vásárhelyi Tamás–Kárpáti Andrea (szerk.): *A múzeumi tanulás kézikönyve*. Továbbképző tanfolyami jegyzet. 165-166. Budapest

BARTHES, Roland

- 1975 *Válogatott írások*. Budapest: Európa
1996 *A szöveg öröme*. Budapest: Osiris

BARTOLINI, Chiara

- 2020 Rethinking the Role of Museums in a Time of Crisis. *Cultural Practices*
<https://www.culturalpractice.org/article/rethinking-the-role-of-museums-in-a-time-of-crisis> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 01.

BATTRO, Antonio M.

- 2012 Malraux képzeletbeli múzeumától a virtuális múzeumig. In Palkó Gábor (szerk.) *Múzeumelmélet. A képzeletbeli múzeumtól a hálózati múzeumig*. 44-63. Budapest: Petőfi Irodalmi Múzeum – Ráció Kiadó

BAUDRILLARD, Jean

- 1994 *Simulacra and Simulation*. Ann Arbor: University of Michigan Press

BAUTISTA, Susanna–BALSAMO, Anne

- 2011 Understanding the Distributed Museum: Mapping the Spaces of Museology in Contemporary Culture. In J. TrantD.–Bearman (eds). *Museums and the Web 2011: Proceedings*. Toronto: Archives & Museum Informatics.

http://conference.archimuse.com/mw2011/papers/understanding_distributed_museum – Utolsó letöltés: 2021. 11. 27.

BAYER Árpád

2017 Külső erők, közösségek és a múzeum. *Magyar Múzeumok Online*. <https://magyarmuzeumok.hu/cikk/kulso-erok-kozossegek-es-a-muzeum> - Utolsó letöltés: 2021. 11. 27.

2018 Élmények, történetek és tárgyak. Egy holland múzeum és ötletei. *Magyar Múzeumok Online*. <https://magyarmuzeumok.hu/cikk/elmenyek-tortenetek-es-targyak-egy-holland-muzeum-es-otletei> – Utolsó letöltés: 2021. 10. 17.

BENCÉNÉ Fekete Andrea

2021 Digitális oktatás a család szemszögéből. In *Gyermeknevelés Tudományos Folyóirat* 9. 2. 205–226. DOI: 10.31074/gyntf.2021.2.205.226 – Utolsó letöltés: 2021. 10. 17.

BENNETT, Tony

2012 A kiállítási komplexum. In Kékesi Zoltán - Lázár Eszter - Varga Tünde - Szoboszlai János (szerk.): *A gyakorlattól a diszkurzusig. Kortárs művészetelméleti szöveggyűjtemény*. 24–50. Budapest: Magyar Képzőművészeti Egyetem, Képzőművészet-elméleti Tanszék

BENJAMIN, Walter

1969 A műalkotás a technikai sokszorosíthatóság korában. In Benjamin, Walter: *Kommentár és Prófécia*. 301-334. Budapest: Gondolat http://tek.bke.hu/korok/frankfurtiak/honlap/media/szoveg/benjamin_sokszorosit.htm – Utolsó letöltés: 2021. 09. 19.

BÉNYEI Judit – RUTTKAY Zsófia

2021 A digitális múzeum 10 éve. In *Tudásmenedzsment* 22. (2. különszám) 84-105. DOI: 10.15170/TM.2021.22.K2.4 – Utolsó letöltés: 2021. 11. 27.

BERECZKI Ibolya

2005a A Néprajzi Látványtár és a Szabadtéri Néprajzi Múzeum digitalizálási programja. *Néprajzi Értesítő*. 86. 9-24.

- 2005b Néprajzi Látványtár a Szabadtéri Néprajzi Múzeumban. Tanulmányi raktár a muzeológia szolgálatában. *Magyar Múzeumok* 2005. 2. 33-36.
- 2007 Archívumdigitalizálás a Szabadtéri Néprajzi Múzeumban. *Tudományos és Műszaki Tájékoztatás*. Könyvtár- és Információtudományi szakfolyóirat 54. 2007. 9. 389-394.
- 2010a A múzeum küldetése és a múzeumi imázs. In Bereczki Ibolya–Sághi Ilona (szerk.): *Múzeumi kommunikáció az oktatás szolgálatában* (Múzeumiskola 7.), 3-11. Szentendre: Szabadtéri Néprajzi Múzeum Múzeumi Oktatási és Képzési Központ.
- 2010b A múzeum küldetése és a múzeumi imázs. *Ethnographia* 121. 2010. 4. 372-385.

BERECZKI Ibolya – NAGY Magdolna (szerk.)

- 2020 *Érték, hatás, változás*. Írások A mi múzeumunk kiemelt projekt eredményeiről. (Múzeumi iránytű 29.) Szentendre: Szabadtéri Néprajzi Múzeum - Múzeumi Oktatási és Módszertani Központ

BERECZKI Ibolya – NAGY Magdolna – SZU Annamária (szerk.)

- 2019 *Szolgáltató múzeum*. (Múzeumi iránytű 19.) Szentendre: Szabadtéri Néprajzi Múzeum - Múzeumi Oktatási és Módszertani Központ

BERECZKI Ibolya – NÉPESSY Noémi

- 2020 *Modern múzeumi interpretáció*. (Múzeumi iránytű 23.) Szentendre: Szabadtéri Néprajzi Múzeum - Múzeumi Oktatási és Módszertani Központ

BEZECZKY Tamás – REZI Kató Gábor

- 1991 A Magyar Nemzeti Múzeum régészeti számítógépes programja 1982-1990. *Múzeumi Hírlevél* 1991. 5-13.

BERÉNYI Marianna

- 2012 Múzeumaink műtárgyai – gigabájtban mérve. A digitalizáció helyzete a hazai kiállítási intézményekben. *MúzeumCafé*, 27. 2012. 1. 48–57.
- 2014 Átalakuló megyei intézmények, átalakuló online felületek. *MúzeumCafé*, 40. 2014. 2. 46–47.
- 2018a Hogyan terjeszd ki a múzeum gyűjteményét játékosan? San Francisco Modern Művészeti Múzeuma (SFMOMA) díjnyertes üzenetküldő ötlete. *Magyar*

- Múzeumok Online*. <https://magyarmuzeumok.hu/cikk/hogyan-terjeszd-ki-a-muzeum-gyujtemenyet-jatekosan> – Utolsó letöltés: 2019. 11. 02.
- 2018b Aggregátorok halála és felhőben úszó archívumok. *MúzeumCafé*, 65. 2018. 3. 56–75.
- 2019 Partecipáció: vízió vagy lehetőség? A Magyar Nemzeti Múzeum és a részvételi gyakorlat. In Szvitek Róbert József (szerk.): *Folia Historica XXXIV*. A Magyar Nemzeti Múzeum történeti évkönyve 227-239. Budapest
- 2020a Közösségépítő múzeumok, múzeumi közösségek az online térben. *MúzeumCafé*, 77. 2020. 3. 87–104.
- 2020b A legjobb mellékszereplő: a múzeum. In *MúzeumCafé*, 79. 2020. 5. 85–118.
- 2020c Tudáskörforgás a múzeumi gyűjtemény és a virtuális világ között. Hogyan támogatják a tudásközvetítést a digitális adatbázisok? In Nagy Molnár Miklós–Körösparti Péter (szerk.) *Történelmi és néprajzi örökségek az ókortól napjainkig. Virtuális múzeumok, internetes adattárak, gyűjtemények és használatuk lehetőségei*. 11–31. Karcag: Györffy István Nagykun Múzeum
- 2020d Párhuzamos különidők a kurátori jelenben. Beszélgetés Róka Enikővel, a Fővárosi Képtár vezetőjével. *MúzeumCafé*, 75–76.
<http://muzeumcafe.hu/hu/parhuzamos-kulonidok-kuratori-jelenben/> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 27.
- 2020e Numizmatika, ami felrobbantotta az internetet. Előszó. In Tóth Csaba: *Pénzek színes világa*. 7-8. Budapest: Martin Opitz Kiadó, Magyar Nemzeti Múzeum
- 2021a A koronavírus terjedése a múzeumi gyűjteményekben. *MúzeumCafé*, 81–82. 15. évf., 2021.1–2. 39–70.
- 2021b *Hogyan értékeli a magyar látogatók a múzeumok koronavírus alatt folytatott online tevékenységét?* Szentendre.
https://mokk.skzen.hu/admin/data/file/20210527/berenyi_marianna_hogyan_ertekelik_a_latogatok_a.pdf – Utolsó letöltés: 2021. 11. 27.
- 2021c Virtuális várépítők valósága. A 3D digitális várrekonstrukciók és a tudomány. *MúzeumCafé*, 84. 2021. 4. 133–187.
- 2021d Online szálakkal összevarrva – múzeumi közösségek a világhálón. *Tudásmenedzsment*. 22. (2. különszám). 65–188.
DOI: doi.org/10.15170/TM.2021.22.K2.9 – Utolsó letöltés: 2021. 11. 27.
- 2021e Keresd a nőt! Hiánypótló online kiállítások. *Dajer.hu*, <https://dajer.hu/keresd-a-not-hianypotlo-online-kiallitasok> – Utolsó letöltés: 2021. 10. 17.

- 2021f Áttört falak mögött: múzeumi digitalizáció. *MúzeumCafé*, 85. 15. évf., 2021.5. 52–89.
- 2021g 1000 főt megkérdeztünk! Hogyan értékelik a magyar látogatók a múzeumok koronavírus alatt folytatott online tevékenységét? Kutatás. *Magyar Múzeumok Online*. <https://magyarmuzeumok.hu/cikk/1000-fot-megkerdeztunk-hogyan-ertekelik-a-magyar-latogatok-a-muzeumok-koronavirus-alatt-folytatott-online-tevekenyseget> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 27.
- 2021h Kolonializmuskritika gyarmat nélkül? Magyar múzeumok és a posztkolonialitás. *MúzeumCafé* 83. 2021.2. 251-283.
- 2021i Így dolgoztunk mi a járvány idején! 1. rész: a kérdőíves kutatás válaszadói. Kutatási jelentés. *Magyar Múzeumok Online* .
<https://magyarmuzeumok.hu/cikk/igy-dolgoztunk-mi-a-jarvany-idejen-1-resz-a-kerdoives-kutatas-valaszadoi> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 27.
- 2021j Így dolgoztunk mi a járvány idején! 2. rész: az otthoni munkavégzés lehetősége. Kutatási jelentés. *Magyar Múzeumok Online*.
<https://magyarmuzeumok.hu/cikk/igy-dolgoztunk-mi-a-jarvany-idejen-2-resz-az-otthoni-munkavegzes-lehetosege> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 27.
- 2021k Így dolgoztunk mi a járvány idején! 3. rész: a munka tervezhetősége, ellenőrzése. Kutatási jelentés. *Magyar Múzeumok Online*.
<https://magyarmuzeumok.hu/cikk/igy-dolgoztunk-mi-a-jarvany-idejen-3-resz-a-munka-tervezhetosege-ellenorzese> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 27.
- 2021l Így dolgoztunk mi a járvány idején! 4. rész: bércsökkenés, bevételkiesés. Kutatási jelentés. *Magyar Múzeumok Online*.
<https://magyarmuzeumok.hu/cikk/igy-dolgoztunk-mi-a-jarvany-idejen-4-resz-bercsokkenes-bevetelkieses> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 27.
- 2021m Így dolgoztunk mi a járvány idején! 5. rész: az otthoni munkavégzés hatékonysága, visszajelzések, kapcsolattartás. Kutatási jelentés. *Magyar Múzeumok Online*. <https://magyarmuzeumok.hu/cikk/igy-dolgoztunk-mi-a-jarvany-idejen-5-resz-az-otthoni-munkavegzes-hatekonysaga-visszajelzesek-kapcsolattartas> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 27.
- 2021n Így dolgoztunk mi a járvány idején! 6. rész: a home office mentális következményei. Kutatási jelentés. *Magyar Múzeumok Online* .
<https://magyarmuzeumok.hu/cikk/igy-dolgoztunk-mi-a-jarvany-idejen-6-resz-a-home-office-mentalis-kovetkezmenyei> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 27.

- 2021o Így dolgoztunk mi a járvány idején! 7. rész: múzeumi feladatok otthonra. Kutatási jelentés. *Magyar Múzeumok Online*.
<https://magyarmuzeumok.hu/cikk/igy-dolgoztunk-mi-a-jarvany-idejen-7-resz-muzeumi-feladatok-otthonra> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 27.
- 2021p Így dolgoztunk mi a járvány idején! 8. rész: Emberek a múzeumi online tartalmak mögött. Kutatási jelentés. *Magyar Múzeumok Online*.
<https://magyarmuzeumok.hu/cikk/igy-dolgoztunk-mi-a-jarvany-idejen-8-resz-emberek-a-muzeumi-online-tartalmak-mogott> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 27.
- 2021q Így dolgoztunk mi a járvány idején! 9. rész: A hiányzó tapasztalat, a gyakorlati tudás megszerzésének lehetőségei, szakmai háló. Kutatási jelentés. *Magyar Múzeumok Online*. <https://magyarmuzeumok.hu/cikk/igy-dolgoztunk-mi-a-jarvany-idejen-9-resz-a-hianyzo-tapasztalat-a-gyakorlati-tudas-megszerzesenek-lehetosegei-szakmai-halo> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 27.
- 2021r Így dolgoztunk mi a járvány idején! 10. rész: A digitális infrastruktúra hiánya - otthoni eszközök, ingyenes programok. Kutatási jelentés. *Magyar Múzeumok Online*. <https://magyarmuzeumok.hu/cikk/igy-dolgoztunk-mi-a-jarvany-idejen-10-resz-a-digitalis-infrastruktura-hianya-otthoni-eszkozok-ingyenes-programok> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 27.
- 2021s Így dolgoztunk mi a járvány idején! 11. rész: Milyen online tartalmat tart sikeresnek a múzeum, milyen a látogató? Kutatási jelentés. *Magyar Múzeumok Online*. <https://magyarmuzeumok.hu/cikk/igy-dolgoztunk-mi-a-jarvany-idejen-11-resz-milyen-online-tartalmat-tart-sikeresnek-a-muzeum-milyen-a-latogato> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 27.

Megjelenés alatt

Posztdigitális jelen: a pandémia hatása a múzeumok online tereire. In Jakab Albert Zsolt–Vajda András (szerk.): *Járvány-lét-helyzetek. A Covid–19 világjárvány hatása a mindennapokra és a társadalomkutatásra*. Kolozsvár: Kriza János Néprajzi Társaság (2021.)

Megjelenés alatt

A pandémia múzeumi lenyomatai - Reflexió a koronavírus világjárvány múzeumi online gyűjtőkampányaira. *Tabula* 21. évfolyam. Tematikus lapszám.

BERÉNYI Marianna – GRÁSZLI Bernadett – HALÁSZ János – KÁLNOKI-GYÖNGYÖSSY Márton

2013 Milyen kritériumok alapján kellene meghatározni a múzeumok, kiállítóhelyek, gyűjtemények normatív támogatását? In *MúzeumCafé*, 35. 2013. 3. 26-30.

BERTACCHINI, Enric – MORANDO, Federico

2011 The Future of Museums in the Digital Age: New Models of Access and Use of Digital Collections. *International Journal of Arts Management* - https://www.researchgate.net/publication/254455846_The_Future_of_Museums_in_the_Digital_Age_New_Models_of_Access_and_Use_of_Digital_Collections – Utolsó letöltés: 2021. 08. 24.

BÍRÓ Ferenc – FEKETE Sándor – PETRÓCZI Gabriella

2020 Koronavírus a Facebookon – tartalomelemzéses vizsgálat. *Szellem és Tudomány*, 2020. 2. 87–116.

http://szociologiaszak.uni-miskolc.hu/docs/SzellemesTudomany2020_2.pdf#page=117 Utolsó letöltés: 2021. 11. 24.

T. BÍRÓ Katalin

1991 A számítógép múzeumi alkalmazásáról. *Múzeumi Hírlevél*. 12. 9. 9.

2008 A múzeumi nyilvántartás számítógépes rendszerének hivatalos bevezetése. *Múzeumi Közlemények*, 2008. 2. 54–64.

T. BÍRÓ Katalin – ŐRINÉ Nagy Cecília

1990 „A számítógép TÁRSA, MONDD, AKARSZ-E LENNI?” *Múzeumi Hírlevél*, 11.10. 8–10.

BISHOP, Claire

2018 *Radikális muzeológia avagy mi a „kortárs” a kortárs művészeti múzeumokban?* Budapest

BODÓ Sándor

1990 Határozat. A múzeumok nyilvántartási feladatának számítógépes ellátására alkalmas szoftver megvásárlásáról. In *Múzeumi Hírlevél* 11. 6.

2016 *A múzeumok története Magyarországon a dualizmus korában.* [Akadémiai doktori értekezés] Budapest.

http://real-d.mtak.hu/1012/7/dc_1362_16_doktori_mu.pdf – Utolsó letöltés: 2021. 10. 10.

BORGES, Jorge Luis

2013 *Bábeli könyvtár.* Budapest, 2013.

BORSOS Roland

2010 Gyűjtemény-gyarapítás internettel – lájk! In *MúzeumCafé*, 20. 2010. 6.

<http://muzeumcafe.hu/hu/gyujtemeny-gyarapitas-internettel-lajk/> – Utolsó letöltés: 2021. 10. 10.

BÖHME, Gernot

2019 Az atmoszféra mint egy új esztétika alapfogalma. In Dánél Mónika–Hlavacska András–Király Hajnal–Vincze Ferenc (szerk.): *Tér-Elmélet-Kultúra. Interdiszciplináris térelméleti szöveggyűjtemény.* 435–459. Budapest

BRAY, Paula

2019 What Does the Face of Nsw Look Like? DX LAB

<https://dxlab.sl.nsw.gov.au/blog/the-face-of-nsw/> – Utolsó letöltés: 2021. 02. 20.

BUDGE, Kylie

2020 Remember Me: Instagram, Selfies and Libraries. *Journal of the Australian Library and Information Association*, 69. 1, 3-16.

DOI:10.1080/24750158.2019.1688507 – Utolsó letöltés: 2021. 10. 10.

BUSH, Vannevar

1998 *Út az új gondolkodás felé.* (1945) MEK.

<http://www.mek.iif.hu/porta/szint/muszaki/szamtech/multimed/memex.hun> – Utolsó letöltés: 2021. 09. 19.

BUZÁS Gergely – KATONA Júlia

2009 Segíti-e a múzeumok látogatottságát a műkincsek virtuális megjelenítése? *MúzeumCafé*, 9. 3. 1. 22–23.

CAMERON, Duncan F.

1971 The Museum, a Temple or the Forum. *Curator*, 14. 1. 11–24.

CARLSSON, Rebecca

2020 Livestreaming and museums: making museums truly accessible. *MuseumNext*.
<https://www.museumnext.com/article/livestreaming-and-museums-making-museums-truly-accessible/> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 09.

CARMAN, John

2012 Bebocsáttatás a kulturális örökségbe avagy: hogyan lesz valamiből múzeumi tárgy. In Palkó Gábor (szerk.) *Múzeumelmélet. A képzeletbeli múzeumtól a hálózati múzeumig*. 202-216. Budapest: Petőfi Irodalmi Múzeum – Ráció Kiadó

CASTELLS, Manuel

2005 *A hálózati társadalom kialakulása - Az információ kora. Gazdaság, társadalom és kultúra* (I. kötet) Budapest: Gondolat-Infonia.

2006 *Az identitás hatalma – Az információ kora. Gazdaság, társadalom és kultúra* (II. kötet). Budapest: Gondolat – Infonia

2007 *Az évezred vége - Az információ kora. Gazdaság, társadalom, kultúra*. (III. kötet) Budapest: Gondolat – Infonia

2012 Múzeumok az információs korszakban. In Palkó Gábor (szerk.) *Múzeumelmélet. A képzeletbeli múzeumtól a hálózati múzeumig*. 30-43. Budapest: Petőfi Irodalmi Múzeum – Ráció Kiadó

CLIFFORD, James

1997 Museums as Contact Zones. In *Clifford - Routes: Travel and Translation in the Late Twentieth Century*. Cambridge. 188-219.

COATES, Charlotte

2020 Coronavirus: how museums are providing alternative education. In Bloolooop.
<https://bloolooop.com/museum/in-depth/coronavirus-museums-education-online-engagement/> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 15.

CROOKE, Elizabeth

- 2011 Museums and Community. In Sharon Macdonald (ed.): *A Companion to Museum Studies*. 170-185. Wiley – Blackwell
- 2020 Communities, Change and the COVID-19 Crisis. *Museum & Society*. 18. 3. <https://journals.le.ac.uk/ojs1/index.php/mas/article/view/3533> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 15.

CZÉKMÁNY Anna

- 2020a Thinglink. Avagy mit használj karantén idején? *Magyar Múzeumok Online*. <https://magyarmuzeumok.hu/cikk/thinglink-avagy-mit-hasznalj-karanten-idejen> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 15.
- 2020b KAPOCS, az összközgyűjteményi legó. *Magyar Múzeumok Online*. <https://magyarmuzeumok.hu/cikk/kapocs-az-osszkozgyujtemenyi-lego> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 15.
- 2021 PSofficial, azaz mit kezdett a Petőfi Irodalmi Múzeum a TikTokkal? *Magyar Múzeumok Online*. <https://magyarmuzeumok.hu/cikk/psofficial-azaz-mit-kezdett-a-petofi-irodalmi-muzeum-a-tiktokkal> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 15.

CZÉKMÁNY Anna – SIDÓ Anna

- 2020 Virtuális kiállítás 2.0. A digitalizált múzeumi tárgyak bemutatásának lehetőségei. In Bárány Tibor–Hamp Gábor–Hermann Veronika (szerk.) *Kulturális iparágak, kánonok és filterbuborékok*. 183–192. Budapest: Typotex

CSEDŐ Zoltán – ZAVARKÓ Máté – SÁRA Zoltán

- 2019 Innováció-e a digitalizáció? A digitális transzformáció és az innovációmenedzsment tanulságai egy pénzügyi szolgáltatónál. *Vezetéstudomány / Budapest Management Review*, 50 (7-8), 88-101. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2019.07.08>

CSERI Miklós

- 2010 Szemléletváltás a múzeumokban. In Bereczki Ibolya–Sághi Ilona (szerk.): *Élmény és tudás. Múzeumi szakemberek a közoktatás szolgálatában*. Kutatási jelentés. (Múzeumi iránytű 4.). 97–103. Szentendre: Szabadtéri Néprajzi Múzeum Múzeumi Oktatási és Képzési Központ

CSORDÁS Izabella

- 2016 Múzeumbarátok, törzsközönség, visszatérő látogatók rendszere. *Magyar Múzeumok Online*
http://archiv.magyar-muzeumok.hu/tema/3704_muzeumbaratok_torzskozonseg_visszatero_latogatok_rendszere – Utolsó letöltés: 2021. 11. 02.

DAVIS, Ben

- 1994 Digital Museums. *Aperture*. 36. 68–70.

DOMBI Judit – RIMAI Dávid (szerk.)

- 2019 *Digitális forradalom világunkba*. Pécs

DRAGON Zoltán

- 2008 „Mi vagy te, web kettes interaktivitás?” 2008. 03.
<http://www.dragonweb.hu/blog/mi-vagy-te-web-kettes-interaktivitas/> – Utolsó letöltés: 2021. 07. 17.

DROTNER, Kirsten – SCHRØDER, Kim Christian

- 2013 Introduction. In Drotner, Kristen–Schrøder, Kim Christian (szerk.) *Museum Communication and Social Media. The Connected Museum*. New DOI: York <https://doi.org/10.4324/9780203500965> – Utolsó letöltés: 2021. 10. 10.

DRÓTOS László

- 2021 Az idő fogságában Ki őrzi meg a közösségi médiát? *Tudományos és műszaki tájékoztatás*. 68. 7. 428–439.
<https://tmt.omikk.bme.hu/tmt/article/view/13062/14767> – Utolsó letöltés: 2021. 07. 31.

DUDÁS Katalin – HUNYADI Zsuzsa

- 2005 A hagyományos (színház, hangverseny, kiállítás) és a modern tömegkultúra (mozi, könnyűzenei koncert) helye és szerepe a kulturális fogyasztásban. *Találkozások a kultúrával VI.*, Budapest: Magyar Művelődési Intézet

DZIEKAN, Vince – PROCTOR, Nancy

- 2019 From elsewhere to everywhere: evolving the distributed museum into the pervasive museum. In K. Drotner–V. Dziekan–R. Parry– K. C. Schroder (eds.): *The Routledge Handbook of Museums, Media and Communication*. Routledge, 177–192. DOI: <https://doi.org/10.4324/9781315560168-15> – Utolsó letöltés: 2021. 10. 10.

ÉBLI Gábor

- 2005 *Az antropologizált múzeum*. Budapest
2016 *Múzeumánia. Egy kulturális élménygyár európai modelljei*. Budapest

EAGLETON, Catherine – OLES, Kamila – ECONOMOU, Maria – CURTIS Neil – COLLINSON, Lisa – WATERS, Susannah

- 2021 Turning a Pivot Into a ‘New Normal’? Online Teaching and Learning with Digitised Collections in Higher Education Contexts. *ICOM*. <https://icom.museum/en/news/online-learning-teaching-digitised-collections/> – Utolsó letöltés: 2021. 07. 31.

FEHÉR Katalin

- 2015 Interkonnektivitás, új média és digitális identitás a regionális kutatásban. Konceptcionális megközelítés ajánlásokkal. *Tér és Társadalom*. 29. 4. DOI:10.17649/TET.29.4.2720 – Utolsó letöltés: 2021. 10. 10.

SZ. FEJES Ildikó

- 2016 Amit az OMMIK-ről tudni kell – szakmai adatbázis a Magyar Nemzeti Múzeumban. *MúzeumCafé*, 52. 2016. 2. 58–71.

SZ. FEJES Ildikó – KÓMÁR Éva

- 2018 A halálraítéltek nevében. Reflexió a *MúzeumCafé* 2018. 65. számában megjelent Aggregátorok halála és felhőben úszó archívumok című interjúra. *MúzeumCafé*, 67. 2018. 5. 41–46.

FEJŐS Zoltán

- 2000 A(z örök) feladat: a gyűjtemények és a műtárgyak megőrzése. *Néprajzi Értesítő*. A Néprajzi Múzeum évkönyve. 82. 5–12.
2002 Ma-dok. Javaslat a kortárs jelenségek múzeumi vizsgálatának megszervezésére. *Magyar Múzeumok*. 8. 3. 18–21.

- 2003 Jelenkorkutatás és néprajzi muzeológia. In Fejős Zoltán (szerk.): *Néprajzi jelenkutatás és a múzeumi gyűjtemények változása*. (MaDok-füzetek 1.). 9–24. Budapest: Néprajzi Múzeum
- 2007 MaDok – jelenkorkutatás, szemléletváltás, intézményi reform. *Múzeumi Közlemények*. 1. 57–74.
- 2008 Múzeumi utak a „high-pop” és a „slowfood” vidékén. *Múzeumi Közlemények* 1. 16–28
- 2017 *Új helyek, új metaforák. Közelítések a jelenkor múzeumi etnográfijához*. Studia Folkloristica et Ethnografica 67. Debrecen

FEJŐS Zoltán (szerk.)

- 2003 *Néprajzi jelenkutatás és a múzeumi gyűjtemények változása*. (MaDok füzetek 1.). Budapest: Néprajzi Múzeum
- 2000 *A Néprajzi Múzeum gyűjteményei*. Budapest: Néprajzi Múzeum

FEJŐS Zoltán – FRAZON Zsófia (szerk.)

- 2004 *Korunk és tárgyaink – elmélet és módszer. Fordításgyűjtemény*. Budapest: Néprajzi Múzeum
- 2005 *Jelentésteleli tárgyak*. (MaDok füzetek 3.) Budapest: Néprajzi Múzeum
- 2006 *Plasztik művek. Alternatív műanyagtörténet a celluloid könyvtáblától a felfújható fotelig*. (MaDok füzetek, 4.) Budapest: Néprajzi Múzeum
- 2007a *Pillanatképek a mából. A kortárs kultúra múzeumi feldolgozása*. (MaDok-füzetek 5.) Budapest: Néprajzi Múzeum
- 2007b *műanyag*. Budapest: Néprajzi Múzeum

FEKETE Bálint

- 2020a Történelemtanítás a digitális térben – Egy igényfelmérés halovány tanulságai. *Újkor*. <https://ujkor.hu/content/tortenelemtanitas-digitalis-terben> – Utolsó letöltés: 2021. 04. 09.
- 2020b Történelemtanítás a digitális térben II. – Egy megismételt felmérés körvonalazódó tanulságai. *Újkor*. <https://ujkor.hu/content/tortenelemtanitas-digitalis-terben-ii> – Utolsó letöltés: 2021. 04. 09.

FINNIS, Jane – KENNEDY, Anra

2020 The Digital Transformation Agenda and GLAMs. A Quick Scan Report for Europeana. *Culture24*.

https://pro.europeana.eu/files/Europeana_Professional/Publications/Digital%20transformation%20reports/The%20digital%20transformation%20agenda%20and%20GLAMs%20-%20Culture24%20findings%20and%20outcomes.pdf –

Utolsó letöltés: 2021. 11. 09.

FODOR János:

2017 Megosztás vagy szerkesztés? A könyvtár változó szerepe a közösségi médiában. *Tudományos és Műszaki Tájékoztatás*, 64. 1. 24–36.

FOSTER Hannah Daisy

2018 Közösségi múzeum. In Frazon Zsófia (szerk.): *...Nyitott Múzeum... Együttműködés, részvétel, társadalmi múzeum*. 86–94., Budapest: Néprajzi Múzeum

FOSTER Hannah Daisy – FÖLDESSY Edina – HAJDU Ágnes – SZARVAS Zsuzsa – SZELJAK György (szerk.)

2018 *Többszólamú múzeum. Néprajzi múzeumi dilemmák a 21. század elején*. Budapest: Néprajzi Múzeum

FOSTER Hannah Daisy – FRAZON Zsófia – GADÓ Flóra – ILLÉS Péter – SCHLEICHER Vera – SZAKÁCS Eszter – TORONYI Zsuzsanna – WILHELM Gábor

2018 Részvétel és együttműködés. In Frazon Zsófia (szerk.): *...Nyitott Múzeum... Együttműködés, részvétel, társadalmi múzeum*. 126–141. Budapest: Néprajzi Múzeum

FOUCAULT, Michel

2000 *A szavak és a dolgok: A társadalomtudományok archeológiája*. Budapest: Osiris

FRAZON Zsófia

2007 Tárgyba zárt jelen – a kortárs tárgykultúra muzealizálása. In Fejős Zoltán–Frazon Zsófia (szerk.): *Pillanatképek a mából. A kortárs kultúra múzeumi feldolgozása*. (MaDok-füzetek 5.). 18–25. Budapest: Néprajzi Múzeum

- 2010 Rohanás, caplatás, elakadás, rekordidő, cél. In Frazon Zsófia (szerk.): *Etnomobil. Mozgásban a kortárs kultúra.* (MaDok-füzetek 7.) 10–15. Budapest: Néprajzi Múzeum
- 2011 *Kiállítás és múzeum. Az újrarajzolás terei.* Budapest–Pécs: Gondolat–PTE BTK Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék
- 2012 Exhibiting culture / kiállított kultúrák; New museology / új muzeológia. In Szakács, Eszter (szerk.) *Curatorial Dictionary.* tranzit.hu, Budapest
- 2013 Ú mint új muzeológia. *Néprajzi Látóhatár.* 22. 2. 4–6.
- 2018a Etnomobil projekt. In Frazon Zsófia (szerk.): *...Nyitott Múzeum... Együttműködés, részvétel, társadalmi múzeum.* 342–355. Budapest: Néprajzi Múzeum
- 2018b Szubjektív múzeum. In Frazon Zsófia (szerk.): *...Nyitott Múzeum... Együttműködés, részvétel, társadalmi múzeum.* 150–161. Budapest: Néprajzi Múzeum

FRAZON Zsófia (szerk.)

- 2018 *...Nyitott Múzeum... Együttműködés, részvétel, társadalmi múzeum.* Budapest: Néprajzi Múzeum

FÜLÖP Hajnalka

- 2010 Holt terek társasága. A világhálón kelnek életre a múzeumok. *Népszabadság,* 68. 125. 13.

FYFE, Gordon

- 2011 Sociology and the Social Aspects of Museum. In Macdonald, Sharon (ed.) *A Companion to Museum Studies.* 33–49. Wiley–Blackwell

GÁCS Anna

- é.n. Hipertext, hipermédia. *ELTE*
http://szabadbolcseszet.elte.hu/index.php?option=com_tanelem&id_tanelem=534&tip=0 – Utolsó letöltés: 2021. 09. 19.

GADÓ Flóra

- 2018 Élő Archívum. In Frazon Zsófia (szerk.): *...Nyitott Múzeum... Együttműködés, részvétel, társadalmi múzeum.* 34–42. Budapest: Néprajzi Múzeum

GALAMBOS Henriett

- 2012 Melyek a jogszabályi feltételei, illetve az etikai kritériumai annak, hogy egy magángyűjtő kollekciója múzeumi rangot kapjon? *MúzeumCafé*, 27. 2012. 1. <http://muzeumcafe.hu/hu/melyek-jogszabalyi-feltetelei-illetve-az-etikai-kriteriumai-annak-hogy-egy-magangyujto-kollekcioja-muzeumi-rangot-kapjon/> – Utolsó letöltés: 2021. 10. 10.
- 2019a A meg nem szavazott múzeum definíció: beszámoló a kiotói ICOM-közgyűlésről. *Magyar Múzeumok Online*. <https://magyarmuzeumok.hu/cikk/a-meg-nem-szavazott-muzeum-definicio-beszamolo-a-kiotoi-icom-kozgyulesrol> – Utolsó letöltés: 2019. 10. 30.
- 2019b A Múzeum definíciója. *Magyar Múzeumok Online*. <https://www.magyarmuzeumok.hu/cikk/a-muzeum-definicioja> – Utolsó letöltés: 2021. 10. 30.

GÁSZNÉ Bósz Bernadett – SCHULTZ Éva

- 2021 Vármúzeumok a pandémia alatt és után. Helyzetkép a kulturális turisztikai attrakciókról. *Tudásmenedzsment*, 22. (2. különszám). 125–150. DOI: <https://doi.org/10.15170/TM.2021.22.K2.7>

GATES, Jeff

- 2012 “Clearing the Path for Sisyphus: How Social Media is Changing Our Jobs and Our Working Relationships.” In *Conversations with Visitors: Social Media in Museums*. 92-108. Edinburgh-Boston: MuseumsEtc

GEISMAR, Haidy

- 2018 *Museum Object Lessons for the Digital Age*. London

GERMAN Kinga – RUTTKAY Zsófia (szerk.)

- 2017 *Digitális Múzeum*. (Múzeumi Iránytű 12.) Budapest–Szentendre

GESSER, Susanne – HANDSCHIN, Martin – JANNELI, Angela – LICHTENSTEIGER, Sibylle

- 2012 *Das partizipative Museum. Zwischen Teilhabe und User Generated Content. Neue Anforderungen an kulturhistorische Ausstellungen*. Bielefeld

GONZALEZ, Rachel

2017 Keep the Conversation Going: How Museums Use Social Media to Engage the Public. In *The Museum Scholar* 1. 1.

<https://articles.themuseumscholar.org/2017/02/06/vol1no1gonzalez/> – Utolsó letöltés: 2021. 09. 28.

GŐSI Zsuzsanna

2020 Rekreáció a korlátozások alatt. In Fokasz Nikosz–Kiss Zsuzsanna–Vajda Júlia (szerk.): *Koronavírus alatt*. e-Replika.

https://replika.hu/sites/default/files/attachedfiles/korona-v5_1.pdf – Utolsó letöltés: 2021. 04. 11.

GŐSI Zsuzsanna – MAGYAR Márton

2020 „Karantén” kultúra Magyarországon – Szellemi Rekreáció Tanulmány. DOI: 10.21486/recreation.2020.10.2.6

GRÁFIK Imre

2011 „Rendszeresen olvassák el a vendégkönyvet!!!” Elolvastam. *Magyar Múzeumok Online*

http://archiv.magyardmuzeumok.hu/targy/288_%E2%80%9Erendszeresen_olvasak_el_a_vendegkonyvet%E2%80%9D – Utolsó letöltés: 2021. 08. 11.

GYÁNI Gábor

2016 *Történelem mint emlék(mű)*. Kalligram

GYÖRGY Péter

2002 *Memex. A könyvekbe zárt tudás a 21. században*. Budapest

2003 *Az eltörölt hely – a Múzeum*. Budapest

2007 *A hely szelleme*. Budapest,

2010 Időkapszula a múltból - múzeum a jelenben. *MúzeumCafé*, 14. 3. 14. 70-75.

2013 *Múzeum - A tanuló-ház - Múzeumelméleti esettanulmányok*. MúzeumCafé könyvek 1. Budapest

HAKAMIES, Inkeri

- 2019 “Real Museum Work” and Information Technology – Does not Compute!
Ethnologia Fennica. 46. 36–60. DOI: <https://doi.org/10.23991/ef.v46i0.74238> –
Utolsó letöltés: 2021. 10. 10.

HARRIS, Clare – O’HANLON, Michael

- 2018 A néprajzi múzeum jövője. In Foster Hannah Daisy–Földessy Edina–Hajdu
Ágnes–Szarvas Zsuzsa–Szeljak György (szerk.): *Többszólamú múzeum.*
Néprajzi múzeumi dilemmák a 21. század elején. 10–23. Budapest: Néprajzi
Múzeum

HARTIG, Kajsza

- 2019 Museums in the digital space — some reflections on online exhibitions.
[https://kajshartig.medium.com/museums-in-the-digital-space-some-
reflections-on-online-exhibitions-758a24ca50c4](https://kajshartig.medium.com/museums-in-the-digital-space-some-reflections-on-online-exhibitions-758a24ca50c4) – Utolsó letöltés: 2021. 11. 06.

HAVASI Virág

- 2020 Mi változik életünkben a Covid–19 hatására? *Szellem és Tudomány*, 2020. 2. 47–
87.
[http://szociologiaszak.unimiskolc.hu/docs/SzellemesTudomany2020_2.pdf#pa
ge=117](http://szociologiaszak.unimiskolc.hu/docs/SzellemesTudomany2020_2.pdf#page=117) – Utolsó letöltés: 2021. 11. 06.

HARDAKER, Alistair

- 2021 The British Museum reveals COVID impact with 93% fall in admissions
income. In *Museums + Heritage Advisor*.
[https://advisor.museumsandheritage.com/news/british-museum-reveals-covid-
impact-93-fall-admissions-income/](https://advisor.museumsandheritage.com/news/british-museum-reveals-covid-impact-93-fall-admissions-income/) – Utolsó letöltés: 2021. 10. 03.

HEIM, Michael

- 1998 *The Metaphysics of Virtual Reality*. New York–Oxford

HEIN, George E.

- 2004 *Learning in the Museum*. London–New York

HERCZEG, Noémi

- 2021 Az év kiállítása 2021 díj esélyese: Dobó István Vármúzeum – Egri BORKóstoló – A szőlőművelés öröksége. *Magyar Múzeumok Online*, <https://magyarmuzeumok.hu/cikk/az-ev-kiallitasa-2021-dij-eselyese-dobo-istvan-varmuzeum-egri-borkostolo-a-szolomuveles-oroksege> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 07.

HINE, Christine

- 2018 Az internetkutatás mint emergens gyakorlat. In *Replika*, 108–109. 137–155. <https://www.replika.hu/replika/108-109-09> – Utolsó letöltés: 2021. 10. 16.

HOOPER-GREENHILL, Eilan

- 1990 The Space of the Museum. *The Australian Journal of Media & Culture*. 3. 1. Space * Meaning * Politics. <http://www.mcc.murdoch.edu.au/ReadingRoom/3.1/Hooper.html> – Utolsó letöltés: 2021. 10. 10.
- 1994a *The Educational Role of the Museum*. London–New York
- 1994b Communication in theory and practice. In Eilean Hooper-Greenhill: *Museums and their Visitors.*, 35–53. London–New York. DOI: doi.org/10.4324/9780203415160 – Utolsó letöltés: 2021. 10. 10.
- 2007 *Museums and Education. Purpose, Pedagogy, Performance*. London–New York

HORAN, Genevieve A.

- 2013 “Digital Heritage: Digitization of Museum and Archival Collections”. *Research Papers*, Paper 374. http://opensiuc.lib.siu.edu/gs_rp/37 – Utolsó letöltés: 2021. 09. 21.

HORÁNYI Özséb

- 2006 *A kommunikáció mint participáció*. Budapest: Typotex

HORNYIK Sándor

- é.n. A képi fordulatról. <http://exindex.hu/print.php?page=3&id=417>. – Utolsó letöltés: 2021. 09. 28.

HORVÁTH Iván

2001 *Az internet fenomenológiája*. Budapest <http://magyar-irodalom.elte.hu/vita/> – Utolsó letöltés: 2021. 09. 28.

HORVÁTH Anita – SZABÓ Dávid

2010 A kiállítás marketingje. In Bereczki Ibolya–Sághi Ilona (szerk.): *Kiállításrendezés A-Z-ig: az ötlettől a megvalósításig a közoktatás szolgálatában*. (MúzeumIskola 6.) 62–64. Szentendre: Szabadtéri Néprajzi Múzeum

HUDSON, Kenneth

1977 *Museums for the 1980s. A survey of the world trends*. Paris: UNESCO

ICOM (International Council of Museums)

2020.03.12. How to reach – and engage – your public remotely. <https://icom.museum/en/news/how-to-reach-and-engage-your-public-remotely/> – Utolsó letöltés: 2021. 10. 17.

2020. 04. 21. Less than one month to IMD 2020, let's talk (digital) inclusion! <https://icom.museum/en/news/less-than-one-month-to-imd-2020-lets-talk-digital-inclusion/> – Utolsó letöltés: 2021. 10. 17.

2020. 04. 29. Museums and COVID–19: 8 steps to support community resilience. https://icom.museum/en/news/museums-and-covid-19-8-steps-to-support-community-resilience/?fbclid=IwAR118CsYn1oJQMvaj8Qjkw6lfSDkQUZR3u1aU45_kqbVzAa5cXJXBSWyScE – Utolsó letöltés: 2021. 10. 17.

2020a Survey: Museums, museum professionals and COVID–19. <https://icom.museum/en/COVID–19/surveys-and-data/survey-museums-and-museum-professionals/> – Utolsó letöltés: 2021. 10. 17.

2020b Follow-up survey: the impact of COVID–19 on the museum sector. <https://icom.museum/en/COVID–19/surveys-and-data/follow-up-survey-the-impact-of-COVID–19-on-the-museum-sector/> – Utolsó letöltés: 2021. 10. 17.

2021.07.05. Museums, museum professionals and COVID–19: the third ICOM report is online. <https://icom.museum/en/news/museums-and-COVID–19-third-icom-report/> – Utolsó letöltés: 2021. 10. 17.

JANKÓ Judit

- 2015 A social media a ma népművészete. Interjú Pallag Zoltánnal, a Szent István Király Múzeum közösségi menedzserével. In *MúzeumCafé*, 9. 2015. 1. 124–127.

JOÓ Julianna

- 2016 A múzeumi kommunikáció csodát tett Düsseldorfban. In *Magyar Múzeumok Online*. http://archiv.magyar-muzeumok.hu/latogato/2958_a_muzeumi_kommunikacio_csodat_tett_dusszeldorfban – Utolsó letöltés: 2021. 10. 17.

KAHN, Rebecca

- 2020a The COVID–19 is prompting many museums to reconsider how they communicate their research to the public. *Elephant in the Lab*. DOI: doi.org/10.5281/zenodo.3751749 – Utolsó letöltés: 2021. 10. 10.
- 2020b Locked down not locked out – Assessing the digital response of museums to COVID–19. <https://blogs.lse.ac.uk/impactofsocialsciences/2020/05/08/locked-down-not-locked-out-assessing-the-digital-response-of-museums-to-COVID-19/> – Utolsó letöltés: 2021. 10. 30.

KAJÁRI Gabriella – NAGY Magdolna

- 2020 Múzeum+koronavírus: (Meg)oldjuk a helyzetet?! *Magyar Múzeumok Online*, <https://magyar-muzeumok.hu/cikk/muzeum-koronavirus-meg-oldjuk-a-helyzetet> – Utolsó letöltés: 2020. 04. 27.

KALLA Zsuzsa

- 2020a Az igazság pillanata. Kik zárták be a múzeumokat? *Magyar Múzeumok Online*, <https://magyar-muzeumok.hu/cikk/az-igazsag-pillanata-kik-zartak-be-a-muzeumokat> – Utolsó letöltés: 2020. 03. 27.
- 2020b Időben vagyunk: 1. rész – Mi történt velünk? ÚJRAKEZDÉS ELŐTT. *Magyar Múzeumok OnLine*, <https://www.magyar-muzeumok.hu/cikk/idoben-vagyunk-1-resz-mi-tortent-velunk> – Utolsó letöltés: 2020. 05. 19.
- 2020c Időben vagyunk: 2. rész – Útiterv és menetrend RADIKÁLIS ÚJRATERVEZÉS. *Magyar Múzeumok Online*, <https://magyar-muzeumok.hu/cikk/idoben-vagyunk-2-resz-utiterv-es-menetrend> – Utolsó letöltés: 2020. 05. 21.

KÁLDI Anna

- 2021 Lassú tudomány a gyors médiában – Beszámoló a Néprajz és social media kerekasztal-beszélgetésről. <https://elteneprajz.blog/2021/04/28/lassu-tudomany-a-gyors-mediaban-beszamolo-a-neprajz-es-social-media-kerekasztal-beszelgetesrol/> – Utolsó letöltés: 2021. 04. 28.

KÁLNOKI Gyöngyössy Márton

- 2020 Nemzet és múzeum. A magyar múzeumügy a jogszabályalkotás tükrében (1777–2010). *Műhelytanulmányok*. 2.2. Budapest. https://www.mma-mmki.hu/userfiles/kiadvanyok/Muhelytanulmanyok_II.evf.2..pdf – Utolsó letöltés: 2021. 10. 10.

KAPPANYOS András

- 2004 Hipertext. A számítógép és a humán tudományok. *Helikon*, 2004. 3. 299–312.

KÁRPÁTI Andra

- 2009a A múzeumok virtuális valósága. In Vásárhelyi Tamás–Kárpáti Andrea (szerk.): *A múzeumi tanlás kézikönyve*. Továbbképző tanfolyami jegyzet. Budapest. 167–169.
- 2009b Multimédia a múzeumban. In Vásárhelyi Tamás–Kárpáti Andrea (szerk.): *A múzeumi tanlás kézikönyve*. Továbbképző tanfolyami jegyzet. Budapest. 175–182.

KATONA Júlia

- 2006 A digitális leltározástól a múzeumi ügyvitelig. A svájci fejlesztésű MuseumPlus-rendszer bemutatása a Magyar Nemzeti Galériában. *Múzeumi Hírlevél*. 2006. december. 379.
- 2010 A digitalizálás hálójában. Egy működő modell a Magyar Nemzeti Galériában. *Műértő*. 2010. 2. 5.

KELLY, Lynda

- 2013 The Connected Museum in the World of Social Media. In Drotner, Kristen–Schrøder, Kim Christian (szerk.) *Museum Communication and Social Media. The Connected Museum*. New York. DOI: doi.org/10.4324/9780203500965 – Utolsó letöltés: 2021. 10. 10.

KEMECSI Lajos

2021 *Néprajz és muzeológia. Az elmélet és gyakorlat alakulása a 20-21. században.*
[Akadémiai doktori értekezés]. Kézirat

KEMÉNYFI Róbert

2016 Kádár vidéki kis világi: A „helytörténeti mozgalom.” *MúzeumCafé*, 54. 2016.
4. 75–97.

KÉPES Gábor

2015 Egy közös „felhőbe” kerül a magyar kulturális örökség adatbázisa.
MúzeumCafé, 47. 2015. 9. 38–40.

KIRÁLY Erzsébet

2012 A csodakamrától a nemzet múzeumáig. In Turai Hedvig–Székely Katalin
(szerk.): *Helyszíni szemle. Fejezetek a múzeum életéből.* 44–72. Budapest:
Ludwig Múzeum - Kortárs Művészeti Múzeum

KIS Éva Irén

2020 Vélemények a home office-ről – előnyök, hátrányok – *Opus et Educatio*, 7. 1.
<http://opuseteducatio.hu/index.php/opusHU/article/view/366/633> – Utolsó
letöltés: 2021. 11. 01.

KOCSIS Katica

2020 Hogyan érte el a PIM a közönségét a virtuális térben? *Pimblog*.
https://pimblog.blog.hu/2020/06/17/muzeum_karanten – Utolsó letöltés: 2021.
11. 01.

KOLTAI Zsuzsa

2010 Helyzetjelentés a hazai múzeumpedagógia eredményeiről és kihívásairól.
Iskolakultúra, 20. 3. 107-123.

<http://www.iskolakultura.hu/index.php/iskolakultura/article/view/20998> –
Utolsó letöltés: 2021. 11. 01.

2011 *A múzeumi kultúráközvetítés változó világa. A múzeumi kultúráközvetítés
pedagógiai és andragógiai szempontú vizsgálata.* (Iskolakultúra-könyvek 41.)
Veszprém

- 2012 Innováció a múzeumpedagógiai elméletben és gyakorlatban. *Új Pedagógiai Szemle* 62. 9-10. 84-91.
- 2020 Múzeumpedagógia az online térben. *Tudásmenedzsment*, 21. (Különszám 1). 142–152. <https://journals.lib.pte.hu/index.php/tm/article/view/3463> – Utolsó letöltés: 2021. 10. 10.

KÓMÁR Éva

- 2016 Újrafűzött történetek. A digitális storytelling alkalmazása a kulturális örökség közvetítésében. *MúzeumCafé*. 10. 55-56. 39-57.

KÓMÁR Éva – BÁNKI Zsolt (szerk.)

- 2019 *Fehér Könyv. Módszertani útmutató a közgyűjteményi kulturális örökség digitalizálásához és közzétételéhez*. Budapest.
https://ommik.hu/media/attachments/2019/12/09/fehr_knyv.pdf – Utolsó letöltés: 2021. 08. 10.

KÖHNE, Eckart

- 2020 Museen in Zeiten von Corona: es geht um die Zukunft! *Deutscher Museumbund*.
<https://www.museumbund.de/museen-in-zeiten-von-corona-es-geht-um-die-zukunft/> – Utolsó letöltés: 2021. 08. 10.

KOREK József

- 1976 *Gyűjtemények, múzeumok, muzeológia*. Egyetemi jegyzet. Budapest
1988 *A muzeológia alapjai*. Budapest

KOVÁCS László (szerk.)

- 2020 *Globális kihívás – lokális válaszok. A koronavírus (COVID–19) gazdasági és társadalmi összefüggései*. Societas et Oeconomia. Szombathely.
https://sek.elte.hu/media/70/47/c802cf2cc0bce93003bbffe53500e3620d0b64d2f5694a45a5f27b80d648/kl_globalis_lokalis_20200919.pdf – Utolsó letöltés: 2021. 08. 10.

KREITER Attila

- 2021 The Hungarian Archaeology Database. *Internet Archaeology*. 58.
<https://doi.org/10.11141/ia.58.9> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 20.

LAJOS Veronika

- 2016 Internet és etnográfiai jelenkorkutatás. Tárgyi és módszertani kérdések, etikai természetű dilemmák. In Bihari Nagy Éva–Kavecsánszki Máté–Keményfi Róbert–Marinka Melinda (szerk.): *Diptichon. Tanulmányok Bartha Elek tiszteletére*. 830–851. Debrecen

LAKNER Lajos

- 2009 Mit ér egy múzeum gyűjteményi stratégia nélkül? *Néprajzi Értesítő*, 90. 95–100.
Budapest: Néprajzi Múzeum

LANDOW, George P.

- 1998 Hypertextuális Derrida, posztstrukturalista Nelson? In Sugár János (válogatta): *HyperText + MultiMédia*. Budapest: Artpool.
<https://artpool.hu/hypermedia/landow.html> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 20.

LÁZÁR Eszter

- 2012 Oktatási fordulat. In Szakács Eszter (szerk.) *Curatorial Dictionary*. Budapest.
<http://tranzit.org/curatorialdictionary/index.php/szotar/oktatasi-fordulat/> –
Utolsó letöltés: 2021. 09. 28.

LIGETI Dániel

- 2021 Vitrinvarázslat – a Magyar Fantasy Múzeum projekt. *Magyar Múzeumok Online*,
<https://www.magyarmuzeumok.hu/cikk/vitrinvarazslat-a-magyar-fantasy-muzeum-projekt> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 05.

LIDDELL, Frances

- 2020 Finding Value in the Challenges of Covid-19. *Cultural Practices*.
<https://www.culturalpractice.org/article/finding-value-in-the-challenges-of-covid-19> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 05.

MACDONALD, Sharon

- 2016 New Constellations of Difference in Europe's 21st-Century Museumscape. *Museum Anthropology* 39. 1. 4-19.

MACDONALD, Sharon (szerk.)

2011 *A Companion to Museum Studies*. Wiley - Blackwell

MÁCSAI Ágnes

2019 *Amit lehet csinálni kevés pénzből is az a közösségi média. Interjú Somogyvári Ágnessel a Ludwig Múzeum közösségi média felelősével.*

<https://kulturalisertekeles.hu/2019/04/04/amit-lehet-csinalni-keves-penzbol-is-az-a-kozossegi-media/> Utolsó letöltés: 2021. 11. 06.

2020a *Múzeumok látogatói a járvány idején 2020 – kérdőív-értékelés.*

<https://kulturalisertekeles.hu/2020/05/08/muzeumok-latogatoi-a-jarvany-idejen-2020-kerdoiv-ertekeles/> – Utolsó letöltés: 2021. 04. 08.

2020b *Múzeumi látogatókutatás zárvatatás idején.*

<https://kulturalisertekeles.hu/2020/11/16/muzeumi-latogatokutatas-zarvatatas-idejen/> – Utolsó letöltés: 2021. 04. 08.

2021a *Látogatói felmérések a COVID–19-járvány idején.*

<https://kulturalisertekeles.hu/2021/03/16/latogatoi-felmeresek-a-covid-19-idejen/> – Utolsó letöltés: 2021. 04. 08.

2021b *Magyar múzeumi kutatások a járvány idején.*

<https://kulturalisertekeles.hu/2021/03/11/magyar-muzeumi-kutatasok-a-jarvany-idejen/> – Utolsó letöltés: 2021. 04. 08.

MARCHESE, Monica

2020 *Museums and Social Media in the Time of COVID–19. Grey Art Gallery.*

<https://greyartgallery.nyu.edu/2020/10/museums-and-social-media-in-the-time-of-covid-19/> – Utolsó letöltés: 2021. 07. 31.

MAROSI Ernő

2012 *A múzeum születése. A művészeti múzeum előtörténetéhez.* In Turai Hedvig–Székely Katalin (szerk.): *Helyszíni szemle. Fejezetek a múzeum életéből.* 16–40.

Budapest: Ludwig Múzeum - Kortárs Művészeti Múzeum

MARRIMAN, Nick

2020 *30 Years after the New Museology: What's Changed?* In *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego. Prace Etnograficzne* 2020, 49. 2. 173–187

DOI:10.4467/22999558.PE.20.014.12639 – Utolsó letöltés: 2021. 11. 20.

MARSELIS, Randi – SCHÜTZE, Laura Maria

2013 One Way to Holland’: Migrant Heritage and Social Media. In Drotner, Kristen–Schrøder, Kim Christian (szerk.): *Museum Communication and Social Media. The Connected Museum*. New York

DOI: <https://doi.org/10.4324/9780203500965> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 20.

MÁRTAFI Márta

2020 Az elektronikus tananyagfejlesztés múzeumi hasznáról. In *Savaria 42. A Vas megyei múzeumok értesítője*. 155-159. Szombathely

MÁTYUS Imre

2015 Terepcsere. A terep fogalmának átértékelődése a virtuális etnográfiaiban. *Replika*. 90–91. 27–37.

MÉLYI József

2019 Falak nélküli múzeum. In *Artmagazin*.

<https://www.artmagazin.hu/articles/konyvajanlo/287796f2dc55047c2d4fdfa252916590> – Utolsó letöltés: 2021. 11.11.

2020 Rendszerváltás, 1983. In *A továbbélő nyolcvanas évek. ENIGMA* 26. 99. 13-21.

MERRITT, Elisabeth

2020 COVID–19 and Museum Volunteers. *American Alliance of Museums*.

<https://www.aam-us.org/2020/05/28/COVID–19-and-museum-volunteers/> – Utolsó letöltés: 2021. 10. 17.

MESTER Tibor

2018 Digitális antropológia – előzmények, megközelítések, módszerek. *Replika*, 108–109, 119–136. DOI: <https://doi.org/10.32564/108-109.8>. Utolsó letöltés: 2021. 10. 17.

MÉZES Nándor – NÉMEDI Csaba

2008 A KataLIN auditálása a Duna Múzeumban. *Múzeumi Közlemények*, 2008. 2. 83–93.

MILLER, Daniel – COSTA, Elisabetta – HAYNES, Nell – MCDONALD, Tom – NICOLESCU, Razvan – SINANAN, Jolynna – SPYER, Juliano – VENKATRAMAN, Shriram – WANG, Yinyuan

2016 *How the World Changed Social Media*. London

MISUNAS, Marla – URBAN, Richard

2007 A Brief History of the Museum Computer Network. *Written for the Encyclopedia of Library and Information Sciences* <https://mcn.edu/wp-content/uploads/2020/11/History-of-MCN.pdf>. Utolsó letöltés: 2021. 10. 17.

MUBAREK, Elizabeth Mariano

2020 The End of Passive Collecting: The Role and Responsibility of Archivists in the COVID–19 Era. In *Collections: A Journal for Museum and Archives Professionals*. 1–11.

DOI: journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1550190620980839 – Utolsó letöltés: 2021. 01. 16.

MÜLLER, Claus

2010 Museums and Virtuality. In Parry, Ross (ed.): *Museums in a Digital Age*. 295–305. London – New York.

MÜLLNER András

2007 *A császár új ruhája – Esszék a könyv és a hipertext kapcsolatáról, valamint más médiumokról*. Budapest: József Műhely

NÁDASI András

é. n. A virtuális múzeum és kiállítás. In *Tudásbázisok alkalmazása az oktatásban*. http://digitall.unieger.hu/tananyagok/learn/05_tudasbazisok_alkalmazasa_az_oktatásban_nadasi_andras/522a_virtulis_mzeum_s_killts.html# – Utolsó letöltés: 2021. 11. 06.

NAGY KÁROLY Zsolt

2006a Interaktív etnográfia. *Tabula*. 9. 2. 333–350.

2006b *Homrogd vizuális atlasza – Interaktív etnográfiai kísérleti projekt*. <http://www.hva.nti.btk.mta.hu/nevjegy.html> – Utolsó letöltés: 2021. 09. 20.

NAGY Magdolna

- 2017 Múzeumok és közösségeik – egy kutatás margójára. In Arapovics Mária–Bereczki Ibolya–Nagy Magdolna (szerk.): *Múzeumi közösségek – Közösségi múzeumok*. (Múzeumi iránytű 13.) 47–78. Szentendre: Szabadtéri Néprajzi Múzeum–Múzeumi Oktatási és Módszertani Központ

NAGY Sándor Zsuzsa

- 2020 Múzeumok és mozgalom: hogyan reagáltak az amerikai múzeumok az egyenlő bánásmódot követelő #BlackLivesMatter tüntetéssorozatokra. *Magyar Múzeumok Online*. <https://magyarmuzeumok.hu/cikk/muzeumok-es-mozgalom-hogyan-reagaltak-az-amerikai-muzeumok-az-egyenlo-banasmodot-kovetelo-blacklivesmatter-tuntetessorozatokra> – Utolsó letöltés: 2021. 07. 31.

NAGYNÉ Batári Zsuzsa – LAJOS Veronika

- 2017 Kulturális reprezentáció? Részvétel? Együttműködés? Felvetések a Szabadtéri Néprajzi Múzeum példáján. In Bereczki Ibolya–Sári Zsolt (szerk.): *Ház és ember*. A Szabadtéri Néprajzi Múzeum Évkönyve 28–29. 105–118. Szentendre: Szabadtéri Néprajzi Múzeum

NAHALKA István

- 2021 Koronavírus és oktatáspolitikai. *Educatio* 30. 1. 22–35.
DOI: 10.1556/2063.30.2021.1.2 – Utolsó letöltés: 2021. 11. 20.

NELSON, Theodor H.

- 1975 *Computer Lib and Dream Machines*. Tempus Books/Microsoft Press
<http://worrydream.com/refs/Nelson-ComputerLibDreamMachines1975.pdf> –
Utolsó letöltés: 2021. 05. 02.
- 1992 *Opening Hypertext: A Memoir*. In Myron C. Tuman (szerk.): *Literacy Online. The Promise (and Peril) of Reading and Writing with Computers*. Pittsburgh and London University of Pittsburgh Press
- 1998 *Hipervilág – a szellem új otthona*. In Sugár János (válogatta): *HyperText + MultiMédia*. Budapest: Artpool. <https://artpool.hu/hypermedia/nelson.html> –
Utolsó letöltés: 2021. 09. 19.

NÉMEDI Varga Zoltán

- 2009 Marketing a múzeumok szolgálatában. In Pató Mária (szerk.): *Nyitott kapukkal - Kapun belül és kívül.* (Múzeumi iránytű 1.) 6 – 10. Szentendre: Szabadtéri Néprajzi Múzeum.

NÉMETH Ádám

- 2017 Miért szeretek(?) konferenciára járni? *Magyar Múzeumok Online.*
<https://magyarmuzeumok.hu/cikk/miert-szeretek-konferenciara-jarni> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 19.

NEMO (Network of European Museum Organisations)

- 2020a Survey on the impact of the COVID–19 situation on museums in Europe. Final Report.
https://www.nemo.org/fileadmin/Dateien/public/NEMO_documents/NEMO_COVID19_Report_12.05.2020.pdf – Utolsó letöltés: 2021. 11. 19.
- 2020b Final report. Digitalization and IPR in European Museums. <https://www.nemo.org/news/article/nemo/nemo-report-on-digitisation-and-copyright-challenges-of-making-museum-collections-accessible-online.html> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 19.
- 2021 Follow-up survey on the impact of the COVID–19 pandemic on museums in Europe.
https://www.nemo.org/fileadmin/Dateien/public/NEMO_documents/NEMO_COVID19_FollowUpReport_11.1.2021.pdf – Utolsó letöltés: 2021. 11. 19.

NÉPRAJZI Múzeum forgatókönyv-fejlesztő csoport

- é.n. Gyűjtemény és kiállítás. A Néprajzi Múzeum gyűjteményi állandó kiállítása. MúzeumCafé, 86. megjelenés alatt

NIELSEN, Korsbæk J.

- 2014 Museum Communication: Learning, Interaction and Experience. [PhD disszertáció.] <https://research-repository.st-andrews.ac.uk/handle/10023/5770> – Utolsó letöltés: 2021. 09. 28.

NOEHRER, Lukas – GILMORE, Abigail – JAY, Caroline – YEHUDI, Yo

2020 The impact of COVID-19 on digital data practices in museums and art galleries in the UK and the US. DOI: 10.21203/rs.3.rs-535272/v1 – Utolsó letöltés: 2021. 11. 20.

OBERLO

2021 *How many people use social media in 2021?*
<https://www.oberlo.com/statistics/how-many-people-use-social-media>. –
Utolsó letöltés: 2021. 11. 20.

OBRIST, Hans Ulrich

2011 *A Brief History of Curating*. Zürich.
<https://static1.squarespace.com/static/53ad8347e4b04c5fb2ec922d/t/552eb514e4b0e4e510512b70/1429124372575/hans-ulrich-obrist-a-brief-history-of-curating.pdf> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 20.

PACSIKA Márton

2021a *A koronavírus-járvány miatt kialakult helyzet és hatásai a hazai múzeumokban – 2021*. Kutatási jelentés.
https://mokk.skanzen.hu/admin/data/file/20210302/kutatasi_jelentes_a_korona_virus-jarvany-miatt-ki.pdf – Utolsó letöltés: 2021. 11. 20

2021b *Online múzeumi tartalmak a digitális oktatás támogatására 2021*. Jelentés. Szentendre: Szabadtéri Néprajzi Múzeum – Múzeumi Oktatási és Módszertani Központ.
https://mokk.skanzen.hu/admin/data/file/20210303/kutatasi_jelentes_online-muzeumi-tartalmak-a-dig.pdf – Utolsó letöltés: 2021. 11. 09.

PACSIKA Márton (szerk.)

2020 *Digitális múzeumi tartalmak a köznevelés szolgálatában*. Múzeumi iránytű 24. Szentendre: Szabadtéri Néprajzi Múzeum – Múzeumi Oktatási és Módszertani Központ.

PARRY, Ross

2007 *Recording the Museum. Digital Heritage and the Technologies of Change*. London and New York, Routledge

2013 The End of the Beginning: Normativity in the Postdigital Museum. *Museum Worlds*. 1. 24–39.

PARRY, Ross (ed.)

2010 *Museums in a Digital Age*. London and New York

PATÓ Mária (szerk.)

2009 *Nyitott kapukkal – Kapun belül és kívül. Írások a szolgáltató és oktató múzeumról*. Múzeumi iránytű 1. Szentendre: Szabadtéri Néprajzi Múzeum Múzeumi - Oktatási és Képzési Központ

PAVLUSKA Valéria

2014 *Kultúramarketing. Elméleti alapok, gyakorlati megfontolások*. Budapest

PAVLUSKA Valéria – KURÁTH Gabriella

2019 A látogatóbarát múzeum - marketingszemlélet és marketing tevékenységek a múzeumi szférában. *Marketing&Menedzsment* 36. 4. 68–78.

PINTÉR Róbert (szerk.)

2007 *Az információs társadalom. Az elmélettől a politikai gyakorlatig*. Budapest

PORTERFIELD, Carlie

2020 Museum Challenge to Recreate Art at Home Goes Viral in Coronavirus Quarantine. *Forbes*.

<https://www.forbes.com/sites/carlieporterfield/2020/04/01/museum-challenge-to-recreate-art-at-home-goes-viral-in-coronavirus-quarantine/?sh=34fd4b4c62eb> – Utolsó letöltés: 2020. 04. 01.

PUIK, Vahur

2018 EuropeanaTech 2015 projects – where are they now? *Ajapaik*. <https://pro.europeana.eu/post/europeanatech-2015-projects-where-are-they-now-ajapaik> – Utolsó letöltés: 2020. 02. 19.

REZI Kató Gábor

- 2010 A MAMA-tól az Europeana-ig. Útkereső stratégiák a múzeumi digitalizációban. In *Tudományos és Műszaki Tájékoztatás (TMT)*, 57. 6.

RAB Árpád

- 2007 Digitális kultúra – A digitalizált és a digitális platformon létrejött kultúra. In Pintér Róbert (szerk.): *Az információs társadalom. Az elmélettől a politikai gyakorlatig*. 182–200. Budapest
- 2015 *A digitális kultúra hatása az emberi viselkedésre a gamifikáció példáján keresztül*. [Doktori értekezés.] Budapesti Corvinus Egyetem Szociológia Doktori Iskola

REES LEAHY, Helen

- 2020 Cultural Access and the ‘New Normal’. *Cultural Practices*. <https://www.culturalpractice.org/article/cultural-access-and-the-new-normal> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 01.

RENTSCHLER, Ruth – HEDE, Ruth

- 2011 *Museum Marketing. Competing in the Global Marketplace*. Elsevier Ltd.

RICHARDSON, Jim

- 2021 Digital Ideas for Museums in a Post-Pandemic World. *MuseumNext*. <https://www.museumnext.com/article/digital-ideas-for-museums-in-a-post-pandemic-world/> – Utolsó letöltés: 2021. 01. 01.

RIVERO, Pilar – NAVARRO-NERI, IÑAKI, García – CEBALLOS, Silvia – AS, Borja

- 2020 Spanish Archaeological Museums during COVID–19. An Edu-Communicative Analysis of Their Activity on Twitter through the Sustainable Development Goal. *Sustainability* 12. 19. 8224; DOI: <https://doi.org/10.3390/su12198224> – Utolsó letöltés: 2021. 08. 10.

ROPOLYI László

- 2010 Virtualitás és valóság. *Többlét*. 2.1. (IV). 5–49.

ROWLEY, Jennifer

- 2008 Understanding digital content marketing. *Journal of Marketing Management* 24. 517–40. DOI: <https://doi.org/10.1362/026725708X325977> – Utolsó letöltés: 2021. 08. 15.

RUSSO, Angelina – WATKINS, Jerry J. – KELLY, Lynda – CHAN, Sebastian

- 2006 How will social media affect museum communication? In *Nordic Digital Excellence in Museums (NODEM)*. Konferencia. Oslo, Norway. https://www.researchgate.net/publication/27467247_How_will_social_media_affect_museum_communication – Utolsó letöltés: 2021. 08. 10.

RUSSO, Angelina – WATKINS, Jerry – GROUNDWATER-SMITH, Susan

- 2009 The impact of social media on informal learning in museums. *Educational Media International* 46. 153–66. https://www.researchgate.net/publication/248998282_The_impact_of_social_media_on_informal_learning_in_museums – Utolsó letöltés: 2021. 07. 28.

RUTTKAY Zsófia

- 2020 Amikor minden más lett – a Skanzen új kiállítása. Virtuális tárlat a nagy háborúról. *Magyar Múzeumok Online*, <https://magyarmuzeumok.hu/cikk/amikor-minden-mas-lett-a-skanzen-uj-kiallitasa> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 06.

RYDER, Brittany – ZHANG, Tingting–HUA, Nan

- 2021 The Social Media “Magic”: Virtually Engaging Visitors during COVID–19 Temporary Closures. *Administrative Sciences* 2021. 11. 2. 53. DOI: <https://doi.org/10.3390/admsci11020053> – Utolsó letöltés: 2021. 07. 28.

SAMIS, Peter

- 2018 Revisiting the Utopian Promise of Interpretive Media. An autoethnographic analysis drawn from art museums, 1991–2017. In K. Drotner–V. Dziekan–R. Parry– K. C. Schroder (eds.): *The Routledge Handbook of Museums, Media and Communication*. Routledge. DOI: www.routledgehandbooks.com/doi/10.4324/9781315560168-5 – Utolsó letöltés: 2021. 07. 28.

SÁRI Zsolt

- 2016 Részvételi muzeológia a Skanzenben. Közösségépítés és participáció. In *Replika*, 2016. 5. sz., 95–100
- 2017a Interkulturális dialógusok a skanzenekben. A szabadtéri múzeumok társadalmi múzeumi szerepvállalásai. *MúzeumCafé*, 59–60. 11. 3-4. 98–113.
- 2017b A Szabadtéri Néprajzi Múzeum társadalmi múzeumi szerepei – Falumúzeumtól a szolidáris múzeumig. In Bereczki Ibolya–Sári Zsolt (szerk.): *Ház és Ember*, 28–29. 51–60. Szentendre: Szabadtéri Néprajzi Múzeum
- 2020 Mutasd a maszkod! Tárgygyűjtés és közösségi kiállítás a koronavírus idején. In Bereczki Ibolya–Cseri Miklós–Sári Zsolt (szerk.): *Ház és Ember*, 32. A Szabadtéri Néprajzi Múzeum Évkönyve, 95–106. Szentendre: Szabadtéri Néprajzi Múzeum

SCHENDEL, Tory

- 2020 Stewardship and COVID–19: The Preservation of Human Experience. In *Collections: A Journal for Museum and Archives Professionals*.
DOI: journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1550190620981028 – Utolsó letöltés: 2021. 01. 17

SCHLAY Georgina – ARANY-Nagy Zsuzsanna

- 2021 Egy virtuális kiállítás és ami mögötte van. In *Könyv, Könyvtár, Könyvtáros*, 30. 5. 3-16. <http://ojs.elte.hu/3k/article/view/2541> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 28.

SCHLEICHER Vera

- 2018 Tematikus múzeumi gyűjtőkampány. In Frazon Zsófia (szerk.): *...Nyitott Múzeum... Együttműködés, részvétel, társadalmi múzeum*. 182–191. Budapest: Néprajzi Múzeum

SCHLEICHER Vera – WILHELM Gábor

- 2018 Tudáskörforgás. In Frazon Zsófia (szerk.): *...Nyitott Múzeum... Együttműködés, részvétel, társadalmi múzeum*. 212–222. Budapest: Néprajzi Múzeum

SCHRADER, Malte

- 2021 Zivilgesellschaft in und nach der Pandemie: Bedarfe – Angebote – Potenziale. In *Opuscula*, 149. Berlin. Maecenata Institut für Philanthropie und

Zivilgesellschaft. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-72852-2> –
Utolsó letöltés: 2021. 01. 17.

SCHULTZ Éva

- 2020 A múzeum mint élményígéret a 21. században: Egy látogatókutatás turisztikai vonatkozásai. In Bihari E.–Molnár D.–Szikszai-Németh K. (szerk.): *Tavaszi Szél – Spring Wind konferencia 2019. I. tanulmánykötet.* 504-518. Budapest: Doktoranduszok Országos Szövetsége.
https://www.dosz.hu/__doc/dokumentumfile/2019/11/Tavaszi_Szel_-_Spring_Wind_2019_Tanulmanykotet_-_I._kotet_1.pdf Utolsó letöltés: – 2021. 11. 17.

SCHWEIBENZ, Werner

- 2019 The virtual museum: an overview of its origins, concepts, and terminology. *The Museum Review.* 4. 1.
https://www.researchgate.net/publication/335241270_The_virtual_museum_an_overview_of_its_origins_concepts_and_terminology – Utolsó letöltés: 2021. 11. 01.

SHELTON, Anthony

- 2013 “Critical Museology: A Manifesto”. *Museum Worlds.* 1. 1. 7–23.
DOI: <https://doi.org/10.3167/armw.2013.010102> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 01.

SIMON, Nina

- 2010 *The Participatory Museum.* Santa Cruz, CA. Online változat:
<http://www.participatorymuseum.org/read/> Utolsó letöltés: 2020. 11. 02.
2012 Principles of Participation. In Gail Andreson (Ed.): *Reinventing the Museum: The Evolving Conversation on the Paradigm Shift.* 330–350. New York

SIMONOVICS Ildikó

- 2020 A Magyar Nemzeti Múzeum "My Home Office Challenge" közösségi gyűjtőkampánya. In Magyar Nemzeti Múzeum honlapja.
<https://mnm.hu/hu/muzeum/hirek/magyar-nemzeti-muzeum-my-home-office-challenge-kozossegi-gyujtokampanya> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 01.

SLOTERDIJK, Peter

2012 Múzeum – a megütközés iskolája. In Palkó Gábor (szerk.) *Múzeumelmélet. A képzeletbeli múzeumtól a hálózati múzeumig*. 17-29. Budapest: Petőfi Irodalmi Múzeum – Ráció Kiadó

SÓKI Diana

2020a Múzeumi podcastok. In *Magyar Múzeumok Online*.
<https://magyarmuzeumok.hu/cikk/muzeumi-podcastok> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 06.

2020b Élő múzeumi kapcsolat? In *Magyar Múzeumok Online*.
<https://magyarmuzeumok.hu/cikk/elo-muzeumi-kapcsolat> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 14.

STACK, John

2013 ArtMaps and the museum as platform. *Tate*.
https://webarchive.nationalarchives.gov.uk/ukgwa/20190205121846tf_/https://www.tate.org.uk/context-comment/blogs/art-maps-and-museum-platform. – Utolsó letöltés: 2021. 11. 14.

STATISTA

2021. 06. 29. Most popular social networks worldwide as of April 2021, ranked by number of active use. <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 14.

2021. 07. 01. Share of museums starting or increasing digital activities after the lockdown as of October 2020.
<https://www.statista.com/statistics/1203110/digital-museum-activities-during-coronavirus-worldwide/> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 14.

STERRE, Mart van der

2000 A Delta-terv a kultúra megőrzéséért Hollandiában. *Néprajzi Értesítő*, 82. 49–54.

STIER, Matthias

2020 Warum jedes Museum einen eigenen Podcast braucht. In der Nische ist noch Platz. *Kulturmanagement*
<https://www.kulturmanagement.net/Themen/Warum-jedes-Museum-einen->

eigenen-Podcast-braucht-In-der-Nische-ist-noch-Platz,4090 – Utolsó letöltés:
2021. 11. 01.

SUBA Eszter

2020 Hogyan értékelik a pedagógusok a Nemzeti Múzeum online oktatást segítő tananyagait? *Magyar Múzeumok Online* .
<https://www.magyarmuzeumok.hu/cikk/hogyan-ertekelik-a-pedagogusok-a-nemzeti-muzeum-online-oktatast-segito-tananyagait> – Utolsó letöltés: 2021. 04. 08.

SUGÁR János (szerk.)

1996 *Hypertext, multimédia*. Budapest: Artpool
<http://www.artpool.hu/hypermedia/> – Utolsó letöltés: 2021. 08. 23.

SÜTTHEŐ Péter

1999 *Hypertext: Természetes intelligencia az információtudományban*. Budapest: OSZK

SÜVE CZ Emese

é.n. A kurátor szerepe a múzeumi kommunikációban. *Commuicatio.hu*
<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:3IFe1paK2PcJ:www.commuicatio.hu/doktoriprogramok/kommunikacio/belso/temafelvetok/20041/suveczemese.doc+&cd=1&hl=hu&ct=clnk&gl=hu> – Utolsó letöltés: 2021. 09. 28.

S. VARGA Pál

2012. Kollektív emlékezet és történeti tudományok. In *Emlékezhelyek*. *Studia Litteraria*. 50. 1-2. 32-40.

SZÁNTÓ, András

2020 People Need Art in Times of Crisis. That’s Why Museums Should Be Among the First Institutions to Reopen for Business—Here’s How. *Artnet*.
<https://news.artnet.com/opinion/andras-szanto-op-ed-reopening-museums-1832439> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 07.

2021 *The Future of the Museum: 28 Dialogues*. Hatje Cantz

SZATHMÁRY-KIRÁLY Ágnes

2021a Klasszikus értékek mentén simulni bele a változó világba. Beszélgetés a MúzeumCafé díjas Ringer István régész-múzeumigazgatóval. *MúzeumCafé*, 81–82. 15. 2021. 1–2. <http://muzeumcafe.hu/hu/klasszikus-ertekek-menten-simulni-bele-valtozo-vilagba/> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 07.

2021b MúzeumTrip 29. KaMu, ami nem kamu! – A Kazinczy Múzeum webnaplója. *Magyar Múzeumok Online*. <https://magyarmuzeumok.hu/cikk/muzeumtrip-29-kamu-ami-nem-kamu-a-kazinczy-muzeum-webnaploja> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 07

SZIGETI Éva

2015 Trendek és irányok: konferencia a múzeumi kommunikációról. *Magyar Múzeumok Online*. http://archiv.magyarmuzeumok.hu/tema/2791_trendek_es_iranyok_konferencia_a_muzeumi_kommunikaciorol – Utolsó letöltés: 2021. 09. 29.

SZU Annamária

2017 Múzeum és közösség – nemzetközi példák. In Arapovics Mária–Bereczki Ibolya–Nagy Magdolna (szerk.): *Múzeumi közösségek – Közösségi múzeumok*. (Múzeumi iránytű 13.) 117–136. Szentendre: Szabadtéri Néprajzi Múzeum–Múzeumi Oktatási és Módszertani Központ

2020a *Online múzeumi tartalmak a digitális oktatás támogatására*. Jelentés. <https://mokk.skanzen.hu/admin/data/file/20200424/fin-online-muzeumi-tartalmak-a-digitalis-oktata.pdf> – Utolsó letöltés: 2021. 04. 09.

2020b Koronavírus-járvány miatt kialakult helyzet és várható hatásai a hazai múzeumokban. Kutatás – grafikonos gyorsjelentés. <https://mokk.skanzen.hu/admin/data/file/20200424/koronavirus-jarvany-miatt-kialakult-helyzet-es-v.pdf> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 11.

2020c A múzeumi interpretáció helyzetképe 2017. In Bereczki Ibolya – Népessy Noémi (szerk.): *Modern múzeumi interpretáció*. (Múzeumi iránytű 23.) 9–38. Szentendre: Szabadtéri Néprajzi Múzeum–Múzeumi Oktatási és Módszertani Központ

SZÜTS Etele

2019 Kulturális örökségünk digitalizálásának problémái. *Könyvtári Figyelő*. 65. 3. 383–394.

https://mandadb.hu/tetel/742848/Kulturalis_oroksegunk_digitalizalasanak_problemai – Utolsó letöltés: 2021. 11. 11.

SZÚTS Zoltán

- 2001 A hypertext. <http://magyar-irodalom.elte.hu/vita/tszz.html> – Utolsó letöltés: 2021. 09. 19.
- 2012 A Web 2.0 kommunikációelméleti kérdései. *Jel-Kép*. 2012. 1–4.
DOI: 10.20520/Jel-Kep.2012.1-4.5 – Utolsó letöltés: 2021. 11. 11.
- 2013 *A világháló metaforái. Bevezetés az új média művészetébe*. Budapest: Osiris
- 2018 *Online. Az internetes kommunikáció és média története, elmélete és jelenségei*. Budapest: Wolters Kluwer
- 2020 *A digitális pedagógia elmélete*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
DOI: 10.1556/9789634545859 – Utolsó letöltés: 2021. 11. 14.

TÖMÖRI Szilvia

- 2021 Néprajzi kutatás virtuális térben? *Skansenblog*.
<https://blog.skansen.hu/2021/01/23/neprajzi-kutatas-virtualis-terben/> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 01.

TORONYI Zsuzsanna

- 2017 From tablet to tablet, from scroll to scroll... In *MúzeumCafé*, 57. 2017. 1. 51–62.

TÓTH Csaba

- 2020 *Pénzek színes világa*. Budapest: Martin Opitz Kiadó – Magyar Nemzeti Múzeum

TÓTH-MÓZER Szilvia – MISLEY Helga

- 2019 *Digitális eszközök integrálása az oktatásba. Jó gyakorlatokkal, tantárgyi példákkal, modern eszközlistával*. Budapest.
http://mindenkiiskolaja.elte.hu/wp-content/uploads/2019/09/Digit%C3%A1lis-eszk%C3%B6z%C3%B6k-integr%C3%A1l%C3%A1sa-az-oktat%C3%A1sba_INTERA.pdf – Utolsó letöltés: 2021. 11. 14.

TURAI Hedvig – SZÉKELY Katalin (szerk.)

2012 *Helyszíni szemle. Fejezetek a múzeum életéből.* Budapest: Ludwig Múzeum - Kortárs Művészeti Múzeum

TÜRK Tímea

2005 Mire jók a vendégkönyvek? A kiállítási vendégkönyvek használata a Szépművészeti Múzeum közönségkapcsolati munkájában. *Múzeumi Közlemények* 2006. 2. 48-52.

UNESCO

2015 *Ajánlás a múzeumok és gyűjtemények védelméről, fejlesztéséről, sokszínűségükről és a társadalomban betöltött szerepükről.* Párizs
http://unesco.hu/data/UNESCO_ajanlas_2015.pdf – Utolsó letöltés: 2021. 11. 14.

2020 *Museums facing COVID–19 challenges remain engaged with communities.*
<https://en.unesco.org/news/museums-facing-COVID–19-challenges-remain-engaged-communities> – Utolsó letöltés: 2021. 11. 14.

2021 *Museums around the World in the Face of COVID–19.* Unesco Report.
[https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000376729_eng/PDF/376729eng.pdf](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000376729_eng/PDF/376729eng.pdf.multi)
.multi – Utolsó letöltés: 2021. 11. 14.

VARINE, Hugues de

1978 *L'Écomusée. "Gazette"* 11. 2. 29–40.

VÁSÁRHELYI Tamás–KÁRPÁTI Andrea (szerk.)

2009 *A múzeumi tanlás kézikönyve.* Továbbképző tanfolyami jegyzet. Budapest

2012 *Múzeumi tanulás.* Budapest

VÁSÁRHELYI Tamás

2009 *A nyitott múzeum.* (Múzeumi iránytű 2.) Szentendre: Szabadtéri Néprajzi Múzeum–Múzeumi Oktatási és Módszertani Központ

2020 Múzeumi beporzó körpanoráma 2021 márciusában. *Magyar Múzeumok Online.*
<https://magyarmuzeumok.hu/cikk/muzeumi-beporzo-korpanorama-2021-marciusaban> – Utolsó letöltés: 2021. 08. 02.

VASÁROS Zsolt

2010 *Kiállító-tér. Múzeumi tárlatok kézikönyve.* (Múzeumi iránytű 7.) Szentendre: Szabadtéri Néprajzi Múzeum–Múzeumi Oktatási és Módszertani Központ

VATTIMO, Gianni

1998 A múzeum a posztmodern korban. In *Magyar Lettre Internationale*, 29. nyár. 34-36.

VERCSEG Iлона

2017 Mi a közösség? In Arapovics Mária–Bereczki Ibolya–Nagy Magdolna (szerk.): *Múzeumi közösségek – Közösségi múzeumok.* (Múzeumi iránytű 13.) 11-45. Szentendre: Szabadtéri Néprajzi Múzeum - Múzeumi Oktatási és Módszertani Központ

VERGO, Peter(ed.)

1989 *The New Museology.* London: Reaktion Books

VERES Gábor

2008 Számítógépes múzeumi nyilvántartás – egy magyar história. In *Múzeumi Közlemények.* 2008. 2. 69–76.

VÍGH Annamária

2002 Ágazati irányítás és kommunikáció. In *Múzeumi Közlemények.* 2002. 1. 9–14.

VIRÁG Attila

2020 Így árasztották el a koronavírusról szóló hírek a magyar online médiát. *Média1.* <https://media1.hu/2020/03/11/igy-arasztottak-el-a-koronavirusrol-szolo-hirek-a-magyar-online-mediát/> – Utolsó letöltés: 2021. 01. 17.

VINCZE Beatrix – KEMPF Katalin

2021 Az ELTE PPK múzeumpedagógiai szakirányú képzésének tapasztalatai a kihívások tükrében. In *Tudásmenedzsment* 22. 2. (Különszám) 65-83. DOI: 10.15170/TM.22021.22.K2.3

VINCZE Dóra

- 2020 Múzeumozz a szobából! Online #karanténkiállítások a Kiscelli Múzeum–
Fővárosi Képtárban. *Magyar Múzeumok Online*.
<https://magyarmuzeumok.hu/cikk/muzeumozz-a-szobadbol-online-karantenkiallitasok-a-kiscelli-muzeum-fovarosi-keptarban> – Utolsó letöltés:
2021. 11. 01.
- 2021 A digitális az új hétköznapi – A múzeumi digitális oktatási anyagok beépülése
az iskolai gyakorlatba. *Magyar Múzeumok Online*.
<https://magyarmuzeumok.hu/cikk/a-digitalis-az-uj-hetkoznap-i-a-muzeumi-digitalis-oktatasi-anyagok-beepulese-az-iskolai-gyakorlatba> – Utolsó letöltés:
2021. 11. 01.

VÖRÖS Gabriella

- 2015 Muszlim női kendő. A Néprajzi Múzeum honlapja.
<https://www.neprajz.hu/hirek/2015/muszlim-kendo.html> – Utolsó letöltés:
2021. 01. 17.

WAIDACHER, Friedrich

- 2011 *Az általános muzeológia kézikönyve*. Budapest: ELTE BTK Művészettörténeti
Intézet

WAINWRIGHT, Valerie

- 2009 *Social Media and the Democratization of American Museums* [Master's Project.
University of San Francisco].
<https://repository.usfca.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2009&context=capstone>
– Utolsó letöltés: 2021. 08. 02.

WALL, Tobias

- 2006 *Das unmögliche Museum Zum Verhältnis von Kunst und Kunstmuseen der
Gegenwart*. Bonn

WESSELY Anna

- 1995 E csarnok hangja szent. *Magyar Lettre Internationale*, 19. 1995. tél.
<http://www.epa.hu/00000/00012/00003/wessely.htm> – Utolsó letöltés: 2021. 11.
01.

WILLIAMS, David

- 2010 A Brief History of Museum Computerization. In Parry, Ross (ed.): *Museum in Digital Age*. 15–21. The Routledge,

WILHELM Gábor

- 2013 Az új muzeológia fogalmai és problémái. *Néprajzi Látóhatár*. 22. 2. 8–29.
- 2018a Társadalmi tárgy. In Frazon Zsófia (szerk.): *...Nyitott Múzeum... Együttműködés, részvétel, társadalmi múzeum*. 174–181. Budapest: Néprajzi Múzeum
- 2018b Kontaktzóna. In Frazon Zsófia (szerk.): *...Nyitott Múzeum... Együttműködés, részvétel, társadalmi múzeum*. 78–85. Budapest: Néprajzi Múzeum

Z. KARVALICS László

- 2015 Minden dolgok Internetje (Internet of Everything). In Z. Karvalics László (szerk.): *Metszéspontok. Társadalomtudomány és infokommunikáció az ezredforduló után*. 216–246. Budapest: Gondolat–Infonia
- 2017 Shoghi effendi álma. Merre tovább, interkonnektivitás? In Rab Árpád (szerk.): *Csomópontok: A digitális kultúra jellemzői és egymásra hatásuk*. 33–56. Budapest: Gondolat

ZUANNI, Chiara

- 2020 Mapping museum digital initiatives during COVID–19. *EuropeanaPro*. <https://pro.europeana.eu/post/mapping-museum-digital-initiatives-during-covid-19>. – Utolsó letöltés: 2020. 08. 04.

ZSOMBÉKI Blanka

- 2020 Múzeum. Karantén. Önkéntesség. *Magyar Múzeumok Online*. <https://magyarmuzeumok.hu/cikk/muzeum-karanten-onkentesseg> – Utolsó letöltés: 2021. 08. 02.

Melléklet

1. sz. melléklet

A *"Hogyan értékeli a magyar látogatók a múzeumok koronavírus alatt folytatott online tevékenységét?"* című kutatás, kérdőív

Forrás: https://drive.google.com/file/d/1E4Ik14mWh9SajjXTq-13zJg-8P_heknR/view?usp=sharing – Utolsó letöltés: 2020. 11. 28.

2. sz. melléklet

"A múzeumi munkatársak tevékenysége, munkakörülményei a világjárvány alatt" című kutatás, kérdőív

Forrás: <https://drive.google.com/file/d/1a0wFa0QdSZRS-UXTdGyDhpm1BK8jQPPS/view?usp=sharing> – Utolsó letöltés: 2020. 11. 28.

Összefoglaló

A koronavírus világjárvány idején bezárásra készült múzeumok világszerte jelentős mértékben növelték digitális tevékenységüket. A klasszikus múzeumi funkciók maradéktalan érvényesítésének missziója és a bizonytalan kilátások arra ösztönözték a múzeumokat, hogy munkájukat, közszolgálati, közgyűjteményi szerepüket az egyetlen rendelkezésre álló nyilvános térben, a világhálón tegyék bárki számára megtapasztalhatóvá.

A jelen értekezés a digitális antropológia módszereivel feltárja ezt a rendkívül gyorsan lejátszódó folyamatot és azokat az analóg és digitális előzményeket, amelyek lehetővé tették a gyors online átállást, továbbá dokumentálja, miként kezdtek az eleinte jellemzően kezdetleges megoldások professzionálisabbá válni. A kutatás szándéka, hogy a világháló kulcsfogalmaira, a hipertextualitás, hipermedialitás, interkonnektivitás, interaktivitás, a posztdigitális, a disztributív, a pervazív múzeum definíciójára építkezve kétirányból bemutassa, miként alakult át a digitális adatokhoz, a digitalizációhoz, az online térhasználathoz, a közösségi médiához való viszony: hogyan változott az ezzel kapcsolatos intézményi gyakorlat Magyarország múzeumaiban a koronavírus világjárvány miatt, miként reagáltak az intézmények közösségei a fejlesztésekre, milyen módon hatottak vissza az újonnan létrejött kölcsönhatások a múzeumi szakemberek szemléletmódjára, valamint a múzeumi tartalmak felhasználóira.

A disszertáció a magyar és nemzetközi, a COVID-19 világjárvány hatását rögzítő kérdőíves kutatások összehasonlítása és elemzése mellett egy 2021-ben elvégzett saját, online kérdőíves, 1000 fős látogatókutatásra és 350 fős múzeumi dolgozókat célzó országos kutatásra, valamint az ez alapján legjellegzetesebbnek nevezhető digitális tartalomtípusok elemzésére épül.

A kutatás eredményeként megállapítható: a múzeum offline és online terei egyre kevésbé válnak szét, a digitális tartalmak minősége javult, a múzeumi munkatársak digitális kompetenciái fejlődtek, a virtuális és analóg rendszerek kölcsönhatásba kerültek egymással, a felhasználói figyelem érezhetőbb. Ez a szemléletváltás a múzeumi digitalizáció, a digitalizált tartalmak láthatóvá tétele, narratív beágyazása, bemutatása, hasznosítása szempontjából a jövőben gyökeres változást hozhat, megfelelő fenntartói támogatás esetén.

Summary

Museums around the world, which were about to close during the global coronavirus pandemic, have significantly increased their digital activities. The mission to fully implement classical museum functions and the uncertain outlook has encouraged museums to make their work and their role as public services and public collections accessible to all in the only public space available, the World Wide Web.

Using the methods of digital anthropology, this thesis explores this extremely rapid process and the analogue and digital antecedents that enabled the rapid transition to the online world, and documents how initially rudimentary solutions began to be professionalised. The research intends to build on key concepts of the web, such as hypertextuality, hypermedia, interconnectivity, interactivity, and the definition of the postdigital, distributive, and pervasive museum, to show from both directions how the relationship to digital data, digitisation, online space use, and social media has been transformed: how did the institutional practices in Hungarian museums change due to the coronavirus pandemic, how did the communities of the institutions react to the developments, how did the newly created interactions affect the attitudes of museum professionals and the users of museum content.

The dissertation is based on a comparison and analysis of Hungarian and international survey research on the impact of the COVID-19 pandemic, a personal online survey of 1000 visitors and a nationwide survey of 350 museum staff in 2021, and an analysis based on this of the most characteristic types of digital content.

As a result of the research, it can be concluded that there is less and less separation between offline and online spaces of the museum, the quality of digital content has improved, the digital competencies of museum staff have developed, virtual and analogue systems have interacted, and user attention is more noticeable. This change in attitude could bring radical changes in the future in terms of digitisation in museums, in terms of making digital content visible, narratively embedding, presenting and exploiting it, provided that there is adequate support from the funding authorities.