

Doktori (PhD) értekezés tézisei

„Posztolni vagy nem posztolni?”

A magyar múzeumok Instagram használatának vizsgálata a
tartalom, forma és elköteleződés tükrében

Csont István

Témavezető: Dr. Forisek Péter



DEBRECENI EGYETEM

Történelmi és Néprajzi Doktori Iskola

Debrecen, 2025

1. Az értekezés célkitűzése, a téma körülhatárolása

Az értekezés célja a magyarországi múzeumok *Instagramon* végzett kommunikációs gyakorlatainak átfogó vizsgálata volt. A közgyűjtemények társadalmi szerepének változásával, a digitalizáció felgyorsulásával, valamint a közönség kulturális szokásainak átalakulásával párhuzamosan a múzeumoknak egyre nagyobb kihívást jelent a közösségi média tudatos használata. A kutatás középpontjában annak feltárása állt, hogy milyen tényezők – intézményi, tartalmi, formai és időzítési sajátosságok – határozzák meg a felhasználói aktivitást az *Instagramon* és hogyan képesek a múzeumok a platformot stratégiai céljaik szolgálatába állítani.

A témaválasztás indokoltságát egyrészt a kulturális intézmények kommunikációs környezetének változása adja. A látogatók megszólítása ma már nem csupán a kiállítási térben zajlik, a közösségi médiában történő jelenlét meghatározza az intézmények láthatóságát, elérhetőségét és társadalmi beágyazottságát. Másrészt a kulturális szektorban a digitális kommunikáció minősége egyre inkább a finanszírozás (digitális láthatóság) és a

fenntartói elvárások (hatékonyság) szempontjából is jelentőséggel bír.

Elméleti szempontból az értekezés a „új muzeológia” és a „*Museum 2.0*” koncepcióira épült, amelyek hangsúlyozzák a közönség bevonásának, a kommunikáció kétirányúságának és az interaktív részvételnek a fontosságát. A közgyűjtemények tehát nemcsak kiállítóhelyek, hanem közösségi terek, ahol az online és offline tér kölcsönösen erősíti egymást. Az *Instagram* vizsgálatát a platform vizuális jellege, fiatal célközönsége, valamint a kulturális intézmények számára kínált kreatív lehetőségei indokolták.

A kutatás hiánypótló jellegű, mivel a nemzetközi szakirodalomban (pl. Berlin, Prága, Róma, London múzeumi kapcsán) már több elemzés született a közösségi média szerepéről, ugyanakkor a magyarországi múzeumi szféráról eddig csupán szórványos vizsgálatok álltak rendelkezésre. Az értekezés ezért elsőként nyújt átfogó, öt évet felölelő, magas mintaszámú, kvantitatív és kvalitatív módszereket ötvöző elemzést.

A kutatás központi kérdései az alábbiak voltak:

- Befolyásolja-e az intézmény típusa (országos vagy térségi) az *Instagramon* mérhető aktivitást?
- Milyen tartalmi kategóriák bizonyulnak a leghatékonyabbnak a közönség elérésében?
- Hogyan hatnak a formai sajátosságok (*Call To Action eszközök* beépítése, carousel – több tartalom egyidejű megosztása, képaláírás, illetve hashtagek alkalmazása) az interakciók alakulására?
- Milyen szerepe van az időzítésnek (hétköznap, ill. hétvége) a posztok sikerességében?
- Hogyan alakította át a *COVID-19* járvány a múzeumok online kommunikációját, és milyen tartós változásokat eredményezett?

A dolgozatban összesen hat fő hipotézis került megfogalmazásra, ezekhez alhipotézisek kapcsolódtak, amelyek az intézménytípus, a tartalom, a formai megoldások, a hashtagek, az időzítés és a pandémiás környezet aktivitásra gyakorolt hatását vizsgálták.

A téma jelentőségét az adja, hogy a közgyűjtemények társadalmi szerepének erősödésében a digitális kommunikáció kulcsszerepet játszik. A látogatószám növelése, a közönség megszólítása és a kulturális javakhoz való hozzáférés bővítése mind szoros összefüggést mutat az online jelenlét minőségével. Mindezek mellett a digitális kommunikáció nem csupán a meglévő kulturális értékek közvetítését szolgálja, hanem új, digitális kulturális értékek létrehozásához is hozzájárul.

A kutatás további jelentőségét az adja, hogy a közösségi médián keresztül a múzeumok újfajta kapcsolatokat építenek ki a közönséggel, amelyek túlmutatnak a hagyományos látogatói élményen. Az online térben kialakuló interakciók nemcsak a múzeumi szolgáltatások láthatóságát növelik, hanem hozzájárulnak a közösségi részvétel erősítéséhez és a kulturális demokratizációhoz is. Az *Instagram* lehetőséget biztosít a múzeumok számára, hogy párbeszédet alakítsanak ki a látogatókkal, aktívan bevonják őket a tartalomformálásba és ezáltal új értelmezési kereteket teremtsenek a kulturális örökséghez való viszonyban.

2. Az alkalmazott módszerek vázolósa

A kutatás mixed methods megközelítésre épült, amely egyesítette a kvantitatív és kvalitatív módszereket. Ez a választás biztosította, hogy az adatok statisztikai elemzése mellett a mögöttes intézményi gyakorlatok és stratégiák is feltárásra kerüljenek. A módszertani sokszínűség hozzájárult ahhoz, hogy a vizsgálat ne csak számszerű mutatókat szolgáltatson, hanem kontextuális értelmezést is nyújtson a magyar múzeumi szféra digitális kommunikációs gyakorlatáról.

2.1. Mintavétel

A vizsgálatba kilenc magyarországi múzeum került bevonásra, amelyek az országos, regionális és helyi intézmények különböző típusait képviselték. A szelekció során szempont volt a földrajzi sokszínűség (Budapest és vidéki intézmények), a fenntartói háttér (állami, alapítványi és önkormányzati), valamint a tematikai eltérés (történelem, képzőművészet, néprajz, és történettudomány). A minta így átfogó képet adott a hazai múzeumi szféra jellemzőiről.

2.2. Adatgyűjtés

Az empirikus adatgyűjtés két szakaszban zajlott:

- Az első szakaszban (2019-2021) 2239 poszt került feldolgozásra. Ez biztosította az előzetes trendek feltárását és a módszertan kipróbálását;
- A második szakasz (2019-2024) már a teljes időszakot átfogta, 7333 poszt vizsgálatával.

Az adatok rögzítése autopszia útján történt, manuális jegyzeteléssel és Excel táblázatok készítésével. A vizsgálat során a posztokhoz kapcsolódó valamennyi releváns adat rögzítésre került, úgy mint a kedvelések, hozzászólások, megosztások száma; hashtagek; CTA-elemek; carousel formátum jellemzője; képaláírások; időbélyeg (napra pontosan). A vizsgálat tárgyát tehát a megosztott képi tartalmak jelentették, a platformhoz köthető további tartalomtípusok (Reels és Story) nem képezték a vizsgálat tárgyát.

2.3. Tartalmi kategóriák

A posztok tíz tartalmi kategóriába soroltam (pl. műtárgy, kiállítás, pedagógiai, reklám, közösségi, jeles naphoz

kötődő tartalmak). Ez a típusú kategorizálási folyamat lehetővé tette a különböző típusú posztok összehasonlítását és hozzájárult annak feltárásához, hogy milyen tartalmak generálnak nagyobb aktivitást.

2.4. Kvantitatív elemzések

Az aktivitás mérésére az elköteleződési ráta (*ER*) szolgált, amely az interakció/követőszám arányaként került kiszámításra. Ez biztosította az intézmények közötti összehasonlíthatóságot a különböző méretű követőtáborok mellett is.

- A hiányzó követőszámokat lineáris regresszióval becsültem, intézményenkénti idősorok alapján;
- A posztok összehasonlítását normalizált mutatók segítették, így az aktivitás eltérései statisztikai szempontból is értelmezhetők voltak;
- A *RivalIQ* nonprofit benchmark eredményeivel összehasonlítva lehetőség nyílt a magyar múzeumok teljesítményének nemzetközi kontextusba helyezésére.

2.5. Kvalitatív elemzések

A kvantitatív adatokat félig strukturált interjúk egészítették ki, amelyeket a múzeumok kommunikációs szakembereivel készítettem. Ezek rávilágítottak arra, hogy az online aktivitás mögött milyen stratégiai megfontolások, intézményi erőforrások és belső kihívások húzódnak. Az interjúk szerepe elsősorban a kontextualizálás és az eredmények magyarázata volt, mely segített feltérképezni az online kommunikációs stratégia meglétét és jellegzetességeit.

2.6. Kontextuális tényezők

A vizsgálat során külön figyelmet kapott a *COVID-19* járvány, amely a múzeumok kényszerű bezárásával párhuzamosan az online kommunikáció felértékelődését eredményezte, melynek következtében a digitális jelenlét sok intézménynél stratégiai tényezővé vált. A kutatás során korrelációs elemzést végeztem annak vizsgálatára, hogy a korlátozási szintek milyen kapcsolatban álltak az aktivitás változásával.

3. Az eredmények tézisszerű felsorolása

H1: Az intézmény típusa befolyásolja az aktivitást

- Az országos múzeumok posztjai átlagosan tízszer annyi interakciót generáltak, mint a regionális intézményeké. Ez az eltérés a követőszám mellett a professzionális kommunikációs stratégiáknak is köszönhető;
- A kisebb intézmények hozzászólás/poszt aránya ugyanakkor magasabb volt, ami szorosabb közösségi beágyazottságra utal;
- A tudatos stratégiával rendelkező múzeumok magasabb *ER-értéket* mutattak.

H2: A tartalom jellege meghatározó

- A közösségépítő, reklámjellegű, jeles napokhoz kapcsolódó és tudományos posztok váltották ki a legnagyobb aktivitást;
- A pedagógiai és közérdekű információk lényegesen alacsonyabb interakciót generáltak.

H3: A formai elemek hatása

- A CTA-t tartalmazó posztok ritkán fordultak elő, de alkalmazásukkor mérhető aktivitásnövekedést hoztak;
- A carousel formátum többségében növelte az elköteleződést az egyképes posztokhoz képest;
- A képaláírás megléte pozitív hatással volt az aktivitásra, bár statisztikai korlátok nehezítették a pontos mérését.

H4: Hashtagek szerepe

- A hashtagek hatása intézményenként eltért, míg egyeseknél növelték, másoknál nem befolyásolták az interakciót.

H5: Időzítés

- A hétvégi posztok bizonyos múzeumok esetében növelték az aktivitást, de a hatás nem volt általános.

H6: COVID-19 hatások

- A járvány idején nőtt a posztolási gyakoriság;

- Az interakciók mértéke vegyes képet mutatott, nem minden esetben emelkedett;
- Pozitív korreláció mutatkozott néhány intézménynél a lezárások és az aktivitás között;
- A pandémia után több intézménynél is fennmaradt a magasabb szintű kommunikáció.

3.1 Reflexiók és elméleti értelmezés

A dolgozat elsődleges célja a múzeumok *Instagram* kommunikációjának hatékonyságmérése volt, ugyanakkor az eredmények értelmezése nem választható el a kulturális és intézményi kontextustól. Az adatok azt mutatták, hogy a posztok teljesítménye szorosan kapcsolódik az intézményi mérethez, arculathoz és misszióhoz: a kisebb múzeumok közvetlenebb, közösségibb kommunikációt folytattak, míg az országos intézmények professzionálisabb, de kevésbé interaktív stratégiákat alkalmaztak. Az *Instagram* tartalmak így nem csupán technikai eszközök, hanem a múzeumok missziójának digitális kivetülései is, hiszen a gyűjtemény bemutatását, az ismeretátadást, a közösségi szerepvállalást és a látogatószám növelést egyaránt szolgálják. A *COVID-19*

világjárványt követő időszak nyomán több intézményben tartós szemléletváltás indult el, amely a digitális kommunikációt a múzeumi tudástermelés és önreprezentáció szerves részévé emelte.

4. Összegzés

A kutatás eredményei azt mutatják, hogy a magyarországi múzeumok *Instagram* kommunikációjának sikerességét nem egyetlen tényező határozza meg, hanem intézményi, tartalmi, formai és időzítési sajátosságok összetett kombinációja. Az országos múzeumok előnye vitathatatlan, de a kisebb intézmények közösségi beágyazottsága sajátos erőforrást jelent. A tartalom típusa kulcstényező, az emocionális kapcsolódást kínáló posztok bizonyultak a legsikeresebbnek. A formai megoldások (carousel, CTA, képaláírás) szintén hozzájárultak az aktivitás növeléséhez, míg a hashtagek hatása intézményenként eltérően alakult. Az időzítés szerepe nem univerzális, de bizonyos esetekben előnyt biztosított. A *COVID-19* időszak a digitális jelenlét felértékelődését

eredményezte, és több intézményben tartós változásokat indított el.

A tézisek összessége azt bizonyítja, hogy az *Instagram* a múzeumi kommunikációban nem pusztán kiegészítő eszköz, hanem stratégiai jelentőségű platform, amely egyszerre szolgálja a közönség bevonását, az intézményi láthatóságot és a társadalmi szerepvállalás erősítését. Az értekezés hozzájárul a digitális muzeológia hazai tudományos diskurzusához, ugyanakkor gyakorlati útmutatót is kínál a múzeumok számára az adatalapú döntéstámogatás, a tudatos kommunikációs stratégia és a közönséghez való hatékonyabb kapcsolódás területén. Az *Instagram* tartalmak emellett a múzeumok önreprezentációjának eszközeként is értelmezhetők, amelyek a gyűjtemény, az ismeretátadás, a közösségi beágyazottság és a kulturális identitás digitális kivetüléseiként jelennek meg.



Nyilvántartási szám: DEENK/492/2025.PL
Tárgy: PhD Publikációs Lista

Jelölt: Csont István

Doktori Iskola: Történelmi és Néprajzi Doktori Iskola

MTMT azonosító: 10067776

A PhD értekezés alapjául szolgáló közlemények

Magyar nyelvű könyvrészletek (3)

- Csont, I.:** Múzeumok digitális jelenléte a Covid19-járvány alatt: A közösségi média szerepe és kihívásai.
In: Múzeumi örökség és múzeumi kommunikáció. Szerk.: Jakab Albert Zsolt; Vajda András, Kriza János Néprajzi Társaság, Kolozsvár, 109-130, 2024, (Kriza Könyvek ; 50.) ISBN: 9786069015391
- Csont, I.:** Virtuális technológiák a múzeumban.
In: Történelmi és néprajzi örökségek az ókortól napjainkig. Szerk.: Nagy Monár Miklós, Körösparti Péter, Györfly István Néprajzi Egyesület, Karcag, 85-128, 2020. ISBN: 9789637354083
- Csont, I.:** Út a digitális múzeum felé.
In: Történelmi és néprajzi örökségek az ókortól napjainkig. Szerk.: Nagy Monár Miklós, Körösparti Péter, Györfly István Nagykun Múzeum, Karcag, 56-74, 2018. ISBN: 9789637354076

Magyar nyelvű tudományos közlemények hazai folyóiratban (3)

- Csont, I.:** A Covid-19 múzeumokra gyakorolt hatása: anyagi és immateriális veszteségek, valamint digitális válaszlépések: Nemzetközi és hazai áttekintés (2020-2022).
Népr. Látóhatár. 33 (3-4), 34-46, 2024. ISSN: 1215-8097.
- Csont, I., Forisek, P.:** Közösségi média a múzeumok életében a Covid előtti és alatti időszakban.
Y. Z. 1 (1), 35-40, 2021. EISSN: 2786-3069.
- Csont, I.:** Az ókori Alexandriai Könyvtár, mint virtuális oktatási környezet.
Történelmi tanulmányok. 24, 83-100, 2017. ISSN: 1217-4602.

Magyar nyelvű tudományos közlemények külföldi folyóiratban (1)

- Csont, I.:** Az ókori könyvtárak és könyvtári rendszerek.
Hist. eccles. 9 (1), 208-217, 2018. ISSN: 1338-4341.





Idegen nyelvű tudományos közlemények hazai folyóiratban (1)

8. **Csont, I.:** The Definition of the Museum at the Intersection of Tradition and the Digital World.
Ethnogr. Folklor. Carpathica. [Accepted by publisher], [1-18], 2025. ISSN: 0139-0600.

További közlemények

Magyar nyelvű könyvrészletek (1)

9. **Csont, I.:** A múzeumi oktatás modern eszközei.
In: Tánc-tananyag-módszer : módszertani jegyzet / Bihari Nagy Éva; Csont István, Debreceni Egyetem Bölcsészettudományi Kar Néprajzi Tanszék, Debrecen, 69-86, 2022, (ISSN 0138-9882) ISBN: 9789634904533

Idegen nyelvű, külföldi könyvrészletek (2)

10. Boda, I. K., Tóth, E., **Csont, I.**, Nagy, L. T.: Developing learners' English linguistic competence in the three-dimensional model of the ancient Library of Alexandria.
In: Wokół "Katechizmu biblioteki" Paula Ladewiga / red. Zdzisław Gębołyś, Wydawnictwo Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego, Bydgoszcz, 243-266, 2019. ISBN: 9788380182264
11. **Csont, I.**, Molnár, D.: Talent Nurturing in Higher Education.
In: Ways of Promoting Excellence in Higher Education. Ed.: Erdei Gábor; Juhász Erika; Sahin Salih; Kan Adnan, Pegem Akademi, Ankara, 28-34, 2018. ISBN: 9786052415467

Idegen nyelvű tudományos közlemények külföldi folyóiratban (2)

12. Boda, I. K., Tóth, E., **Csont, I.**, Nagy, L. T.: Developing a 3D virtual library model based on the ancient Library of Alexandria.
Aust. J. Intell. Inform. Process. Syst. 14 (4), 19-29, 2016. ISSN: 1321-2133.
13. Boda, I. K., Tóth, E., Bényei, M., **Csont, I.:** A 3D virtual library model: representing verbal and multimedia content in three dimensional space.
QQML Journal. 4 (December), 891-901, 2015. ISSN: 2241-1925.

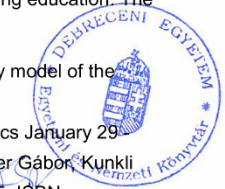
Magyar nyelvű konferencia közlemények (3)

14. **Csont, I.:** Az Alexandriai Könyvtár egy új történeti összefoglalása.
In: Tavaszí Szél 2019 Konferencia = Spring Wind 2019: Konferenciakötet. Szerk.: Bihari Erika, Molnár Dániel, Szikszai-Németh Ketrin, Doktoranduszok Országos Szövetsége, Budapest, 690-695, 2020.





15. Boda, I. K., Tóth, E., Béneyei, M., **Csont, I.**: Egy ókori könyvtár modellje a virtuális térben: Az Alexandriai Könyvtár.
In: Agria Media 2014 XI. Információtechnikai és Oktatótechnológiai Konferencia és Kiállítás : Eszterházy Károly Főiskola 2014. október 8-10, nemzetközi konferencia. Szerk.: Nádasi András, Eszterházy Károly Főiskola Médiainformatikai Intézet, Eger, 215-222, 2015. ISBN: 9786155621154
16. Boda, I. K., Tóth, E., Béneyei, M., **Csont, I.**: Kulturális örökség és virtuális valóság: az ókori Alexandriai Könyvtár.
In: Informatika a felsőoktatásban 2014 konferencia. Szerk.: Kunkli Roland, Papp Ildikó, Rutkovszky Edéné, Debreceni Egyetem Informatikai Kar, Debrecen, 384-390, 2014. ISBN: 9789634737124
- Idegen nyelvű konferencia közlemények (6)
17. Boda, I. K., Tóth, E., **Csont, I.**, Nagy, L. T.: Supporting language learning in the three-dimensional model of the ancient Library of Alexandria.
In: Proceedings of the 10th International Conference on Applied Informatics. Ed.: Terdik György, Kovácsnai Gergely, Tóth Tibor, Eszterházy Károly Egyetem, Eger, 53-61, 2018. ISBN: 9786155621727
18. Boda, I. K., Tóth, E., **Csont, I.**, Nagy, L. T.: The use of mythological content in virtual learning environment.
In: 8th IEEE International Conference on Cognitive Infocommunications: CogInfoCom 2017 : Proceedings : September 11-14, 2017 Debrecen, Hungary, IEEE Computer Society, Piscataway, 307-314, 2017. ISBN: 9781538612644
19. Boda, I. K., Tóth, E., **Csont, I.**, Nagy, L. T.: Developing a knowledge base of ancient literary texts in virtual space.
In: 7th IEEE International Conference on Cognitive Infocommunications: CogInfoCom 2016 : Proceedings. Szerk.: Péter Baranyi, IEEE Computer Society, Washington, 263-269, 2016. ISBN: 9781509026456
20. Boda, I. K., Tóth, E., **Csont, I.**, Nagy, L. T.: Virtual learning environment: the VirCa-based model of the ancient Library of Alexandria.
In: European Conference on Educational Research (ECER 2016): Leading education: The distinct contributions of educational research and researchers
21. Boda, I. K., Tóth, E., Béneyei, M., **Csont, I.**: A three-dimensional virtual library model of the ancient Library of Alexandria István.
In: Proceedings of the 9th International Conference on Applied Informatics January 29-Február 1, 2014. Eger, Hungary Volume I.. Ed.: by Kovács Emőd, Kúspér Gábor, Kunkli Roland, Tóth Tibor, Eszterházy Károly Főiskola, Eger, 103-111, 2015. ISBN: 9786155297182





22. Boda, I. K., Tóth, E., **Csont, I.**, Nagy, L. T.: Toward a knowledge base of literary content focusing on the ancient Library of Alexandria in the three dimensional space.

In: 6th IEEE Conference on Cognitive Infocommunications CogInfoCom 2015 : Proceedings, October 19-21, 2015, Széchenyi István University Győr, Hungary, IEEE, Danvers, 251-258, 2015. ISBN: 9781467381284

Magyar nyelvű absztrakt kiadványok (1)

23. Boda, I. K., Tóth, E., **Csont, I.**, Nagy, L. T.: Virtuális tanulási környezet: az ókori Alexandriai Könyvtár VirCa alapú modellje.

In: I. Oktatástervezési és oktatás-informatikai konferencia: absztraktkötet. Szerk.: Hülber László ; olvasószerk. Tamásné Fekete Adrienne, Líceum, Eger, 59, 2017. ISBN: 9786155621147

A DEENK a Jelölt által a Tudóstérbe feltöltött adatok bibliográfiai és tudományometriai ellenőrzését a tudományos adatbázisok és a Journal Citation Reports Impact Factor lista alapján elvégezte.

Debrecen, 2025.08.27.



