

Doktori (PhD) értekezés

A szegedi egyetemisták múzeumképe

A múzeumok mint változó tanulási terek egy
egyetemi városban

Hegedűs Anita



Debreceni Egyetem
BDT

Debrecen, 2023

A SZEGEDI EGYETEMISTÁK MÚZEUMKÉPE

A MÚZEUMOK MINT VÁLTOZÓ TANULÁSI TEREK EGY EGYETEMI VÁROSBAN

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

Írta: Hegedűs Anita, okleveles kommunikáció- és médiaszakértő

Készült a Debreceni Egyetem Humán Tudományok doktori iskolája
(Nevelés- és Művelődéstudományi Doktori Program) keretében

Témavezető: Prof. Dr. Pusztai Bertalan

Az értekezés bírálói:

Dr.
Dr.
Dr.

A bírálóbizottság:

elnök: Dr.
tagok: Dr.
Dr.
Dr.
Dr.

A nyilvános vita időpontja: 20...

Én, Hegedűs Anita 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 teljesek. Nem állok doktori fokozat visszavonására irányuló eljárás alatt, illetve 5 éven belül nem vontak vissza tőlem odaítélt doktori fokozatot. Jelen értekezést korábban más intézményben nem nyújtottam be és azt nem utasították el.

Debrecen, 2023. október 9.

Hegedűs Anita

Köszönetnyilvánítás

A disszertációm megvalósulása kapcsán hálával tartozom Prof. Dr. Pusztai Gabriellának, hogy tanácsaival, útmutatásával végigkísérte doktori tanulmányaimat. Hálásan köszönöm témavezetőmnek, Prof. Dr. Pusztai Bertalannak, hogy támogatta munkámat, javaslataival, meglátásaival segített a kihívást jelentő problémák megoldásában.

Köszönöm az elővita bizottságom opponenseinek, Dr. Dusa Ágnesnek, Dr. habil. Szabó Józsefnek és Dr. Fintor Gábornak, valamint a bizottság tagjainak, Dr. Kerülő Juditnak és Dr. Márkus Edinának, hogy bírálataikkal, meglátásaikkal elősegítették a végső dolgozat megszületését.

Hálával tartozom a kutatás lebonyolításában nyújtott támogatásáért Dr. Dobos Ildikónak, az elemzésekkel, statisztikai kihívásokkal kapcsolatos tanácsokért Dr. Lencsés Gyulának. Köszönöm Dr. Hegedűs Rolandnak és Dr. Sebestyén Krisztinának a sohasem csillapodó támogatást, segítséget, bátorítást. Köszönöm Máté-Szabó Barbarának, hogy egymást támogatva járhattuk végig a doktori eljárás utolsó szakaszait. Hálás köszönettel tartozom Dr. Medgyesi Konstantinnak, aki sok-sok évvel ezelőtt elindított ezen az úton, folyamatosan segítve munkámat, előrehaladásomat.

A legnagyobb hálával a családomnak tartozom: nagyszüleim, szüleim és testvérem feltétel nélküli támogatása, hite tette lehetővé, hogy ezt a hosszú utat végigjárhassam. Jelen értekezést nekik ajánlom.

Tartalomjegyzék

I. Bevezetés	8
1. A kutatás aktualitása.....	9
2. A kutatás céljai, módszerei.....	12
3. A kutatás kulcsterületei	13
II. Múzeumok és látogatók szinkron és diakron metszetben	17
1. A múzeumok kezdetei és átalakulásuk.....	17
1.1 Nemzetközi áttekintés.....	17
1.2. A magyarországi múzeumok átalakulása	26
2. Fogasztók és tanulók a múzeumokban	28
2.1. Látogatótípusok a múzeumokban.....	31
2.2. Látogatói elvárások és élmények.....	32
2.3. Kommunikáló múzeum? Storytelling és a látogatók bevon(ód)ása	34
2.4. A látogatói elvárásokra adott múzeumi válaszok	35
III. A tanulás változatai a múzeumokban	37
1. Informális, non-formális tanulás.....	37
1.1. Tárgyalapú tanulás a múzeumban	40
1.2. A múzeumi tanulást befolyásoló tényezők.....	42
1.3. Múzeumi oktatás – oktatás a múzeumban.....	44
1.4. Múzeumok a digitális világban.....	45
2. Egyetemisták a múzeumpedagógia, múzeumandragógia célkeresztjében	47
2.1. Múzeumpedagógia.....	48
2.2. Andragógia, múzeumandragógia.....	52
IV. Egyetemi hallgatók és az értelmiségi lét.....	56
1. Kulturális tőke és értelmiségi lét az egyetemisták körében.....	56
2. Az egyetemek speciális szereplői: külföldi és kettős magyar állampolgárságú hallgatók.....	67
2.1. Külföldi hallgatók.....	68
2.2. Kettős magyar állampolgárságú hallgatók	72

V. Egyetemek, hallgatók és múzeumok	76
1. Felsőoktatás és múzeumok	76
1.1. Az egyetemi-múzeumi együttműködések alapjai	76
1.2. Egyetemi-múzeumi kooperáció a gyakorlatban	84
2. Egyetemisták és múzeumok	92
2.1. A múzeumokról alkotott vélemény	92
2.2. Szabadidőeltöltés és a múzeumlátogatás motivációi	93
2.3. A múzeumlátogatás gyakorisága	97
2.4. Az egyetemisták által kedvelt múzeumtípusok és programkínálat	103
2.5. A múzeumi információszerzés forrásai	104
VI. Az empirikus kutatás bemutatása	106
1. Kutatási kérdések és hipotézisek	106
1.1. Szociodemográfiai tényezők	106
1.2. Gazdasági és kulturális tőke	106
1.3. Szabadidő-eltöltés és kulturális fogyasztási szokások	107
1.4. Az egyetemisták múzeumképe, múzeumfogyasztási és információgyűjtési szokásai	107
1.5. A külföldi és határon túli magyar hallgatók kultúra- és múzeumfogyasztása	108
1.7. Az egyetemi képzések és a múzeumok mint tanulási terek kapcsolata	110
2. A kutatás módszertana	110
3. A kutatáshoz használt kérdőív	112
4. A kutatás során alkalmazott módszerek	113
VII. A kultúrafogyasztás szinterei, demográfiai és szociokulturális tényezői	114
1. Képzési és szociodemográfiai háttérváltozók	114
2. Gazdasági helyzet	120
3. Kulturális szokások	125
4. A hallgatók szabadidő-eltöltési szokásai	129
5. A hallgatók múzeumlátogatási gyakorisága	145
6. Egyetemi kulturális kínálat	154

VIII. Múzeumi ismeretek, emlékek és elvárások.....	158
1. A múzeum feladatai.....	158
2. Asszociációk a múzeumról.....	159
3. Múzeumokkal kapcsolatos emlékek.....	167
4. A kiállítások értékelését befolyásoló tényezők	172
5. A múzeumi kínálat iránti érdeklődés.....	174
5.1. Kiállítások.....	174
5.2. Múzeumi tartalmak.....	177
5.3. Múzeumi rendezvények.....	178
6. A múzeumi információszerzés forrásai	182
IX. Egyetemisták a múzeumban	188
1. Kik a múzeumba járó hallgatók?	188
1.1. Társas és egyéni múzeumlátogatás.....	188
1.2. A múzeumlátogatás körülményei	189
1.3. A múzeumlátogatás motivációi	192
1.4. Múzeumlátogatás egyetemi szervezéssel	197
2. Kik a múzeumba nem járó hallgatók?	201
3. Egyetemi kurzusok a múzeumban.....	203
4. Gyakornoki és önkéntes tevékenység a múzeumban	210
X. Összegzés	212
1. A kutatási kérdések, hipotézisek vizsgálata	212
2. Összegző gondolatok.....	216
Summary	222
Hivatkozott dokumentumok.....	224
Hivatkozott irodalom	225
Publikációs jegyzék	246
Ábrák és táblázatok jegyzéke	253
Mellékletek	258

I. Bevezetés

A felsőoktatásban tanuló hallgatók és a múzeumok kapcsolata hazánkban mind a mai napig kevésbé taglalt témakör, noha a múzeumok megfelelő szabadidő-eltöltési lehetőséget és tanulási tér-funkciót is biztosíthatnak az egyetemisták számára (Hooper-Greenhill, 2004). Ennek ellenére a hazai múzeumok látogatói között elenyésző arányban jelennek meg a hallgatók (Schultz & Szalók, 2022) – igaz ez általában a múzeumi szférára és a nagy vidéki egyetemi városok múzeumi látogatottságára is.

Noha alapvetően az egyetemistákat értelmiségi jelleggel ruházzák fel, mégsem látogatnak rendszeresen múzeumokat (Gombos, 2011), ahol az általános ismeretszerzés és tudásgyarapítás mellett saját szakjuk, saját tanulmányaik segítőjeként is megjelenhetnének a múzeumok (Káldy, 2020), a múzeumi gyűjtemények, az ott tárolt kulturális javak, az ott megszerezhető tudás. Az egyetemisták jellemzően nem élnek a múzeumok kínálta lehetőségekkel, a fiatal korosztály nem jár múzeumi programokra, rendezvényekre (Pavluska et al., 2018).

Jelen doktori disszertáció témájára az említett jelenségek, tapasztalatok hívták fel a szerző figyelmét: a kutatás tárgyát az egyetemisták múzeumképe, múzeummal kapcsolatos attitűdjük vizsgálata, múzeumba járási szokásaik feltérképezése, a múzeumi tanulási elképzeléseik megismerése, illetve a múzeumoktól történő távolmaradásuk okainak elemzése adja. A szerző oktatási tevékenysége során rendszeresen szembesül azzal, hogy a szegedi hallgatók nem tudják, milyen kulturális kínálat várja őket a városban (Hegedűs, 2016b), a szegedi múzeumban és kiállítóhelyein. A külföldi hallgatók legtöbbször nincsenek tisztában a városi múzeumok elhelyezkedésével – sőt, sok esetben létükkel sem (Hegedűs, 2023), így az egyetemen eltöltött éveik alatt egyszer sem látogatnak el a közgyűjtemények kiállításaira, programjaira, még a kifejezetten számukra készült rendezvényekre sem (Hegedűs, 2016a). A szerzőben ezen jelenségek kapcsán merült fel a kérdés, hogy mi állhat ezek háttérében, miért nem képesek a múzeumok sikeresen megszólítani a hallgatókat. A múzeumok számára komoly látogatói bázist jelent az egyetemista közönség, de vajon ismerik-e a hallgatók elérésének megfelelő eszközeit? Ezen kérdés megválaszolásának kiindulópontja véleményünk szerint a célközönség, azaz az egyetemisták pontosabb megismerése: a hallgatókban élő múzeumképnek, a távolmaradás okainak, az esetleges múzeumlátogatás motivációinak feltérképezése. Fontos kérdés, hogy a múzeumok kínálata vajon mennyire megfelelő a hallgatók számára, a múzeumi szakemberek, rendezvényszervezők, múzeumandragógusok által létrehozott, egyetemistákat célzó rendezvények valóban az egyetemistáknak szólnak-e, képesek-e a hallgatók megszólítására. Melyek azok az elemek, melyeket vonzónak találnak az

egyetemisták, s melyek azok az összetevők, melyek nem érik el, vagy éppen taszítják őket. A szerzőt foglalkoztatta a kérdés, hogy a múzeumok képesek-e sikeresen kommunikálni értékes kínálatukat, a múzeumi látogatásban rejlő lehetőségeket a hallgatók felé: az egyetemisták tudják-e, milyen kiállítások, programok, gyűjtemények rejlenek a múzeumok falai között, melyek kikapcsolódási lehetőséget kínálnak és egyben a tanulmányaikat, kutatásaikat, szakmai előmenetelüket is segíthetik. Látnak-e kikapcsolódási és tanulási tér funkciót a múzeumi kínálatban? Az egyéni megszólítás mellett az egyetemisták sikeres elérésének másik, magától értetődő útja lehet az egyetemekkel történő kooperáció kialakítása. Felmerül azonban a kérdés, hogy léteznek-e megfelelő együttműködések múzeumok és egyetemek között intézményi szinten, melyek alkalmasak lehetnek megfelelő tanulási lehetőségek és programok biztosítására, a hallgatók szakmai tudásának fejlesztésére?

Jelen dolgozat célja, hogy a kutatásban szereplő hallgatók kulturális és múzeumfogyasztási szokásait, múzeumokkal kapcsolatos véleményét feltárja, s az eredményeknek köszönhetően – noha nem reprezentatív kutatás elvégzésére vállalkozunk – a múzeumok bepillantást nyerhessenek a szegedi hallgatók ezen szeletének közgyűjteményekkel kapcsolatos attitűdjébe.

1. A kutatás aktualitása

A kutatás témájának aktualitását két szempontból is elemezhetjük: egyrészt a múzeumok, másrészt pedig a hallgatók szemszögéből. A múzeumok komoly változáson mentek át hazánkban a rendszerváltás, s még inkább a 2000-es évek eleje óta (Koltai, 2011). A hagyományos múzeumi működést a rendszerváltás szétzúzta, a múzeumoknak fontossá vált a minél magasabb látogatottság elérése nem csupán szakmai vagy presztízs szempontok alapján, hanem anyagi okok miatt is (György, 2003). Így az a folyamat, mely Nyugat-Európában már évtizedekkel korábban lezajlott, Magyarországon is megjelent: a hagyományos, kurátor-központú közgyűjtemények helyét egyre inkább a látogatóbarát, látogatócentrikus múzeumok vették át (Ébli, 2005) – noha érdemes megjegyeznünk, hogy ez a fajta átalakulás nem érintette hazánk összes múzeumát, mert napjainkban is működnek közgyűjtemények a klasszikus, zártabb múzeumi felfogás alapján. Az újfajta látásmód kiemelt szerepet adott a látogatóknak: a múzeumi kiállításokat, a múzeumok koncepcióját látogatói szempontok kezdték el meghatározni. Az újfajta múzeumi felfogás kapcsán kiemelt jelentőségűvé vált a közművelődési tevékenység, a múzeumok oktatási szerepe, oktatási intézményekkel történő együttműködése, múzeumi tanulási terek létrehozása, a múzeumpedagógia és múzeumandragógia aktív jelenléte és működése a múzeumok mindennapjaiban, illetve megjelent célként a múzeumok társadalmi szerepének erősítése is (Koltai, 2011). Az említett folyamatok megvalósítására Európai Unió múzeumi pályázatokat hirdetett, melyeknek

köszönhetően a múzeumi tanulási terek kialakítása, múzeumpedagógiai és múzeumandragógiai mintaprojektek elindítása is megtörténhetett (Káldy, 2020; Nagy et al., 2021). A pályázatok kapcsán diákok ezrei, sőt, tízezrei részesültek az újfajta múzeumi kultúrákövetítésből, azzal a nem titkolt céllal, hogy felnőve ők maguk is múzeumlátogató felnőttekké váljanak (Koltai, 2010b). A pályázatok segítették a múzeumok közoktatásba történő integrálását, a tantervekhez való illeszkedést, a múzeumi órák a tanórák intézményesített kiegészítői lettek, mindemellett pedig intézményi együttműködések is születtek a közoktatási intézmények és a múzeumok között. Felmerül azonban a kérdés, hogy a közoktatásba történő, pályázatokkal támogatott bekapcsolódás során az egyetemek, az egyetemisták mennyiben jelentek meg célközönségként a múzeumok számára általánosságban, valamint a múzeumpedagógiai vagy múzeumandragógiai tevékenység kapcsán? Valóban megtörtént-e a pozitív múzeumi kép kialakítása az újfajta múzeumpedagógiai kínálatból részesülő gyerekekben – azaz középiskolai tanulmányaik után múzeumlátogató felnőttekké váltak-e? Korábbi kutatásaink során azt tapasztaltuk, hogy ez a cél változó sikerrel valósult meg. A vizsgálatainkban részt vevő hallgatók ugyanis már részesülhettek az újfajta múzeumpedagógiai gyakorlatból, azonban a megújult múzeumpedagógiai kínálat nem tudta felülmúlni a klasszikus múzeumi felfogás és kiállítási koncepció negatív hatását. Azaz a múzeumok egy része hiába újította meg múzeumpedagógiai programját, ha maga a múzeum (az épület, a kiállítások, a munkatársak) a régi, elavult, nem látogatóbarát múzeumi felfogás alapján működtek. Kutatásunk hallgatói ugyanis jellemzően rossz általános és középiskolai múzeumlátogatási élményekről számoltak be (rideg terek, unalmas kiállítások, ellenszenves múzeumi alkalmazottak), melyek negatívan hatottak későbbi múzeumlátogatási szokásaikra, múzeumképükre (Hegedűs, 2022). Hasonlóan rossz múzeumi iskolai emlékekről tettek említést egyetemi oktatók is a hallgatóik körében tapasztalt múzeumkép kapcsán (Koltai et al., 2021).

Az egyetemisták múzeumi jelenlétéről vagy éppen távolmaradásáról átfogó tanulmányok, nagymintás kutatások azonban nem születtek hazánkban, kifejezetten ezt a csoportot múzeumlátogatási szempontból eddig mélyrehatóan nem vizsgálták – érvényes ez a kijelentés a magyar, kettős magyar állampolgárságú és a külföldi hallgatókra egyaránt. A nagy vidéki egyetemi városok múzeumainak tekintetében fontos potenciális látogatói bázist jelentenek az egyetemisták, akik nem csak a kiállítások vagy rendezvények által válhatnak megszólítható közönséggé, hanem a múzeumban tárolt gyűjtemények a tanulmányaik szempontjából is fontosak lehetnek (Káldy, 2020). A múzeumok egyre inkább igyekeznek olyan programkínálattal jelentkezni, mely az egyetemistákat is megszólíthatja (Koltai et al., 2021), azonban mindaddig nehéz megfelelő múzeumi kínálattal jelentkezni, amíg a múzeumok nem ismerik az egyetemisták véleményét, preferenciáit, problémáit a múzeumokkal

kapcsolatban, nem tudják, hogyan és honnan tájékozódnak a kulturális programok, a múzeumok tekintetében. Átfogó kutatások életre hívására lenne szükség ahhoz, hogy az egyetemisták szemszögéből megismerhessék a hazai múzeumok, milyen elvárásoknak kellene megfelelniük a korosztály megszólításához. Gondot jelent továbbá, hogy a fiatal felnőtteket és az egyetemistákat a múzeumok a legtöbb esetben egy egységként, homogén tömbként kezelik, nem bontják őket külön célcsoportokra – holott az egyetemisták egyedi, külön célközönséget jelentenek, hiszen még nem, vagy csak részben léptek ki a munka világába, rendszerszerű oktatásban vesznek részt és potenciálisan érdekeltek lehetnek abban, hogy tanulmányaikat, ismereteiket a múzeumban tárolt tudással bővítsék.

A múzeumok szempontjából tehát aktuálisnak tekinthető jelen kutatás témája, hiszen segíthet az egyetemisták múzeumképének feltárásában, a múzeumokkal kapcsolatos véleményük, értékítéletük megismerésében – hiszen a múzeumok szeretnének nyitni a fiatal korosztály felé, noha nem biztos, hogy számukra megfelelő kínálattal rendelkeznek (Bodnár et al., 2017). A hallgatók szempontjából két részre bontható a múzeumok szerepe: a múzeumokra tekinthetünk kikapcsolódási lehetőségként, illetve tanulási térként. Ha a múzeumokat kikapcsolódási lehetőségként vizsgáljuk, akkor az egyetemisták informális és non-formális módon vehetnek részt tanulási folyamatban egy-egy múzeumi kiállítás megtekintésekor, múzeumi programokon történő részvétel esetében. Azonban ismereteik, tudásuk bővülése abban az esetben lehet valóban hatékony, ha látogatóbarát kiállításokkal és látogatóközpontú múzeumi felfogással találkozhatnak, hiszen ebben az esetben valósul meg a mélyebb, intenzívebb befogadás (Nagy, 2020). A hagyományos múzeumi felfogás nem alkalmas az egyetemisták megfelelő megszólítására (Hegedűs, 2016b).

A múzeumokra közvetlen tanulási térként is tekinthetünk az egyetemisták szemszögéből. Ebben az esetben a hallgatók közvetlenül használhatják fel a múzeumban tárolt tárgyakat, dokumentumokat, történeteket egyetemi tanulmányaikhoz, szakmai tudásuk gyarapításához (Chatterjee, 2011). A múzeumok gyűjteményei ugyanis alkalmasak arra, hogy az egyetemen elsajátított elméleti tudást, a könyvekből ismert jelenségeket, tárgyakat személyesen, közről is megvizsgálhassák. Fontos ezen közvetlen találkozások, tanulási lehetőségek feltárása a múzeumok számára, hogy láthassák, a hallgatók milyen módon sajátítják el ezt a tudást, hogyan zajlik tapasztalatszerzésük a múzeumokon belül – így a múzeumok a megszerzett információk alapján módosíthatnak korábbi gyakorlataikon. A hallgatói tapasztalatszerzés intézményesített keretei (múzeumi órák, gyakorlonoki és önkéntes rendszerek, szakdolgozati témavezetések, stb. [Káldy, 2020; Reisz, 2019; Schultz & Szalók, 2022]) általában jelen vannak a múzeumokban, azonban érdemes feltárni, hogy ezekkel a

lehetőségekkel a hallgatók tisztában vannak-e, ezeket a lehetőségeket kihasználják-e tanulmányaik során.

2. A kutatás céljai, módszerei

Kutatásunk fő célja, hogy megvizsgáljuk az egyetemisták múzeumba járási szokásait, a múzeumokkal és a magaskultúrával kapcsolatos attitűdjeit.

Dolgozatunkban fel kívánjuk tární, hogy a különböző státuszú hallgatók miként határozzák meg a kulturális kikapcsolódást, milyen szabadidő-eltöltési jellegzetességekkel bírnak, hol helyezik el a múzeumokat a kulturális térben, a szabadidő eltöltéséért küzdő intézmények körében. Célunk felderíteni, milyen emlékekkel rendelkeznek a múzeumokról, ezek a múltbeli emlékek mennyiben befolyásolják jelenlegi múzeumképüket. Kutatni kívánjuk, mely koordináták mentén döntenek a múzeumok meglátogatásáról, mi jellemzi a múzeumba járásuk gyakoriságát, területi aspektusait, tanulási térként tekintenek-e a közgyűjteményekre, s feltárni kívánjuk azt is, melyek a távolmaradás okai a múzeumba nem látogatók körében. Átfogó képet szeretnénk nyújtani arról, hogyan reprezentálódnak a múzeumi élmények az egyetemista korosztályban, elemezzük a múzeumi kultúráközvetítés hatását az egyetemi hallgatókra, valamint vizsgálni kívánjuk, hogyan viszonyulnak a kulturális szektorban szokatlan, populárisabb múzeumi kínálatához: melyek azok a kitörési pontok, melyeken keresztül megszólíthatóvá válnak, melyek által érdekeltté tehetők a múzeumok kulturális kínálata iránt. A kutatás során rá kívánunk világítani a különböző állampolgárságú hallgatók demográfiai hátterének és múzeumképének, múzeumfogyasztásának összefüggéseire, szakmai orientáltságuk és a múzeumokban tárolt tudás felhasználásának esetleges összefüggéseire.

A kutatás során az egyetemista csoport tagjait kívánjuk vizsgálni: az alapsokaságot a Szegedi Tudományegyetem aktív hallgatói jogviszonnyal rendelkező tanulói adják, közülük kerülnek kiválasztásra kutatásunk alanyai az állampolgárság alapján a különböző karcsoportok szerinti bontásban. Célunk, hogy kutatásunk rá tudjon világítani a különböző állampolgárságú és háttérű hallgatók kultúrafogyasztási, múzeumlátogatási, múzeumi tanulási jellegzetességeire. A Szegedi Tudományegyetem széleskörű képzési kínálatának köszönhetően különböző érdeklődési körű és háttérű egyetemisták elemzésére is lehetőségünk nyílik. Kutatásunk során kérdőíves vizsgálati módszert alkalmazunk, vizsgálatunk nem reprezentatív.

A hallgatók múzeumokkal kapcsolatos véleménye mellett vizsgálni kívánjuk a múzeumok egyetemisták számára kínált kikapcsolódási és tanulási lehetőségeit, programjait a hallgatók szemszögéből. Egy 2008–2009-es múzeumi kutatás kimutatta, hogy a múzeumok az egyetemisták számára elenyésző mértékben kínálnak külön programot, múzeumpedagógiai vagy múzeumandragógiai tevékenységet (Kárpáti, 2011). Célunk kutatni ennek a jelenségnek a meglétét már meglévő kutatások elemzésével: felderíteni, hogy a múzeumok oldaláról milyen

kezdeményezések történtek, milyen együttműködések jöttek létre intézményi szinten és a személyes kapcsolati háló segítségével különböző egyetemekkel, egyetemi oktatókkal.

Kutatásunk kapcsán hét kutatási kérdést és hipotézis alakítunk ki a következő témacsomópontok mentén: szociodemográfiai tényezők, gazdasági és kulturális tőke, szabadidő-eltöltési és kulturális fogyasztási szokások, múzeumfogyasztási motivációk és aktivitások, múzeumi információgyűjtési jellegzetességek, külföldi és kettős magyar állampolgárságú hallgatók kultúra- és múzeumfogyasztása, gyermekkori és közoktatási múzeumi élmények, az egyetemi képzések és a múzeumok mint tanulási terek kapcsolata.

Disszertációnk célja összességében tehát az, hogy képet adhassunk a vizsgált egyetemisták múzeumokkal kapcsolatos attitűdjéről, összefüggésekre mutassunk rá az egyetemisták háttérváltozói és múzeumfogyasztásuk, múzeumképük kapcsán, illetve ismertessük az egyetemisták rendelkezésére álló múzeumi kikapcsolódási és tanulási, szakmai lehetőségeket.

3. A kutatás kulcsterületei

Az egyetemisták múzeumi jelenlétének, a múzeumi tanulás és oktatás erősítésének központi eleme a látogatóközpontú múzeumi szemlélet megjelenése. A múzeumok hosszú évszázadokon keresztül átalakulása vezetett el a látogatóközpontú élménycentrumok létrejöttéig, melyek legfontosabb jellemzője a látogatói kurátorság lett, a látogatói igényeknek való megfelelés (Boddington et al., 2013). Ez a fajta átalakulás az addig leíró jellegű kiállítások helyett az interaktivitást, az audiovizualitást (György, 2003), a történetmesélést (Nielsen, 2014), az embert (Ébli, 2005) állította a múzeumok, a tárlatok középpontjába. A múzeumok tekintetében is megjelent a „disneyfikáció” jelensége (György, 2003), kiemelt szerephez jutottak a magas látogatottsági adatok elérésére alkalmas „blockbuster” kiállítások (Bradburne, 2001). A látogatóközpontú szemlélet hazánkban csak az ezredforduló környékétől kezdve kezdett igazán teret nyerni (és ez az átalakulás még napjainkban sem ért véget), noha Nyugat-Európában ez a folyamat már évtizedekkel hamarabb lezajlott. Dolgozatunkban taglaljuk a jelenség legfontosabb aspektusait, illetve veszélyeit is.

Kutatási témánk szempontjából kulcsfontosságú a múzeumi látogatók részletesebb vizsgálata: típusaik, elvárásaik, motivációik feltárása, mely segítségével az egyetemisták látogatói preferenciái is vizsgálhatóvá válhatnak. A látogatókat többféle módszer és szempontrendszer szerint is csoportosíthatjuk (Pekarik & Mogel, 2010; Pekarik et al., 2011; Schreiber et al., 2013). Az általános viszonyítási, csoportosítási gondolat: mi foglalkoztatja őket, mi érdekli őket a múzeumok kapcsán? A különböző módon kialakított látogatói típusok alapján elmondható, hogy nem lehet „tisztá”, egymástól jól elhatárolható látogatói kategóriákat létrehozni, ezek a kategóriák ugyanis legtöbbször keveredve vannak jelen. A látogatói

motiváció is többféleképpen jelenik meg az egyénekben: leggyakrabban a tanulás, az oktatás, a szórakozás iránti igény, az életciklus miatti látogatás, a múzeum lokális ereje, valamint a praktikum figyelhető meg a motiváció hátterében (Moussori, 1997; Falk & Dierking, 2000). Az egyetemisták tekintetében vizsgálni kívánjuk, hogy ezek a látogatói és motivációs kategóriák rájuk is jellemzőnek tekinthetők-e, besorolhatóak-e a hallgatók ezen csoportokba.

Az egyetemisták kultúrafogyasztása kapcsán megemlíthetjük a kulturális tőke és az értelmiségi lét összefüggéseit is. A kulturális tőke bourdieui fogalomértelmezését mutatjuk be, igyekeztünk a múzeumokat is elhelyezni a kulturális tőke viszonyrendszerében (Bourdieu, 1997). Az egyetemistákat hagyományosan értelmiségiekként definiálták, azonban napjainkban, a felsőoktatás tömegesedése óta a hallgatókat már nem lehet magától értetődően a magaskultúra fogyasztóinak csoportjába sorolni. A klasszikus értelmiségi ideáltól ugyanis egyre inkább eltávolodtak (Pusztai, 2011), így kultúrafogyasztásuk is megváltozott. A felsőoktatás funkcionális differenciálódásának hatására már az egyetemek sem mindenképpen értelmiségképző helyek, mindinkább előtérbe kerül a hallgatók munkaerőpiaci elvárásokra való felkészítése, gyakorlati jellegű képességek átadása (Castro & Levy, 2001).

A múzeumok mint tanulási terek, tanulási lehetőséget és eszközöket nyújtó intézmények az egyetemisták számára kiválóan felhasználhatók. Ezért szólunk a múzeumok formális – informális – non-formális tanulás (Durkó, 1999b) hármában történő elhelyezkedéséről: alapvetően formális és informális tanulás folyik ugyanis a közgyűjtemények falai között (Clarke, 2001; Miotto, 2002; Hooper-Greenhill, 2004; Brown, 2013; Smith Bautista & Balsamo, 2013). Emellett a múzeum olyan tárgyi anyaggal és terekkel, gyűjteményekkel rendelkezik, melyek kiváló terepet nyújtanak a tárgyalapú tanulásnak (Bell, 2011; Chatterjee, 2011; Hannan et al., 2013; Speight et al., 2013), valamint olyan tanulási metódusoknak, melyek a közoktatás, illetve a felsőoktatás tereiben nem, vagy csak részben megvalósíthatók. A múzeumi tanulás 6P modellje (Kelly, 2007) is ezt a fajta másságot, eltérést szemlélteti: a múzeumi tanulás középpontjában az egyén, a cél, a folyamat, az emberek, a hely és a termék áll. A hagyományos múzeumi tanulási lehetőségeken túl a múzeumok a digitális világban is megtalálták helyüket: a látogatóközpontúság alapján, a modern mobilkommunikációs eszközök segítségével képesek kialakítani és színesíteni kiállításait, tereiket (Smith Bautista & Balsamo, 2013). A digitális világ, a mobilkommunikációs eszközök, a web 2.0 az egyetemista korosztály szempontjából (akik már digitális bennszülötteknek számítanak) fontos kitörési pont lehet a múzeumi szerep erősítésére.

A múzeumi tanulás specifikus területe a múzeumpedagógia és a múzeumandragógia. A múzeumpedagógia alapvetően a közoktatásban lévő tanulókat tekintő fő célcsoportjának: a gyermekek, kamaszok számára alkalmas módszertannal, eszközökkel fogadja őket a

múzeumban (Koltai, 2011). A múzeumandragógia a felnőtteket célozza meg, hozzájuk idomuló módszerekkel, főként a lifelong learning jegyében (Kurta, 2010). Az egyetemisták a múzeumpedagógia és a múzeumandragógia határmezsgyéjén helyezkednek el, mivel már felnőttek, ugyanakkor még intézményi rendszerű oktatásban vesznek részt, ezért nehezen eldönthető, hogy mely terület gyakorlatai képesek jobban megszólítani őket.

Az egyetemek és a múzeumok közötti együttműködés alapvetően pozitív tulajdonságokat hordoz magában, hiszen mindkét fél számára komoly eredményeket hozhat, előnyöket jelenthet. Mindkét intézmény elhivatottnak tekinthető a tapasztalati tanulás használatának tekintetében (Speight et al., 2013), valamint számos összekapcsolódási pontot találhatunk közöttük a tudományos munka és oktatás kapcsán (Yu Gil, 2014). A leggyakoribb együttműködések csoportosan és egyénileg is megjelennek nemzetközileg és hazánkban egyaránt. Ezek a következők: múzeumi alkalmak egyetemi kurzusokon belül, teljes múzeumi kurzus meghirdetése, múzeumi képzések működtetése, gyakornoki rendszer létrehozása, szakdolgozatok kapcsán múzeumi konzulens alkalmazása, múzeumi gyűjtemények kutatásának engedélyezése (Arnold-Foster & Speight, 2012; Cook & Speight, 2012; Beckmann, 2013; Ganz Blythe, 2013; Mackenna & Janssen, 2013; Manfredi & Reynolds, 2013; Medgyesi & Kovács-Krassói, 2014). Ugyanakkor nehézségek is jelen vannak az egyetemi-múzeumi együttműködésekben: pénzügyi-finanszírozási gondok, az intézményi szintű együttműködések hiánya, a földrajzi távolság problémája (Koltai et al., 2021; Nagy et al., 2021). Mindemelllett az egyetemi oktatási rendszer és tanmenet nehezebben illeszthető be a múzeumi struktúrába, mint a közoktatásé – a felsőoktatási tanterv ugyanis egyetemenként, karonként, de akár oktatóként is változhat (Cook & Speight, 2012; Brown, 2013; Speight et al., 2013; Boys et al., 2013).

A különböző állampolgárságú hallgatók különböző gazdasági és kulturális tőkével rendelkeznek (Pusztai & Nagy, 2005; Erdei, 2005), melyek komolyan befolyásolhatják múzeumokkal kapcsolatos attitűdjüket. A hallgatók magasabb kulturális tőkéje összefüggésben áll magaskultúra-, s így múzeumfogyasztási jellegzetességeikkel is (Reisz, 2019): a magasabb kulturális tőkével rendelkező hallgatók aktívabb múzeumlátogatók lehetnek, noha más okok is állhatnak a múzeumlátogatás gyakorisága mögött. A külföldi tanulás komolyabb anyagi beruházást jelent a családok számára, így általában a magasabb gazdasági tőkével rendelkező hallgatók tudnak külföldi tanulmányokat folytatni. A múzeumok a kettős magyar állampolgárságú hallgatók számára az ősök kultúrájának megismerését kínálhatják fel, a külföldi hallgatóknak pedig egy ismeretlen kultúrának, egy idegen ország történelmének megismerését segíthetik.

Disszertációnkban a múzeumfogyasztás, a múzeumlátogatás és a múzeumi tanulás fogalma kulcsszerepet játszik. A múzeumfogyasztás és a múzeumlátogatás kifejezéseket a

szakirodalom nagyon hasonló jelentésben használja, sőt: bizonyos esetekben szinonimaként tekint rájuk (Pavluska, 2014). A korábban említett múzeumi átalakulás, a látogatói elvárásoknak való megfelelés (Ébli, 2005), az újfajta múzeumi funkciók (György, 2003) állhatnak a múzeumfogyasztás kifejezés kiterjedt használatának hátterében: a múzeumfogyasztás egyfajta haszonelvű tevékenység (Hsin, 2007), így a korábbi, inkább leíró jellegű múzeumlátogatás-kifejezéshez hozzákapcsolódtak a különböző célok, elvárások, illetve a múzeumok oldaláról a klasszikus látogatói felfogástól való eltávolodás. A múzeumi tanulás utal a múzeumban történő információátadásra és -feldolgozásra, egyfajta tudás elsajátítására, a non-formális (Engler & Márkus, 2016) és informális (Clarke, 2001; Miotto, 2002; Hooper-Greenhill, 2004; Brown, 2013; Smith Bautista & Balsamo, 2013) tanulásra.

Bevezető gondolataink lezárásaként fontosnak tartjuk röviden megemlíteni a nemzetközi irodalomban folyó viták kérdésfelvetéseit a múzeumi tanulással, múzeumlátogatással kapcsolatban. A kérdések között szerepel, hogy vajon a látogatók múzeumi tanulását a múzeumi jellemzők (Brida et al., 2017) vagy a látogatók szociokulturális háttere befolyásolja inkább (Falk & Dierking, 1992, 2000; Dudzinska-Przesmitzki & Grenier, 2008)? Hatással vannak-e a múzeumi tanulásra a múzeumi alkalmazottak, a múzeumi terek kialakítása (Rennie & Johnston, 2004)? Az egyéni vagy a csoportos múzeumlátogatás fejt ki pozitívabb hatást a múzeumi tanulásra (Packer és Ballantyne, 2005)? Milyen különbségek figyelhetők meg a külső és a belső indíttatású múzeumlátogatás, a családi és az iskolai szervezésű múzeumba járás között (Allen, 2004; Griffin, 2004; Ellenbogen et al., 2004)? Elnyomja-e az interaktivitás a közösségi múzeumi tanulás élményét (Ponsignon & Derbaix, 2020; Heath & Vom Lehn, 2008)? Valamint a legfrissebb múzeumi tanulással kapcsolatos diskurzusok alapján feltehetjük a kérdést: az újfajta digitális múzeumokban továbbra is a tanulási és közösségi funkciók fontosak a látogatóknak vagy a digitális eszközök nyújtotta élmény, a multiszenzoros hatások (Guo et al., 2023)? Kutatásunk során ezeket a nemzetközi diskurzus kapcsán is fontos területeket is érinteni kívánjuk az állampolgárság és további fontos háttértényezők mentén.

II. Múzeumok és látogatók szinkron és diakron metszetben

1. A múzeumok kezdetei és átalakulásuk

A múzeumi szektor mind nemzetközi, mind hazai viszonylatban komoly átalakuláson ment keresztül az elmúlt évtizedekben, sőt évszázadokban: a klasszikus múzeumi gyűjtemények kialakulása és kiállítások megjelenése óta sokat változott a múzeumok feladatköre, témakínálata. Történeti fejezetünkben nemzetközi és hazai szempontból mutatjuk be a múzeumok fejlődését, szerepük, feladatkörük átalakulását a fontosabb történeti események és funkcióváltozások tekintetében.

1.1 Nemzetközi áttekintés

A múzeum kialakulásának, történetének kapcsán érdemes visszatérnünk az ókorhoz, sőt akár korábbi időszakokhoz is: Hatházi (1991) szerint már az ókor előtt megjelentek ugyanis a műgyűjtés korai formái. Az értékek felhalmozása az ember egyik veleszületett jellegzetessége, mely kapcsán beszélhetünk akár a temetkezési rítusokról, a halottak mellett elhelyezett kincsekről is, valamint az adók útján begyűjtött értékekről, templomi kincstárakról. Ez a jelenség nem más, mint a szimbolikus érték koncepciójának felbukkanása: a szimbolikus érték érzetének, fogalmának megjelenése egy alapvető emberi jellegzetesség, a státuszszimbólumok múzeumi keretek közötti feltűnése (a pénz, az ereklyék, a hagyatéki gyűjtemények, az egzotikum) alapvetően meghatározta a múzeumok kialakulását, megjelenését – s tulajdonképpen napjainkban is komoly jelentőséggel bírnak a múzeumi gyűjtemények, a múzeumokban őrzött örökség tekintetében.

Az antik görög kultúrában szintén találkozhatunk műgyűjteményekkel: Athénban ezek gondozására, leltározására, biztonságos tárolására külön kijelölt előljáró figyelt – ekkoriban tehát már megjelentek a napjaink múzeumaiban dolgozó gyűjteménykezelők elődei, a gyűjtemények gondozásának felelősei. A múzeumok névadóját, az első múzeumnak tekinthető intézményt I. Ptolemaiosz hozta létre az i.e. 3. században Alexandriában: a „Museion” nevű szellemi központ a görög világ szellemi központjává vált (Hatházi, 1991).

A középkorban a műgyűjtemények, könyvtárak kapcsán a legfontosabb szerepe egyértelműen a keresztény egyháznak jutott. A tudományos, szellemi élet zászlóshajói a kolostorok lettek, kialakultak a püspöki és szerzetesi székhelyek gyűjteményei (Hatházi, 1991). A középkori kincstárak legfontosabb szerepe a korábban említett időszakokhoz hasonlóan a presztízsről, a privilégiumokról szólt. Ezekbe a kincstárakba csak a legkiváltságosabbak nyerhettek betekintést, a szélesebb tömegek alig. Napjaink múzeumi világának egyedi részét jelentik ezek a mind a mai napig megmaradt egyházi gyűjtemények, melyek a széles látogatóközönség előtt is nyitva állnak. E gyűjtemények azonban az egyházi háttér miatt sok

esetben „merevek”: megmaradtak klasszikus, hagyományos kiállításoknak, melyek egyfajta kuriózumként szerepelnek a XXI. század kulturális kínálatában. Gyűjteményük törzsét klasszikus egyházi kincsek, tárgyak, képzőművészeti alkotások, irattári emlékek adják, emiatt talán nem is véletlen, hogy leginkább „kincstárként” definiálják önmagukat (például: Szeged-Csanádi Egyházmegyei Múzeum és Kincstár, [2017]; Püspöki KincsTár Pécs [2017]; Győri Egyházmegyei Kincstár és Könyvtár [2017]). Ezen gyűjtemények létjogosultsága napjainkban is indokoltnak tekinthető, sőt, szakmailag támogatott: a 2015-ös Év múzeuma kitüntetés győztese például a Gyöngyösi Szent Bertalan Templom Kincstára lett (Magyar Múzeumok, 2016).

A középkori egyházi gyűjtemények megjelenése után Koltai (2011) említi meg fordulópontként a „ritkaságok tárházának” megjelenését a XVI. században, melyek a gyűjtemények egy újfajta csoportját jelentették. Ezek különlegességét az adta, hogy „egyfajta mikrokozmoszként, az ismert világ lekicsinyített másaként” működtek (Koltai, 2011: 14). Ezekben az egységekben a művészeti alkotások és a természeti képződmények egymás mellett, egymást váltva, egyfajta egységként jelentek meg – eltérő módon a későbbi kiállításoktól, ahol általában szeparálva találkozhatunk a különböző típusú kincsekkel, tárgyakkal. Ezen tárgyak tekintetében megjelent az egzotikum jelensége is: a nagy földrajzi felfedezéseknek köszönhetően egyes tárgyak új szereppel ruházódtak fel (Fejős, 2008) – ugyanis bizonyos, az egzotikus tájakról érkező, a származási helyen értéktelen használati vagy természeti tárgynak számító daraboknak nem volt magas a valós értéke. Az egzotikus jellegük, a különlegességük, a szokatlanságuk ruházta fel őket szimbolikus értékkel, mely komoly változást jelentett a korábbiakban említett státuszszimbólumokból álló gyűjteményekhez képest.

A XVI–XVII. század környékén fogalmazódott meg először a nyilvánosság gondolata a különböző gyűjtemények kapcsán – noha ekkor még egészen kezdetleges formában. Eleinte a vendégek szórakoztatásának egy eszköze volt a gyűjtemények bemutatása, később azonban a kiemelkedő főúri gyűjtemények kapcsán megjelentek a különböző múzeumi alaptípusok. A művészeti jellegű múzeumok mintájául a firenzei Uffizi szolgált, a Mediciek magángyűjteménye, melyet 1581-ben nyitottak meg a szélesebb nyilvánosság előtt. Paolo Giovio létrehozta a „Hírnév templomát”, egy olyan történelmi arcképcsarnokot, ahol már a klasszikus múzeum alapjaival is találkozunk: meghatározott rendezési koncepció szerinti, képaláírásokkal ellátott festményekkel (Hatházi, 1991). Ez a fajta arcképcsarnok-jelleg mind a mai napig jelen van a képzőművészeti múzeumokban – hazánkban és nemzetközi szinten egyaránt. Leginkább korok, művészeti irányzatok szerint rendezik el a festményeket az óriási múzeumi terekben, ahol a festmények a mennyiségük miatt nehezebben befogadhatók a látogató számára. Ezen jelenség a statikus kiállítási koncepció műfaja, melyre kiváló példa a

bécsi Kunsthistorisches Museum gigantikus méretű képzőművészeti gyűjteménye és a festmények installálási, bemutatási szempontrendszere: a Képtár gyűjteményének ezernégyszáz festményét helyezték el az állandó kiállításon (Papházi, 2016), mely mennyiség a befogadhatatlanság határán áll a látogatók szemszögéből.

Az első hivatalos nemzeti közgyűjteményt, a British Museumot 1753-ban nyitották meg (Binni & Pinna, 1986). A British Museum a tudományos élet központja volt, mely nem kizárólag a munkatársai számára tette lehetővé az ott tárolt tudás megismerését. A megnyitáskor kikötötték, hogy a múzeumnak a hét bizonyos napjain nyitva kell tartania a diákok és tudósok számára – ez tehát azt mutatja, hogy napjaink egyik legnagyobb, legnépszerűbb múzeuma megnyitásakor még nem a széles tömegeket várta, hanem a tudósokat, a diákokat, s őket is csak szigorúan meghatározott időszakokban (Binni & Pinna, 1986).

A múzeum a XVIII. század közepére egy társadalmilag széleskörűen elismert intézménnyé vált Európában (Binni & Pinna, 1986). Egyre inkább megjelent a múzeumok közösségi felhasználásának igénye, mely a francia forradalom következtében lépett újabb szintre: a forradalmi állam létrehozta a képzőművészeti, a természettudományi, a történeti és a technikai múzeumot. Ezen intézmények esetében határozták meg először részletesen, megfelelő pontossággal a múzeumok céljait: a képzőművészeti múzeum feladata a francia nemzet értékeire történő nevelés, a történeti múzeumé a francia múlt újraalkotása, a természettudományi és technikai múzeum feladata pedig a tudományos gondolkodás fejlesztése volt a gyakorlati hasznosítás tekintetében (Binni & Pinna, 1986). Az újonnan létrejövő állam tehát létrehozta azon intézményeit, melyek a társadalmi változásokat, a nagy történelmi eseményeket hivatottak konzerválni, kanonizálni, s egyúttal lehetőséget is teremtettek a kutatások számára, s igyekeztek megnyitni ezeket az új tereket a szélesebb közönség előtt is: az 1793-ban megnyitott Muséum National például már nem csak a tudósok és diákok, hanem a nyilvánosság előtt is nyitva állt. Az újonnan létrehozott múzeumok kapcsán határozták meg a múzeumok új funkcióját is: a közművelődését, mely mind a mai napig a múzeumok kiemelt feladata (Binni & Pinna, 1986). Érdekes megjegyeznünk, hogy ez a fajta funkció-megjelölés, a közművelődési tevékenység kiemelése már a XVIII. század végén megjelent Franciaországban, de ahogy a későbbiekben látni fogjuk, Magyarországon csak a 20. század második felében, sőt, a rendszerváltás után vált igazán hangsúlyos feladattá.

A múzeumi látogatók körének kiszélesedése Nagy-Britanniában is lezajlott a XIX. században (Koltai, 2011). A londoni National Galleryt például 1824-ben hozták létre azzal a céllal, hogy a szélesebb társadalmi rétegek számára is elérhetővé váljon a kulturális fogyasztás lehetősége. Az alacsonyabb származású és státuszú londoniak, főként munkások megszólítását jelölték ki fő célként, illetve a nők közéletbeli szerepének erősödésében is komoly szerepet

játszottak a múzeumok: míg a különböző akadémiák, tudományos társaságok zárva voltak a nők előtt, addig a kiállításokat korlátozások nélkül látogathatták (Koltai, 2011). Magyarországon ez a fajta múzeumi szerepkör, ahogyan korábban már említettük, a XXI. század elején kezdett felerősödni: egyre inkább megjelent a társadalmi múzeum képe (Koltai & Koltai, 2005), azé a múzeumé, amelynek feladata a helyi közösségek segítése, formálása, a társadalom perifériáján állók támogatása, a társadalmi tolerancia erősítésében történő közreműködés, a kisebbségben élő csoportok segítése.

Egyre inkább kiszélesedett tehát a múzeumi látogatók köre a XIX. századtól kezdve, azonban a múzeumi kiállítások rendszere, módszertana változatlan maradt. A közönséget továbbra sem avatták be a „tudásba”: készen kapták az információkat, melyeket képzettségüknek, műveltségi fokuknak megfelelően voltak képesek feldolgozni. A múzeumok raktárként funkcionáltak, melyekben a nemzetek elhelyezhették tárgyi emlékeiket. Binni és Pinna (1986: 46) így fogalmaz Franciaország kapcsán: „a birodalom kultúrpolitikája az európai terjeszkedés templomaivá, a meghódított országokból összehordott művek és régiségek nagyszabású raktáraivá” változtatta a múzeumokat.

Létrejött tehát a polgári múzeum koncepciója, mely Európa-szerte elterjedt a XIX. századra. Ezeket a múzeumokat beillesztették a kulturális élet keretei közé, megnyitották a széles tömegek előtt, sőt: az államok tömegkommunikációs eszközként használták őket. A különböző nemzetek forradalmait múzeumok felállítása kísérte, melyek a nemzeti identitás fellegvárainak szerepét öltötték magukra (Binni & Pinna, 1986). A múzeumok tehát az emlékezetkultúra részévé váltak, s részben vagy egészben azok mind a mai napig is – tárgyaikon, az ott őrzött történeteken keresztül őrizték meg egy-egy nemzet nagy történelmi eseményeit, jelentősebb történelmi változásait. Tették ezt elsősorban az adott nemzet, adott állam saját állampolgárai érdekében, azonban a létrejött intézmények, gyűjtemények a későbbiek folyamán a turisták számára egyfajta látványossággá alakultak át (Binni & Pinna, 1986).

A múzeumok kialakulása, története kapcsán mindenképpen szólnunk kell az Egyesült Államokban létrejövő múzeumokról, hiszen ezek – noha alapvetően európai alapokra épültek – működtetésük és alapfunkcióik tekintetében komoly különbségeket mutattak az európai közgyűjteményekhez képest.

Az amerikai (az alábbiakban „amerikai” alatt az Egyesült Államokbeli múzeumokat értjük) múzeumok csak a XIX. század második felében jelentek meg. Az 1700-as évek közepén már létrejöttek ugyan különböző szellemi akadémiák, társaságok, ezeket azonban még nem tekinthetjük múzeumoknak. Az első amerikai múzeumot 1865-ben hozták létre Washingtonban, ezt követte a New York-i Metropolitan Museum of Art 1869-ben, majd a bostoni Museum of Fine Arts 1870-ben (Binni & Pinna, 1986). Ezek a múzeumok alapításukkor

még kisméretű gyűjteménnyel rendelkeztek, főleg magánadományokból tudtak bővülni. Így nem meglepő napjaink amerikai múzeumi világa és az európai múzeumi szféra közötti jelentős finanszírozásbeli különbség. Az amerikai múzeumokban nagyon szoros a magánszféra és a múzeumok kapcsolata, a magángyűjtemények szerepe, egyúttal pedig a pénzpiac és a múzeumi terület összekapcsolódása.

Binni és Pinna (1986: 51) a Metropolitan Museum alapító okiratát idézi, mely újabb amerikai jellegzetességre hívja fel a figyelmet: a múzeum célja „a szépművészetek kutatásának és alkalmazásának előmozdítása és fejlesztése, mindenfajta művészet népszerűsítésének elősegítése, hogy kulturális és szórakozási lehetőséget nyújtson a nagyközönség számára”. Itt jelenik meg az elsők között az a fajta modern múzeumfelfogás, mely később az Egyesült Államok- és Európa-szerte is elterjedt: az úgynevezett Disney-világ, mely a múzeumok szórakoztató jellegét, látogatóorientált felfogását állítja a középpontba a hagyományos múzeumi szemlélettel szemben (a jelenségről a későbbiekben bővebben is szót ejtünk). Ez alapján is jól láthatjuk, hogy az a jelenség, az a folyamat, amelyen az európai múzeumok évszázadok alatt haladtak keresztül, az amerikai múzeumokban (az addigi európai eredményeket alapul véve) már a létrehozásukkor megjelent. Az amerikai múzeumok már megalapításukkor kinyitották kapuikat a széles közönség előtt, egyúttal pedig egy lépéssel tovább is mentek, mint a korabeli európai közgyűjtemények: tereiket, épületeiket kikapcsolódási, szórakozási térként is definiálták. Erre az utóbbi jelenségre Európa esetében még hosszú évtizedeket kellett várni. Az amerikai múzeumok egyúttal fontos partnereivé válnak a közoktatási és egyetemi rendszereknek is: kiegészítő intézményekként, nevelési központokként működtek a XIX. század végén (Binni & Pinna, 1986).

A XIX. században megjelentek a nagy világkiállítások is, melyek nem csak a műtárgykereskedelem fellendülését serkentették, hanem nagyban hozzájárultak a múzeumok népszerűségének növekedéséhez is (Koltai, 2011). A világkiállítások új múzeumépületek építését és új múzeumok létrehozását egyaránt elősegítették, valamint egyre inkább professzionalizálódott a kiállítási dizájn és installáció is. Egyúttal Európában is erősödött a múzeumi oktatás és múzeumi közművelődés szerepe: 1881-ben a londoni Natural History Museumot már egyértelműen tudományos és oktatási intézményként hozták létre, 1903-ban a British Museumban megnyitották azt a termet, melynek oktatási céljai voltak, valamint kiadták az első kiállítási vezetőt is. 1911-től pedig – szintén a British Museumban – már alkalmaztak tárlatvezetőt (Koltai, 2011).

A múzeumok közművelődési, oktatási szerepét erősítő hullám a XX. században tudott igazán intenzívvé válni. A fent említett londoni változások mellett kiemelt fontosságú volt a müncheni Deutsches Museum 1903-as megalapítása, mely a tudományos ismeretterjesztést

tűzte ki fő feladataul, ezen belül is a tudomány, az oktatás és a múzeumi szórakoztatás hármásának megfelelő együttműködtetését (Burcaw, 1997). Az Egyesült Államokban – ahogyan azt fentebb említettük – korábban megindultak az oktatásba történő bekapcsolódási, közművelődési, szórakoztatási folyamatok, melyek folytán az 1950-es években már létrehoztak olyan múzeumi részlegeket, ahol külön szakemberek fogadták az iskolás csoportokat (Burcaw, 1997). Nyugat-Európában ez a folyamat az 1968-as ICOM konferencián öltött hivatalos formát, amikor is kimondták: a múzeumok oktató-nevelő intézményi, szolgáltatói és információs központ-jelleggel is kell, hogy rendelkezzenek (Vásárhelyi, 2009a).

A huszadik század közepére azonban a XIX. században létrejött, európai és amerikai múzeumokat meghatározó normák, megszokott kánonok megújítására volt szükség: a hagyományos, kurátor-központú múzeumok helyett megjelent az igény a látogató- és élményközpontú múzeumi kiállítások, múzeumok megjelenésére – a látogatók ugyanis újfajta igényekkel jelentkeztek a korábbi generációkhoz képest (Bodnár, 2019). A fentiekben említett, oktatással, közművelődéssel kapcsolatos előrelépések mellett tehát alapjaiban vált szükségessé a múzeumok megreformálása, új utak megtalálása. Ez a reform a „múzeum boom” nevet kapta: az 1970-es években nyugaton elindult többfázisú változási folyamatról van szó, mely a hagyományos felfogású múzeumképtől az élményalapú, látogatóközpontú múzeumok felé tolta el a múzeumok fő funkcióit (Ébli, 2005). Míg a múzeumok fő feladata korábban a magas- és tömegkultúra kettéválasztása volt (az értékes elválasztása az értéktelentől, kiemelése a szürkeségből, az egyformaságból és silányságból), addig ez a fajta szemléletmód a múzeum-boom során megváltozott, ugyanis a posztmodern hatására a múlandóság került előtérbe az eddigi legfontosabb szemponttal, az örökérvényűséggel szemben (György, 2003).

Az átalakulás Nyugat-Európában és az Egyesült Államokban kezdődött és kvalitatív, valamint kvantitatív aspektusai egyaránt voltak: egyrészt megnőtt a múzeumok társadalmi szerepe, másrészt pedig nőtt a látogatók száma (Sandell & Janes, 2007). Az Egyesült Államokban például olyannyira erősödött a múzeumok megítélése, hogy az ezredfordulón egy átlagos amerikai évente legalább egyszer ellátogatott múzeumba vagy galériába (Falk & Dierking, 2000).

A múzeum boom újfajta kiállítási struktúrát és múzeumfelfogást követelt meg. Az eddigi leíró, szimplán bemutató jellegű kiállítások helyett interaktív, audiovizuális eszközökkel színesített tárlatok, új múzeumi hozzáállás jött létre. A múzeumok innentől kezdve nem csak kiállítóteret, nézelődésre szánt helyszínt jelentettek, hanem közösségi térré váltak: a kiegészítő szolgáltatásokkal alternatív kapcsolódási lehetőséget kínáltak a látogatók számára. A múzeumok túlléptek a tradicionális elvárások, a megőrzés és kategorizálás követelményeinek történő megfelelésen (György, 2003).

A múzeumok kínálatának témaköre is megváltozott: egyre inkább a „nagy nevek” volt kíváncsi a közönség, híres, széles körben ismert művészekre, személyiségekre – így a múzeum már nem (kizárólag) az állandó, statikus kiállítások helyszíneként működött, hanem mindinkább nagyszabású, ún. blockbuster időszak kiállítások színhelyévé vált (Koltai, 2010a). A blockbuster elnevezést a szakirodalom azon időszak kiállítások megjelölésére használja, melyek a nagyközönség számára érdekes, figyelemfelkeltő, népszerű témát dolgoznak fel, kiemelt alkotó munkásságát mutatják be kiemelkedő múzeumi és magángyűjteményekből válogatva (Bradburne, 2001). Ezek a tárlatok általában kiemelkedő látogatottsági eredményeket érnek el, ugyanakkor létrehozásukhoz komoly anyagi forrásokra és hosszú előkészítési időre van szükség. Nemzetközi szinten példaként említhetjük a washingtoni National Gallery of Art Van Gogh-kiállítását, a Vermeer-tárlatot a hágai The Mauritshuis galériában, illetve a londoni Royal Academy of Arts Monet-kiállítását (Bradburne 2001).

A múzeum boom lezajlása után már nem csupán a kurátorok, a múzeumi szakemberek határozták meg a múzeumok stratégiáját, különböző kiállításait vagy programjait, hanem a látogatói kurátorság vált meghatározóvá (Boddington et. al., 2013). Nyugat-Európában is szembe kellett ugyanis nézni az anyagi problémák okozta gondokkal: a múzeumok fenntartásához fontossá (sok esetben elengedhetlenné) vált az újfajta anyagi források kiaknázása, mely legalapvetőbb megoldását, feloldását a növekvő látogatottsággal elérhető bevétel-növekedés jelentette (Boys, 2012). Azonban magasabb látogatottságot csak azok a kiállítások, múzeumok tudtak elérni, melyek a látogatói igényeknek, a látogatói elvárásoknak megfelelő kulturális kínálattal jelentkeztek – így válhattak a látogatók is kurátorokká, akik a múzeumok kiállítási témáiba, installációs megoldásaiba is beleszólást nyertek. Ahogy Kárpáti (2011: 1) fogalmaz: „a közönség [...] egyre kevésbé hajlandó beérni ezzel a passzív befogadó és elfogadó szereppel, és egyre határozottabban fogalmazza meg igényeit a támogatásától függő működő intézmény iránt. Ma már nem egyértelmű, hogy a művészettörténész, esztéta vagy más társadalomtudományi terület művelője hivatott egyedül arra, hogy meghatározza: mi a kultúra tartalma, és mi az értékes, megőrzendő belőle.” A látogatói kurátorság tehát természetesen nem zárja ki a múzeumi szakemberek jelenlétét a múzeumokban, hiszen ők garantálják a szakmai hátteret, a tárlatok hitelességét – azonban a látogatók véleménye, elvárásai nagyban befolyásolják a múzeumi kínálat alakulását. A múzeum fő szerveződési elve tehát az emberközpontúság lett, létrejött az antropologizált múzeum (Ébli, 2005). A múzeum boom újdonságát az is jelentette, hogy az ember és világa összetettségét mutassa be: „a múzeum fókusza tárgyak helyett összefüggésekre, s az állapotok helyett a folyamatokra helyeződik[ött] át” (Ébli, 2005: 18). Calcagnini (2011: 73) is felhívta a figyelmet az újfajta szemléletmódra: „a

múzeumok [...] megpróbáltak kevésbé hatalmi helyzetből beszélni, és a hangsúlyt áthelyezték a tárgyakról és a muzeológusok szaktudásáról a látogató szempontjaira”.

Black (2005, idézi Watermeyer, 2013) a látogatóközpontúságot a tárgyak oldaláról közelíti meg: a termékcentrikus (azaz műtárgycentrikus) szemlélet helyett a közönségcentrikus szemlélet vált elterjedtté. Kotler & Kotler (1998: 39) szerint a közönségnek „összetett, többszörös tapasztalatot” kínálnak a múzeumok: esztétikai és érzelmi örömet, ünneplési és tanulási, valamint rekreációs és szociális lehetőségeket. Ennek megfelelően a múzeumok a hagyományos tárgyraktár helyett tudás- és tanulásközponttá alakulnak át, ahol az újfajta tudás megszerzése nincs szigorú keretek közé szorítva: spontán módon, lazább keretek között történhet a tanulás (Watermeyer, 2013). Ezek az ún. poszt-múzeumok (Hooper-Greenhill, 2007) lehetővé teszik azt, hogy az egyes látogatók a saját szemszögükből, a saját narratíváikat létrehozva tekintsék meg a különböző kiállításokat.

Ébli (2005) és György (2003) is kiemeli a látogatóközpontúság fontosságát, a befogadók igényeinek kielégítésére való törekvést, melynek eredményeképp a múzeum a környezetével történő találkozást sem kerülheti el. Ezért indultak el a múzeumok a kommercializálódás útján, kerestek újabb megoldásokat működésük finanszírozásához – a múzeumok életét tehát már nem a XIX. századi normák, hanem a piaci és a gazdasági trendek határozták meg. Ezért vált lassan általánossá a múzeumok tevékenységi körének kiterjesztése: a látogatók nem csak művészeti élményt és művelődési lehetőséget kerestek, hanem egyúttal kikapcsolódni, szórakozni is vágytak. György Péter (2003) ezt a jelenséget „mall”-ként, azaz pláza-jelenségként írja le, ahol az emberek a bevásárlóközpontokhoz hasonlóan szórakoznak, pénzt költenek. A megváltozott múzeumi szerepkört a „Walt Disney-világ” jelzővel is illeti, mely szerint „a múzeumok egyre inkább s egyre-másra a gigantikus szórakoztatóipar, a leisure time industry részévé váltak, médiabeli jelentőségük és megjelenésük lassan szinte egyenes arányban áll egymással” (György, 2003: 127) – mely állítás összecseng a Schulze-féle kulturális modell harmadik szakaszának gondolataival.

A „disneyfikáció” kifejezést szélesebb értelemben is vizsgálhatjuk. Árva és Sipos (2012: 34) szerint a fogalom „egy adott tér olyan átalakítását jelenti, amelyben a fantázia, a mese, az elképzelés játszik nagyobb szerepet a valósággal szemben. A disneyfikáció a valóság helyébe a mesét teszi, és a mese szereplőjévé válik a látogató is.” A múzeumokban megjelennek azok a kiállítások, melyek egy-egy történetet helyeznek a kiállítási tematika középpontjába, s igyekeznek a látogatót is felruházni egy-egy szereppel a minél nagyobb arányú látogatói bevonódás érdekében, mindehhez pedig a történetmesélés, azaz storytelling eszközét alkalmazzák.

Az átalakulás kapcsán természetesen megjelentek a tudományosság megmaradásának kérdései is. Watermeyer (2013) szerint a posztmodern múzeumok kapcsán felmerül a tudományossággal szemben egyfajta „elpuhulás”, eltömegesedés vádja. Virilio (1994) ezt a jelenséget „szórakozó gépezetként”, illetve „a kultúra bevásárlóközpontjaként” (Virilio, 1991) emlegeti, csakúgy, mint György (2003). A múzeum a fogyasztás terévé vált, ahol egyszerre megjelenik a kommersz és az értékes, a magas- és populáris kultúra, az oktatás és szórakoztatás (Featherstone, 1991). A múzeumi élmény tereivé váltak a múzeumi kávézók és boltok, ezért sokan úgy vélik, hogy a múzeumok elhagyták alapvető funkciójukat, a kommercializálódás és tömegkulturalizálódás útjára léptek – lebutítva a tudományt (Watermeyer, 2013).

A múzeum boom a fentiekén túl építészetileg is újat hozott: korábban a múzeumi térre, épületre csak egyfajta vázként tekintettek, amely nem tett hozzá és nem is vett el a látogatói élményből, kiszolgálta az adott kiállítást. A múzeum-boom megjelenése után azonban fontossá vált maga az épület is, amely megfeleltethetett a megváltozott látogatói igényeknek: hozzátett a kiállítási élményhez, helyet teremtett a kiegészítő szolgáltatásoknak, megfelelt a korszerű technológiai elvárásoknak és becsábította a látogatót (György, 2003).

A régi és újfajta múzeumi felfogást, a múzeum boom megjelenését a Schulze-féle kulturális modell szempontjából is értelmezhetjük (Schulze, 2003). Schulze három szakaszra bontotta a kultúra átalakulását, ez az átalakulás pedig tulajdonképpen „ráültethető” a múzeumi szférában bekövetkezett, látogatókat érintő változási folyamatokra, a látogatói elvárások változására (Schulze, 2003). Az első szakaszt (az ipari forradalom helyreállításának szakasza) az 1940–1960-as évek között jelölte ki, amikor még nem az élményszerzésre helyeződött a hangsúly társadalmi szinten, hanem a klasszikus értékek erősödtek fel – jelen volt a magas és populáris kultúra erőteljes szétválasztása. A múzeumok életében ezt a szakaszt tekinthetjük a múzeum boom előtti időszaknak: a második világháború után a múzeumok a magaskultúra klasszikus jellegét próbálták megőrizni, ugyanakkor már ebben az időszakban is jelen volt egyfajta demokratizálódás, hiszen egyre nagyobb tömegek juthattak múzeumi látogatási lehetőségekhez, férhettek hozzá a magaskultúrához. A második szakasz (kulturális konfliktusok szakasza) az 1960-as évek közepétől az 1970-es évek végéig tartott. Ebben az időszakban jelent meg az igény az élményalapú tevékenységek végzésére, megjelent az élménypiac szektora, eltűnőben volt a magas- és populáris kultúra közötti határvonal, fontossá vált a részvétel. Ez az időszak a múzeum boom megjelenésével esik egybe: a múzeumok esetében is élményeket kezdtek keresni a látogatók a múzeumi épületeken belül. A nemzetközi múzeumi szakma elindult egy újfajta úton, ahol a magaskultúra mellett egyre komolyabb szerepet kapott a populáris kultúra bemutatása, valamint a közönség bevonása: a látogatók maguk is kultúratermelőkként kaptak szerepet ebben a rendszerben. A harmadik szakasz (élményre

orientált társadalom szakasza) az 1980-as elején kezdődött és véleményünk szerint napjainkra is érvényes. Az élménytársadalom erősödésének hatására kialakult élménypiac óriási méreteket öltött és szinte teljesen eltűntek a különbségek a magas- és populáris kultúra között: maga Schulze (2003) emeli ki, hogy átalakultak a kiállítások is, azaz nem mindenképpen a (szakmai) minőség, hanem a „nagy nevek” lettek a meghatározóak. Ezek a tárlatok sokakat érdekelnek, az érdeklődés pedig újabb érdeklődőket vonz, így megtörtént a „magaskultúra piacosítása” (Schulze, 2003: 199). Kialakultak a korábban említett látogatóbarát múzeumok, megjelentek a blockbuster kiállítások, ahol már valóban nem önmagában az jelentette a vonzerőt, hogy milyen minőségűek a különböző műalkotások, hanem az, hogy mennyire ismert az adott név, mekkora a közönség érdeklődése az adott kiállítás iránt. Szintén összecseng a Schulze által megfogalmazott magaskultúra-piacosítás az akkoriban újnak számító múzeumi jelenségekkel: a múzeum shopok, kávézók megjelenésével, a merchandise termékek árusításával, a szponzorok bevonásával, a kultúramarketing-elemek használatával.

1.2. A magyarországi múzeumok átalakulása

Az első magyarországi múzeumot, a Magyar Nemzeti Múzeumot gróf Széchenyi Ferenc alapította 1802-ben, melyet az Országgyűlés 1807-ben vett át (Hatházi, 1991). Ezek a dátumok is jól mutatják, hogy a magyarországi múzeumi élet jelentős lemaradással bírt a nyugat-európai államokhoz képest, ahol ekkorra már javában működtek a különböző közgyűjtemények, s a múzeumi életet megalapozó szellemi műhelyek, akadémiák. Ez a fajta lemaradás, mely a XIX. század elejére jellemző volt, a következő hosszú évtizedekben is sokáig megmaradt.

A Magyar Nemzeti Múzeum létrehozása után nem sokkal már meghatározták közművelődési szerepének fontosságát is a nyugat-európai és amerikai példákból okulva: a Nemzeti Múzeum tárgyai ne csak a tudósok számára legyenek elérhetőek, hanem a hétköznapi emberek, különböző társadalmi csoportok is részesülhessenek a múzeumban őrzött javakból, számukra is megközelíthetővé, feldolgozhatóvá váljon az intézményben tárolt tudás (Korek & Fejős, 1983). A Nemzeti Múzeum példája alapján később sorra jöttek létre a vidéki múzeumok is, főleg alapítványok, kulturális egyesületek és az egyház közreműködésével. A vidéki és fővárosi múzeumok között azonban komoly szakadék tátongott, ugyanis a vidéki intézmények nem tudták azt a színvonalat képviselni, mint budapesti társaik – ezért hívták életre a vándorkiállításokat, melyek egyfajta népművelő, művészeti közízlés-fejlesztő funkcióval is bírtak (Koltai, 2011). A hazai népművelés a Tanácsköztársaság idején kapott kiemelt szerepet, amikor is a Magyar Nemzeti Múzeum kiállításait egész nap megtekinthette a széles közönség. Az 1920-as években a Klebersberg Kunó-féle politika viszont inkább a magaskultúra erősítését, a magasszintű tudományosság ápolását tűzte ki fő céljául a múzeumok tekintetében (Koltai, 2011).

1949-ben az összes hazai múzeum állami kézbe került, 1963-ban pedig kialakították a megyei múzeumi rendszert (Eőry, 1981). Ez a rendszer állt fenn egészen 2012-ig, amikor is a Kormányhivatalokhoz, majd 2013-tól városi fenntartás alá kerültek a múzeumok Magyarországon. 1976-ban törvényileg határozták meg, hogy a múzeumok egyben közművelődési intézmények is legyenek: a néphagyományok és a népi kultúra ápolásában, az általános műveltség terjesztésében, a művelődés iránti igény felkeltésében szenteltek kiemelt feladatot a múzeumoknak (Koltai, 2011). A rendszerváltásig terjedő időszak fontos jellemzőjeként a múzeumok ingyenesen látogathatóak voltak: az 1980-as években élték a volt szocialista múzeumok aranykorukat. A paternalista állami berendezkedésnek köszönhetően a kulturális intézményeket nagyvonalúan támogatták, miközben az ideológiai kontroll már csak jelképesen volt jelen. A látogatók száma rendkívül magas volt, ám a múzeumok alapvetően még mindig a XIX. századi gondolkodásmódot képviselték (György, 2003).

Az 1980-as évektől azonban erősödtek olyan szórakozási formák, kikapcsolódási lehetőségek is, melyek komoly konkurenciát jelentettek a múzeumok számára, s nehezen tudtak a közgyűjtemények megbirkózni az újfajta kihívásokkal a rendszerváltás után (Koltai, 2010a). Mindezek mellett a gazdasági tényezők is szerepet játszottak a múzeumok életének átalakulásában. A rendszerváltás előtt a közgyűjtemények fix éves költségvetésből dolgozhattak, mely nem függött a látogatottságtól, a rendszerváltás után azonban ez a helyzet drasztikusan megváltozott: a korábban biztosított állami normatívák töredékéhez jutottak csak hozzá, mely komoly elbocsátási hullámhoz vezetett (Koltai, 2011). A finanszírozás ilyen hirtelen megváltozása hazánkban is újragondolásra kényszerítette a múzeumokat: nem volt már elegendő a hagyományos múzeumi struktúra, hanem változásra, nyitásra, a látogatók felé fordulásra volt szükség, hogy minél nagyobb látogatottságot érjenek el a közgyűjtemények, s így biztosítsák gazdasági stabilitásukat.

A múzeumi látogatószám csökkenését látva a múzeumi szakemberektől indultak el olyan kezdeményezések és javaslatok az 1990-es évek közepétől, melyek a látogatóbarát múzeum kifejlesztését szorgalmazták – így kívántak minél inkább megfelelni a megváltozott látogatói elvárásoknak, s így próbálták a látogatottságot ismét emelni (Koltai, 2010a). Kárpáti (2011: 1) szerint a „körültekintés és szolgálat (mindfulness and stewardship) [lett] a látogatóbarát múzeum két legfontosabb jellemzője, hiszen a tekintélyelvűség és elzárkózás hosszú távon a múzeum létét veszélyezteti.”

Hazai tekintetben is megjelentek a korábban említett blockbuster kiállítások. Magyarországon leginkább a Szépművészeti Múzeum rendez ilyen típusú tárlatokat a 2000-es évek eleje óta, a vidéki múzeumok közül pedig a szegedi Móra Ferenc Múzeum ért el a hazai vidéki múzeumok között kiemelkedő látogatottságot blockbuster-jellegű tárlataival (Hegedűs

& Medgyesi, 2014; Hegedűs, 2015; Hegedűs, 2017a; Hegedűs & Wilhelm, 2019). Mivel a blockbuster kiállítások a közvéleményt, a látogatói közönséget kiemelt mértékben érdeklő témákat dolgoznak fel, ezért magasabb hírértékkel bírva komolyabb médianyilvánosságot biztosíthatnak az adott múzeumnak, mely az újfajta múzeumi szemlélet egy fontos összetevőjének tekinthető (György, 2003).

A múzeumok nevelési-közművelődési funkciójának fejlődését tekintve a rendszerváltás után nem sokkal Foghtűy már jelezte: „a múzeumok szentély-jellege megszűnőben van, erősödik a művelődés lehetőségeinek közkinccsé tétele” (Foghtűy, 1993: 44). Egyúttal „a múzeumi szakembereknek tudatosítaniuk kell magukban azt, hogy a múzeum küldetése a múzeum szolgálata, ennek alá kell rendelni a múzeum feladatait, s a közönség számára nyújtandó egyfajta tanulási módszerként ismernie, fejlesztenie és alkalmaznia kell saját eszközeit” (Fehér, 1998: 792). Ennek megfelelően a múzeumpedagógiában az egyszerű információátadás, hagyományosabb értelemben vett pedagógiai tevékenység mellett megjelent az edutainment, mely új eszközök és módszerek használatát hívta életre. Az edutainment – mint azt az összevont kifejezés is mutatja – nem más, mint a szórakozva, kikapcsolódva tanulás: célja, hogy fejlessze a tanulási képességeket és bővítse a tudást oly módon, hogy közben összeolvasztja a hagyományos nevelést a különböző szórakoztató elemekkel, ezáltal növeli a bevonódást, a motivációt és egyben az elköteleződést is (Sorathia & Servidio, 2012).

2. Fogyasztók és tanulók a múzeumokban

Ahogy a korábbi fejezetben bemutattuk, a XVIII. század második felétől létrejövő nyilvános múzeumok nem csak a kiváltságos nemesi rétegek számára, hanem a szélesebb nagyközönség felé is nyitottá váltak, majd a második világháború után indult meg tömegesedésük (Korek, 1988). Ezek a XVIII. században kialakult, hagyományos múzeumi struktúrák, interpretációs módszerek a XX. század végére túlhaladottá váltak: ennek eredményeként – noha a múzeumok mindig is alapfeladatuknak tekintették a műtárgyak és történetek gyűjtését, megőrzését, bemutatását – a múzeumok stratégiai, működési szemlélete kiszélesedett. A múzeumoknak újszerű, megváltozott funkcióknak is meg kellett felelniük (Koltai, 2005), mely magában foglalta a múzeumpedagógiai, közművelődési és múzeumandragógiai feladatokat is: „a múlt, a kulturális és civilizációs örökség őrzése, ápolása, bemutatása mellett a hagyományok visszatanítása is múzeumi feladat” (Kurta, 2012: 20). A múzeumok effajta átalakulása folyamatosan zajlik, mely folyamat során egyre inkább létrejöttek az úgynevezett „nyitott múzeumok” (Kurta, 2010), a látogatói elvárások és a társadalmi folyamatok felé nyitott, befogadó szemléletű közgyűjtemények. A nyitott múzeumok jelensége, a látogatói elvárásokat követő, annak megfelelni igyekvő múzeumok képe az egyetemisták szempontjából szemlélve

kiemelt fontosságúnak tekinthető, hiszen az egyetemisták tekintetében a hagyományos, klasszikus múzeumfelfogás kapcsán negatív attitűd figyelhető meg (Hegedűs, 2016b). Ezért vizsgáljuk most meg közelebbről is a nyitott múzeumok legfontosabb tulajdonságait, a látogatóközpontú múzeumok jellemzőit, melyekre az egyetemisták is nyitottabban reagálhatnak, befogadóbbá válhatnak.

Iguchi (1995) kiemeli, hogy a múzeumok szerepköre 1995 körül már jóval szélesebb körű jelentéssel bírt Nagy-Britanniában és az Egyesült Államokban, mint a korábbi évtizedekben. A szerző az ICOM (International Council of Museums) 1990-es, a múzeumok oktatási szerepével kapcsolatos definícióit elemzi: a múzeumnak minden eszközt meg kell ragadni, hogy oktatási forrássá válhasson a társadalom minden tagja számára, valamint a társadalom legszélesebb rétegeit kell megszólítani, a múzeumok kínálta lehetőségekbe bevonnia (ICOM, 1990: 26).

A modern múzeum tehát a látogatóhoz szól: „a múzeumok hozzáférhetőségének alap gondolata abból indul ki, hogy a látogató milyen előzetes ismeretek és információk birtokában jut el a múzeumba. Ez az az alap, ahonnan indulva elkezdődhet a non-formális és formális tanulási folyamatot támogató kommunikáció” (Szabó, 2010: 85). Nielsen (2014) szerint az újfajta múzeum alapja lehet az újfajta múzeumi oktatási rendszereknek, a diákok bevonásának. Ugyanakkor ez az átalakulás többször okozott súrlódásokat a korábbi rendszerek szakemberei és a frissen végzett, új szemléletmóddal rendelkező múzeumi alkalmazottak között. Ezek a konfliktusok legtöbbször abból adódtak, hogy interdiszciplináris feladatok, projektek jelentek meg, valamint a nem múzeumi, külső szakértők eseti vagy éppen rendszeres bevonása is elindult (Nielsen, 2014). Ez azonban komoly veszélyt hordoz magában: ha a gyűjteményi munkát nem képesek kommunikálni, megnyitni a szélesebb közönség előtt, akkor a múzeumok lassan cél nélküli, jelentéktelen intézményekké válnak – szükség van tehát interaktív, kétirányú kapcsolat kialakítására a közönséggel (Nielsen, 2014). De Botton (2011: oldalszám nélkül) is hasonlóképpen vélekedik: „a múzeumoknak abban kellene segíteniük, hogy jobb életet éljünk, de sokszor nem többek halott könyvtáraknál, melyek a múlt teremtményeit szolgálják.” Régóta folyik vita a múzeumi szférában e kérdéskör kapcsán. Ezen kijelentéssel bizonyos szakemberek például teljesen egyetértenek: ahogyan arról már a korábbiakban is szó esett, szerintük a múzeumoknak változásra van szükségük, a gyűjteményüket ki kell nyitniuk, a bevonásra kell törekedniük, a társadalom számára hasznos intézménnyé kell válniuk. Ha ezeket a kihívásokat nem képesek teljesíteni, elveszítik fontosságukat s elvesznek a következő évtizedek során. Más vélemények szerint a múzeumoknak kizárólag a tanulás tereinek kell lenniük, melyek csakis a látogatók intellektusához szólnak (Nielsen, 2014). Hazánkban mindkét felfogás megjelenik a múzeumi

szektorban: vannak olyan közgyűjtemények, melyek blockbuster kiállítások létrehozásával, újfajta audiovizuális eszközök használatával a minél szélesebb látogatói bázis megszólítását tartják szem előtt. Míg más intézmények a klasszikus szemléletmódot képviselve olyan kiállításokat hoznak létre, melyek egy szűk, gyakran kizárólag tudományos réteghez szólnak, nem céljuk a szórakoztatás, a magas látogatószám elérése. Természetesen anyagi jellegű okok is állhatnak amögött, hogy egy-egy múzeum szervez-e széles közönséget elérő kiállításokat, ugyanakkor léteznek olyan témák, melyek sokakat megszólíthatnak komolyabb anyagi befektetés nélkül. Példaként említhetjük a szentesi Koszta József Múzeum 2018-as, Omega zenekarról készült tárlatát (Koszta József Múzeum, 2018).

Simon (2010) szerint résztvevő elköteleződésre kell törekedniük a múzeumoknak a következő intézményi értékek szerint: igény a külső résztvevők bevonására, befogadására, bizalom a résztvevők képességeivel kapcsolatban, valamint reagálási képesség a résztvevők cselekvésére és közreműködésére. A szerző szerint a múzeumok akkor élhetnek túl, akkor lesznek képesek elkerülni fontosságuk, szerepük csökkenését, ha tesznek azért, hogy külső résztvevőket vonjanak be a múzeum életébe. Ha ez a bevonás megtörtént, fontos a bizalom kialakítása: a múzeumnak bíznia kell a résztvevők megfelelő képességeiben. Miután ez is megtörtént és létrejött a bizalom és a bevonás/bevonódás, a múzeumnak reagálnia kell a résztvevők cselekvésére, közreműködésére, hiszen a kétirányú kommunikáció elengedhetetlen ahhoz, hogy az újfajta múzeumok létre jöhessenek (Simon, 2010). Simon arról is szól, hogy a múzeumoknak figyelembe kell venniük a látogatók számára megjelenő hasznót, hiszen minden múzeumlátogatás valamiféle céllal, valamiféle elvárással történik a látogató részéről. Ennek elérésére, a közreműködés kialakítására három megközelítést vázol fel:

- „szükséges közreműködés”: a projekt sikere a látogató aktív közreműködésén múlik,
- „kiegészítő közreműködés”: a látogató közreműködése erősíti az adott múzeumi projektet,
- „oktatási jellegű közreműködés”: a közreműködés cselekvése olyan képességeket vagy tapasztalatokat ad a látogatóknak, melyek a feladathoz tartoznak (Simon, 2010: oldalszám nélkül).

A múzeumok azonban sokszor „megijednek” a látogatók bevonásától, mivel ez komolyabb felkészültséget és anyagi forrásokat igényelhet. Továbbá felmerül az a kérdés is, hogy ez a látogatóközpontú személet önmagában elegendő-e ahhoz, hogy valóban megjelenjenek a látogatók a közgyűjteményekben, van-e motivációjuk a múzeumi látogatásra, a múzeumi élményszerzésre és tanulásra. A motiváció ugyanis „a hatásos múzeumi élmény előfeltétele” (Vásárhelyi, 2011: 131), mely kialakítása a múzeumok fontos feladata kell, hogy legyen – kiemelten olyan látogatói csoportok tekintetében, mint az egyetemisták, akik

megemelkedett ingerküszöbének elérése hagyományos, zárt múzeumi eszközökkel nem (könnyen) valósítható meg.

2.1. Látogatótípusok a múzeumokban

A nyitott múzeumok kialakulását, mint ahogyan azt már többször említettük, a látogatói elvárások nagyban ösztönözték. Fontos azonban arról is beszélnünk, hogy a látogatók maguk milyen tulajdonságokkal bírnak, milyen elvárásokkal érkeznek a múzeumokba. Az általános látogatói preferenciák feltárása segítségünkre lehet abban, hogy az egyetemisták múzeumokkal szembeni elvárásait is jobban felmérhessük.

Pekarik és Mogel (2010) aszerint csoportosította a látogatók típusait, hogy a látogató milyen típusú forrást, élményt részesít előnyben múzeumi látogatása során (Hegedűs, 2017b: 353). A „gondolatot kedvelők” információt, statisztikákat keresnek, tényekből akarják összeállítani a kiállításról alkotott képüket. A kiállítást így vitatják meg: „Tudtad-e, hogy?” Az „embert előnyben részesítők” fényképeket, videofilmeket és hanganyagokat keresnek a kiállításon, (emberi) történetek érdeklik őket, számukra az érzelem a legfontosabb. Ők bele akarják képzelni magukat valaki más bőrébe, így kedvelik a különböző előadásokat, bemutatókat is. Kérdésük: „Hallottad?”. A harmadik kategória a „tárgyakat kedvelők” kategóriája, akik a műtárgyak miatt járnak múzeumba. Őket a tárgyak kinézete, megmunkálása, anyaga, eredete, használati módjai, stílusa érdekli, ők a részletes anyagbeli információkat keresik a műtárgyakkal kapcsolatban. Kérdésük: „Láttad?” (Pekarik & Mogel 2010, idézi: Schreiber et al., 2013: 462). Napjaink múzeumlátogatói közül egyre többen a második csoportba tartoznak: történeteket és audiovizuális eszközöket keresnek a kiállításokon.

Pekarik és munkatársainak 2011-es munkája (Pekarik et al., 2011) további kategóriákat határozott meg az újfajta látogatói elvárások kapcsán: a fizikai és a reflektív látogatók típusát hozták létre (Hegedűs, 2017b: 353). A „fizikai kapcsolatot előnyben részesítők” számára az interaktivitás a fontos: a kiállítás, az épület, a tér részévé válni különböző játékok, érzések segítségével, bevonódva részt venni, megtapasztalni, megélni. Kérdésük: „Kipróbáltad?” A „reflektív látogatók” korábbi élményeikre alapozva élik meg a kiállítást: bizonyos tárgyokról, történetekről saját maguk által megélt események, történések jutnak eszükbe (Pekarik et al., 2011, idézi Schreiber et al., 2013: 462).

Schreiber és társai 2013-as kutatásuk során igyekeztek egy olyan modellt felállítani, mely képes kezelni az említett öt látogatótípust, azonban arra az eredményre jutottak, hogy nem egyszerű egyértelműen szétválasztani a látogatókat ezen kategóriák alapján. Jelentkeznek ugyanis olyan átfedések, érdeklődésbeli kereszteződések, melyekből nem lehet mindenkinél meghatározni, hogy mely kategóriába sorolható (Schreiber et al., 2013). Ez a kutatási eredmény arra enged következtetni, hogy a látogatók nem csoportosíthatóak kizárólag egy csoportba,

hanem egy-egy látogató több kategóriába is tartozhat érdeklődési körének, tapasztalatainak, emlékeinek megfelelően.

Fontos kiemelni: a múzeumok szempontjából az egyetemista csoportokat érdemes megkülönböztetni a felnőtt látogatói csoportoktól. Szükséges megtenni ezt azért, mert az átlagos felnőtt látogató valószínűsíthetően más céllal érkezik a múzeumba, mint az egyetemista/főiskolai hallgató (Speight, 2012).

2.2. Látogatói elvárások és élmények

A látogatói motiváció kapcsán érdemes szólnunk a látogatói elvárásokról is: amikor a látogató idejét, szabadidejét, anyagi forrásait áldozza a múzeumba, akkor megfelelő minőségű ellenszolgáltatást vár cserébe. Kiemelten igaz ez az egyetemista korosztályra, akik egy egyetemi városban számtalan szabadidő-eltöltési forma közül választhatnak, ahol a múzeum egy a sok közül (jelen esetben a múzeumlátogatást szabadidős tevékenységként és nem kötelező órai, egyetemi látogatásként értelmezzük). Falk és Dierking (2000: 79) a „látogatói lista” fogalmát vezeti be: eszerint a látogatók elvárásokkal, egyfajta listával érkeznek a múzeumba, melynek minden tételét szeretnék „kipipálni” látogatásuk végeztével.

A látogatói motivációt nagyban befolyásolja az előzetes tudás és a személyes érdeklődési kör: azok a kiállítások jobban motiválják a látogatókat, melyek témája valamilyen módon kapcsolódik személyes érdeklődésükhöz, hobbiikhoz. Azok a látogatók járnak tehát múzeumba, akiket érdekel az adott téma (Falk & Dierking, 2000: 84). Falk (1993) korábbi kutatási eredményére hivatkozva elmondható, hogy a megkérdezett látogatók 98%-a jár azért múzeumba, mert érdekli a téma, a maradék 2% pedig valakit elkísért, akit érdekel az adott témakör. Packer és Ballantyne (2005) megállapítása az utóbbi („valakit elkísér”) eredményhez kapcsolható: kiemelték ugyanis a társas múzeumlátogatás fontosságát a motivációs és a múzeumi tanulásra ható tényezők kapcsán.

A látogatói motiváció további fontos elemének tekinti az interaktivitást Adams és Moussouri (2002). A vizsgálatban részt vevő családokat arra kérték, hogy hasonlítsák össze különböző múzeumi élményeiket: azokat, melyek interaktív múzeumlátogatáshoz kötődnek és azokat, melyek hagyományos, nem interaktív látogatások voltak. Az interaktív múzeumlátogatásról pozitív gondolatokat fogalmaztak meg (pl.: izgalmas, színes, repül az idő, segíti a részvételt és bevonódást), míg a hagyományos múzeumi tapasztalatok jellemzően negatívak voltak (unalmas, nem lehet semmi sem csinálni, nem marad meg semmi). Hazai viszonylatban is hasonló jelenségekkel találkozunk: a budapesti múzeumok és az új muzeológia vizsgálata kapcsán szintén az interaktivitás fontosságát jelezték Bodnár és társai (2017), míg a Gombos (2011) kutatásában részt vevő hallgatók kedvenc múzeumai között azok szerepeltek, melyek fő jellegzetessége az interaktivitás volt. A nemzetközi irodalomban azonban megjelent

egyfajta vita az interaktív eszközök használatáról. Allen (2004) szerint például a „kevesebb néha több”, azaz az interaktivitás segíthet a feldolgozásban, ugyanakkor nem elengedhetetlen feltétele a sikeres múzeumi tanulásnak. Ponsignon és Derbaix (2020) pedig disszonanciát fogalmaztak meg társas látogatás és az interaktivitás jelenléte között: az interaktív, sokszor digitális eszközök használata túlnyomó részben egyéni jellegű, azaz az együttműködés, a közös részvétel korlátozott. Heath és Vom Lehn (2008) kutatásai is megerősítik a paradox helyzet meglétét, akik megállapították, hogy az interaktív eszközök gyengítik az interakciót a használó és a csoport többi tagja között.

Falk és Dierking (2000) is kutatásokat készített a múzeumlátogatás motivációja kapcsán. Eredményeik azt mutatták, hogy egy múzeumlátogató többféle motivációval is érkezhetsz a közgyűjteményekbe: például azért járnak múzeumba, hogy tanuljanak és egyben kikapcsolódjanak, szórakozzanak is. Ebben rejlik a múzeumok ereje: ezt a fajta kettősséget kevés intézmény képes egyszerre nyújtani a résztvevőknek (az oktatási intézmények is csak kis mértékben az ott folyó formális tanulási folyamatok és rendszerek miatt). Falk és Dierking (2000: 73) ezen jelenség kapcsán határozza meg a „tanulásközpontú szórakoztatásélmény” fogalmát: szórakozva tanulás, tanulva szórakozás a célja a látogatóknak a múzeumba érkezéskor.

A látogatói élménnyel kapcsolatos elvárásokat elemzi tanulmányában Sheng és Chen (2012) koreai szerzőpáros, akik látogatói kutatást készítettek öt tajvani múzeumban a látogatói elvárások kapcsán. Az eredmények alapján öt elvárási kategóriát állítottak fel: „könnyedség és szórakozás, kulturális környezet, személyes identifikáció, történelmi visszaemlékezés, légvárépítés” (Sheng & Chen 2012: 58). Az eredmények alapján látható, hogy a könnyedséget és szórakozást leginkább a magas végzettségű fiatal nők várták el a múzeumoktól, az idősebb látogatókat inkább a történelmi visszaemlékezés érdekelte (a magas végzettségű fiatal nők korcsoportja közel áll az egyetemistákhoz, így feltételezhető, hogy a hallgatók is hasonló elvárásokat támaszthatnak a múzeumokkal szemben). Mindez alátámasztja Falk & Dierking (2000) korábbi állítását, mely szerint az életkor, az aktuális életszakasz nagyban befolyásolja a látogatók elvárásait, múzeumokkal kapcsolatos attitűdjét. A kutatás során Sheng és Chen (2012) arra is rávilágított, hogy különböző múzeumokkal szemben különböző látogatói elvárások tapasztalhatóak. Ha a látogató például történelmi emlékek miatt érkezik egy múzeumba, nincs elvárása a „szórakoztató” elemekkel kapcsolatban. Ha viszont a látogató szórakozást keres a múzeumban, akkor önmagukban nem fogják érdekelni a kiállított tárgyi emlékek (Sheng & Chen 2012: 59). Ezen kutatási eredményekkel csak részben értünk egyet: lehet, hogy egy látogató egy hagyományosabb történelmi témakör miatt érkezik a múzeumba, de nem kizárható, hogy a szórakoztató elemek is érdekelni fogják: a kiállításban elhelyezett

audiovizuális eszközöket ők is kipróbálják, sőt, a gyermekek számára kihelyezett játékokkal is gyakran játszanak. Igaz ez fordított esetben is: ha a szórakozás miatt érkezik egy látogató a múzeumba, az nem zárja ki, hogy a tárgyakat is megszemlélje, hiszen a műtárgyak a múzeumok legfontosabb hitelesítői, melyek keretet adnak a szórakoztató elemeknek.

2.3. Kommunikáló múzeum? Storytelling és a látogatók bevon(ód)ása

Nielsen (2014) szerint a kommunikáció a múzeumok egyik alapvető feladata. Múzeumi kommunikáción azonban nem (csak) a sajtókommunikációt vagy marketingkommunikációt érti, hanem a látogatók bevonását, a közösség megszólítását, a múzeumok kommunikációs jellemzőit is. A múzeumi kommunikációs stratégia céljai a következők lehetnek: információnyújtás, a figyelem növelése, az interakció ösztönzése, a viselkedés/hozzáállás megváltoztatása, a látogató és a közösség részvételének erősítése. Mindezek segítségével a múzeumok képesek elérni azokat a célcsoportokat, akik nagy eséllyel vesznek részt múzeumi rendezvényeken; tudják, mikor, hová és milyen céllal érdemes üzeneteket célba juttatni; a kiállításokon belüli kommunikációt erősítik, mely segít az ötletek közvetítésében; kiállítási lehetőségeket körvonalaznak a célok, célcsoportok és gyűjtemények kontextusában (Nielsen, 2014).

Nielsen (2014) és Allen (2004) is kiemeli a storytelling, azaz a történetmesélés fontosságát, mely a modern múzeumok sajátja. A storytelling a gyűjtemények, műtárgyak klasszikus bemutatásán (kronológia, kategorizálás) erőteljesen túlmutat: napjainkban egyre több múzeum épít kiállításokat, programokat a történetmesélés eszközére, mely szorosan összekapcsolódik a tapasztalással. Ahogy Gabriel fogalmaz: „a történetek és a tapasztalás a posztmodern diskurzusokban úgy kapcsolódik össze, mint a szíami ikrek – nem csak a történetek alakítódnak át tapasztalattá, hanem a tapasztalatokból is történetek válnak” (Gabriel, 2000: 18). Cremin (2013) azonban hiányként jelöli meg a történetek jelenlétét a múzeumokban: véleménye szerint a múzeumok sokszor napjainkban is lebecsülik a történetmesélés, a rituálék fontosságát; a múzeumok „nem hallgatnak meg”, hanem csupán digitális eszközöket állítanak hadrendbe. Ezek az eszközök azonban nem mindig interaktívak: a múzeumok úgy tesznek, mintha meghallgatnák a látogatót, de ez a kommunikáció valójában szigorúan egyirányú. Ez a jelenség a hazai múzeumokban is fellelhető: képernyőkön játszott videóanyagokkal, fülhallgatókban hallható hanganyagokkal próbálja sok múzeum interaktívvá tenni a kiállításait, de éppen a kétirányúság hiányzik ezekből az eszközökből, tehát a látogató nem válik cselekvő részévé az aktivitásnak.

A történetek Nielsen (2014) szerint mindig is a múzeumi értelmezés szerves részei voltak: letűnt kultúrák, társadalmak, korok különböző elméletei kutatásokból és leletekből álltak össze. Azonban a látogatók is létrehozzák saját történeteiket, amikor múzeumba mennek,

mely a storytelling folyamatának része. Minél többször kerül interakcióba a múzeum a látogatóval, annál inkább gazdagabbak, színesebbek lesznek a látogatók történetei. A storytelling ereje abban keresendő, hogy aktív hallgatást igényel és segít kiemelni és megérteni a lényegét, továbbá érzéseket is kivált a közönségből (Nielsen, 2014).

Liu (2008) a műtárgyak és a kikapcsolódás összekötőjeként tekint a történetekre, a történetmesélésre: a múzeum a történetmesélés és történethallgatás tere. A történetmesélés létrejöhet tárlatvezetések segítségével, de akár a történetek szöveges megjelenítésével is – a lényeg, hogy a látogató részese legyen a történetnek, a tárgynak, s így magának a kiállításnak is. A látogatói részvétel, a látogatói bevonódás ugyanis növeli a látogatók tanulási folyamatának hatékonyságát (Liu 2008). Nielsen (2014) felhívja a figyelmet arra, hogy a storytelling nem csak tárlatvezetést és múzeumpedagógiai foglalkozást jelent: a storytelling mindig jelen van az agyunkban, hiszen az minden tapasztalatot, interakciót történetekhez köt. A történetek számtalan szinten képesek ösztönözni a kreativitást: a történetmesélés egyike a legerősebb technikáknak, melyet az ember kommunikációval és a kreativitás fejlesztésével kapcsolatban használ. Az a múzeum, amely él a storytelling eszközével, erősítheti a látogatók bevonását/bevonódását a múzeum életébe, kiállításába, sőt, a posztmodern felfogásban a storytelling válik az egyik legfontosabb eszközzé a jelentések létrehozásában – érzelmi bevonódásra is tudja ösztönözni a látogatót, s érzelmi kapcsolatot alakít ki a látogató és a múzeumi munkatársak között (Nielsen, 2014).

A múzeumok számára kiemelt jelentőséggel bír a storytelling kapcsán az, hogy minél inkább bevonják a közönséget, történeteket cseréljenek, bevonják a közönség személyes tapasztalatait, történeteit. A múzeumoknak olyan környezetet kell biztosítaniuk, ahol létrejöhet és fejlődhet az interakció. A bevonódáshoz egyrészt szükség van arra, hogy a közönség interakcióba léphessen a tárgyakkal, kiállításokkal, másrészt szükséges az, hogy a látogatók megosszák tapasztalataikat, történeteiket a múzeumokban, a múzeumokkal és a közönség más tagjaival is. Az egyetemisták szempontjából ez egy komoly kitörési pont lehet: az interakció, a kétirányú kommunikáció az egyetemisták sajátja, a történeteken keresztüli tudáselsajátítás támogatja a tanulási folyamataikat, s ezáltal a múzeumok alkalmasak lehetnek újabb tanulási térként funkcionálni az egyetemisták tekintetében.

2.4. A látogatói elvárásokra adott múzeumi válaszok

A fent említett, újszerű látogatói elvárások magukkal vonzanak olyan technikai, finansziális múzeumi változtatásokat, melyekre a múzeumok nem biztos, hogy minden esetben képesek vagy akarnak reagálni, így a nyitott múzeumok, a látogatóbarát élményközpontok létrejöttének sok esetben gátat szabhatnak külső tényezők is. Kotler & Kotler (2000: 276) rámutat: a múzeumi élmények iránti elvárás magával vonzza azokat a tevékenységeket, melyekben a

látogatók közvetlenül részt tudnak venni (ahol a látogató lát, hall, tapint, amely környezetben a résztvevők bevonódása létrejöhet). Ehhez viszont fejlesztésekre, szemléletbeli és technikai újításokra van szükség – ezt a jelenséget vizsgálták Camarero és munkatársai (2015). Azt kívánták felderíteni, hogy a nyugat-európai múzeumok mennyiben nyitottak a változásokra, a technikai megújulásra, a „disneyfikációra”, az élményközpontú látogatói elvárásoknak történő megfelelésre. A kutatási eredményeik azt mutatták, hogy a vizsgált olasz, spanyol, francia és brit múzeumokban (kisebbekben és nagyobbakban egyaránt) a technológiai fejlesztés nem csak a látogatószámokat és a bevételt növelte, hanem a látogatói érdeklődést és elégedettséget is. Ugyanakkor a kutatás figyelmeztet arra is, hogy a látogatók a technológiai fejlesztések, újdonságok mellett elvárják a múzeumok hagyományos feladatának elvégzését is: a műtárgyak megőrzését, bemutatását, a megbízhatóság és hitelesség megmaradását (Camarero et al., 2015: 231-233).

A múzeumok hitelességének megőrzése tehát mindenképpen alapfeladatnak tekinthető – de vajon így gondolkodnak-e az egyetemisták is? Mennyiben fontos számukra a múzeum hiteles hely-szerepének megléte? Erre is választ fogunk keresni kutatásunk későbbi fejezeteiben.

III. A tanulás változatai a múzeumokban

A múzeumok klasszikus, hármas alapfeladata (gyűjtés, kutatás, konzerválás) mellett – mint ahogyan azt a korábbi fejezetekben is láthattuk – megjelent a közművelődés segítése, az oktatás fontosságának kiemelése is a feladatok között. A múzeumban folyó tanulás és tanítás a közoktatás módszereinek és tereinek alternatíváit kínálja fel, a felsőoktatás szempontjából pedig megfelelő kiegészítő és segítő lehetőségeket ajánl a különböző képzések tekintetében. A múzeumokban másféle, egyedi tanulási módszerek és eszközök állnak rendelkezésre, melyek az intézményesített oktatás megfelelő támogatói lehetnek az egyetemisták szempontjából is. Jelen fejezetben ezeket a módszereket és eszközöket mutatjuk be a formális – informális – non-formális tanulás, valamint a múzeumpedagógia és múzeumandragógia aspektusából.

1. Informális, non-formális tanulás

A tanulási tevékenység, tanulási elméletek témakörét többféle kutatás is elemezte a múzeumok tekintetében. Brown (2013) Nagy-Britanniában végzett vizsgálatot a felsőoktatásban dolgozó oktatók körében: eredményei azt mutatták, hogy az oktatók célja olyan tanulási tevékenységek kialakítása, ahol egy tanulási metódus kapcsán konkrétan meghatározható, hogy a hallgatók az adott tudásanyag elsajátításával milyen típusú tevékenységek elvégzésére lesznek képesek. A múzeumokban azonban ez a fajta előre eltervezett, előre átlátható mechanizmus nem garantálható, hiszen széles közönség érkezik a közgyűjteményekbe, ahol minden látogató mást és mást vár el egy kiállítástól, egy tárgytól, egy élménytől, így nehezen meghatározható, hogy melyik tanulási metódus, melyik tapasztalat milyen tanulási eredménnyel, milyen tudásanyag elsajátításával jár majd. Ez a jelenség a két intézményrendszer tanulóinak különbözőségeiből ered: míg a nappali tanrendű egyetemistákat egy viszonylag homogén csoportnak tekinthetjük (alapvetően nem csak a hasonló kor, hanem a hasonló érdeklődés, az hasonló tanulási metódusok, a hasonló célok – egyetemi diploma megszerzése – tekintetében is), addig a múzeumba érkező látogatók rendkívül heterogén csoportként jelentkeznek korosztály, célok, csoportos tanulási metódusok tekintetében is (Brown, 2013). A múzeumoknak tehát sokkal szélesebb körű elvárásoknak kell megfelelniük, ugyanakkor mégis tanulási tereknek, egyfajta oktatási intézményeknek tekinthetjük őket.

A kiszélesedett múzeumi tevékenységi kör kapcsán érdemes szólni a formális – non-formális – informális tanulás hármáról. Durkó (1999b) a formális nevelést „direkt nevelési célú intézmények által kezdeményezett, hosszabb időtartamú, meghatározott norma- és követelménytámasztással, valamint teljesítményértékeléssel összekapcsolódó” nevelésnek tekinti (Durkó, 1999b: 30-31). A non-formális neveléshez „más elsődleges célú, és járulékosan nevelő hatást is kifejtő szervezetek, intézmények által szervezett, hatására ideiglenesebb, nyitott

személyiségfejlesztés tartozik” (Durkó, 1999b: 31), míg az informális neveléshez sorol „mindenféle nem céltudatosan szervezett, környezeti hatásra történt spontán személyiségformálási válaszreakciót” (Durkó, 1999b: 31). Engler és Márkus (2016: 170) szerint a non-formális tanulás „kevésbé jól körülhatárolható, [...] az iskolarendszeren kívüli felnőttképzés tanfolyami jellegű, valamilyen formában szervezett, akár valamilyen képzettséget is adó képzéseit sorolhatjuk ide”. A formális és informális tanulás közötti legfontosabb különbségeket Miotto (2002, idézi: Vásárhelyi, 2009b) így jelöli ki: a formális tanulást az oktató irányítja iskolai környezetben, kötelezően, kevés váratlan eseménnyel, nem közösségközpontú jelleggel, fogalmak és példák segítségével. Az informális tanulást ugyanakkor a tanuló irányítja iskolán kívüli környezetben, szabadon választhatóan, sok váratlan eseménnyel, közösségközpontúan, együttműködéssel, gyakorlati tapasztalat segítségével (Miotto, 2002, idézi Vásárhelyi 2009b: 149). Hasonlóképpen vélekedik az informális tanulásról Szabó (2014) is, aki szerint az informális tanulás a „hétköznapi élet természetes velejárója” (Szabó, 2014: 78).

A *Memorandum az egész életen át tartó tanulásról* című dokumentum a formális – informális – non-formális tanulás közötti fő különbséget a bizonyítvány megszerzési lehetősége kapcsán jelzi: a formális tanulást oklevéllel, bizonyítvánnyal, szakképesítéssel ismerik el, míg a másik két tanulási formára ez nem jellemző. Az informális tanulás kapcsán Durkóhoz hasonlóan megemlíti a céltudatosság hiányát és a „mindennapi élet természetes velejárójának” tekinti (Memorandum az egész életen át tartó tanulásról, 2000: 7). A non-formális és informális tanulás tekintetében kiemeli az alacsonyabb presztízst, megítélést a formális tanuláshoz képest, noha az egész életen át tartó tanulás két központi formájáról van szó, melyek kiegészíthetik a formális tanulást. Sőt: az informális tanulás „hatalmas tanulási tartalékot jelent, és az oktatási és tanulási módszerek fontos innovációs forrása lehet”, valamint nagymértékben hozzájárulhat a munkaerőpiaci helyzet erősítéséhez is (Memorandum az egész életen át tartó tanulásról, 2000: 8).

Forray és Juhász (2009: 14) az informális felnőttkori tanulás definícióját a következőképpen jelöli ki: „bármely helyszínen, bármely élettevékenységhez kapcsoló, önkéntes, iskola- és intézményrendszeren kívüli tanulási folyamatot.” Az informális tanulás kapcsán a következő csoportokat hozzák létre: az egyik csoportba tartoznak a „tudattalan és akaratlan, szervezetlen formában megvalósuló, többségében véletlenszerű ún. spontán tanulási folyamatok”, a másik csoportban pedig a „tudatos, az egyén saját akaratából történő és szervezett módú tanulási folyamatokat” (autonóm tanulás) találjuk (Forray & Juhász, 2009: 14). Kleisz (2009: 101) szintén kísérletet tesz az informális tanulás jellemzőinek összefoglalására: „az ismeretek, készségek, attitűdök elsajátítása spontánul, alacsony szervezettségű szinten,

mindennemű szisztematikusságot nélkülözve, gyakran véletlenszerűen történik, de az egész emberi élet folyása tekintetében alapvető tanulási tartományról van szó.” Miklósi (2009) megemlíti, hogy az UNESCO már az 1940-es években megfogalmazta, hogy szükséges az iskolán kívül is tanulási lehetőségeket biztosítani azon felnőttek számára, akik nem engedhetik meg maguknak a formális tanulást. A szerző is egyetért azzal a korábban említett megállapítással, mely szerint nem kap megfelelő elismertséget a non-formális és informális tanulás a formálishoz képest: nehéz ezen tanulási formák elismertetése, a megszerzett tanulási tapasztalatok rendszerszintű elfogadtatása. Forray és Juhász (2009) kiemeli, hogy a három tanulási forma más és más életkori szakaszra jellemző: az életkor előrehaladtával a formális tanulás helyett egyre inkább a non-formális és az informális tanulás válik jellemzővé.

Brown (2013) felveti a formális-informális tanulás közötti különbségeket a múzeumok és az egyetemek tekintetében. Az egyetemeken tapasztalható formális oktatás és a múzeumi informális oktatás közötti különbséget Clarke (2001, idézi Brown, 2013) úgy fogalmazza meg, hogy a múzeumban az egyén megválaszthatja, eldöntheti, mit akar tanulni, milyen tudást kíván elsajátítani, miközben teljesen saját irányítása alatt tartja a tanulási folyamatát, maga hozza meg a tanulás közbeni döntéseket – erre az egyetemen csekély mértékben van csak lehetősége. Hooper-Greenhill (2004) hasonlóképpen gondolkodva kifejti, hogy a múzeumok szabadabb, informális tanulási módszere kevésbé képes konkrétan meghatározni a tanulási folyamat eredményét, mert az egyének tanulási viselkedése kevésbé megjósolható. A formális-informális tanulás és a múzeumok kapcsolata tekintetében Clarke (2001) úgy véli, hogy a legmegfelelőbb megoldás egyfajta fúzió, mindkét terület megfelelő elemeinek használata lenne. Smith Bautista & Balsamo (2013) szerint a modern múzeumok egyre aktívabban törekszenek arra, hogy olyan tanulási programokat hozzanak létre, melyek maximálisan beilleszthetőek a hagyományos, formális iskolai keretek közé. Ezen pedagógiai programok egyrészt azért hasznosak, mert tanulókat, diákokat vonzanak a múzeumokba, másrészt pedig azért, mert egyfajta képzést is jelentenek a tanárok, oktatók számára. Ezeknek a programoknak az a célja, hogy támogassák a hagyományos iskolai alapú tanulást egy alternatív tanulási tér lehetőségének felkínálásával. Ez a megoldás azért hasznos, mert a múzeumi tér kevésbé szigorúan strukturált vagy hierarchikus a hagyományos oktatási intézményrendszerekhez képest (Smith Bautista & Balsamo, 2013). Speight (2012) úgy összegez, hogy a múzeum nagy erőssége abban rejlik, hogy formális és informális tanulási térként is használható, a tanulási élmény így széles célcsoportok számára válik elérhetővé.

Brown (2013) meghatározza az „Általános Tanulási Eredmények” (Generic Learning Outcomes, GLO) öt fő területét a múzeumlátogatók tekintetében. A múzeumi tanulás a következő területekre van hatással az egyén kapcsán: tudás – megértés, képességek, attitűdök

– értékek, élmény – inspiráció – kreativitás, tett – viselkedés – fejlődés (Brown, 2013). A GLO módszere segít feltárni, hogyan gondolkodnak a múzeumlátogató egyének a saját és a társaik múzeumi tanulási folyamatokról: mit tanultak, miben fejlődtek, mit látnak másként, mint a múzeumi látogatás előtt?

A tanulási tapasztalat kapcsán Laurillard (2002: 82-90, idézi Brown 2013: 31) öt különböző típust határozott meg: részvétel vagy érzékelés (egy olyan tanóra, melyen alapvetően passzívan kapja meg a résztvevő az információt); vizsgálódás vagy felfedezés (egy aktívabb tanulási folyamat, ahol a tanuló dönthet arról, milyen tanulási folyamaton vegyen részt, milyen hosszan és milyen sorrendben); megbeszélés és vita (az egyén megbeszéli, vita tárgyává teszi az ötleteit másokkal); tapasztalatszerzés és készségek alkalmazása; megfogalmazás és kifejezés (egy új termék létrejöttén keresztül ötletek).

1.1. Tárgyalapú tanulás a múzeumban

A múzeumi tárgyak, gyűjtemények óriási lehetőséget biztosítanak nem csak a közoktatás, hanem az egyetemek és főiskolák számára különböző tanulási folyamatok elsajátítására, szemléltetésére. A tárgyak emellett megfelelőek arra is, hogy segítsék a csapatmunkát, a vitát, az együtt gondolkodást, az újszerű, innovatív gondolkodásmódot – ezek mindegyike elengedhetetlen, kulcsfontosságú eleme a felsőoktatásnak. A közoktatásban tapasztalt jelenség, mely szerint bizonyos tanulók múzeumi környezetben, a megfogható, látható, átélhető tárgyaknak köszönhetően sokkal jobb eredményeket érnek el, mint tantermi keretek között (Bell, 2011), a felsőoktatásban is érvényesíthető. A kurzusokon hallott információk, tudnivalók sokkal könnyebben elsajátíthatók abban az esetben, ha a hallgatók valóban láthatják, megtapasztalhatják a tárgyakon keresztül az adott téma jellemzőit, hiszen a múzeum a tárgyalapú tanulás széles tárházát nyújtja gyűjteményei segítségével különböző tanulói csoportok részére. A múzeumi közművelődési/múzeumpedagógiai részlegek számára remek lehetőséget jelent az egyetemi oktatókon és hallgatókon keresztül megszerzett pedagógiai gyakorlati tudás, mely aztán a múzeum más típusú közönségei felé is kiterjeszthetővé válik (Speight et al., 2013).

A tárgyakat számtalan módon lehet felhasználni arra, hogy fokozzák és elterjesszék a tárgyspecifikus tudást, hogy megkönnyítsék a kommunikációt, a csapatmunkát, a gyakorlati és megfigyelési, valamint a rajzoló képességek megszerzését, illetve az inspiráció kialakulását. Chatterjee (2011) szerint a tárgyközpontú múzeumi tanulási módszer napjainkban reneszánszát éli: a közgyűjtemények ráébredtek arra, hogy ez a technika nagyban segítheti a múzeumokban tárolt tudás feldolgozását, elsajátítását. A múzeumok és az ott található műtárgyak ugyanis különleges és egyedi lehetőséget biztosítanak az interdiszciplináris tanulásra: a gyűjtemények a művészet, dizájn, építészet, filozófia, idegen nyelvek, történelem és természettudományok

vizsgálatára, ilyen típusú tudás elsajátítására is ösztönözhetik a hallgatókat. Érdemes ugyanakkor megjegyeznünk, hogy a hallgatók múzeumi megszólítása komoly nehézségekkel küzd, így nem biztos, hogy kíváncsiak a múzeumi interdiszciplináris tanulás által nyújtott lehetőségekre.

A tárgyalapú tanulás pedagógiai erejét bizonyítja egy 2010–11-es nagy-britanniai kutatás, melyet a University College London hallgatói körében végeztek el (Hannan et al., 2013). A kutatás során 154 különböző szakterületen (pl.: biológia, földrajz, antropológia, orvostan) tanuló hallgatót kértek meg arra, hogy töltsenek ki egy kérdőívet egy-egy tárgyalapú tanítási óra után. A kérdőív eredményei azt mutatták, hogy a hallgatók közel kétharmada egyetértett azzal, hogy a tárgyalapú tanulás hatékonyabb tanulási forma, mint a hagyományos tantermi előadások és szemináriumok. A tárgyalapú tanulás előnyeinek a hallgatók a következőket emelték ki: interaktív, tapintható, vizuális tanulási élmény, mely képes lekötni a figyelmüket, inspiráló és élvezetes. A diákok emellett kiemelték pozitívumként a csapatmunka, a kommunikáció és a megfigyelés erősítésének lehetőségét (Hannan et al., 2013). A tárgyalapú tanulás azonban nehézségekkel is rendelkezik: ezeken az alkalmakon kiemelt szerepe van az oktatóknak, akik sok esetben egyszerűsítanak a tárgyalapú tanuláson. Ahelyett például, hogy elmennének egy múzeumba élőben megnézni egy eredeti tárgyat, inkább a tárgyról készült fotót vetítik le a hallgatóknak egy-egy prezentáció során. Ugyanakkor a szerzők úgy vélik, hogy az egyetemi oktatók érdekeltté tehetők abban, hogy a múzeumok adta tárgyalapú tanulási lehetőségeket kihasználják: a legtöbb oktatónak például célja, hogy a hallgatókat lelkesítse, érdekeltté tegye az adott szakterület irányában – a múzeumok pedig alkalmasak arra, hogy felkeltsék a hallgatók kíváncsiságát, s egyúttal kézzel fogható, „hands-on” tevékenységet kínáljanak (Hannan et al., 2013).

Egy másik külföldi példa alapján is szemléltethetjük a kézbevehető tárgyak múzeumi oktatásra, ismeretelsajátításra gyakorolt hatását. A nagy-britanniai Reading város múzeumában a „kézzelfogható tanulás” hasznáról készítettek kutatást, mely során kiderült, hogy a megkérdezett oktatók 80%-a a legmagasabbra (6 fokú skálán 6-ra) értékelte a tárgyakból való tanulás hasznosságát, eredményességét, illetve 92%-uk szerint a tárgyakkal történő tanulás legalább olyan fontoságú, mint a tárgyak nélküli, könyvekből történő tanulás (Bell, 2010). Ezek a közoktatásban megjelent eredmények a felsőoktatás számára is komoly tanulsággal bírnak, s egyben azt is mutatják, hogy a felsőoktatás számára is megfelelő lehetőséget jelenthet a múzeumi tárgyak bevonása az órai oktatásba.

1.2. A múzeumi tanulást befolyásoló tényezők

A múzeumi látogatást, valamint a múzeumi tanulást sok tényező befolyásolhatja. Ezen tényezők közül igyekszünk bemutatni a legfontosabbakat a múzeumi tanulás hatékonyságát, sikerességét illetően.

Bitgood (2013) rendkívüli részletességgel, több szempontból vizsgálja a látogatók múzeumbeli aktivitását, passzivitását, figyelmük felkeltésének lehetőségét (Hegedűs, 2016a). Állítása szerint bármely kiállítás legfontosabb egysége a látogatók figyelmének felkeltése: ez történhet implicit és explicit módon egyaránt. Meghatározta a „figyelem-érték” fogalmát, melynek legfontosabb két ismérve: (1) a kiállítás sikerét legnagyobb mértékben a látogatói figyelem mértéke határozza meg, (2) az odafigyelés legfontosabb motivációs tényezője a megértett, felfogott érték (Bitgood, 2013: 65, idézi: Hegedűs, 2016a: 352). Bitgood (2013) kiemeli a kérdezés fontosságát is, mely segíti a bevonódást és így a tanulás hatékonyságának növekedését – Allan és Gutwill 2009-es projektjét hozza fel példaként, mely során látogatói csoportokat arra kértek fel, hogy tegyenek fel kérdéseket egy nyomozás lefolytatásához a múzeumon belül. A résztvevőknek látogatásuk végén el kellett magyaráznia, be kellett mutatnia a vizsgálódásuk eredményét, ezáltal megtörtént a bevonódás, s ezek a látogatók élvezetesnek ítélték meg az adott kiállítást (Allen & Gutwill, 2009, idézi Bitgood, 2013). Ezt az eszközt egyre több hazai múzeum is használja múzeumpedagógiai gyakorlatában (Hegedűs, 2016a).

Gazdasági értelemben is elemezhetjük a látogatói figyelem mivoltát. Eszerint az érték a kulcstényező a motiváció tekintetében: amennyiben a látogatók számukra értékesnek tekinthető tartalmat találnak a kiállításon, azonnal megugrik a figyelmi szintjük és jobban bevonhatóvá válnak az adott tárlat kapcsán. Az ún. „értékarány” a következőképpen tevődik össze: költségek (a látogató kiállításra szánt ideje és az ott elvégzett „munkája”) és haszon (a látogató érdeklődése és preferenciái) (Bitgood, 2013: 64).

Falk és Dierking (2000) kutatásaikban azt vizsgálták meg, milyen tanulási tér fogadja a múzeumba érkező, különböző státuszú és korú látogatói csoportokat. A szerzőpáros szerint a múzeum a tanulás tere, a tanulás kulcsfogalma pedig az önmotiváció: az önmotivációból fakadó tanulás érzelmileg megelégedést hoz, személyes elismeréssel jár (Falk & Dierking, 2000, idézi Hegedűs, 2016a). Kiemelten motivált az egyén tanulási szempontból azokban a helyzetekben, amikor bevonva érzi magát, amikor elköteleződést érez, amikor mentes minden negatív érzelemtől. A motiváció magas, amikor a tanulást illetően van választási lehetőség, amikor az egyén kezében van az irányítás, és amikor a kihívások nem haladják meg teljesítőképességét (Falk & Dierking, 2000, idézi Hegedűs, 2016a).

Rennie és Johnston (2004) a fizikai környezet fontosságát hangsúlyozza – azaz a látogatók tanulási motivációt csökkentheti, ha a kiállítás termei, a tárgyak elhelyezése nem

megfelelő vagy éppen a személyzet ellenszenves. Szintén ez a szerzőpáros veti fel a múzeumi alkalmazottak közreműködésének kérdéskörét: a tanulási folyamatban ők is fontos szerepet tölthetnek be (Rennie & Johnston, 2004). A tanulást mindezek mellett befolyásolhatja az is, hogy milyen szerepben érkezik a látogató a múzeumba (Falk, 2006; Brida et al., 2017): a turista, a szülő vagy az érdeklődő tanuló szerepei kontextusfüggőek, emellett mindannyian másképpen dolgozzák fel a kiállításokat és más mélységű múzeumi tanulási folyamat részesei lesznek.

Kelly (2007) a múzeumban létrejövő tanulási folyamatok kapcsán felállította a múzeumi tanulás 6P modelljét: person, purpose, process, people, place és product, azaz: egyén, cél, folyamat, emberek, hely és termék (Hegedűs, 2016a). Ez a hat elem határozza meg, s egyben befolyásolja is azt, hogy miként is tevődik össze a múzeumi tanulás folyamata:

- egyén: egyéni tanulás, az egyén korábbi tudása, kulturális és társadalmi környezete, mindennapi élete, múltja, értelmezési keretei;
- cél: a tanulás mögötti motiváció, érdeklődési kör, választási preferenciák, élvezet;
- folyamat: a tanulás végtelen számú módja. „Valamit csinálni”, tárgyak és eszközök használata, kognitív és pszichikai szint egyszerre érvényesül, a felszín és a mélység kettőssége;
- emberek: a tanulás társadalmi dimenziója. Családi hatások, barátok, kollégák befolyása, kísérő felnőttek szerepe, a közösség hatása, szakemberek jelenléte (múzeumi munkatársak, tanárok);
- hely: hol történik a tanulás? Formális vagy informális helyszíneken? Iskola, múzeum, galéria, kulturális intézmények, könyvtárak, internet, természet/környezet, élet. A múzeum a megbízható tudás helyszíne;
- termék: a tanulás eredménye. Tények és ötletek kettőssége, rövid- és hosszútáv különbözősége, kapcsolódási pontok megjelenése a múzeumban tanultak és a valódi élet/múlt között, eredmények, értelmezés, változások (Kelly, 2007: 6).

A látogatási motiváció kapcsán felmerül a gyermekkori múzeumlátogatás jellege, az iskolai és családi látogatások különbsége. Rennie és Johnston (2004) úgy véli, hogy a belső és külső indíttatású látogatások között komoly különbségek vannak, azaz máshogy éli meg a múzeumi tanulást az, aki saját maga dönti el, hogy múzeumba megy, mint az, akit kötelező jelleggel elvisznek. Allen (2004), Griffin (2004), valamint Ellenbogen és társai (2004) is elemzik az iskolai és családi múzeumlátogatás jellemzőit: a kognitív túlterhelés veszélyére hívják fel a figyelmet az iskolai látogatások kapcsán, amikor a diákok nem a saját igényeik szerint, hanem a tanár útmutatásai alapján dolgozzák fel a kiállítást. A családi látogatások alkalmával sok esetben a szülők veszik fel a tanárok szerepét, de ez inkább egyfajta

interpretációs segítség, nem pedig a tanulókra erőltetett látogatási struktúra. A kutatók ideális csoportnak tartják a családot a múzeumi tartalmak feldolgozása és a hatékony tanulási folyamat kapcsán, akik szabadon, saját elképzeléseik alapján és menetrendjük szerint dolgozhatják fel a kiállítási tartalmakat.

Korábbi kutatásaink is a családi múzeumlátogatások pozitív erejére mutattak rá: akiket gyermekkorukban elvisznek a szüleik múzeumba, azok nagy valószínűséggel maguk is múzeumlátogatóvá válnak felnőttként (Hegedűs, 2016a). Ugyanakkor a családi múzeumlátogatás ereje felveti a társadalmi hozzáférhetőség problémáját (Hegedűs, 2016a): bizonyos társadalmi csoportok nem engedhetik meg magunkat a múzeumlátogatást, így kiszorulnak a látogatói körből, gyermekeiket nem viszik múzeumba – s vonatkozásképp valószínűleg gyermekeik sem válnak rendszeres múzeumlátogatókká (Falk & Dierking, 2000).

1.3. Múzeumi oktatás – oktatás a múzeumban

A múzeumokról Iguchi (1995) szerint általában „poros” kép él nem csak a felnőttben, hanem a gyermekekben, fiatalokban is. A múzeumokban található tárgyak, emlékek mintha „aludnának”: nehezen megközelíthetőek, elérhetőek vagy értelmezhetőek a fiatalok számára. Több kutatás is készült a kilencvenes évek elején, ahol a diákokat a múzeumról a következő szavak jutottak először eszükbe: unalmas, dohos, sötét, begyöpösödött; valamint leginkább könyvtárhoz vagy templomhoz hasonlították a közgyűjteményeket (Trevelyan, 1991). Egy másik kutatás a képzőművészeti galériákkal kapcsolatos szavakat vizsgálta, melyek: kilométerekre van tőlem, feszült, felhúzott szemöldök, unalmas (Fisher, 1990). Ezek a bő harminc évvel ezelőtt készült vizsgálatok rendkívül rossz képet festenek a diákok és a múzeumok kapcsolatáról: távolra helyezik, megközelíthetetlennek látják a tanulók a közgyűjteményeket. 1990 óta rengeteg változás lezajlott a korábban említett látogatóközpontúság, nyitott múzeumi kép elérése érdekében, azonban a tanulóban élő kép könnyen lehet, hogy változatlan maradt, mivel nem minden múzeumot érintett az átalakulás.

Hooper-Greenhill (1991) szerint a múzeumi oktatást két fő kategóriára bonthatjuk. Az egyik nézőpont szerint minden tevékenység, amit egy múzeum végez, oktatási céllal történik: a gyűjtemények kezelése, a kiállítások tervezése, építése, lebonyolítása, a különböző rendezvények megszervezése és az oktatási célú foglalkozások egyaránt. A másik nézőpont szerint viszont múzeumi oktatásnak csak és kizárólag a tanítási célú foglalkozások és programok, főként múzeumpedagógiai foglalkozások tekinthetőek. Napjainkra ez az elhatárolás már egyre kevésbé van jelen: a nyitott múzeumok szemléletének időszakában mindinkább az első kategória válik elterjedté.

Hubard (2014) szerint a kortárs múzeumi oktatás célja, hogy a látogatókat segítse abban, hogy a múzeumokban található műtárgyakat értelmezni tudják. A múzeumi oktatás már hátra

hagyta a tradicionális, egyirányú, fentről lefelé irányuló oktatási módszereket, ugyanis sokkal hatékonyabb rendszereket alakított ki a tudás, az információ átadásához. Ezen újfajta módszer konstruktivista megközelítést alkalmaz: interaktív csoportélményekre alapoz, ahol a jelentést kollektíven, csoportosan együttműködve hozzák létre csoportdialogus útján. Ezen párbeszédre épülő feldolgozás során a résztvevők korábbi tapasztalataikra építenek, korábbi tapasztalataikra alapozva hozzák létre az újabb tudást. Ebben a múzeumi tanulásban az oktatók folyamatvezetőkként gondolnak magukra, míg a látogatók a jelentés aktív létrehozói (Hubard, 2014).

1.4. Múzeumok a digitális világban

A 21. századi digitális világban a múzeumok terei is átalakulnak: a múzeumok már nem csak a klasszikus értelemben vett falaik között léteznek, hanem belépnek egyfajta virtuális térbe, ahol elválík egymástól a fizikai és virtuális lét, valamint a stabil és mozgó világ. A múzeumok napjainkban lendületes, dinamikus kulturális intézmények, melyek újabb változáson mennek keresztül: a helyhez kötött múzeumkép mellett kezd megjelenni egyfajta posztmodern tér-felfogás is, melyet a digitalizáció tovább erősít.

A mobilkultúra már az ipari forradalom időszakában megjelent, azonban az 1980-as évektől számíthatjuk a mai általános értelemben vett mobilizációt, egyfajta „mobil privatizációt”, melyet az újfajta kommunikációs eszközök (laptopok, PDA-k, mobiltelefonok) hoztak létre (Williams, 1983). A mobilizált múzeum az elmúlt évtizedben „átalakult egy úgynevezett „elosztó múzeummá”, egy olyan posztmodern képződménnyé, melyen keresztül a modern múzeum zökkenőmentesen képes beilleszteni hagyományos funkcióit a digitális kor új kulturális környezetébe, viszonzásul pedig új tanulási lehetőségeket, oktatási intézményekkel kapcsolatos formális oktatási együttműködéseként jelent a múzeumok számára” (Smith Bautista & Balsamo, 2013: 57). Az új muzeológia nincs többé fizikális térhez kötve, ezért képes megváltoztatni a különböző múzeumi gyakorlatokat, kapcsolatokat, tapasztalatokat, miközben megtartja hagyományos funkcióit. Így egyre több ún. „csak-online” élményt képesek kínálni a múzeumok, melyek kizárólag az interneten keresztül érhetőek el. Ezek tartalmazhatnak szövegeket, képeket, hang- és videóanyagokat egyaránt. Ezek a virtuális kiállítások azonban kizárólag az adott honlapra készültek, offline nem elérhetőek, nincsenek valódi terei, ugyanakkor kiváló lehetőséget jelentenek a fiatalok bevonására a különböző web 2.0-s eszközök segítségével (Smith Bautista & Balsamo 2013). Ezen eszközök létjogosultságát erősítette meg a 2020-ban berobbant COVID-19 járványhelyzet.

A digitális világot a múzeumok képesek megjelentetni saját, valós tereiken belül is: ennek legalapvetőbb formái a QR-kódok és az ún. kiterjesztett valóságok (argumented reality, AR), melyek játék-formában képesek a múzeumok valódi, fizikális létét a virtuális térbe

áthelyezni, s a különböző mobileszközök segítségével a játékosok között a múzeumi téma kapcsán interakciót kezdeményezni. (Smith Bautista & Balsamo 2013). A digitális eszközök használata pedig alkalmas a fiatal korosztály aktívabb múzeumi bevonására (Lopez et al., 2008).

A digitális terek megjelenése, a web 2.0 elterjedése nem csak a látogatók közötti interakció erősítésére alkalmas, hanem a szakértők és a nyilvánosság közötti kommunikáció erősítésére is mind a múzeumok, mind pedig az egyetemek tekintetében – olyan csoportokkal is kialakulhat ugyanis kommunikáció, melyeket korábban nem tudtak elérni a múzeumok. A digitális interakciónak köszönhetően a szakértők hely- és időbeli korlátok nélkül terjeszthetik a tudást egy globális közönségnek, tájékoztathatnak különböző programokról, eseményekről, kiállításokról, s egyúttal lehetőséget adhatnak a visszacsatolásra és vitákra is (Watermeyer 2013).

Smith Bautista és Balsamo (2013: 67-68) három utat javasol a fenti kihívások kielégítésére:

- *A nyitott kultúrára helyezett hangsúly.* A digitális korban a digitális jogviszonyok miatt egyre kevesebb kulturális termék szabadon hozzáférhető, a múzeumok azonban a náluk, általuk őrzött kulturális örökséget, gyűjteményeket széleskörűen elérhetővé és feldolgozhatóvá kell, hogy tegyék.
- *A hálózati közösségek megbecsülése.* A múzeumoknak tudomásul kell venniük, hogy a digitális korban a látogatók közösségi média-hálózatukat is magukkal viszik a múzeumba. Ez az online kapcsolatrendszer felhasználható tweetek, posztok, megosztások segítségével a múzeumi tartalmak terjesztésére a látogatók által. Továbbá a közösségi oldalak használatával a múzeumok könnyebben, gyorsabban tudnak kommunikálni a közösségükkel: a látogatókkal, tanárokkal, oktatókkal, tudósokkal, helyi közösségekkel – és természetesen: a hallgatókkal is.
- *Helyalapú élmények.* Mivel a mobil és online technológiák alkalmasak fizikális és virtuális téren és időn keresztül utazásra, a múzeumi élmény maga is utazik: a digitális korban a hely többé már nem jelent feltétlenül fizikális helyet vagy éppen állandóságot (Bautista, 2012). A digitális technológia, a web 2.0 segítségével a látogatóknak nem kell a múzeumban lenniük a múzeumi élmény megéléséhez: telefonjaikon, digitális eszközeiken magukkal vihetik az élményt és akárhányszor alkalommal, akárhol újra és újra átélhetik azt.

A legfrissebb múzeumi tanulással kapcsolatos diskurzusok a digitális múzeumokkal kapcsolatos változásokra hívják fel a figyelmet. Guo és társai (2023) a digitális múzeumok tekintetében kérdőjelezik meg a fentebb említett múzeumi tanulási és látogatási motivációs

tényezők legitimitását. Arra a megállapításra jutnak, hogy napjaink digitális múzeumainak látogatói számára a tanulási és a közösségi funkciók már kevésbé fontosak a hagyományos múzeumokhoz képest. A látogatói élményt a digitális eszközökből felénk áramló multiszenzoros hatások jobban befolyásolják – amennyiben egyfajta emelkedettebb érzelmi állapotot sikerül elérniük, abban az esetben pozitív látogatói élményekkel távoznak a múzeumból.

2. Egyetemisták a múzeumpedagógia, múzeumandragógia célkeresztjében

A felsőoktatásban tanuló hallgatók határmezsgyén helyezkednek el: a felsőoktatás bizonyos elemeit tekintve még közoktatási, formális tanulási jelleget mutatnak, míg más tényezőket vizsgálva inkább a felnőttoktatás, az andragógia területéhez sorolhatók.

Györfyné (2012) szerint a lifelong learning részének tekinthetjük a felsőoktatásban folyó tanulást, ezzel szemben Lencse (2010) inkább a közoktatáshoz hasonlítja a felsőoktatási tevékenységet. Györfyné (2012) saját kutatásai alapján arra következtet, hogy az egyetemi oktatók sem tudnak dönteni egyértelműen a két terület között, sőt azzal kapcsolatban sem talált egységes álláspontot, hogy a hallgatókat gyermekként vagy felnőttként határozzák-e meg a felsőoktatásban dolgozó oktatók. Utóbbi azért tekinthető lényeges elemnek, mert noha a 18. évüket betöltött állampolgárokat, akik a felsőoktatásba jelentkezhetnek, jogilag felnőttként kezeljük, az egyéni érettség, az egyéni kompetenciák diverzifikáltsága miatt nem lehet egyértelműen eldönteni, hogy a hallgatókat a közoktatási vagy a felnőttoktatási módszerekkel lehet-e jobban megszólítani. Nem lehet egységes, mindenre érvényes válasszal előállni, bizonyos hallgatókhoz az előbbi, míg más hallgatókhoz az utóbbi módszerek állnak közelebb (Györfyné 2012). Újabb nézőpontot jelent a nappalis és a levelezős hallgatók közötti különbség (vagy hasonlóság): a levelezős hallgatókat általában egyöntetűen felnőttként kezelik, míg a nappalis hallgatókra fiatal felnőttekként tekintenek. Így Györfyné (2012) szerint esetükben érdemes vegyíteni a pedagógiai és andragógiai módszereket: a levelezős hallgatóknál érdemes pedagógiai eszközökkel is élni, míg a nappali tagozatos hallgatók esetében is hatékonyan bevetethők az andragógia módszerei. A két terület és a felsőoktatás kapcsolta tekintetében végül az alábbi következtetést vont le a szerző: „a felsőoktatás minden bizonnyal a két tudomány (pedagógia-andragógia) nagyon vékony határvonalán helyezkedik el” (Györfyné 2012: 16).

Ez a fajta kettősség, mely a felsőoktatásban jelen van, a múzeumi oktatás és tanulás kapcsán is megjelenik: az egyetemisták tekintetében a múzeumpedagógia és a múzeumandragógia módszerei is alkalmasak lehetnek a múzeumban történő tanulás elősegítésére. Empirikus kutatásunkban vizsgálni kívánjuk, hogy az egyetemisták mely terület

eszközeivel találkoztak múzeumi látogatásaik során. Így az alábbiakban a múzeumpedagógia és a múzeumandragógia területeit, legfontosabb módszereit és jelenségeit mutatjuk be.

2.1. Múzeumpedagógia

Amint korábban láttuk, a múzeumok történetében a XIX. századtól kezdve megjelentek a közönség közművelődését, a diákok tanulását elősegítő funkciók. Ez a múzeumokkal szembeni elvárás aztán a XX. század közepétől erősödött fel, s vált mára a múzeumok működésétől elválaszthatatlan területté. Az oktatási tevékenység kapcsán kiemelendő a múzeumpedagógia szerepe, mely intézményesített módon, szakemberek által kidolgozott módszerekkel foglalkozik a múzeumon belüli oktatással.

A múzeumpedagógia alapjai nem nyúlnak vissza túlságosan régre: Koltai (2012) szerint az alapokat a 20. századi reformpedagógiai irányzatokban érdemes keresni. Véleménye szerint elengedhetetlen szólni Dewey (1912, idézi: Koltai, 2012) „jövő iskolája” elképzeléséről, melyben az iskolaépület középpontjába a szerző egy múzeumot helyezett. Megszüntette volna a hagyományos iskolát az iskolapaddal, az osztályteremmel, a hagyományos szemléltető eszközökkel és létrehozta volna a jövő iskoláját, egy új intézményt, melynek emeletén laboratóriumokat, zenetermeket, műtermeket helyezett volna el könyvtárral, s középpontban a múzeummal. Dewey (1976) elveti a hagyományos, tankönyvalapú tanulást: véleménye szerint hibás az a gyakorlat, mely szerint a gyermek a tudást „kész” kapja könyvek, fotók, leírt szövegek formájában. Dewey (1976) úgy fogalmaz, hogy a gyermeknek nem az ismeretet kell átadni, hanem meg kell tanítani őt az ismeretszerzés képességére. Ez a jövő iskolájának egyik legfontosabb feladata – hiszen a gyermek valódi életében sem kész ismeretek vannak, hanem saját magának kell a hasznosítható tudást valamilyen módon megszereznie. Szerinte nem elegendő az ismeretek megszerzése, hanem nagy szükség van problémamegoldó készség kialakítására is, melyhez új típusú iskola létrehozására szükséges. Eszerint az elmélet szerint tehát az iskolának a gyermeket az életre kell felkészítenie, ösztönöznie kell saját tapasztalatokon alapuló cselekvések véghez vitelére. A gyermeknek szoros kapcsolatban kell állnia környezetével és az iskolának különböző cselekvésformákat kell kínálnia a gyermek számára: „az iskolának úgy kell bemutatnia és reprodukálnia [...] a cselekvésformákat, hogy a gyermek fokozatosan ismerje meg azok értelmét, s legyen képes aktív részvételre” (Dewey, 1976: 101). Dewey elmélete egybehangzó a múzeumpedagógia legfontosabb alap gondolataival, hiszen a „tárgyakon és cselekvésen keresztül tanulás, az interaktivitás jelentik napjainkban a múzeumi tanulás legfontosabb formáit” (Koltai, 2012: 84).

Dewey mellett Jean Piaget elmélete is komoly befolyással bírt a múzeumpedagógia alakulására. Piaget a gyermeket információkereső, aktív lényként definiálta, akinek „feladata, hogy felfedezze a logikai és tudományos gondolkodás egyetemes szabályait” (Atkinson et al.,

1999: 85). Ez a fajta felfedező-felfedezettő tanulás a múzeumpedagógiai egyik alappillére, az interaktív, „hands-on” kiállítások és múzeumpedagógiai foglalkozások alapeleme.

Koltai (2012) fontosnak tartja George Hein konstruktivista irányzatának múzeumpedagógiára gyakorolt hatását is: „a konstruktivista elméletből elsősorban a tanulók aktivitására való építés, a kreativitás kiemelt szerepe, az interdiszciplináris jelleg, a több szálon futó interakciók megvalósítása, a résztvevők már meglévő tudásának előhívása, valamint a szociális készségek fejlesztése határozható meg napjaink múzeumpedagógiai módszertani innovációjának legfontosabb irányvonalaként” (Koltai, 2012: 85). A Hein-nél megjelenő elméletek tehát nagyban hozzájárultak a múzeumpedagógia interaktív, kreativitást igénylő, szociális készségfejlesztő alapfeladatainak kialakulásához. A konstruktivista gondolkodás kapcsán megemlíthetjük Kagan (2001) gyakorlati modelljét is, aki szerint a tanulás társas tevékenység: az ismeretszerzés páros, csoportos elsajátításának hatékonyságára hívja fel a figyelmet. A tanulás eszközei közé tartozik a vitamódszer, a projekt módszer, a felfedező tanulás és a problémaalapú tanulás. Ezen eszközök mindegyike fontos eleme a 21. századi múzeumpedagógiai tevékenységnek: egy-egy kiállítás kapcsán ezek az eszközök jelentik a múzeumpedagógus legfontosabb „fegyvertárát”.

A múzeumpedagógia elméleti alapjai kapcsán megemlíthetjük a Kolb-féle tapasztalati tanulás gondolatát (Kolb, 1984), mely szerint a tapasztalati tanulásra és a különböző tanulási stílusokra egy 4 szakaszból álló körfolyamat jellemző: szerinte ez a folyamat a konkrét megfigyeléssel, szemlélődéssel kezdődik, majd megtörténik az absztrakt elméletalkotás, gondolkodás. Ezt követően elindul az absztrakt kísérletezés, a cselekvés, majd megjelenik a konkrét tapasztalat, az érzékelés.

A múzeumpedagógia fogalma sokféleképpen értelmezhető (Hegedűs, 2017b): a múzeumpedagógia a múzeumot mint tanulási színteret veszi alapul, ahol múzeumi tanulás zajlik. A múzeumpedagógia „az iskolán kívüli ismeretszerzés, ismeretközvetítés sajátos, múzeumban megvalósuló formájával foglalkozó pedagógiai elmélet és gyakorlat; a múzeum gyűjteményi anyaga, kiállításai, az ott folyó kutatómunka és a múzeum látogatói közötti közvetítőtevékenység azon területe, amely a gyermek- és ifjúsági korosztállyal foglalkozik” – véli Palotainé (2013: 11). Ezen definíció megfelelő a múzeumpedagógia alapfeladatainak bemutatására, hiszen a múzeumok eszközeinek, gyűjteményének bevonásáról beszélhetünk gyermekek, fiatalok oktatása, tanulása kapcsán (Hegedűs, 2017b). A múzeumi tanulás, így a múzeumpedagógia maga is túllép azonban ezen a meghatározáson: Lord (2007: 17, idézi Koltai, 2010b: 51) szerint „a múzeumi tanulás egy olyan informális, önkéntes környezetben szerzett transzformatív, affektív tapasztalat, melyben új attitűdöket, érdeklődéseket, értékeléseket, meggyőződéseket vagy értékeket fejlesztünk ki”. Ezen definíció alapján elmondhatjuk, hogy a

múzeumi tanulás sokban különbözik az osztálytermi, iskolai, hagyományos tanulási folyamatoktól, így komoly lehetőségeket nyújt a tudás elmélyítésére. Felmerül ugyanakkor a kérdés, hogy a Lord meghatározásában megjelenő „önkéntesség” mennyiben tükrözi a valóságot – a múzeumpedagógia egyik fontos jellemzője ugyanis a gyermekek csoportos, osztálykeretek között történő múzeumlátogatása, melyről (általában) nem a gyermekek, hanem a pedagógusok, adott esetben a szülők döntenek. Így az önkéntesség ezen esetekben megkérdőjelezhető (Hegedűs, 2017b).

A múzeumi tanulást érdemes összevetni az iskolában, iskolai kereteken belül megvalósuló tanulással, ugyanis – ahogy korábban említettük – komoly különbségek fedezhetők fel az iskolai és a múzeumi tanulás között (Hegedűs, 2017b). Hooper-Greenhill (2007) szerint a múzeumi tér sokkal gazdagabb és meglepetésekkel telibb, mint a hagyományos iskolai környezet, emellett képes jobban felkelteni a kíváncsiságot, új ötleteket ösztönözni és valódi társas élményt jelenthet, melyre igénye van a felhasználóknak. Továbbá a múzeumok különféle nézőpont kialakítását is lehetővé teszik (Hegedűs, 2017b): nincsen formális oktatási, értékelési rendszerük, előírt tanulási rendjük, időbeosztásuk. A múzeumi tanulás nyitott, egyénileg irányított, jóval kiszámíthatatlanabb, ugyanakkor jóval nyitottabb az eltérő válaszokra, reakciókra, mint a formális oktatás, ahol a tanulás szigorúan kialakított sztenderd szerint történik. Ennek megfelelően a múzeumpedagógia eszköztára rendkívül széles: minden egyes elemének megfogalmazása szinte lehetetlenség, hiszen számtalan módszer létezik a feldolgozásra. Azonban fontosnak tartjuk megemlíteni a legfontosabb, leggyakrabban használt eszközöket. Ezek: tárlatvezetés, feladatlap, foglalkoztató füzet, manuális tevékenységek, drámapedagógiai módszerek, vetélkedő, társasjáték, projekt-módszer, történetmesélés (Koltai, 2011).

Az iskola és a múzeum szerepe tehát összekapcsolódhat a tanulási folyamatok kapcsán (Hegedűs, 2017b): a múzeum képes segíteni az iskolai oktatást, eltérő módszereivel képes erősíteni a megszerzett tudás elmélyülését, s ezáltal a múzeum tanulási színtér-szerepe felértékelődik (Kárpáti, 2009). A múzeumok gyűjteményei, interaktív kiállításai, „hands-on” tárlatai mind segíthetik a tudás elmélyítését, képesek a formális, informális és non-formális tanulási módok „kiszolgálására” is, egyúttal egyszerre jelenik meg bennük az empirizmus, az affektivitás, a kísérletezés (Takács, 2013).

Múzeumpedagógia Magyarországon

A magyarországi múzeumpedagógiai rendszernek komoly lemaradással kellett szembenéznie a nyugat-európai vagy amerikai múzeumpedagógiai gyakorlatokhoz, irányokhoz képest. A múzeumok nevelési funkcióját deklaráló törvény csak az 1970-es évek elején jelent

meg itthon: ekkoriban jól működő közművelődési szakmai műhelyek jöttek létre Budapesten és vidéken egyaránt (Káldy, 2011). Ez a dinamizmus a nyolcvanas években megszakadt, mikor megszüntették a közművelődési munkahelyeket, majd a kilencvenes években civil szervezetek bevonásával indult újra egyfajta múzeumpedagógiai tevékenység – egészen 2000-ig, amikor újra létrehoztak egy közművelődési szakmai felügyeleti rendszert (Káldy, 2004). Komoly, rendszerszintű múzeumpedagógiai tevékenység csak 2003-ban indult meg Magyarországon, amikor is a Nemzeti Kulturális Örökség Minisztériuma egy stratégiai dokumentumot bocsátott ki. Ennek lényege a modern múzeumok kulturális és oktatási központ-szerepének erősítése, a látogatóbarát múzeum létrehozása volt (Hegedűs, 2017b) – így jött létre az országos hatókörű Múzeumi Oktatási és Képzési Központ (Káldy, 2011).

Az Európai Unióhoz történő csatlakozás után komoly pályázati források nyíltak meg a hazai múzeumpedagógiai és közművelődési fejlesztések előtt (Hegedűs, 2017b). Az Új Magyarország Fejlesztési Terv 2007–2013 között kiemelt projektekkel és fejlesztésekkel ösztönözte a múzeumi kultúrákövetítés erősödését (Koltai, 2010b). A Társadalmi Megújulás Operatív Programon (TÁMOP) belül megjelent a *„Múzeumok Mindenkinek Program – Múzeumok oktatási-képzési szerepének erősítése – Központi Módszertani Fejlesztés”* című pályázat, melynek célja „a hazai múzeumpedagógiai elmélet és gyakorlat színvonalának emelése, feltételrendszerének tudományos kutatói, szervezési és infrastrukturális szempontokból való biztosítása” volt (Koltai, 2010b: 109). Ehhez kapcsolódott aztán a 2009-ben megindult *„A múzeumok iskolabarát fejlesztése és oktatási-képzési szerepének infrastrukturális erősítése”* című TIOP-pályázat, melynek célja a „múzeumoknak az iskolarendszerű oktatáshoz, a nem-formális képzési formákhoz, módokhoz kapcsolódó infrastrukturális fejlesztése” volt (Koltai, 2010b: 109), s ezen TIOP-pályázat óta is rendszeresen pályázhatnak a múzeumok múzeumpedagógiai fejlesztésre, múzeumpedagógiai programok kialakítására (Hegedűs, 2017b).

A múzeumpedagógiai programok hatását több kutatás is vizsgálta a mai egyetemisták tekintetében. Reisz (2019) pedagógushallgatók körében végzett kutatásában a múzeumpedagógiai tapasztalatokról kérdezte a résztvevőket óvodás, általános és középiskolás, valamint egyetemista éveik szempontjából. A kutatás során arra kérte a kitöltőket, hogy tizenöt érzelmet értékeljenek egy ötfokú Likert-skála segítségével, melyek a múzeumpedagógiai programokra vonatkoztak. A hallgatók átlagosan 2,9 pontra értékelték ezeket a kifejezéseket. A legmagasabbra értékelt kifejezések a következők voltak: izgalmas, hasznos, tanulságos, örömteljes, emlékeztető, interaktív, kreatív, szórakoztató – tehát pozitív kifejezések kapták a legmagasabb pontszámokat. A negatív kifejezésekre érkeztek a legalacsonyabb pontszámok: unalmas, megindító, felzaklató, megbotránkoztató. Ugyanakkor érdemes megemlíteni, hogy

alacsony eredménnyel zárt két pozitív kifejezés is: a felejthetetlen és a kutatásra inspiráló – tehát ez is alátámasztja, hogy mély nyomot nem hagytak a megkérdezett hallgatókban ezek a programok (Reisz, 2019).

Korábbi fókuszcsoportos kutatásunk során (Hegedűs, 2017b) nem lehetett kimutatni egyértelmű összefüggést a kiskori pozitív vagy negatív múzeumpedagógiai élmények és a felnőttkori múzeumba járási gyakoriság kapcsán. Ugyanakkor kiderült, hogy a megkérdezettek a múzeumpedagógiához pozitívan állnak hozzá, hasznosnak tartják azt a múzeumok tanulás-jellegének erősítése, a pozitív múzeumkép kialakítása kapcsán. A múzeumpedagógia fogalmát és célcsoportját széleskörűen értelmezték, múzeumandragógiai kapcsolatokat is felvillantottak. Csoportos iskolai múzeumpedagógiai élményeik meghatározó részben negatívak illetve semlegesek voltak: többen jelezték, hogy a múzeumpedagógiai foglalkozások nem hagytak bennük mély nyomot. A megkérdezettek kiemelt szerepet tulajdonítottak a múzeumpedagógusnak a múzeumpedagógiai élmény kapcsán – elhivatottsága, karizmája, pozitív hozzáállása a hallgatók szerint elkerülhetetlen a sikeres múzeumpedagógiai munka szempontjából (Hegedűs, 2017b).

2.2. Andragógia, múzeumandragógia

A felnőttoktatás, az andragógia egyre nagyobb teret nyer hazánkban is: az élethosszig tartó tanulás egyre fontosabbá válik az egyének életében. Ahogy Zrinszky (2005: 105) fogalmaz: az andragógia „a teljes társadalmi élet felismert és elismert tényezőjévé lett. Az egész életen át tartó tanulás egyre érzékelhetőbb kényszere és gazdagodó lehetőségei tömegek életmódját – és lassanként életfelfogását – formálják át.”

Az andragógiát több terület kapcsán megkülönböztethetjük a pedagógiától. Knowles (1980, idézi Maróti, 2014: 7) alapján az alábbiakban táblázatosan hasonlítjuk össze a legfontosabb különbségeket.

A táblázat alapján látható, hogy az andragógia módszereiben, szemléletmódjában jobban alkalmazkodik a felnőttek elvárásaihoz, a felnőtt korosztály fejlettségi szintjéhez, magasabb kompetencia-szintjéhez. A fentiekben megnevezett tényezők mellett Pöggeler (1999) éppen ezt, a felnőttek és a fiatalok közötti különbséget is megnevezi az egyik legfontosabb különbségtételi alapként. Emellett megemlíti a felelősség különbségeit is: míg az andragógiában a résztvevőkre is felelősség hárul a siker kapcsán, addig a pedagógiában a tanár a felelőse a sikertelen tanulási folyamatoknak (Pöggeler, 1999). Durkó (1999a: 20) az időkeretek kapcsán is kiemeli egy különbséget a pedagógia és az andragógia között: „míg a gyermeknevelés lényegében a közelebbi és távolabbi jövőre elő- és felkészítő funkciójú, addig a felnőttnevelés azonnali jelent alakító, embert, társadalmat formáló”, így hangsúlyozza ki a

felnőttnevelés „különös társadalmi jelentőségét és fontosságát” (Durkó, 1998: 20). Ez a fajta társadalmi jelentőség és fontosság a múzeumok kapcsán erőteljesen tetten érhető a múzeumandragógiában.

1. táblázat: A pedagógia és az andragógia között legfontosabb különbségek. Forrás: Saját szerkesztésű táblázat Knowles (1980, idézi: Maróti, 2014: 7) alapján.

	pedagógia	andragógia
tanulói helyzet	függőség	növekvő önirányítás
tapasztalat-felhasználás	csekély értékű	gazdagon használható
tanulási készség	testi fejlettség szerint, társadalmi nyomásra alakul ki	társadalmi szerepek késztetésére alakul ki
tanultak felhasználása	késői alkalmazás	közvetlen alkalmazás
tanulási orientáció	tárgyi tagolás	probléma-központúság
tanítás-tanulási légkör	tekintélyelvű	partneri
tanítás-tanulási szervezethez	formális	informális
tanulók közötti kapcsolat	versengő	együttműködő
tanulás tervezése	tanár által meghatározott	közösen történik
szükségletek feltárása	tanári döntés	megbeszélés általi döntés
célmeghatározás	tanár által	megbeszéléssel
előrehaladási út	tantárgyak szerint, tartalmi egységekben	készségfejlesztést követve, problémakörök szerint
tevékenység fő módszere	közlő technikák, tanári magyarázat	tanulócsoport kereső, kutató, problémamegoldó magatartása
tanulás értékelése	tanár által, egyedül	közösen

Az andragógia és a pedagógia egymáshoz való viszonyát rendszertani szempontból Szabó és Durkó (1999) egymás mellé helyezi. Úgy vélik, hogy csakis azért, mert a felnőttoktatás egyfajta oktatási folyamatnak nevezhető, még nem jelenti azt, hogy egyértelműen a pedagógia részének tekinthető. Véleményük szerint „a pedagógia [és az] az andragógia [...] azonos szinten elhelyezkedő, egymással egyenértékű elemek, és ezek szervesen kapcsolódnak az általános emberneveléshez” (Szabó & Durkó, 1999: 317).

Az andragógia területének tömör áttekintése után térjünk át egy speciális andragógiai terület tárgyalására, mely dolgozatunk szempontjából kiemelkedő fontosságú: ez a múzeumandragógia.

A múzeumok megfelelő teret nyújtanak andragógiai tevékenység számára: „a múzeum fontos tanulási helyszín, mivel nem csupán gyűjt, kutat, konzervál, hanem kiállít, közlést, oktat, nevel és szórakoztat is” (Koltai & Koltai, 2005: 78). Koltai Dénes és Koltai Zsuzsa felhívja a figyelmet az ICOM (The International Council of Museums) szakmai etikai kódexének (ICOM, 1986) egyik fontos elemére is, mely „kimondja, hogy minden lehetőséget meg kell ragadni, hogy a múzeum kiterjessze közművelődési szerepét a népesség valamennyi

rétegében, továbbá kívánatos az, hogy a múzeumpedagógiában jártas és kompetens szakembereket alkalmazzon” (Koltai & Koltai, 2005: 78-79). Tehát a múzeumok egyik formálisan is meghatározott feladata, hogy ne csak a közoktatásban tanulók számára, hanem a fiatal felnőttek, felnőttek számára is tanulási, ismeretszerzési lehetőséget biztosítsanak. Ennek hatására a múzeumok is egyre inkább felismerték, felismerik a lifelong learning fontosságának szerepét (Kurta, 2010) mind hazánkban, mind nemzetközi szinten. Számos képzés foglalkozik ezen terület fejlesztésével, a felnőtt korcsoport minél aktívabb múzeumi bevonásának lehetőségeivel. Ez a felnőttoktatás azonban jóval több egyszerű tudásszerzéssel és információátadással. Ahogy Kurta (2010: 32) fogalmaz: „a múzeumandragógia [...] azokat a törvényszerűségeket igyekszik feltárni, amelyek intézményes vagy intézményen kívüli múzeumi keretek között hatékonyabbá tehetik a felnőtt egyének, a felnőtt közösségek számára „az élet teljes körére kiterjedő” tanulási, öntanulási, képzési, önképzési, személyiségfejlesztési eredményeit”. Ez tehát azt jelzi, hogy a múzeumi felnőttoktatás túlmutat a pusztán információátadás-információszerzés folyamatán, hiszen a múzeumandragógia fejlesztheti az egyén személyiségét, segíthet az élet más területein használandó képességek fejlesztésében is, ezáltal erősítve a közösséget, a közösségi létet. Mihály (2003) arra is felhívja a figyelmet, hogy a felnőttoktatás fogalmát a felnőttkori tanulás váltja fel mindinkább, mely jelenség arra enged következtetni, hogy a felnőttek tanulásában fordulat következett be.

A múzeumok sokféleképpen képesek megfelelni ennek a korábban említett felnőtteknek szóló tanulási tér-szerepnek. A múzeum „elősegíti a változások kritikus vizsgálatát, alternatív elméletek, kulturális és interkulturális megközelítések bemutatásának és kipróbálásának színtere, ismerteti a globális rendszerekben zajló változásokat, lehetőséget ad az önkéntes és a saját magunk diktálta kísérletezésre, az érzelmi és intellektuális tanulásra, valamint megfelelő gyakorlóhely a ma és holnap szakemberei számára mind a muzeológia, mind az oktatás területén” (Koltai & Koltai, 2005: 79).

A felnőtteket egyéni identitásuk határozza meg, akik komoly elvárásokkal lépnek be a múzeumba – a múzeumpedagógiai foglalkozásokra érkező iskolás csoportokkal ellentétben (Koltai, 2011). Ez egy olyan kényszert jelent a múzeumok számára, mely elősegíti a programkínálat átalakítását, hogy az elvárásoknak megfelelő kiállításokkal, rendezvényekkel jelentkezzenek. Ehhez a minél pozitívabb befogadási helyzethez nélkülözhetetlenek azok az újfajta audiovizuális, elektronikus eszközök, melyek segítik az információk feldolgozhatóságát, melyekkel kihasználhatóak a múzeumok előnyei az iskolai oktatással szemben. Koltai és Koltai (2005: 80) szerint „ezt az alapvetően meglévő előnyt szükséges még erősíteni azáltal, hogy olyan programokat, olyan tevékenységformákat kínáljon a múzeum látogatói számára, melyek szórakoztató jellegük, aktivitásuk vagy interaktivitásuk révén lehetővé teszik a hatékonyabb

tanulást. Régóta kimutatott, hogy az olyan tanulási folyamat, melynek során a tanuló valamiféle aktivitást fejt ki, hatékonyságában messze felülmúlja a pusztán verbális közlésen alapuló tanítási-tanulási formát, nem is beszélve a pusztán frontális módon zajló oktatással való összevetésről.” Koltai (2011) egy másik írásában ezen témakör kapcsán a Kurt Lewin által alapított National Training Laboratories tanulási piramisára hivatkozik, mely szerint hagyományos, frontális előadás során az elhangzott információk mindössze 5%-a, olvasás során 10%-a, audiovizuális tanulás során a 20%-a, míg tapasztalati tanulás vagy csoportos megbeszélés során az elhangzott információk 50, illetve 75%-a marad meg a résztvevőkben. Ezeket az adatokat tehát mindenképpen érdemes figyelembe venni a múzeumandragógiai programkínálat kialakítása során a különböző közgyűjteményeknek: minél inkább a csoportos és tapasztalati, audiovizuális eszközökkel színesített tanulási lehetőségek elősegítése a cél. A múzeumi felnőttoktatás fejlesztése kapcsán így Koltai (2011) többféle innovációs területet is megfogalmaz: a módszerek és eszközök, a kiállítás-struktúra, a múzeumi szervezeti felépítés, valamint a kiállítás mint termék innovációját.

Zárásként érdemes egy gondolatot megfogalmaznunk a múzeumpedagógia és múzeumandragógia hazai helyzetéről, viszonyáról. Noha a múzeumandragógia szükségességét és értékét jól mutatják a fentebb említett kutatások, megállapítások, a hazai múzeumi életben mégis kevésbé kap hangsúlyos szerepet ez a terület a múzeumpedagógiához képest. A szervezeti keretek, vezetői elvárások sokszor nem teszik lehetővé jól kidolgozott múzeumandragógiai programok megtervezését és végrehajtását, múzeumandragógus kolléga foglalkoztatását, míg (nagyon helyesen) múzeumpedagógus munkatárs és program a hazai múzeumok többségében megtalálható.

IV. Egyetemi hallgatók és az értelmiségi lét

1. Kulturális tőke és értelmiségi lét az egyetemisták körében

Az egyetemisták és a múzeumok kapcsán felmerül az értelmiségi lét, illetve a kulturális tőke kérdése: a hagyományosan értelmiséginek tekintett egyetemista közeg napjainkban is értelmiséginek tekinthető-e? Mit tekintünk kulturális tőkének, mely befolyással bírhat az egyetemisták múzeumképére? A múzeumok képesek-e megszólítani a megváltozott egyetemista közösséget? Ebben a fejezetben ezekre a kérdésekre keressük a választ.

A kulturális tőke hatással van minden egyén életére, különböző fajtái komoly összetevőként jelentkeznek jelenkorunk társadalmában is. Az elnevezés Pierre Bourdieu-höz kapcsolódik, melynek elemzéséhez először a tőke fogalmának tisztázása szükséges. Bourdieu szerint „a tőke anyagi formában vagy elsajátított, „inkorporált” formában felhalmozott munka”, melynek három formáját különböztethetjük meg: „a gazdasági, a kulturális, valamint társadalmi tőkét” (Bourdieu, 1997: 156). „A gazdasági tőke, közvetlenül pénzzé konvertálható [...]; a kulturális tőke bizonyos feltételek mellett gazdasági tőkévé konvertálható, és különösen az iskolai végzettségi titulusok formájában történő intézményesedésre hajlamos; a társadalmi tőke, a társadalmi kötelezettségekből vagy „kapcsolatokból” fakadó tőke bizonyos feltételek mellett ugyancsak gazdasági tőkévé konvertálható” (Bourdieu, 1997: 157). A társadalmi tőke fogalmát Coleman (1998) így határozza meg: „nem egyetlen entitás, hanem olyan entitások csoportja, amelyeknek két közös vonásuk van: mindegyik valamilyen társadalmi struktúra aspektusa, és mindegyik megkönnyíti e struktúrán belül a cselekvők – akár személyek, akár testületi aktorok – cselekvéseit” (Coleman, 1998: 14). A továbbiakban a jelen dolgozat szempontjából releváns aspektusból vizsgáljuk tovább a kulturális tőke ismérveit.

Bourdieu a kulturális tőke kapcsán az iskolai teljesítmény szempontjait elemzi. A szerző megállapítja, hogy a képesség és a tehetség is az idő, valamint a kulturális tőkeberuházás eredményeként fogható fel (Bourdieu, 1997). Így fogalmazza meg a kulturális tőke fontosságát a művelődés és az iskolázottság tekintetében: „a művelődési tevékenység képzési hozadéka attól a kulturális tőkétől függ, amelyet a család előzőleg beleinvestált”, valamint „az iskolai végzettségi titulusok gazdasági és társadalmi hozadéka attól az örökölt társadalmi tőkétől függ, amelyet alátámasztásául igénybe vettek” (Bourdieu, 1997: 160).

Bourdieu a kulturális tőke három formáját különbözteti meg: az inkorporált, az objektivált és az intézményesült állapotot. Az inkorporált tőke „testre szabott és valamilyen belsővé tételt tételez fel” (Bourdieu, 1997: 160). A szerző szerint a kultúra összegyűjtésére az egyénnek időt kell szánnia, kizárólag ő tehet rá szert, ezért kizárható a képviselési elv a kulturális tőke elsajátítása során. Fontos kiemelni, hogy a kulturális tőke nevelési tevékenység nélkül is elsajátítható, teljesen öntudatlan folyamat, ahol a kulturális tőke implicit módon

öröklődik és láthatatlan marad. Ez a folyamat azonban csak azokban az egyéneknél zajlik le zavartalanul, akik esetében a szocializációs időszak egyben kultúra-felhalmozási időszakkal is egybe esik (Bourdieu, 1997). Bourdieu tehát kiemelt szerepet szán a családi szocializáció folyamatának: „az egyénnek csak annyi ideje van a kulturális tőke felhalmozására, amennyit a családja szabad, gazdasági kényszerektől mentes időként biztosítani tud a számára” (Bourdieu, 1997: 163). Látható tehát, hogy a kulturális tőke felhalmozásában a családi háttér, a szocializációs folyamat mindenképpen kiemelt fontosságúnak tekinthető.

Az objektivált kulturális tőke anyagi hordozókban testesül meg. Fontos említést tenni az inkorporált és az objektivált társadalmi tőke összefüggéseiről: az inkorporált kulturális tőke teszi ugyanis lehetővé, hogy az egyén olyan kulturális képességekkel rendelkezzen, melyek segítségével élvezhetővé, feldolgozhatóvá válik a „tárgyasult hordozók” élvezete (Bourdieu, 1997: 163). Ez tehát azt jelenti, hogy egy festmény vagy egy komolyzenei mű azáltal válik értékűvé, hogy az egyén képes élvezni és értékelni azt. Bourdieu megfogalmazza a művészet, a tudomány és a kulturális tőke viszonyát is: „az objektivált kulturális tőke mint anyagilag és szimbolikusan aktív és működő tőke csak addig áll fenn, ameddig a cselekvő személyek elsajátítják és a konfliktusokban fegyverként vagy eszközként használják fel. Ezen konfliktusok színhelye a kulturális termelés (művészet, tudomány, stb.) területe” (Bourdieu, 1997: 165). A színhely pedig lehet a múzeum tere, a múzeum épülete, ahol lezajlanak az említett folyamatok. Érdemes megemlíteni a kulturális tőke különböző típusainak taglalása kapcsán egy 2007-es, Moszkvában és Varsóban zajlott, egyetemisták körében végzett kutatást: a hallgatók a kulturális tőkére szimbolikus értelemben, tehát inkorporált tőkeként, valamint tárgyasult, objektivált tőkeként egyaránt tekintettek (Zarycki, 2007).

Az intézményesült kulturális tőkét a kulturális kompetencia bizonyítékként is felfoghatjuk: az iskolai végzettség titulusa jelenti ezen bizonyítékot, mely tartós és jogilag garantált értéket biztosít tulajdonosának (Bourdieu, 1997). Fontos kiemelni azonban, hogy ez a fajta intézményesült tőke független a tulajdonosának személyétől és kulturális tőkéjétől is – tehát azok az egyének is iskolában megszerzett titulusokhoz juthatnak, akik kulturális tőkéje viszonylag alacsony. Az intézményesült kulturális tőke lehetővé teszi, hogy a kulturális tőke tulajdonosa hivatalos elismeréshez juthasson: „az iskolai végzettség titulusa vagy a tudományos fokozat intézményes elismerést kölcsönöz az adott személy által birtokolt kulturális tőkének” (Bourdieu, 1997: 166). Ezeknek a titulusoknak a tulajdonosai aztán összehasonlíthatóvá, felcserélhetővé válnak. Ennek megfelelően egyfajta „váltóárfolyam” is meghatározható: az adott iskolai titulus megszerzésének pénzbeli értéke, amivel lehetővé válik a kulturális és a gazdasági tőke közötti átjárás (Bourdieu, 1997). Ezen tőketípusok közötti átjárás sikerességét befolyásolja a nem, a társadalmi osztály és a nemzetiségi hovatartozás is (Gordos, 2000).

Nagy (2001) a kulturális tőke kapcsán a szülők iskolai végzettségének befolyásoló hatását, a gyermekkori szocializáció fontosságát emeli ki, valamint megemlíti a „könyvközeliség” jelentőségét is. Egy másik kutatás az olvasás tekintetében világít rá arra, hogy a magasabb végzettséggel rendelkező szülők többet és gyakrabban olvasnak, amely pozitívan befolyásolja gyermekeik tanuláshoz fűződő viszonyát és eredményeit (Hegedűs Sz., 2014), míg Sörös (2009) a kulturális fogyasztás intenzitása kapcsán világít rá a család hatására: a magasabb kulturális tőkével rendelkező hallgatók nagyobb eséllyel fogyasztanak kulturális tartalmakat. A kulturális fogyasztás emellett a lakhely méretétől és a nemtől is függ, ugyanis a fővárosból, nagyobb városokból származó fiatalok, valamint a nők aktívabb magaskultúra-fogyasztók, mint a kisebb települések lakói és a férfiak (Bauer et al., 2016; Fekete & Prazsák, 2014; Gofman et al., 2011; Dudás & Hunyadi, 2005; Pavluska et al., 2018).

Szintén a szülők és a kulturális tőke, valamint a társadalmi mobilitás összefüggéseire hívja fel a figyelmet Blaskó (1998): „amennyiben az egyén több kulturális tőkét örököl, mint a vele a többi jellemzőt tekintve azonos pozícióból indulók, megnő a valószínűsége annak, hogy szüleinél jobb társadalmi helyzetbe kerül” (Blaskó, 1998: 69). Azzal a megállapítással is él, mely szerint „a gyermekkorban, a szülők segítségével elsajátított kulturális tőke nyújtotta előnyök később behozhatatlanok – nem pótolhatók az iskolában sem” (Blaskó, 1998: 55). Glass (2014) szerint a magas kulturális tőkével rendelkező családok gyermekei sokkal jobban teljesítenek tanulási környezetben, mint hátrányosabb háttérű társaik. A gazdasági és a kulturális tőke összefüggésével kapcsolatban Blaskó 2002-es kutatásának eredményei azt mutatták, hogy a társadalmi hierarchia felső szintjén a kulturális erőforrások jelentősége meghatározónak tekinthető (Blaskó, 2002).

A kulturális tőkét megközelíthetjük más szempontból, két összetevője kapcsán is: a kulturális tőke az egyén attitűdjeiből, értékeiből, valamint az egyén formális és informális csoportokba történő rendeződéséből áll (Dancs & Kinyó, 2013). Az egyetemisták kapcsán a társak véleményének, a különböző csoportokba tartozásnak is kiemelt jelentősége van a kulturális tőke szempontjából. A kulturális és társadalmi tőke csoporthoz történő tartozásban betöltött fontos szerepét emeli ki Fényes és Pusztai 2004-es kutatása kapcsán: a „társadalmi tőke nagyságát a csoporton belüli normák erőssége, a közösségi viszonyok szerkezeti állandósága és a társadalmi érintkezések stabilitása növeli” (Fényes & Pusztai, 2004: 569).

A Bourdieu-i kulturális tőkefogalmat elemzi tovább Bocsi (2008), aki megemlíti a kulturális tőke megszerzésének és gyarapításának időbeliségét. Ez a folyamat a teljes gyermek- és fiatalkoron keresztül húzódhat, a teljes szocializációs folyamatot magában foglalhatja – tehát része az egyetemista lét, a felsőoktatásban töltött idő is. A kulturális tőke mellett a partiumi felsőoktatási intézményekben tanuló diákok gazdasági tőkéjét is elemezte ezen kutatásában és

arra a megállapításra jutott, hogy nemek tekintetében a fiúk magasabb gazdasági tőkével rendelkeznek, mint a lányok (Bocsi, 2008).

Visszatérve a kulturális tőkére: a kultúra, a kulturális tőke jelentősen hat a döntéshozásra is. Az egyén értékszemlélete, attitűdjei, neveltetése, szocializációs folyamata nagyban befolyásolja a döntési helyzeteket (Huff, 2010). Az értelmiségi légkörben lévő egyetemisták kapcsán tehát azért érdemes vizsgálni a kulturális tőkét, mert ez az elem nagyban befolyásolhatja a későbbiek folyamán az egyének döntési helyzetét. Az egyéni értékrendszer fontosságára mutat rá más szerző is a döntések tekintetében: Bocsi (2008) a továbbtanulási döntések szerepét is kiemeli, melyek szintén a kulturális tőkén alapulnak.

A kulturális tőke kapcsán egyértelműen megjelenik a magas és a populáris kultúra viszonyának kérdése, melyről Anheier és társai (1999) így írnak: „a kultúra tipikus szegmentációi közé tartozik a kulturális javak korlátozott és tömeges termelésének alapvető megkülönböztetése, valamint a magas és alacsony kultúra [...] közti szimbolikus különbség” (Anheiner et. al., 1999: 181). A társadalmi struktúra szegmenseit „legitimált művészetre” (magas kultúra), valamint „nem legitim művészetre” (alacsony kultúra) tagolhatjuk: a kérdés azonban az, hogy a két terület közötti határvonal hol húzható meg (Anheiner et al., 1999). A legitimáció társadalmanként és koronként is változhat, egyfajta megegyezésen alapul, így nehezen lehet egyértelmű válaszvonalakat meghatározni a magas és populáris kultúra tekintetében. Máshol helyezkedik ez a határvonal a klasszikus nyugati jellegű társadalmakban, mint a keleti kultúrákban, s másként értelmezzük a magaskultúrát a XXI. században, mint tették azt a XIX. vagy a XX. században.

Bourdieu korábban bemutatott kulturális tőke-elmélete, valamint az erre épülő további elméletek a homológiákat feltételezik, azonban fontosnak tartjuk megemlíteni azokat az elméleteket is, melyek árnyalják a hagyományos magas-tömegkultúra szerinti társadalmi eloszlásra vonatkozó megközelítéseket. Az egyik ilyen elmélet az individualizáció posztmodern elmélete, mely szerint „a társadalmi osztályok közti különbség a kulturális fogyasztás tekintetében mára marginálissá vált” (Mrva-Beke, 2022: 95). A gondolat arra mutat rá, hogy a populáris kultúra is meghatározóvá alakult, azaz a magasabb kulturális tőkével rendelkezők is fogyasztanak populáris kultúrát, így a magas és populáris kultúra közötti éles megkülönböztetés oka fogyottá vált. Ennek megfelelően eltűnik a különböző osztályok megkülönböztetése, és helyette az „egyenlőtlen fogyasztói stílusok” (Mrva-Beke, 2022: 95) válnak meghatározóvá. Beck (2003: 131) szerint az életstílusok individualizálódnak és diverzifikálódnak, a korábbi társadalmi felosztottság megszűnik: „a modernségen belül olyan társadalmi változás szemtanúi vagyunk, amelynek során az emberek megszabadulnak az ipari társadalom szociális formáitól – osztály, réteg, család, nők és férfiak nemi helyzete”. Ennek

egy lehetséges útja a munkaerőpiacra történő belépés. Hasonlóképpen vélekedik Giddens (2006) is, aki szintén úgy véli, hogy megváltoztak a korábbi, hagyományos közösségi alá-fölérendeltségi viszonyok és az életstílus vált meghatározóvá. Az életstílust pedig megválaszthatónak tartja: egy olyan választási lehetőségnek, mely „felvett, nem pedig átörökölt” (Giddens, 2006: 81). Az életstílust szokások és rutinok összességének tekinti, melyről az egyén dönt: legyen szó öltözködésről, étkezésről vagy éppen baráti kapcsolatokról.

Az individualizáció posztmodern elmélete mellett fontosnak tartjuk megemlíteni a „kulturális mindenevés/sokoldalúság” elvét, mely „számításba veszi a globalizáció és a kulturális formák szétDarabolódásának tényét, a posztmodern társadalom kulturális változásait, ugyanakkor nem veti el teljes mértékben a homológiát sem” (Mrva-Beke, 2022: 96). Ez az elmélet tehát elfogadja, hogy már nem állnak fenn a klasszikus osztályok vagy rétegek, változás történt, valóban van lehetősége az individuumoknak változtatni társadalmi státuszukon. Azonban felhívja a figyelmet arra, hogy a társadalmon belül elfoglalt hely továbbra is nagyban meghatározza, hogy milyen életstílust folytatnak az egyének. Az alacsony jövedelműek, alacsony státuszúak kulturális fogyasztási lehetőségei továbbra is limitáltak a magasabb státuszúakkal szemben (Mrva-Beke, 2022). Ezt a gondolatot viszi tovább Peterson és Kern (1996), akik kvantitatív vizsgálatuk alapján megállapították, hogy egyfajta történelmi váltás jelent meg az elitosztályba tartozók körében: a hagyományosan magasabb osztályokba tartozók („snobs”, „highbrows”) esetében egyre inkább megjelenik a „mindenevés/sokoldalúság” („omnivore”). Eszerint nem csak magaskultúrát, hanem alacsonyabb, populáris kultúrát („lowbrow activities”, „middlebrow activities”) is fogyasztanak, ilyen jellegű tevékenységeket is végeznek. Peterson 2006-os munkájában tovább elemzi a mindenevők tulajdonságait és szembe állítja az egyoldalúakkal („univores”), akik „a különböző tevékenységek vagy tárgyak egy szűk köre iránt tanúsítanak csak érdeklődést és nem jellemző rájuk a széleskörű válogatás” (Peterson, 2005: 268). Különböző kutatási eredményeket bemutatva arra a megállapításra jut, hogy a magas/populáris kultúra mint társadalmi elválasztóvonal megszűnt, és helyébe lépett a társadalom mindenevők/egyoldalúak szerinti felosztása (Peterson, 2005).

A magas- és populáris kultúra XX. századi változása kapcsán érdemes részletesen bemutatnunk a korábban a múzeum boom vonatkozásában említett Schulze (2003) elméletét is, aki a Német Szövetségi Köztársaság kulturális átalakulásának folyamatát vizsgálta. Noha térben egy specifikus területről van szó, mégis úgy gondoljuk, hogy a Schulze által kijelölt három kulturális átalakulási szakasz értelmezhető szélesebb értelemben is.

Schulze (2003) kulturális modelljének első szakaszára (az ipari forradalom helyreállításának szakasza) a világháború okozta nélkülözés fejtette ki hatását. Nem alakultak még ki az élményszerzés későbbi formái, megmaradt a kultúra szétválasztása a magas és az

„alantas” kategóriákra. Az élet hajtóereje még a munka volt, eköré szerveződött a mindennapi élet, „az élménykereslet még a munka utáni szórakozásra korlátozódott” (Schulze 2003: 188). A totalitárius diktatúra okozta sokkból úgy próbáltak kimászni, hogy visszanyúltak a klasszikus kultúraértelmezésekhez: a kultúrpolitika középpontjába a magaskulturális javak újraalkalmazása, erősítése került. Ahogy Schulze (2003: 189) fogalmaz: „a modern képzőművészetet és irodalmat [...] rögtön a klasszika szentélyébe szállították, és szertartásos, távolságtéremtő áhítat tárgyává tették.” Egy fontos különbség azonban felmerült a XVIII–XIX. századi becsontosodott kultúrafelfogással szemben: elindult a kultúra demokratizálódása, azaz már nem az elit egyfajta kijelölési metódusát jelentette a magaskultúra. Az új kultúrpolitikai jelszó ez lett: „Műveltséget és kultúrát mindenkinek!” (Schulze, 2003: 189).

A kulturális változás második szakaszában (kulturális konfliktus szakasza) már nem kellett olyan létfenntartási problémákkal szembenézni, mint a második világháború után, így előtérbe került az élményszerzés iránti egyre erősebb vágy, melyre reagált az élménypiac szektora: „megkezdődött az élményfogyasztás fokozásának a fogyasztók élménykapacitásának jobb kiaknázásával megvalósított szakasza: a hétköznapi esztétikai epizódok közti szabad időintervallumok kitöltése, az élményepizódok lerövidítése és egymásra rétegzése, illetve luxuskínálata révén” (Schulze, 2003: 192). A fiatal korosztály szerepe erősödött meg, olyannyira, hogy kialakult egy fiatal-idős ellentét: a gimnazisták, egyetemisták kezdték el kijelölni az új kulturális kereteket, míg korábban ez az idősebb korosztályra volt jellemző. A magaskultúra-felfogásban is újat hozott ez az időszak. Megjelent az a fajta pluralizmus, ahol az egyénen belül egyszerre van jelen a magaskultúra és a közönséges kultúra sémája, valamint megjelent a „hagyományos magaskultúrával szembeni távolságtartás” (Schulze, 2003: 193). Ez nem jelentette azt, hogy a magaskultúra eltűnt volna, csupán már kevésbé játszott fontos szerepet: bárki elhelyezhette magát a magaskultúrával szemben úgy, hogy „nem minősült nyárspolgárnak” (Schulze, 2003: 193). Noha a magaskultúra intézményesített háttére megmaradt, azonban komoly változás következett be a közönség szerepe kapcsán. Míg korábban a közönség pusztán kívülállóként „csodálta” a kulturális javakat, addig ebben a korszakban a műélvezet kibővült a „kultúratermelő” közönség jelenségével (Schulze, 2003: 193), ahol a részvétel vált az egyik legfontosabb ismérvvé.

A kulturális átalakulás harmadik szakaszára (élményre orientált társadalom) azt mondhatjuk, hogy napjainkban is ennek a szakasznak egyfajta változatát éljük – noha Schulze a kilencvenes években írta meg elméletét. Ebben a szakaszban az élménypiac óriásivá duzzadt: az élménymarketing eszközeivel folyamatos, extrém impulzusokkal célozzák meg az egyéneket, akik mind erősebben keresik a minél intenzívebb élményeket. A fogyasztók „rutinossá váltak” (Schulze, 2003: 198): hozzászoktak a folyamatosan rájuk zúduló

élményimpulzusokhoz, így nem lehet már számukra igazán újat mutatni. A meglévő impulzusokat kell folyamatosan átformálni, átértelmezni, hogy mégis átjussanak az üzenetek a fogyasztók megnövekedett ingerküszöbén. Ebben a tekintetben nincs már (különösebb) különbség a magaskultúra és a közönséges kultúra között: „nincs sehol, se a magaskulturális séma jeltartományában, se a közönséges séma vagy az izgalmas séma szimbólumvilágában új élmény. [...] az élvezet pszichikai és fiziológiai formái kerültek túlsúlyba: a jó hangulat, a lazítás, az izgatottság, a szórakozás, a kedélyesség, a szenvtelenség (coolness), az érzékek szenzációi – a soha nem látott, a soha nem hallott, a hasonlíthatatlan érzések” (Schulze, 2003: 198). Jól láthatjuk tehát, hogy az élvezetek hajszolása, a szórakozás iránti vágy állt a kulturális elvárások középpontjába is. A közönség figyelmét nem önmagában egy magaskulturális esemény (Schulze, 2003: 199) kelti fel, hanem mások érdeklődése: minél nagyobb az érdeklődés egy mű iránt, annál inkább részesülni akar az élményből a többi egyén is – a mű minőségétől függetlenül.

A Schulze-féle élménytársadalom kapcsán fontosnak tartjuk, hogy szót ejtsünk a miliő fogalmáról (Schulze, 1992). Schulze értelmezése szerint a társadalom nem rétegekre vagy osztályokra, hanem „társadalmi miliőkre” tagolódik, melyeket „az információt hasonlóan szelektáló és interpretáló értelmezési-, tudás- és élményközösségeknek tekint” (Schulze, 1992, idézi Éber, 2008: 93). Ezeken a közösségeken belül aktív belső kommunikáció zajlik, mely azt jelzi, hogy az azonos miliőhöz tartozók gyakrabban kommunikálnak egymással, mint más miliők tagjaival. Schulze (1992, idézi Éber, 2007) nem csak az életkor vagy a különböző személyes kapcsolatrendszerek alapján különíti el ezeket a nagycsoportokat, hanem azok alapján a szinterek alapján is, melyeken a csoporttagok rendszeresen megfordulnak. A szinterek között pedig nem csak a színházat, az operát vagy a komolyzenei hangversenytermet, hanem jelen kutatásunk központi szereplőjét, a múzeumokat is megemlíti. Szintén fontos megállapítása az, hogy az élménytársadalom megjelenése előtt “az egyén az őt körülvevő szociokulturális közeget jellemzően nem választhatta meg” (Schulze, 1992, idézi: Éber, 2008: 90), az élménytársadalomban azonban a kapcsolatválasztás esélyéhez jutva eldöntheti, hogy kapcsolatrendszerének alakításával mely miliőhöz szeretne tartozni. Az egy miliőbe tartozók tulajdonságait pedig leginkább „az élményorientáció befolyásolja: az élményszerzés preferenciáinak hasonlósága válik központi kritériummá. Kiállításokon, kulturális rendezvényeken, szórakozóhelyeken, kocsmákban, kávézókban, baráti összejöveteleken rendszerint hasonló élménycélokkal érkező emberek találkoznak és lépnek interakcióba egymással” (Schulze, 1992, idézi: Éber, 2008: 90).

Ez a gondolat érvényesnek tekinthető a jelen kutatásban vizsgált egyetemista csoport szempontjából is: a hallgatók tanulmányaik során, élményorientációjuknak megfelelően

különböző csoportokba rendeződnek, s az adott csoport közös tulajdonságai befolyásolhatják a tanulók mindennapjait. Így elképzelhető, hogy olyan miliőbe kerülnek, mely nyitott a magaskultúrára, a múzeumfogyasztásra, s így egy olyan szociokulturális környezetből érkező hallgató is múzeumlátogatóvá válhat, akinek a családi háttére alapvetően nem feltételezné a múzeumok iránti érdeklődést.

Schulze fontosnak tekinti a miliők életkor szerinti megkülönböztetését is. A „nívó”, a „harmónia” és az „integrációs” miliő csoportjait a 40 évesnél idősebb korosztály esetében alakítja ki, a 40 évesnél fiatalabb miliőt pedig két csoportra bontja: a képzett fiatalokat az „önmegvalósító”, míg a képzetlen fiatalokat a „szórakozó” csoportokba helyezi (Schulze, 1992, idézi: Éber, 2008: 96). Jelen kutatásunk főszereplői, az egyetemisták összessége nem helyezhető el egyértelműen csupán egy csoportban: jellemzőik alapján úgy véljük, hogy kisebb részben az önmegvalósító, nagyobb részben pedig a szórakozó miliőbe illeszkedhetnek. Az idősebb, esetleg korábban már diplomát szerzett hallgatók tartozhatnak az önmegvalósítók csoportjába, valamint azok az egyetemisták, akik magas kulturális tőkével rendelkeznek, noha maguk a magasabb végzettséget még nem szerezték meg. (Érdekes kérdés lehet, hogy ebben a tekintetben az érettségit, mely a felsőfokú tanulmányok megkezdésének előfeltétele, milyen szintű végzettségnek tekinthette Schulze.) Az önmegvalósító miliőbe tartozó egyén ugyanis a „mindennapi esztétikai praxisában a műveltséget megkívánó magaskulturális séma és a fiatal miliőkre jellemző feszültségséma jelkészletéből válogat, egyúttal elutasítja a kispolgárinak értékelt triviális sémát. [...] A miliő élményparadigmáját a művészi életvitel testesíti meg” (Schulze, 1992, idézi: Éber, 2008: 97). A fiatalabb egyetemistákat viszont a szórakozó miliőbe sorolhatjuk: „tagjai harsány élményingerekkel szórakoztatják magukat: kedvelik a „bulizást”, a gyorsaságot, az erőt, a szabadságot, az újdonságokat és az izgalmas elfoglaltságokat (motorozást, autózást, számítógépes játékokat, akciófilmeket, „pörgős” zenéket)” (Schulze, 1992, idézi: Éber, 2008: 97). Az ide tartozó hallgatók saját végzettsége még szintén nem felsőfokú, de alacsonyabb végzettségű szülőkkel, alacsonyabb kulturális tőkével rendelkezhetnek. Ez a kétfajta miliő más és más módon kapcsolódhat a múzeumfogyasztáshoz: az önmegvalósítók pozitívabb múzeumi attitűddel bírhatnak, mint a szórakozó miliő tagjai.

Schulze elméleteinek bemutatása után visszafordulunk a magas és a populáris kultúra közötti klasszikus különbségekhez, melyek az egyetemista csoportok kapcsán is felmerülnek (Hegedűs, 2016a): az egyetemi kultúra ugyanis komoly változáson ment keresztül a huszadik század során. Míg korábban egyértelműen a magas kultúrához sorolódott a campus-kultúra, addig napjainkban már a jobbra a populáris kultúráról is beszélnünk kell, ha az egyetemista kultúrát említjük. Hol húzódik meg a határvonal a két szektor között? A kulturális tőke hogyan illeszkedik bele ezen területekbe? Legtöbbször maguk az egyetemisták sem tudják

meghatározni, mit is értenek kulturális tőke alatt: kulturális szocializációt, akadémiai titulusok megszerzését, társadalmi normák elsajátítását (Winkle-Wagner, 2010)? A felsőoktatási intézmények rendkívül szigorú, egyenlőségen alapuló szervezeti kultúrával rendelkeznek, de mégis előnyt biztosítanak bizonyos hagyományos értékeknek és viselkedési szokásoknak (Sommerfeld & Bowen, 2013), tehát az egyetemek maguk is elvárják/elvárnák, hogy a hallgatók értelmiségi szereplőként legyenek jelen ezen terekben.

Ez az elvárás azonban nem elegendő (Hegedűs, 2016a): noha a felsőoktatási intézmények klasszikusan értelmiségi szakembereket képeznek, mégsem nevezhetjük a hallgatókat egyértelműen a magaskultúra fogyasztóinak, sokkal inkább a populáris kultúrához sorolhatóak. Ennek egyik oka a felsőoktatás átalakulásában keresendő: a korábbi elitképző intézmények tömegképző terekké váltak, ahol az elitoktatás a tömegoktatás felé tolódott el, s így napjaink hallgatói már nem tradicionális felsőoktatási hallgatók többé (Koppen et al., 2002, idézi Hegedűs, 2016a). Magyarországon is hasonló változások mentek végbe a huszadik század közepétől: 1950 és 1975 között megháromszorozódott a főiskolai és egyetemi hallgatók létszáma (Andrássy & Vitányi, 1979). Az intézményi átalakulásra hívja fel a figyelmet Castro és Levy (2001) is, akik a felsőoktatás funkcionális differenciálódásával foglalkoznak. A felsőoktatási intézmények négyféle funkcióját elemzik (a magyar elnevezéseket Pusztai [2011: 14] munkája alapján használjuk): a tudósképző (academic leadership), az értelmiségi professzióra való felkészítő (professional development), a rövid futamidejű szakképző (technological training and development), valamint az általános felsőfokú képző (general higher education) funkciókat (Castro & Levy, 2001: 5-6). A tudósképző funkció, mely legközelebb áll a hallgatók klasszikus értelmiségi felfogásához – és egyben érinti a témánk szempontjából említett, intenzívebb önkéntes művelődési tevékenységet – egyre inkább eltűnőben van, miközben erősödik a rövid futamidejű szakképző és általános felsőfokú képző funkció. Ennek megfelelően a hangsúly a klasszikus értelmiségiképzésről áthelyeződik a munkaerőpiaci trendeknek, elvárásoknak megfelelni tudó, gyakorlati jellegű kompetenciákkal bíró hallgatók képzésére. Ennek a jelenségnek a következménye az, hogy a hallgatók önkéntes művelődési tevékenysége szintén átalakul, a klasszikus magaskulturális fogyasztás háttérbe szorul – már nem kifejezett célja a felsőoktatásnak a klasszikus értelemben vett intellektüellek formálása (Castro & Levy, 2001).

Bocsi (2019) is felhívja a figyelmet a felsőoktatás átalakulásának különböző tényezőire. A hallgatók értelmiségképének vizsgálata kapcsán megemlíti, milyen átalakuláson ment át a felsőoktatási rendszer és változott meg a hallgatók összetétele: „a nem tradicionális hallgatók csoportjának markánsabbá válása [...] átalakítja az egyetemek értelmiségképző funkcióit” (Bocsi, 2019: 97). Ennek kapcsán megjegyzi, hogy az “alacsonyabb presztízssű karokon és

intézményekben a felsőfokú végzettséggel bíró szülők gyermekei alig vagy egyáltalán nem jelennek meg”, valamint “a megváltozott hallgatói bázis művelődési szokásaiban minden bizonnyal a tömegkulturális elemek nagyobb súllyal szerepelnek” (Bocsi, 2019: 97-98). A hallgatók értelmiségképe kapcsán egy országos, nem reprezentatív kutatást végzett. Az eredmények azt mutatták, hogy a magaskulturális fogyasztás mindössze közepes mértékben jellemző a megkérdezettekre. Bocsi (2019) ezután faktorokat hozott létre és a háttérváltozók alapján regressziós modelleket alkotott: a kritikai-közéleti faktor, a klasszikus faktor, a morális-nemzeti faktor lineáris regressziós modelljét vizsgálta. A kritikai és közéleti funkciók kapcsán („részvétel a közügyekben, közfeladatok ellátása; nyilvános állásfoglalás közéleti kérdésekben, médiaszereplés; társadalmi jelenségek elemzése, kritikája; hatalom ellenőrzése és kritikája, tüntetéseken való részvétel” [Bocsi, 2019: 101]) arra a megállapításra jutott, hogy erőteljes a tudományterületek hatása: „legerősebb hatással a bölcsészettudományi képzés bír, amelyet a társadalomtudományok, majd az orvostudományok követnek”, ugyanakkor „a művészeti képzések hatása csekélyebb, de szignifikáns” (Bocsi, 2019: 103). A kritikai faktor („szellemi függetlenség, szellemi munka, szakirodalom ismerete” [Bocsi, 2019: 101]) a bölcsészettudományi és műszaki területek esetében volt jellemzőbb, míg a morális-nemzeti faktor („törekvés a jóra és a szépre; nemzeti identitás és kultúra őrzése” [Bocsi, 2019: 101]) értékeit leginkább „a nemi hovatartozás (a nők esetében magasabb az érték), illetve az egyházas vallásosság, valamint a tudományterületek közül egyedülként a hittudományi képzés” formálta (Bocsi, 2019: 105). A tudásorientált faktor („szaktudás egy adott tudományterületen; általános, a saját tudományterületén túli műveltség” [Bocsi, 2019: 101]) esetében pedig a lakhely, ezen belül is a főváros hatása jelentkezett.

Fontosnak tartjuk Bocsi (2014b) korábbi kutatási eredményeinek megemlékését is, aki a Rokeach-teszt (Füstös & Szokolczai, 1994) 36 itemének segítségével vizsgálta a Campus-lét kutatásban részt vevő hallgatók értékeit, melyek alapján három faktort hozott létre: humanista-integrált, személyekben boldogságot kereső, hedonista-egoista. A humanista-integrált faktorra a béke, a bölcsesség, a belső harmónia, az egyenlőség, az elvégzett munka öröme és a haza biztonsága volt jellemző leginkább; a személyekben boldogságkereső faktor kapcsán a boldogság, az igaz barátság és igaz szerelem kapott magasabb faktorszórokat, míg a hedonista-egoista faktor tagjai számára az érdekes élet bizonyult a legfontosabbnak.

Az egyetemisták értékszemplélete után tekintsünk át a közoktatás és a felsőoktatás viszonyára. Bazsa (2004) szerint ez a két terület rendkívül érdekes képet mutat napjainkban: míg a közoktatás az általános műveltséget adja a diákok kezébe, addig a felsőoktatás az erre az általános műveltségre épülő szakképzést folytatja (Bazsa, 2004, idézi Hegedűs, 2016a). Egyfajta paradigmaváltás történik tehát a közoktatásból a felsőoktatásba történő átmenetkor,

felmerül azonban a kérdés: az az általános műveltség, melyre a közoktatásban szert tesznek a diákok, mennyire alapozza meg azt a diplomás, értelmiségi szerepkört, melyre a magaskultúra „ráépíthető” (Hegedűs, 2016a)? A megváltozott egyetemi struktúrában, az egyre szélesedő kínálatban megjelentek olyan felsőoktatási intézmények, olyan képzések, melyek presztízse jócskán eltér más, „nagy egyetemek” képzéseinek értékétől, azaz egyfajta leértékelődésről van szó – noha a fentebb említett Castro és Levy (2001) nem alkalmaz minőségi megkülönböztetést az újfajta és a hagyományos egyetemi működési mechanizmusok között. Az újfajta hallgatókat „olyan hallgatói kontextus várja [...], amelynek magatartásmintái kevésbé emlékeztetnek a klasszikus értelmiségi ideálra” (Pusztai, 2011: 9). Ez a megállapítás jól szemlélteti a korábban elhangzottakat, mely szerint a hagyományosan vett értelmiségi lét mára átalakult, az egyetemeken, főiskolákon tanuló diákokat nem lehet a felsőfokú tanulmányaik pusztá léte miatt automatikusan a magaskultúrára nyitott egyénekként értelmezni (Hegedűs, 2016a). S mit is tekinthetünk értelmiségi létnek s hogyan lesz valakiből értelmiségi? Kristóf (2011) egyfajta társadalmi szerepként tekint az értelmiségi létre, mely nem következik egyértelműen a különböző intézményi kritériumokból vagy a személyes tudásból. Szintén ő jelöli ki az értelmiség négy típusát: a széles értelemben vett értelmiség, az alkotó értelmiség, az intellektuel értelmiség és a kritikai értelmiség csoportjait (Kristóf, 2011). Érdeemes feltenni a kérdést, hogy a napjainkban egyetemeken tanuló hallgatókat vajon melyik csoportba sorolhatjuk? Véleményünk szerint a legtágabb, széles értelemben vett értelmiségiek csoportjába sorolhatók be az átlagegyetemisták, akik „szellemi munkával foglalkozó, jellemzően magasan képzett” személyek (Kristóf, 2011: 20). Azonban némileg ebből a definícióból is „kilógnak”, hiszen tanulmányokat folytatnak, a magasan képzett kategóriába még nem léptek be, s ugyanakkor egy aktuálisan az egyetemen tanuló hallgató kapcsán nehéz megjövendőlni, szellemi munkával foglalkozni a tanulmányai elvégzése, diplomája megszerzése után. Andor (1999) az értelmiségivé válás kapcsán kifejti: „feltételezhető, hogy ez a mindenkire érvényes szocializációs mechanizmusokon átmenő nem mindenkire érvényes tartalmak következménye” (Andor, 1999: 65). Az értelmiségi kultúra kapcsán pedig Pusztai világít rá arra kutatásainak fényében, hogy a fogalom alatt a „magaskultúra-fogyasztásban szerzett jártasságot” érthetjük (Pusztai, 2009: 231). Ugyancsak Pusztai mutatott rá kutatásában, hogy a legerőteljesebb magaskultúra-fogyasztók a vallási és civil közösségek tagjai, akik nagyobb arányban járnak a magaskultúra kategóriájába sorolható programokra, rendezvényekre (Pusztai, 2011, idézi Hegedűs, 2016a).

A kérdést elemezhetjük a korábban említett Schulze-féle kulturális átalakulás-modell alapján is: ez alapján a kulturális átalakulás harmadik szakaszában a magaskultúra és a közönséges kultúra tulajdonképpen egymás mellett létezik, folyik a magaskultúra piacosítása,

s sok esetben nem a művek minősége határozza meg az értéküket, hanem a „nagy nevek” és az irántuk tanúsított fogyasztói érdeklődés. Ez a jelenség azt feltételezi, hogy az egyetemisták esetében is az élményszerzés került a középpontba, valamint azt is, hogy számukra is elmosódhatnak a magaskultúra és a populáris kultúra határai, ugyanakkor nem biztos, hogy a magaskultúra-fogyasztást preferálják abban az esetben, ha a populáris kultúra termékei iránt nagyobb a fogyasztói érdeklődés, mely az ő döntéseiket is befolyásolja (Schulze, 2003).

Mindezek alapján látható, hogy a megváltozott egyetemi struktúrák, a tömegoktatás megjelenése nagyban hatott az egyetemistákra is, s hallgatói státuszuk okán már nem nevezhetőek a klasszikus módon magaskultúra-fogyasztóknak (Hegedűs, 2016a). Ez a fajta átalakulás pedig komoly kérdés elé állítja a múzeumokat: hogyan lehet megszólítani ezt a megváltozott egyetemi látogatói bázist? Milyen módszereket, kiállításokat és programokat kell kínálni ahhoz, hogy a hagyományosan magaskulturális tartalmat nyújtó múzeumok bevonzzák a magaskultúrától eltávolodott egyetemista közösséget? A választ sokan sokféleképpen keresik a múzeumi szférában, igyekeznek megfelelni a megváltozott egyetemista elvárásoknak, de vannak olyan intézmények is, melyek (egyelőre) nem találják vagy éppen nem is keresik a megoldási utakat. Ezért is tartjuk fontosnak az egyetemisták múzeumlátogatással kapcsolatos motivációit, elvárásait vizsgálni, melyet a dolgozat későbbi fejezetében mutatunk be részletesen.

2. Az egyetemek speciális szereplői: külföldi és kettős magyar állampolgárságú hallgatók

Az egyetemi struktúrában fontos helyet foglalnak el a külföldi és a kettős magyar állampolgárságú hallgatók, akiket szintén érdemes megfigyelni múzeumlátogatási szempontból. A múzeumokkal kapcsolatos attitűdjüket nem vizsgálta korábban egyetlen hazai kutatás sem nagyobb mintán, így ebből a szempontból is újszerűnek tartjuk jelen kutatásunkat: vizsgálatunk egyik fontos eleme a különböző állampolgárságú hallgatók véleményének összehasonlítása, melyet a kutatásunkat bemutató fejezetekben fogunk részletesen ismertetni. Ahhoz, hogy megfelelő módon tudjuk ezeket az eredményeket elemezni, értelmezni, fontosnak tartjuk röviden összefoglalni azon korábbi kutatásokat, melyek kultúrafogyasztásukat, kulturális és gazdasági tőkéjüket, Magyarországon történő tanulások motivációit vizsgálták.

Mielőtt rátérnénk az említett szempontok szerinti elemzésre, röviden áttekintjük a kérdőíves kutatás időszakában hazánkban tanuló külföldi és határon túli hallgatók számszerű adatait – ehhez a FIR 2019/2020 adatbázisát használjuk fel (M. Császár et al., 2021). Az adatbázis szerint a külföldi hallgatók száma 2019-ben 38 422 fő volt, mely egy folyamatosan emelkedő tendenciát jelez: 2001-ben még csak 11 783 külföldi folytatott felsőfokú

tanulmányokat Magyarországon (M. Császár et al., 2021). Nem csak számuk, hanem arányuk is nőtt a felsőoktatásban tanulók tekintetében: 2001-ben 3,4%, míg 2019-ben már 13,5% volt ez az arány. A legtöbb hallgatót küldő országok csökkenő sorrendben a következők voltak 2019-ben: Németország (3449 fő), Kína (2776 fő), Románia (2593 fő), Szerbia (2209 fő), Irán (2024 fő), Szlovákia (1765 fő), Ukrajna (1207 fő), Törökország (1086 fő), Nigéria (896 fő), Norvégia (821 fő) (M. Császár et al., 2021). A kettős magyar állampolgárságú hallgatók számának pontos meghatározása nehézségekbe ütközik, mert a külföldiek statisztikájába kettős állampolgárság esetén bekerültek azok, akik „külföldi születési hellyel” rendelkeztek (M. Császár et al., 2021: 70), így nem volt módunk a kettős magyar állampolgárságú hallgatók külön leválasztására. Ugyanakkor Románia, Szerbia, Szlovákia és Ukrajna is megjelent a tíz legtöbb hallgatót küldő ország között, ezért feltételezzük, hogy az onnan érkező hallgatók jelentős része határon túli magyar, illetve kettős magyar állampolgár.

A legtöbb külföldi hallgató orvos-egészségügyi és gazdasági-marketing jellegű képzést végzett hazánkban, a legtöbb külföldi hallgató pedig a Debreceni Egyetemre (6297 fő), a Pécsi Tudományegyetemre (4198 fő) és a Szegedi Tudományegyetemre (4087 fő) járt (M. Császár et al., 2021).

2.1. Külföldi hallgatók

A külföldi hallgatók kulturális fogyasztási szokásainak, múzeumokkal kapcsolatos attitűdjének értelmezéséhez először azokat a tényezőket kívánjuk ismertetni, melyek befolyásolják őket külföldi tanulmányaikkal kapcsolatos döntéseik meghozatalában: mi alapján döntenek úgy, hogy egy számukra idegen országban tanuljanak, és egy ismeretlen/kevésbé ismert kultúrával ismerkedjenek meg? Találunk-e kulturális jellegű vagy akár múzeumi motivációs tényezőket a külföldi tanulás kapcsán?

Több korábbi kutatás is kimutatta, hogy a külföldön tanuló hallgatóknak jobb a szocioökonómiai státusza, mint azoknak, akik nem vágnak bele külföldi tanulmányokba. Kiss (2012: 104) az Eurostudent IV. vizsgálat eredményei alapján kiemelte, hogy „a külföldi tanulmányok legfőbb gátjaként a legtöbb hallgató a megnövekedő anyagi terheket nevezte meg”. Területi jellegű különbségekre is rámutatott: a „nem-centrum” jellegű országokra (pl.: Horvátország, Málta, Írország, Lengyelország, Észtország, Törökország) különösen érvényes ez a kijelentés, sőt: „a még külföldi tanulmányokat nem folytatott hallgatók kétharmadát érinti Németországban is” (Kiss, 2012: 104). Később az Eurostudent V. kutatás adatait elemezve is hasonló megállapításra jutott: a „külföldi tanulmányokban részt vett hallgatók havi bevétele [...] magasabb az átlagnál, és magasabb mindkét másik csoporténál (a mobilitást tervezőknél és az immobilaknál)” (Kiss, 2014: 30). Szintén ezen kutatás kapcsán világított rá a szülők végzettsége és a hallgatók külföldi mobilitása közötti összefüggésre: „a legalább egy diplomás

szülővel rendelkező hallgatók körében 6,2 százalékos a mobilitásban részt vettek aránya, szemben a nem diplomás szülőkkel rendelkezők 2,5 százalékaival” (Kiss, 2014: 30). Danka (2010) a harmadik országbeli hallgatókat vizsgálta (Szaúd-Arábia, Nigéria, Japán, Ukrajna, Törökország, Szerbia, USA, Izrael, Irán és Kína)¹ és megállapította, hogy a szülők magas iskolai végzettséggel rendelkeznek, valamint egyéb tényezőket is figyelembe véve a hallgatók magas kulturális tőkével bírnak. Emellett főként fővárosokból és nagyvárosokból érkeznek – kivéve a szerb és ukrán hallgatókat, akik jellemzően inkább kisebb településekről származnak.

Miklós és kutatótársai (2018) a Magyarországon tanuló külföldi hallgatók gazdaságra vetített hatását vizsgálták: megemlítették, hogy az orvostanhallgatók egy speciális csoportot jelentenek magas tandíjuk és magasabb költési hajlandóságuk miatt – tehát az ezen a területen tanuló külföldi hallgatók magasabb anyagi háttérrel rendelkeznek. Kasza (2010) a hazai Diplomás Kutatás 2010 adatai alapján kiemelte, hogy a külföldi tanulmányokat folytató megkérdezettek családjának anyagi helyzete jobb volt, mint a külföldön nem tanuló társaiké. Dusa (2020) a 2015-ös IESA adatbázis eredményei alapján szintén megállapította, hogy a külföldi hallgatói mobilitás legnagyobb gátló tényezője az anyagi terhek miatti félelem. (Utóbbi két kutatás magyar hallgatók külföldi tanulmányaival kapcsolatos adatait vizsgálja, azonban relevánsnak tartjuk ezen eredmények ismertetését is témánk szempontjából.)

Korábbi kutatások kimutatták, hogy a külföldi hallgatók magas gazdasági tőkéjük mellett magas kulturális tőkével is rendelkeznek (Hatos, 2012). Itt azonban érdemes megjegyeznünk, hogy a külföldi hallgatói létszámának növekedésével olyan hallgatói rétegek is bekerültek a magyar felsőoktatásba az elmúlt évek során, akik korábban jellemzően nem folytattak külföldi tanulmányokat. Különböző ösztöndíj-lehetőségeknek köszönhetően (pl. Stipendium Hungaricum) alacsonyabb kulturális (vagy akár gazdasági) tőkével rendelkező hallgatók számára is lehetőség nyílt hazánkban tanulni, így a külföldi hallgatók kulturális tőkéje diverzifikáltabb, mint a tíz évvel ezelőtti időszakban. Ezt jelzi, hogy a 2021-es adatok szerint Pakisztánból (1076 fő), Indiából (981 fő), Szíriából (843 fő), Kazahsztánból (692 fő), Azerbajdzsánból (662 fő) vagy Mongóliából (589 fő) is jelentős létszámú tanuló érkezett Magyarországra felsőfokú tanulmányokat folytatni (ksh.hu, 2023).

Mindezek tekintetében érdemesnek tartjuk megvizsgálni, hogy a hallgatók külföldi tanulási motivációi között megjelennek-e kulturális, esetleg magaskulturális elemek. A külföldi tanulók elvárásait, motivációit többféleképpen lehet kategorizálni a más országban történő tanulás tekintetében – mely kategóriák között megtaláljuk a kulturális jellegű motivációt is.

¹ Az elnevezés alapja: Danka (2010) kutatásában az Európai Unió kívüli országokból érkezőket vizsgálta. Az elnevezés nem mindenképpen megfelelő, illetve megjegyezzük, hogy szerb és ukrán hallgatók is bekerültek a kutatásba, akiket jelen kutatásban alapvetően a kettős magyar állampolgárságú hallgatói csoportban vizsgálunk.

Cubillo és társai (2006) öt kategóriát alakítottak ki kutatásaik alapján. Ezek: oktatási és nevelési elvárások, munkaerőpiaci elvárások, szociális és társas elvárások, kulturális elvárások, valamint személyes fejlődéssel kapcsolatos elvárások. Mucsi és társai (2020) pull és push tényezőkre bontja a motivációs tényezőket McMahon (1992) elmélete alapján: véleményük szerint a külföldi hallgatók különféle motivációs tényezőkkel bírnak. Minél erősebbek a push tényezők, például a kulturális érdeklődés, annál könnyebben zajlik majd a kulturális integráció. Böcskei és társai (Böcskei et al., 2019) a Magyarországon tanuló külföldi hallgatók körében készítettek kérdőíves vizsgálatot. Az eredmények alapján a megkérdezett hallgatókat egy új ország kultúrájának, oktatásának megismerése, az új kihívások, az ösztöndíj, az alacsony megélhetési költségek, a nyelvtanulás lehetősége, valamint Magyarország geopolitikai helyzete is motiválta külföldi tanulmányaik kapcsán.

Kéri és Hetesi (2016) a Szegedi Tudományegyetem külföldi hallgatóit vizsgálta mélyinterjúk módszer segítségével. Az eredmények alapján a szerzők szintén kialakítottak egy motivációs rendszert. A kutatásuk során a különböző szintű képzésben tanulók motivációs hálóját is megkülönböztették: csak a mesterképzéses hallgatók esetében szerepelt kiemelt motivációként a kulturális és történelmi tudás megszerzése. A szerzőpáros egy későbbi tanulmányában (Hetesi & Kéri, 2019) egy kérdőíves kutatás eredményeit közli, melyet szintén a Szegedi Tudományegyetem külföldi hallgatóinak körében végeztek el. Hasonló eredményekre jutottak a motiváció és elvárások kapcsán, mint a kvalitatív kutatás esetében: a legnagyobb mértékben az oktatási, kulturális és társas elvárások szerepeltek a hallgatókban. Egyúttal arra is felhívták a figyelmet, hogy a kulturális elvárásokra hatással bír a más kultúrák iránti érdeklődés, valamint a letelepedésben is komoly szerepet játszanak a külföldi hallgatók kulturális, társas és munkaerőpiaci elvárásai. A gazdasági területen korábban végzett külföldi hallgatókat is vizsgálták a Szegedi Tudományegyetemen 2018-ban (Kéri & Révész, 2018). A kutatás során megállapították, hogy a megkérdezett hallgatók számára a kulturális aspektusok is fontosak: a hallgatók az egyetem mellett a tanulmányaik városához és az adott kultúrához is hűségesek, nem csak az egyetemükhöz vagy az oktatóikhoz. Tóth és Kiss (2017) a Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Karán végeztek kutatást a külföldi hallgatók körében, és ők is arra a megállapításra jutottak, hogy a tanulás mellett kulturális jellegű érdeklődési körrel is rendelkeznek.

A Miskolci Egyetem hallgatóinak körében végzett motivációs vizsgálatok alapján elmondható, hogy a kulturális ismeretek bővítése is fontos a diákok számára, csakúgy, mint az alacsony tandíj és megélhetési költségek, a nyelvi készségek fejlesztése, új barátságok, ismeretségek megkötése, a magyarországi utazás (Bajzát, 2015a; Bajzát, 2015b). Ugyanakkor érdemes megemlíteni, hogy a kutatásban részt vevőknek nem volt kiemelt fontosságú az

alacsony oktatási költség, az ősök kultúrájának megismerése vagy a bevándorlás – ahogyan ezt a korábban említett kutatások szerint fontosnak tartják a külföldi hallgatók. Ez az eredmény jól mutatja, hogy országonként, régióként, egyetemenként is változhatnak a különböző preferenciák.

Czernowinka és szerzőtársai (Czerwionka et al., 2015) a külföldi hallgatókat középpontba állító vizsgálatuk során arra jutottak, hogy minél több időt töltenek el a hallgatók egy külföldi felsőoktatási intézményben, annál nagyobb lesz a tudásuk az adott kultúráról. Ebből az eredményeik alapján beletartoznak a hétköznapi kultúra elemei, úgymint a gasztronómia, a történelem, a politika, a kultúra és a különböző értékek is. Egy 2010-es magyarországi országos kutatás eredményeiből szintén kiderül, hogy a külföldi hallgatók fontosnak tartják a magyar történelem és kultúra megismerését, a gasztronómiát és a természeti értékeket (Dobos, 2011). Hetesi és Kéri (2019) korábban említett kutatásukban megjegyezték, hogy a Szegedi Tudományegyetemen tanuló külföldi hallgatók számára nagyon komoly jelentőséggel bír nem csak a kulturális környezet, hanem a kulturális élmény is.

Marosán (2019) a Debreceni Egyetem külföldi hallgatóinak körében végzett vizsgálatot kulturális fogyasztási szokásaik kapcsán. Arra a megállapításra jutott, hogy mivel csekély az angol nyelvű kommunikációs felületek aránya, ezért rendkívül kevesen tájékozódnak kulturális programlehetőségekről és kevesen is vesznek részt ilyen jellegű rendezvényeken – noha a MODEM, a Csokonai Színház és az Apolló Mozi is rendszeresen szervez angol nyelvű programokat. A legnépszerűbb kulturális jellegű rendezvény a Debrecenben tanuló külföldiek körében az International Food Day, mely tartalmaz kulturális jellegű programelemeket is. A megkérdezettek jelentős többsége (77,6%) szívesen járna kulturális programokra, ha azok angol nyelven elérhetőek lennének (Marosán, 2019).

Ha a magyarországi kulturális intézményrendszert vizsgáljuk, akkor egyértelmű kulturális programlehetőségnek tűnnek a múzeumok, melyek nem csak a magyar történelmet tudják bemutatni, hanem különböző kiállításaikon, rendezvényeiken keresztül a magyar kultúrát is közelebb tudják vinni a külföldi hallgatókhoz. A külföldi hallgatókat középpontba állító kutatásokban megfelelő mélységű információ nem áll rendelkezésre azzal kapcsolatban, hogy a külföldi hallgatók mennyire használják ezeket az intézményeket, illetve ott milyen nyelvi környezettel találkoznak – noha bizonyos szerzők szerint kiváló lehetőséget jelentenek a múzeumok a külföldi hallgatók érzékenyítésére (Koltai, 2021).

Röviden érdemes szót ejteni a nyelvi nehézségekről is, melyek a külföldieket érint(het)ik – a jelenség ugyanis a múzeumfogyasztást is nagyban befolyásolhatja: ha problémákkal küzdenek a magyar nyelvvel kapcsolatban, akkor a magyarországi múzeumlátogatásuk komoly akadályokba ütközhet.

Mivel a magyarok kis része tud idegennyelven beszélni, ezért az egyetemi épületeken kívüli élet kifejezetten nehéznek tekinthető a külföldi hallgatók számára, mely megnehezíti a diákok integrációs törekvéseit (Hatos, 2012). Hasonló problémáról számol be Berács & Malota (2011), akik Budapesten tanul külföldiek körében végeztek kutatást. Arra az eredményre jutottak, hogy komolyan gátolja a külföldiek szocializációs folyamatát az, hogy nem csak az egyetemen kívüli világ résztvevőivel, de sokszor még hallgatótársaikkal sem tudják megértetni magukat a magyarok idegennyelvi nehézségei, bátortalansága miatt. Egron-Polak & Hudson (2014) az International Association of Universities 4. Global Survey eredményeinek alapján kiemelték, hogy a nyelvi problémák állnak a második helyen az Európában tanuló külföldi hallgatók által megjelölt akadályok között.

2.2. Kettős magyar állampolgárságú hallgatók

A határon túli magyar hallgatók különleges csoportot jelentenek a felsőoktatási palettán, hiszen külföldről érkeznek Magyarországra, azonban tanulmányaik helyszíne nem egy idegen országot jelent számukra, hanem tulajdonképpen „anyaországukba” érkeznek felsőfokú tanulmányokat folytatni (Gödri, 2004). Ezen okból kifolyólag is fontos kutatási terület a családjuk kulturális és gazdasági helyzetének vizsgálata, kulturális fogyasztásuk feltérképezése.

A gazdasági háttér tekintetében különböző határon túli magyar hallgatókat vizsgáló kutatásokból kitűnik, hogy stabil pénzügyi helyzet szükséges ahhoz, hogy Magyarországon kezdjenek felsőoktatási tanulmányokba. Erdei (2005) Romániából, Ukrajnából, Szlovákiából és Szerbiából származó magyar hallgatók vizsgálata közben arra a megállapításra jutott, hogy komoly különbségek mutatkoznak a négy országból érkező hallgatók családjának anyagi körülményei között. A legtehetősebb küldő családokat Kárpátalján találta meg, akik az átlagjövedelem körülbelül kétszeresét keresik, őket követték a Romániából származó hallgatók családjai, ahol körülbelül 10%-kal volt magasabb a kereset az átlagjövedelemnél. A Szerbiából érkezők tekintetében ez a különbség +5%, míg a Szlovákiából érkezők jövedelme megegyezett az ország átlagkeresetével. Ez az eredmény azt mutatja, hogy nagyobb részben a tehetősebb, magasabb jövedelmű családok küldik gyermekeiket magyar felsőoktatási intézményekbe, azonban Ukrajnán kívül ez a különbség nem túl erőteljes, Szlovákia esetében pedig nem létező. A státuszszimbólumokat vizsgálva arra jutott, hogy a szülők magasabb végzettsége magával vonzza az anyagi javak nagyobb arányát, mely nem csak a társadalmi státuszukat erősíti, hanem közvetve a gyermekek tanulmányait is segíti (pl. számítógépek birtoklása) (Erdi, 2005). (Noha 2023-ban a státuszszimbólumok jelentősen megváltoztak 2005-höz képest [a számítógép már alapszükséglet], mégis iránymutató ez a 2005-ös megállapítás.) Kovács (2018) szintén arra a

megállapításra jutott, hogy azon családok gyermekei választanak magyarországi továbbtanulási lehetőséget, akik magasabb társadalmi státusszal rendelkeznek.

Pusztai és Nagy (2005) a Regionális Egyetem Kutatás adatbázisára támaszkodva a szülők alkalmazotti viszonyát és a család tulajdonában megtalálható anyagi javakat vizsgálta. Elemzésükben arra jutottak, hogy szerényebb, de stabil anyagi körülmények közül érkeznek nagyobb részben a határon túli hallgatók (Kárpátalja, Partium, Székelyföld): a „több lábon álló, stabil háztartások”, a „feltörekvő középrétegek” döntenek amellett, hogy a gyermek Magyarországon tanuljon tovább (Pusztai & Nagy, 2005: 373).

Ha a szülők végzettségét vizsgáljuk, megállapíthatjuk, hogy meghatározó a magasabb végzettségű szülők aránya a Magyarországon tanuló határon túli hallgatók tekintetében (Márkus, 2014; Pusztai & Nagy, 2005; Róbert, 2000). Csehné Papp (2012) vizsgálatából kitűnt, hogy a megkérdezett hallgatók tekintetében az édesanyák 37%-a, az édesapák 39%-a rendelkezik felsőfokú végzettséggel, míg mindössze 4 és 5% a maximum 8 osztályt végzett szülők aránya. Erdei (2005) kutatási eredményei is alátámasztották azt a megállapítást, hogy a magasabb kulturális tőkével rendelkező határon túli magyar családok küldik gyermekeiket magyarországi felsőoktatási intézményekbe (a vizsgált Ukrajnából, Szlovákiából, Romániából és Szerbiából érkező hallgatók közül legnagyobb arányú a vajdasági hallgatók szüleinek felsőfokú végzettsége).

A kulturális tőke tekintetében több szerző is vizsgálta a szülők olvasási és kulturális fogyasztási szokásait. Az édesanyák közel 60%-a olvas azon határon túli hallgatók tekintetében, akiket Pusztai és Nagy (2005) a mobil hallgatók kategóriájába sorolt. Egy másik kutatás a szülők múzeum-, színház- és komolyzenei koncertlátogatási gyakoriságát, valamint szépirodalmi olvasási szokásait elemezve arra a megállapításra jutott, hogy a magasabb végzettség erőteljesebb magaskulturális fogyasztást és magasabb gazdasági tőkét von maga után (Erdei, 2005). Fontos kiemelni azonban, hogy az iskolának kiegyenlítő hatása is lehet, mivel nem talált a kutatás összefüggést a szülők és a gyermekek kulturális fogyasztása között: mind az alacsony, mind a magas végzettségű szülők gyermekei fogyasztanak a magaskulturális kínálatból.

Kutatásunk értelmezése szempontjából fontosnak tartjuk bemutatni az Erdei (2005) által létrehozott hallgatói típusokat a kulturális és gazdasági tőke tekintetében. Négy kategóriába sorolta a határon túli magyar hallgatókat: az örökös, a konzerváló, a feltörő és a kitörő. Az örökös hallgatók rendkívül magas kulturális és gazdasági tőkével rendelkező családból érkeznek és jellemzően informatikai, közgazdasági és jogi területen tanulnak. A konzerválók csoportjába tartozók szülei is magas gazdasági tőkével rendelkeznek, azonban inkább a stabilabb, bölcsész és informatikai szakokban bízva járatják ezekre a képzésekre a szülők

gyermekeiket. A feltörő kategória tagjai gazdasági tőkével igen, kulturális tőkével viszont nem vagy alacsony szinten rendelkeznek, a családok fő célja a társadalmi presztízs megszerzése, így ők járnak legmagasabb arányban bölcsész szakokra. A kitörők közé tartozó hallgatók szülei az átlagkereset alatti jövedelemmel rendelkeznek, a legmagasabb végzettségük az érettségi, így gyermekeik első generációs értelmiségiek lesznek. Ebből kifolyólag rendkívül heterogén a gyermekek szakválasztása: nem arra helyezik a hangsúlyt, hogy milyen presztízsű szakot végezzenek el, hanem arra, hogy diplomát szerezzenek. Jelen tanulmányunk szempontjából releváns információ, hogy a vajdasági hallgatók szülei magas kulturális és/vagy gazdasági tőkével rendelkeznek, közöttük a feltörők aránya a legmagasabb (Erdei, 2005).

A határon túli hallgatók kulturális fogyasztását is érdemes megvizsgálnunk. Kiindulásként érdemes megemlíteni Takács (2006) megállapítását, mely szerint a magyar kultúra iránti igény, a magyar kultúra szeretete erősen van jelen a határon túl élő magyarokban. A Regionális Egyetem kutatás adatbázisát vizsgálva Fényes (2004, 2005) több tanulmányában is elemezte a magyar és határon túli magyar felsőoktatási intézmények hallgatóinak véleményét, válaszait. A Partiumi Keresztény Egyetem hallgatói legkisebb arányban komolyzenei koncertre jártak, leggyakrabban pedig múzeumot és színházat látogattak. A II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola (melynek neve a kutatás időszakában Beregszászi Főiskola volt) diákjai körében a legnépszerűbb a hagyományos mozi- és a múzeum-, legkevésbé népszerű pedig esetükben is a komolyzenei koncertlátogatás volt (Fényes, 2005).

A Magyar Ifjúság Kutatás 2016 és 2020 eredményeit hasonlította össze Szabó és Hires-László (2022) a határon túli fiatalok tekintetében a kulturális-szabadidős fogyasztás kapcsán. Ez a vizsgálat a 15–29 éves korosztályt vizsgálta, így az eredményeik nem értelmezhetőek teljes mértékben az általunk vizsgált egyetemista csoportra, azonban mindenképpen iránymutatóak lehetnek. Arra a megállapításra jutottak, hogy a magaskulturális intézmények látogatása nem népszerű a megkérdezett fiatalok körében: a fiatalok legkevésbé operába és komolyzenei koncertre jártak, illetve a színházlátogatás, a kiállításra és múzeumba-járás is alacsony kedveltségűnek számított (Szabó & Hires-László, 2022). Érdemes megemlítenünk a Magyar Ifjúságkutatás 2016 kutatással kapcsolatos eredményeiket is (Szabó & Hires-László, 2018): ekkor a Magyarországon élő fiatalok 65%-a szinte soha nem járt múzeumba. A Kárpát-medence többi országának fiataljait vizsgálva is hasonló eredményeket találtak, kisebb eltérésekkel: a magaskultúra-fogyasztásban a többi állampolgárságú fiatalhoz képest a vajdasági hallgatóknál volt legnépszerűbb a múzeumlátogatás. Klaszteres vizsgálatukban a magyar hallgatók többsége a passzív klaszterbe került, akik jellemzően kisebb településeken és falvakban éltek, valamint alacsonyabb végzettségű, fizikai munkát végző szülők gyermekei voltak. Hasonló képet mutatott a könnyed szórakozók csoportja: kisebb településen élő, alacsonyabb végzettséggel

rendelkező és fizikai munkát végző szülőkkel rendelkező fiatalok kerültek ebbe a klaszterbe. A magaskultúra-orientált klaszter tagjai Budapesten éltek, szüleik pedig főként magas beosztásúak, diplomával rendelkezők voltak. A kulturális mindenevők klaszterébe pedig hasonlóképpen nagyvárosban élő, magas végzettségű és szellemi munkát végző szülőkkel rendelkező fiatalok kerültek. Kutatásunk szempontjából releváns a vajdasági fiatalokkal kapcsolatos eredmények bemutatása is: a különböző csoportok társadalmi, demográfiai háttere megegyezett a magyar fiatalokéval, azonban a klaszterekben szereplő megkérdezettek aránya más képet mutatott. Többen kerültek a magaskultúra-orientált klaszterbe és kevesebben a passzív klaszterbe, mint magyar társaik.

A kettős magyar állampolgárságú hallgatók múzeumokkal kapcsolatos attitűdjének későbbi értelmezéséhez fontosnak tartjuk bemutatni azokat a kutatási eredményeket, melyek középiskolai végzettségükkel és lakhelyükkel kapcsolatosak.

A budapesti Márton Áron Szakkollégium határon túli magyar hallgatóinak körében végzett kutatásból kiderült, hogy túlnyomó többségben (66%) állami fenntartású gimnáziumból érkeztek Magyarországra, őket követték a szakközépiskolát végzettek (20%), az egyházi iskolából érkezők (13%), alapítványi iskolába pedig mindössze 1%-uk járt. Jelen tanulmányunk szempontjából fontos kiemelni, hogy a vajdasági hallgatók mindegyike szakközépiskolát végzett (Csehné Papp, 2012). A szülők és a gyermekek végzettségét tekintve megjegyezzük, hogy a felsőfokú végzettséggel rendelkező szülők gyermekei jellemzően gimnáziumba jártak (Erdei 2005).

A lakhely tekintetében elmondható, hogy általában kisebb településekről, kisebb városokból érkeztek a határon túli magyar hallgatók magyar felsőoktatási intézményekbe. Csehné Papp (2012) kutatása kimutatta, hogy a megkérdezettek fele községből, egyharmaduk kisvárosból érkezett, megyeszékhelyen és nagyvárosban pedig csak 20%-uk lakott. A vajdasági hallgatók 43%-a kisvárosban élt egyetemi tanulmányai előtt. Pusztai és Nagy (2005) nem talált erősebb összefüggést a tanulmányi célú mobilitás és a lakhely típusa között, ugyanakkor eredményeik azt mutatták, hogy a kisvárosiak mobilabbak, mint a nagyvárosiak, melynek hátterében a kinti felsőoktatási kínálat alacsony szintje állhat. Hasonló eredményekre jutott Erdei (2005) is, kiemelve, hogy a Szerbiából érkezők 71%-a 100.000 fő alatti városból, 25%-uk pedig faluból érkezett.

V. Egyetemek, hallgatók és múzeumok

A korábbi fejezetekben bemutattuk a múzeumi rendszerek átalakulását, a látogatói elvárások megváltozását, a múzeumok tanulási tér szerepének jellegzetességeit. Vizsgáltuk az egyetemisták értelmiségi létének megváltozását, kulturális tőkéjüket, külön is foglalkozva a külföldi és kettős magyar állampolgárságú hallgatókkal. Jelen fejezet a két nagy témakör „találkozása”: a múzeumok és az egyetemisták kapcsolódási pontjait mutatjuk be az intézményi együttműködések, valamint az egyetemisták egyéni, múzeumokkal kapcsolatos véleménye alapján. Célunk ismertetni, milyen kihívásokkal kell szembenéznie a múzeumoknak az egyetemisták elérése kapcsán, milyen jó gyakorlatokat használhatnak fel ezen dilemmák feloldásához, valamint mit kell tudniuk az egyetemisták véleményéről ahhoz, hogy képesek legyenek hatékonyan megszólítani a hallgatókat. Ennek érdekében először intézményi, majd egyéni oldalról mutatjuk be az egyetemek – egyetemisták – múzeumok közötti kapcsolat kihívásait, problémáit, s egyúttal azok megoldási lehetőségeit korábbi kutatások eredményei alapján.

1. Felsőoktatás és múzeumok

Az egyetemisták és a múzeumok kapcsolatának egyik fontos meghatározója az intézmények kapcsolatrendszere: az, hogy milyen összefüggéseket, együttműködések találunk az egyetemek és a múzeumok között. Ezek az együttműködések ritkán tekinthetők rendszerszintűnek, sok esetben intézményi jellegű akadályok állnak ennek útjában, ugyanakkor számos sikeres példát találhatunk múzeumi-egyetemi együttműködések megvalósulására nemzetközi szinten és hazánkban is. Kutatásunk szempontjából érdemes feltárni, milyen területeken jön létre egyetemi-múzeumi kooperáció, hogy a későbbiekben bizonyos együttműködési lehetőségek jelenlétét vizsgálni tudjuk a megkérdezett egyetemisták körében.

1.1. Az egyetemi-múzeumi együttműködések alapjai

Az egyetemi-múzeumi együttműködések kapcsán általános álláspont, hogy a két intézményrendszer együttműködése magától értetődően hasznos erőfeszítés (Speight et al., 2013), amiért érdemes tenni, amely kézzelfogható és átvitt értelemben is hasznot képes a két szektor számára kínálni. A múzeumok és az egyetemisták közötti híd szerepét ugyanis több kutatás alapján az egyetemek tölthetik be a legsikeresebben: olyan egyetemi jellegű múzeumlátogatásokra van szükség, melyek során nem csak a tudásszerzés a cél, hanem az élményszerű, társas múzeumlátogatás, mely lehetőséget ad az élmények egymás közötti megosztására is (Mastandrea et al., 2016; Fekete & Prazsák, 2014). A hallgatók oldaláról is

megjelenik ez az igény, akik szerint a múzeumlátogatás „oktatási értékkel bír és az egyetemi karok szereplői által ösztönözni kellene” (Smith et al., 2016: 182).

A múzeum kultúrákövetítő, illetve a társadalmi viták feloldásában betöltött szerepe komoly mértékben felértékelődött a XXI. század elejétől kezdve, mely az egyetemek tekintetében is fontos változást és elvárásokat hozott. Az egyetemekkel kapcsolatban állni akaró múzeumok számára ugyanis a legfontosabb fejlődési lehetőség az, hogy társadalmi intézménnyé váljanak, melyek nem csak különböző információkat képesek tárolni és átadni, hanem részt vesznek a különböző tudományos szakterületek szakértőinek képzésében is (Yu Gil, 2014). A múzeumok teret biztosítottak, biztosítanak a képzett egyetemi szakember-gárda számára, hogy különböző szakterületeket bemutathassanak, a tudásukat bővíthessék, a tanításba a kiállításokat bevonhassák (Yu Gil, 2014).

A felsőoktatás és a múzeumok kapcsolatát vizsgálva elmondhatjuk, hogy a nemzetközi és a hazai szakirodalom is jellemzően a szervezett keretek között történő múzeumlátogatásról, csoportos kultúrafogyasztási lehetőségekről és együttműködésekről számol be, emellett pedig számos múzeumi témájú egyetemi és főiskolai képzés, szak létét is felsorolja. Nemzetközi szinten hosszú évek óta folynak kezdeményezések, melyek az egyetemek és a múzeumok közötti kapcsolat erősítését, s így az egyetemisták múzeumhasználatának növekedését és múzeumlátogatási gyakoriságának emelését tűzik ki célul. Ennek érdekében több országban állami ösztönző intézkedéseket vezettek be, külön kurzusokat indítottak, valamint a már meglévő kurzusokat integrálták múzeumi környezetbe.

Nagy-Britanniában a múltban a felsőoktatás és a múzeumok kapcsolata kimerült abban, hogy az egyetemeken, főiskolákon tanultakat a múzeumban a hallgatók megnézhatték, kézbe foghatták – tehát a múzeum egyfajta laboratóriumként működött, mely kizárólag ezt az összeköttetést garantálta (Arnold-Foster & Speight, 2012). Gondot jelentett továbbá, hogy noha tanulhattak a hallgatók múzeumokról a felsőoktatási intézményekben, azonban a múzeumokban folyó oktatás fejlődésétől, átalakulásától teljesen elszigetelve történt ez a fajta ismeretszerzés. A közelmúltban elindultak olyan kezdeményezések mind múzeumi szakemberek, mind pedig egyetemi oktatók és tudósok oldaláról, melyek célja, hogy a múzeumi gyűjteményeket és a múzeumban található óriási mennyiségű tárgyi anyagot minél hatékonyabban vonhassák be az egyre gyorsabban változó és sok esetben modernizálódó egyetemi, főiskolai oktatási folyamatokba (Arnold-Foster & Speight, 2012). Mindeközben pedig a múzeumi szakemberek részéről megszületett az elhatározás, mely szerint érdemes fejleszteni a múzeumok gyűjteményével kapcsolatos tanulási lehetőségeket az egyetemek tekintetében, illetve az egyetemek részéről is felmerült az igény, hogy hallgatóik empirikus tapasztalatokkal is gazdagodjanak, kiegészíthessék az elméletben elsajátított tudást, melyre

kiváló lehetőséget nyújtanak a múzeumok által kínált gyűjteményalapú tanulási terek. Közös céljuk tehát nem volt kérdéses: mind a felsőoktatásnak, mind a múzeumi szektornak komoly társadalmi és állami elvárásoknak kellett megfelelnie, bizonyítaniuk kellett hasznosságukat, hatékonyságukat, valamint anyagi forrásteremtő képességüket is (Arnold-Foster & Speight, 2012).

Komoly különbség mutatkozik azonban a felsőoktatás és a múzeum között a tanítási rendszerek tekintetében: az egyetemeken, főiskolákon alkalmazott tanítási rendszer a múzeumi struktúrákba sokszor nehezebben illeszthető be – ellentétben a közoktatással. Ugyanis a közoktatás szigorúan meghatározott tanterve lehetőséget biztosít arra, hogy sztenderdizált módon, csoportosan ismerhessék meg a diákok az órán elhangzott információk háttérét (Cook & Speight, 2012). A felsőoktatás tanmenete ugyanakkor nem olyan szigorúan szabályozott, mint a közoktatásé: az oktatók és tanszékek maguk dönthetnek arról, hogy pontosan milyen témákat érintenek a kurzusokon és hogyan építik fel a féléveket. Ez lehetőséget kínál és sokszínűséget eredményez, mely sokszínűségnek – és az ebből fakadó sokszínű elvárásoknak – a múzeumok részben képesek megfelelni. Cook és Speight (2012: 32) szerint a múzeumok ezt a fajta kihívást úgy próbálják feloldani, hogy az átlagos látogatónak szóló információkat igyekeznek kínálni az egyetemista látogatóknak is – ez azonban nem mindig segít a probléma feloldásában.

Speight, Boddington és Boys (2013) a múzeumok és az egyetemek közötti legfontosabb különbségnek szintén azt tartják, hogy a felsőoktatás nincs jelen rendszerszinten a múzeumok életében úgy, mint a közoktatás. Ennek egyik fontos okaként a szerzők azonban a múzeumok strukturális jellemzőit jelölik meg: a múzeumok hosszú időn keresztül külön kezelték a kurátori és az oktatási funkciójukat, ezek között kevésbé biztosítottak átjárást. A XX. század végén jelent meg oktatási szerepük újradefiniálása a különböző oktatásért is felelős múzeumi osztályok kialakításával, melyek célja a szélesebb tömegek felé való nyitás, a múzeumok társadalmi, kulturális szerepének erősítése volt (Speight et al., 2013).

A múzeumok és az egyetemek alapküldetésének, alapküldetésének vannak további különbségei is, melyek a két szektor közötti együttműködési nehézségeket indokolhatják. Speight és társai (2013) szerint a múzeumok történelmi feladata, hogy gyűjteményekkel rendelkezzenek, hogy megőrizték, ápolják a tárgyi emlékeket a jövő generációi számára. Hasonlóképpen érvel Brown (2013): ő is kiemeli, hogy a múzeumoknak a közelmúltig inkább a gyűjtemények, mintsem a látogatók jelentették a prioritást, ezért a múzeumi szektor nem fejlesztett ki olyan tanulási módszereket és eszközöket, melyek speciálisan a múzeumi tanulást segítenék elő. A múzeumok tradicionálisan egyfajta útmutatóként tekintettek az oktatásra,

azonban a múzeumok által nyújtott, jóval önvezéreltebb, szélesebb körű tanulási folyamatokra oktatási modelleket, módszereket kialakítani kifejezetten nehézkes volt (Brown 2013).

Noha az egyetemekenél a történelmi alaplüködési feladatok között szerepel az oktatás, a tudásfejlesztés, a tudósok generációinak kinevelése, azonban nem minden esetben elvárás, hogy ez a tanulás és tanítás tapasztalati, tárgyalapú tanulási módszerekkel történjen meg. A múzeumokban adottak a körülmények, a lehetőségek ezen típusú tanulási módszerek alkalmazására, de a gyűjtemények megörzését, ápolását nem zavarhatja meg a széleskörű elérés, melyre a hallgatóknak, egyetemi oktatóknak szüksége lenne (Speight et al., 2013). Speight és társai (2013) a pénzügyi-finanszírozási gondokat is megjelölik a nehézkes együttmüködés háttereként: a múzeumi-egyetemi együttmüködések professzionális fejlődési lehetőséget, kutatási területet, konferenciákat, kutatási pénzügyi alapokat képesek nyújtani, azonban ezek a források rendkívüli módon korlátozottak (Dawson & Gilmore, 2009, idézi Speight et al., 2013). A szükös pénzügyi lehetőségek miatt kiemelt kérdéskört jelent az egyetemek és a múzeumok kapcsolatában az eredményesség, a sikeresség mérése. Mi számít sikernek a múzeumok és az egyetemek életében? Boys és társai (2013) a közfinanszírozás igazolásának szükségességével magyarázzák a múzeumoknál és egyetemekenél megjelenő hatásmérés, eredményességmérés fontosságát. Stanziola (2008) szerint a legfontosabb, hogy a múzeumok hangsúlyozzák céljaikat és értéküket mint fenntarthatóságuk előfeltételét. Mind a múzeumoknak, mind az egyetemeknek meg kell találniuk azokat az utakat, melyek segítségével együttmüködésük eredményessége mérhetővé válik: a szerző javaslatot tesz arra, hogy a múzeumok támogassák a minél proaktívabb együttmüködési lehetőségeket a tudósok, a döntéshozók és -végrehajtók között, valamint erősítsék a tudásátadást a múzeumok és az egyetemek tekintetében, hiszen mindkét intézményrendszer hasonló kihívásokkal küzd.

Ezek az említett különbszóségek, problémák feloldhatóak lehetnek jól megalapozott és átgondolt, mindkét fél számára előnyös múzeumi-egyetemi együttmüködések segítségével: erőforrásaik egyesítésével megfelelhetnek a hallgatók által elvárt kutatási és tanulási kritériumoknak (Speight et al., 2013). Chen (2004) tömören fogalmazza meg az egyetemek és a múzeumok közötti különbszóségek lényegét: míg az egyetemek pénzneme a szó, addig a múzeumoké a tárgy. Ez a jelenség komoly különbségnek tűnhet, ugyanakkor lehetőségeket is magában rejt: hiszen az egyetemeken elhangzó szavak, azaz elméleti tudás számára tökéletes társ lehet az elhangzottak bemutatathatóságának lehetősége, a tárgyi gyűjtemények egyetemi hasznosíthatósága.

A múzeumok számára fontos teret jelent a felsőoktatás nem csak az azonnali látogatottság-növekedés szempontjából, hanem hosszútávú célok okán is. Nagy-Britanniában egy átfogó kutatást készítettek 2011-ben (Cultural Learning Alliance, 2011), mely tanulságos

eredményeket hozott: a hosszútávú vizsgálatok kimutatták, hogy a múzeumba járó, a múzeumi műtárgyakkal ismerkedő fiatalok jó eséllyel váltak művelt állampolgárokká (Boddington et al. 2013).

A hallgatók múzeumlátogatási szokásainak és múzeumképének vizsgálatakor érdemes érintőlegesen szólni egy speciális csoportról: a tanárszakos egyetemistákról, akik munkájuk során válhatnak mindinkább érdekeltté abban, hogy a múzeumi tudásanyagból, tárgyi gyűjteményekből merítsenek újabb, iskolai oktatási tevékenységükhöz felhasználható ismereteket. Henry (2004) rajzszakos tanárhallgatók körében végzett kutatásból kiderült, hogy a hallgatók szerint a múzeumok a legfontosabb kulturális intézmények közé tartoznak, a múzeumi tér pedig tökéletes kiegészítője lehet a tantermi tanulásnak és iskolai tananyagnak, ahol eredeti műtárgyakhoz férhetnek hozzá a hallgatók (Henry 2004: 39). Továbbá abban is sokan egyetértettek, hogy a leendő tanárok figyelmét fel kell hívni a múzeumi oktatás jelentőségére, akiknek minél jobban kellene tudniuk mozogni múzeumi környezetben. A szerző mindemellett kiemeli annak fontosságát, hogy az egyetemeken szülessenek olyan kurzusok, melyek a múzeumban történő oktatásra készítik fel a leendő tanárokat (Henry 2004).

A látogatóbarát, tanuló-ház típusú múzeumok megjelenésével, az új muzeológiai gyakorlatok elterjedésével a múzeumi munkatársaknak is szélesebb tudásra lett szükségük annál a hagyományos tudásnál, melyet korábban az egyetemen megszereztek – így vált szükségessé a múzeumi tanulmányok megjelenése az egyetemeken, melyek képessé tették a jövő múzeumi munkatársait az újfajta múzeumi feladatoknak történő megfelelésre (Beckmann, 2013). Ez magával hozta a posztgraduális kurzusok múzeumokban történő megjelenését: Beckmann (2013) szerint legalább 160 különböző típusú tudományos továbbképzés volt elérhető 2013-ban az Egyesült Államokban.

A külföldi példák alapján látható, hogy Nyugat-Európában és az Egyesült Államokban már jó ideje felismerték a felsőoktatás és a múzeumok együttműködésének fontosságát, s állami szinten is megindultak a kooperáció minél sikeresebb létét ösztönző intézkedések.

Hazánkban is találhatunk a nemzetközi helyzethez hasonló jellemvonásokat. Koltai (2011) foglalkozik részletesen a nyugati példák mellett a hazai együttműködési lehetőségek feltérképezésével. Egy 2008–2009-es kutatásra hivatkozik, melyet az ELTE PPK Neveléstudományi Intézetének Pedagógiatörténeti Tanszéke készített a szentendrei Múzeumi Képzési és Oktatási Központ megbízásából (Koltai, 2011). Ezen kutatás a hazai múzeumpedagógiai, múzeumandragógiai képzéseket hivatott felmérni. A kutatás eredményeképpen elmondható, hogy múzeumpedagógiai, múzeumandragógiai képzést fővárosi és vidéki egyetemeken is találtak szakirányos, specializációs formában, valamint szakirányú továbbképzésként (Koltai, 2011). Koltai & Koltai (2005) azonban több problémára,

hiányosságra is felhívja a figyelmet a hazai egyetemek és múzeumok együttműködése kapcsán, főként a Pécsi Tudományegyetem tekintetében. Kiemelik, hogy noha a fent említett módon bizonyos képzések szorosan kapcsolhatóak a múzeumokhoz, fontos lenne az „iskolarendszer egyes szintjein az oktatáson túli, közművelődési programok propagálása, kommunikálása” (Koltai & Koltai, 2005: 81). Ennek végrehajtásában, kivitelezésében az oktatóknak és a hallgatói önkormányzatoknak adnának kiemelt szerepet. Felmerül ugyanakkor a kérdés, hogy mennyire megszólíthatóak a hallgatók kulturális vagy múzeumi téma kapcsán az oktatók és a hallgatói önkormányzatok által. Véleményünk szerint kevéssé, ezért ezt a témakört kérdőíves vizsgálatunk során külön is érinteni fogjuk.

Kárpáti (2011) vizsgálta a felsőoktatási intézményekben tanulók számára készült kiállítások, programok létét a múzeumokban. A kutatás kifejezetten lesújtó eredményt mutatott: „Különösen kevés a kínálat az egyetemistáknak, főiskolásoknak [...]. Minél idősebb a tanuló, annál kevesebb számára az interaktív múzeumi lehetőség. Sajnálatos, hogy a középiskolások, a még közoktatásban tanuló, tehát szervezeten múzeumba csábítható korosztálynak is csak minden ötödik program szól, az egyetemistáknak kevesebb, mint tizede (Kárpáti, 2011: 3, 5).”

Az elmúlt években újabb kutatások születtek a múzeumok és az egyetemek együttműködési lehetőségeiről. A Szabadtéri Néprajzi Múzeum – Múzeumi Oktatási és Módszertani Központ koordinálásával zajlott a Múzeumi és könyvtári fejlesztések mindenkinek (EFOP 3.3.3.-VEKOP-16-2016-00001) című kiemelt projekt 2017–2020 között, mely kapcsán többlépcsős kutatást végeztek a múzeumok és a felsőoktatás kapcsolatáról (Múzeumi és könyvtári fejlesztések mindenkinek, 2023), a múzeumok és az egyetemi oktatók oldaláról. Emellett több kisebb, egyéni jellegű vizsgálatra is sor került az egyetemisták oldaláról is – noha fontos ismét kiemelnünk, hogy nagymintás, részletes kutatás mindezidáig nem készült az egyetemisták múzeumi attitűdjéről. Az alábbiakban tehát a hazai kutatási eredmények egy szeletét kívánjuk ismertetni.

Káldy (2020) az egyetemek, a hallgatók és a múzeumok szempontjából vizsgálta a fenti pályázat keretében létrejött egyetemi-felsőoktatási mintaprojekteket. Az egyetemek szempontjából fontos volt a gyakorlati hely lehetősége, mivel a részt vevő egyetemek jellemzően elméleti tudást adtak a hallgatóknak, kevesebb a lehetőség nyílt a gyakorlati jellegű foglalkozások megtartására. A hallgatók a következő pozitívumokat jelölték meg a projekt kapcsán: „nem az egyetem falai között, hanem egy inspiráló, más közegben” lehettek; „közösségi élményt” és „kreditet” kaptak; „a múzeumi feladat és eredménye bekerülhet a portfóliómba”; „nem lexikális tudást kaptam, hanem igazi tapasztalatot” (Káldy, 2020: 236-237). A múzeumok számára pedig a program lehetőséget adott az egyetemista célcsoport jobb megismerésére.

Hazánkban az első átfogó, múzeumi-egyetemi együttműködéseket vizsgáló kutatás is a Szabadtéri Néprajzi Múzeum – Múzeumi Oktatási és Módszertani Központ megbízásából készült, 2020–2021-ben. A kutatás első szakaszában 207 hazai közgyűjteményt vizsgáltak a múzeumokkal kapcsolatos intézményi együttműködések kapcsán kérdőíves, majd kisebb mintán interjú vizsgálat segítségével (Nagy et al., 2021). A kutatás második szakasza kizárólag kvalitatív jellegű volt, azonban a „másik” oldalról, az egyetemi oktatók oldaláról kutatták a kérdéskört: Koltai és kutatótársai (2021) múzeumpedagógiai mintaprojektekben részt vevő, felsőoktatásban dolgozó oktatókat és koordinátorokat vizsgáltak strukturált interjúk segítségével. Az együttműködések gyakorisága kapcsán megállapították: a kutatást megelőző három év viszonylatában nem volt meghatározó az egyetemi együttműködések jelenléte. A megkérdezett múzeumok 33%-a ápoltszerű, 37% alkalmi együttműködéseket, 27%-nak pedig nem volt ilyen jellegű együttműködése. Az együttműködések közel fele ugyanazon településen, közel egyharmada pedig 50 kilométeres távolságon belül működő intézmények között alakult ki, tehát a távolság nagymértékben meghatározta a létrejövő kooperációt. Az együttműködések azon képzések esetében voltak a legerősebbek, melyek tanterve, tematikája önmagában is jobban kapcsolódott a múzeumokhoz: pedagógia, történelem, néprajz, művészet. Középerős együttműködést találtak a természettudomány, a turisztika-vendéglátás, a régészet és az óvodapedagógia tekintetében. A leggyengébb partnerség a kommunikáció, irodalom, gazdaságtan, színház- és filmművészet, építészet, marketing területére volt jellemző, míg kereskedelmi jellegű képzések kapcsán nem jött létre kooperáció (Nagy et al., 2021: 35). A leggyakoribb közös aktivitások a következők voltak: hallgatói szakdolgozatok, hallgatói gyakorlatok, egyéni hallgatói kutatások, csoportos hallgatói látogatások. Szakterületek tekintetében a leggyakoribb válaszok a következők voltak: múzeumi ismeretátadás; tudományos feldolgozás; képzés, projektmegvalósítás, rendezvényszervezés, kiállításrendezés, publikáció, kommunikáció (Nagy et al., 2021: 39).

Koltai és társai (2021) az egyetemi-múzeumi együttműködések intézményi tulajdonságaira is rákérdeztek az oktatókkal készített interjúikban. Intézményi szintet tekintve leginkább a kari és intézeti, tanszéki együttműködések voltak a jellemzőek, míg az összintézményi, központi együttműködésre alig akadt példa: a válaszadók egynegyedének nem volt arról információja, hogy egyáltalán létezett-e ilyen jellegű együttműködés. Ugyanakkor többen kiemelték a személyes kapcsolati háló fontosságát. Az egyetemi oktatók kapcsolatrendszere ugyanis nagyban meghatározza, hogy létrejönnek-e egyetemi-múzeumi együttműködések – ez az eredmény megerősíti Káldy (2020) korábbi eredményeit, mely szerint a személyes kapcsolati háló a legmeghatározóbb az egyetemi-múzeumi együttműködések esetében. A múzeumi munkatársak egyetemi oktatásba történő bevonása nem gyakori, ha

megtörténik, akkor leginkább óraadói (egyetemi és múzeumi helyszínen), tárlatvezetői és gyakorlatfelelősi tevékenységi körben történik a közreműködés. A múzeumok körében végzett vizsgálat (Nagy et al., 2021) is a személyes kapcsolatok fontosságára világított rá: az írásos jellegű megállapodások aránya rendkívül alacsony, a személyes kapcsolati hálóra építkező partnerségek aránya viszont erőteljes – mely azonban komoly bizonytalanságot jelez a múzeumok-felsőoktatási intézmények közötti kapcsolat szempontjából.

A múzeumi-egyetemi együttműködések minőségileg változatos képet mutatnak: pozitív és negatív példát is említ Koltai és társai (2021) kutatása. Általában nem jellemző, hogy a múzeumok „kiteleplőnének” az egyetemekre: nem igazán szerveznek az egyetemi épületekben programokat, kiállításokat. A múzeumi kollégák bevonásának hiányát is vizsgálták a kutatók, és az okok között leginkább anyagi jellegű jelenségeket tártak fel: az egyetem részéről nem oldható meg (legtöbb esetben) a múzeumi dolgozók munkájának anyagi kompenzációja, a személyes kapcsolati háló pedig csak bizonyos fokig bírja el ezeket a szívességeket. Az együttműködés előnyei kapcsán a következőt jelölték meg az interjúalanyok: „a hallgatók új módszerek gyakorlati alkalmazását sajátíthatják el a múzeumban (pl. drámapedagógia, múzeumpedagógia, élménypedagógia, speciális és hátrányos helyzetűek elérésére/ fejlesztésére használt módszerek, kutatómódszertan)” (Koltai et al., 2021: 86).

A múzeumok és felsőoktatási intézmények közötti akadályok tekintetében az interjúk kutatás egyetemi résztvevői leginkább anyagi jellegű problémákról tettek említést: az egyetem nem finanszírozza a hallgatók belépőjegyét, útiköltségét a múzeumokhoz történő eljutás során – az esetleges anyagi lehetőségeket ellehetetleníti az egyetemi finanszírozási bürokrácia. Elenyésző a Hallgatói Önkormányzatok anyagi támogatása is, illetve a pályázati források csak egy bizonyos ideig tudják finanszírozni a múzeumi belépőjegyeket. A másik fontos problémát a személyes kapcsolati hálóra történő túlzott támaszkodásban látják, ugyanis egy-egy megszűnő személyes kapcsolat teljesen leállíthatja a múzeumi-egyetemi együttműködések. A kutatás résztvevői kiemelten fontosnak tartották, hogy legalább a helyi múzeumokat megismerhessék a hallgatók – a kapcsolati hálók állapotától függetlenül. Jelenleg a múzeumok ingyenes belépést nem, legfeljebb kedvezményes belépőjegy-árat kínálnak az egyetemi csoportoknak, amennyiben nincs személyes kapcsolat a múzeumi kollégák és az oktatók között (Koltai et al., 2021).

A múzeumok körében végzett kutatás is hasonló eredményeket mutat: a megkérdezett múzeumi szakemberek is úgy érezték, hogy pénzügyi erőforrások hiányoznak múzeumi és egyetemi oldalról egyaránt (a múzeumi oldal finanszírozási problémáit Szabó [2016] is említette kutatásában). Hasonlóan komoly problémának érezték az együttműködések személyes kapcsolati jellegét, mely instabillá teszi a hosszútávú együttműködések. A múzeumi

megkérdozettek mindezek mellett problémának találták a „múzeumi munkatársak leterheltségét, valamint a földrajzi távolságot” (Nagy et al., 2021: 42).

A kutatásban részt vevő oktatók közül sokan viszik el hallgatóikat múzeumi kiállításokra, programokra, valamint sokan tartanak múzeumlátogatást tartalmazó kurzusokat (Koltai et al., 2021). Ezt az eredményt természetesen közel sem tekinthetjük általánosnak, hiszen a kutatás alanyai olyan oktatók voltak, akik múzeumi-egyetemi mintaprojektekben vettek részt, így alapvetően nyitottak és aktívak voltak a múzeumi tartalmak egyetemi bevonása kapcsán.

A múzeumok és egyetemek közötti aktívabb együttműködés létrejöttének érdekében javaslatokat is megfogalmazott mind Nagy és társai (2021), mind pedig Koltai és társai (2021) kutatása. A múzeumi vizsgálat eredményei azt mutatják, hogy leginkább a felsőoktatási intézmények „nyitottabb hozzáállására” lenne szükség, melyet szorosan követnek a „pénzügyi források”, és az emberi erőforrások bővítésének igénye (Nagy et al., 2021: 33). Az egyetemi oktatók körében végzett kutatás interjúalanyai szerint is egyetemi vezetői szinten lenne szükség a múzeumi együttműködések fontosságának felismerésére és támogatására, „nyitottabb hozzáállásra”; a múzeumok oldaláról pedig minél több, szabadon elérhető online adatbázisra, „tudományos és ismeretterjesztő” tanulmányokra (Koltai et al., 2021: 119). Az intézményi szint mellett a hallgatók számára nyújtott szolgáltatásokon is érdemes lenne erősíteni az oktatók szerint, melyek a következők: online adatbázisok és szolgáltatások; virtuális kiállítások; szakmai mentorálás; kutatási tevékenység támogatása; múzeumi büfék/kávézók működtetése; „a hallgatók önálló, informális tanulását lehetővé tevő szolgáltatások; [...] élményszerű szolgáltatások; megfizethető, vonzó tárgyak és könyvek árusítása a múzeumi shop-ban; kedvezmények biztosítása; tematikus összefoglalók arról, hogy a hallgatók az egyes gyűjteményeket miként használhatják tanulmányaik során; magas szintű katalógusok közzététele; könyvtári szolgáltatások; a telefonra letölthető guide-ok, applikációk [...]; publikációk online közzététele” (Koltai et al., 2021: 120-121). Ezen felsorolás alapján tehát fontos szerepe van az online, digitális múzeumi tartalmak könnyű elérhetőségének, illetve a hallgatók tanulmányi, szakmai fejlődése elősegítésének – az egyetemi oktatók szerint.

1.2. Egyetemi-múzeumi kooperáció a gyakorlatban

1.2.1. A kezdetek: művészeti múzeumok és művészeti egyetemek

A múzeumok és egyetemek együttműködésének legklasszikusabb, legrégebbi gyökerekkel bíró ága a művészeti múzeumok és a művészeti egyetemek közötti együttműködés (Ganz Blythe, 2013). Ennek gyökereit már a XVI. században is megtaláljuk, amikor is Giorgio Vasari kijelölt egy olyan teret, ahol a festőmesterek munkáját kiállították, és a tanítványok azokat közelről is

megvizsgálhatták. A XVII. század végén, XVIII. század elején aztán létrejöttek a klasszikus akadémiák, ahol már rendszerszinten zajlott az együttműködés a mesterek és a diákok között. Az intézményesített rendszerek következő szintjét aztán a párizsi Louvre 1793-as megnyitása jelentette: eredeti alkotásokat, nagy festők munkáit másolhatták le a növendékek a múzeum falai között vizsgálódva. A XIX. század végi Európában és az Egyesült Államokban létrejött múzeumok létrehozta külön oktatásért felelős szekciókat, így erősítve a múzeumokban tárolt tudás rendszerszintű hozzáférhetőségét az egyetemi hallgatók számára. Komoly fordulatot aztán Monet és kortársai hoztak, akik a kiléptek a természetbe, és a nagy elődök képeinek tanulmányozása és másolása helyett a külvilágból merítettek ihletet – ezt a szemléletmódot követték aztán az avantgardisták, a futuristák is. Ez a fajta komoly elhatárolódás aztán a XX. század elején véget ért: ekkor ismét értékelni kezdték a múzeumok hasznosságát a művészek és dizájnerek szakmai képzése szempontjából (Ganz Blythe, 2013). A múzeumokkal szemben azonban egyre több kritika merült fel: nem gyűjtötték ugyanis megfelelő intenzitással a kortárs műveket, melyekből a kortárs alkotók ugyancsak ihletet meríthettek volna (Ganz Blythe 2013). Ez a fajta disszonancia mind a mai napig tetten érhető a művészeti múzeumok és művészeti egyetemi képzések között, azonban a múzeumok újfajta pedagógiai szemléletének köszönhetően mégis képes a két szektor gyümölcsöző módon, a hallgatók igényeit figyelembe véve, tudásigényüket kiszolgálva együttműködni.

1.2.2. Gyakornokok és önkéntesek a múzeumban

A múzeumok és az egyetemek kapcsolatának egyik legalapvetőbb eleme a gyakornoki rendszerek működtetése: az egyetemeken tanuló hallgatók meghatározott keretek között, meghatározott intenzitással és mélységben, gyakornokként vesznek részt a múzeumok mindennapi tevékenységében: saját képzésükhöz kapcsolódva végeznek gyakornoki munkát, avagy általánosságban vesznek részt a múzeumok közművelődési életében (Koltai, 2011). Káldy (2020) a különböző szakterületek kapcsán megemlíti, hogy a kommunikáció- és marketing-jellegű szakok, valamint a pedagógusképzés esetében alig jelenik meg a múzeum gyakorlati helyként. Hagyományosan azt mondhatjuk, hogy ez a kapcsolat mind a hallgató, mind a múzeum számára előnyös lehet, ahogyan Wallace-Crabbe (1993) fogalmaz: egy előre megtervezett, megszervezett tanulási folyamatról van szó, melynek célja a szakmai fejlődés, mely hasznos a hallgató szakmai céljainak elérése, valamint a múzeum szakmai szükségleteinek kielégítése szempontjából egyaránt; s mely folyamatot egy képzett szakember felügyeli. Emellett előfordulnak olyan esetek, amikor a muzeológus szakdolgozati témavezetőként vesz részt a hallgató munkájában (Tóth & Weiszbürg, 2011).

Beckmann (2013) szerint a gyakornokság „az igazság pillanatának” tekinthető, amikor eldől, hogy az osztálytermi keretek között megszerzett tudást a hallgató hogyan tudja

alkalmazni a gyakorlatban, múzeumi keretek között. Kiemeli, hogy minden egyes gyakornok és gyakornokság egyedi és különböző, ugyanis egy bizonyos hallgató egy bizonyos intézményben, egy bizonyos munkahelyi mentorral, egy adott projekt vagy tevékenység kapcsán végzi munkáját. A szerző megemlíti, hogy hagyományosan (főleg a XIX. században és a XX. század közepén) a múzeumi karrier volt az egyértelmű eredménye az ilyen jellegű tevékenységeknek. Fontos megjegyeznünk, hogy napjainkban ezt már nem tudjuk egyértelműen megerősíteni hazai viszonylatban: az egyetemi kötelező szakmai gyakorlatok ritkán adnak megfelelő mennyiségű időt arra, hogy a hallgatók el tudjanak mélyülni a múzeumi világban, hogy a mentoraik megfelelő komolyságú és szakmaiságú feladatokat bízhatnak rájuk, melyek később a múzeumi szféra felé terelnék őket. Pedig az elköteleződés kialakítására nagy szükség lenne a múzeumi szakemberek utánpótlása szempontjából, hiszen a múzeumi szféra anyagi szempontból kevésbé vonzó a fiatalok számára.

Beckmann (2013) megemlíti az önkéntesség jelenségét, s annak problémáit is. A múzeumi gyakornokok ugyanis legtöbbször önkéntesként, fizetés nélkül dolgoznak a múzeumokban, holott több nemzetközi és nemzeti iránymutatás is él az önkéntesek és a gyakornokok különválasztását, külön rendszerben történő kezelését illetően. Az Arts Council of England például 2011-ben meghatározta az önkéntesség és a gyakornokság közötti különbségeket: a gyakornokság a tanács szerint nem egyenlő az önkéntességgel, az önkéntes munkával – a gyakornokság ugyanis egyfajta tanulóidő, szakmai gyakorlat, munkatapasztalat megszerzése, nem pedig öntevékenyen végzett, kevésbé szakmai tevékenység (Arts Council England, 2011, idézi: Beckmann, 2013). Ausztráliában, az Egyesült Királyságban és az Egyesült Államokban sok olyan nagy hagyományú muzeális intézmény működik, mely valóban szakmai gyakornokként alkalmazza a hallgatókat meghatározott formai keretek között, 3–12 hónapos gyakornoki programok segítségével, bizonyos esetekben fizetést is biztosítva (Beckmann, 2013). A legtöbbször általában egyénileg jelentkeznek ezekre a programokra, noha ideálisabb lenne, ha minden esetben felsőoktatási intézményekben tanuló hallgatók jelentkeznének csoportosan, akik a gyakornokságukért krediteket kaphatnának az egyetemen. Ez a fajta gyakornokság nem fizetett: az egyetemek egyfajta bróker-szerepet játszanak, akik összekötik a hallgatókat a gyakornoki helyeket nyújtó múzeumokkal (Beckmann, 2013). Véleményünk szerint ilyen jellegű kezdeményezésekre hazánkban is szükség lenne, mert a jelenlegi kötelező egyetemi gyakorlatok többsége sem az időbeli keretek, sem pedig a gyakornoki munka jutalmazása szempontjából sem működik megfelelően.

A múzeumi gyakornokság kapcsán három érdekgyázdát határozhatunk meg: az egyetemet, a hallgatót és a múzeumot (Beckmann, 2013). Csak akkor tekinthető sikeresnek egy múzeumi gyakornoki program, ha mindhárom szereplő elégedett, ha mindhárman pozitívan

értékelik a tevékenységet. Ugyanakkor mindhárom stakeholdernek más és más a célja a gyakornoki programmal, más a haszna a gyakornoki programból. Beckmann (2013) ezt a hasznát az alábbiak szerint összegzi:

- tanulók: számukra remek lehetőséget nyújt a gyakornoki program a tapasztalati tanulás megismeréséhez. A gyakornokok könnyebben lépnek át az egyetemista létből a munka világába, mert már rendelkeznek munkahelyei tapasztalattal.
- múzeumok: számukra a tanulók potenciális szakmai utánpótlást jelentenek, akik friss lendülettel, a legújabb szakmai tudás birtokában érkeznek a múzeumokba.
- egyetemek: a gyakornoki programok segítségével valódi munkakörnyezetet, gyakorlati képzést nyújthatnak a hallgatóiknak, ahol az elméletben elsajátított tudást a gyakorlatban próbálhatják ki a tanulók. Egyúttal olyan szakmai tudásra tehetnek szert a múzeumokban, melyek jövőbeni egyetemi kutatási témák alapjait is jelenthetik.

1.2.3. Campus múzeumok

Egyedi területet jelentenek a múzeumi szféra és a felsőoktatás kapcsolatában az úgynevezett campus múzeumok, melyek funkciója a hagyományos múzeumokéhoz hasonlóan a gyűjtemények létrehozása és gondozása, oktatás és tudományos kutatás, valamint kiállítások bemutatása (Davis, 1977: 112). Ez nem tér el nagyban az egyetemeken kívül működő múzeumok alapfunkcióitól, azonban a campus múzeumok fő célja, hogy ápolják és elmélyítsék a tudomány alapjait, ugyanakkor múzeumpedagógiával kevésbé foglalkoznak (Davis, 1977). Amíg külföldön viszonylag elterjedt forma, addig hazánkban campus múzeumokkal viszonylag ritkán találkozunk, de találunk egyetemi múzeumot például az Eötvös Loránd Tudományegyetem Természettudományi Karához kötődő területeken (Füvészkert, Tatai Természetvédelmi Terület és Szabadtéri Geológiai Múzeum, Természetrajzi Múzeum) (Tóth & Weiszbürg, 2011). Jelen kutatásunk szempontjából érdemes megemlíteni az SZTE SZÁOK Anatómiai, Szövet- és Fejlődéstani Intézet Gellért Albert Anatómiai Múzeumát, mely különböző emberi preparátumokat mutat be (Gellért Albert Múzeum, 2023). Az orvostudományi képzések hallgatói számára nem csak múzeumot, hanem tanulási teret is jelent ez az egyetemi egység.

A főiskolai és egyetemi „campus-múzeumok” is kiválóan alkalmasak arra, hogy egyfajta tanteremként funkcionáljanak, elősegítve a vizuális műveltség és megfigyelési képességek fejlődését – állítja Friedlaender (2013). Az eredeti műalkotások részletes tanulmányozása, megfigyelése, értelmezése egy tanulható képesség, mely gyakorlással egyre jobban fejleszthető, s nem csak a tanulmányok során, hanem munkakörnyezetben is a hallgatók hasznára válhat. Ugyanakkor a szerző kiemeli, hogy ezt a fajta vizuális megfigyelőképesség-megszerzés tapasztalati folyamat, elméletben oktatni és megtanulni nem lehet. Ezért jelent

remek tanulási helyet, elsajátítási lehetőséget a campus múzeumi tér, ahol a hallgatók eredeti műtárgyakon, festményeken keresztül sajátíthatják el ezt a képességet (Friedlaender, 2013).

1.2.4. Múzeumi egyetemi kurzusok és közös projektek tanulságai

Winstanley (2013) kutatásokat készített 300 felsőoktatásban tanuló hallgató részvételével a University of Londonon. A szerző „*Informális tanulás: tanuljunk kikapcsolódás közben*” („*Informal Learning: Learning through Leisure*”) című kurzust indított, ahol 12, egyenként 3 órás múzeumi alkalmon kellett részt vennie a hallgatóknak. A kurzus során a szabad választású tanulás („free choice learning”, Falk & Dierking, 2002) és az edutainment (Combs, 1999) aspektusait ismerték meg a hallgatók órai és otthoni szakirodalmi feldolgozások, hagyományos oktatási és multimédiás eszközök segítségével. A kurzus során a hallgatók ellátogattak legalább három múzeumba, a kurzus elején és végén pedig a hallgatóknak jelzőket kellett leírniuk a múzeumokkal kapcsolatban. Egyértelműen pozitívabb jelzőket használtak a kurzus végén, mint a kurzus elején, így elmondható, hogy a múzeumokkal kapcsolatos attitűdjükre pozitív hatással volt az elvégzett múzeumi kurzus (Winstanley, 2013).

A szerző kutatása kapcsán feltárta azokat a negatívumokat is, melyek távol tartották a vizsgált hallgatókat a múzeumoktól. Winstanley (2013) arra jutott, hogy a hallgatók aggódtak amiatt, hogy megtalálják-e a helyüket a kiállítóterekben, a látogatás ugyanannyira elkedvetlenítő lesz-e, mint a korábbi iskolai látogatások, melyek túlírányítottak és így irrelevánsak voltak a számukra. A részt vevő hallgatók egy része úgy vélekedett: a múzeumok azok a helyek, amelyek inkább tesztelik a tudást, mintsem ösztönöznék a tanulást (Winstanley, 2013). Ennek fényében talán nem meglepő, hogy kedvelték a múzeumi (körbe)vezetést, hogy egy oktató segítségével járassák be a múzeumot, a kiállításokat – aki képes kontextusba helyezni a látottakat, illetve segít a tájékozódásban, valamint segít a látottakat a hallgatók egyetemen elsajátított elméleti tudásához is kapcsolni. A kutatás során Winstanley arra is kíváncsi volt, hogy mi tetszett leginkább a hallgatóknak. A múzeumlátogatások során kiderült, hogy az érzelmekre ható élmények (történetek, rejtélyek, humor, stb.) segítettek leginkább abban, hogy egy másfajta tanulási térként tekintsenek a hallgatók a múzeumokra, s ezek a módszerek tették azt is lehetővé, hogy a tantermi oktatásnál mélyebb, jobban megmaradó tudáshoz jussanak a résztvevők (Winstanley, 2013). A múzeumi órán tapasztalt élmények kapcsán fontos megemlítenünk a szociokulturális kontextust; hiszen a diákok, csakúgy, mint bármely más látogató, egyszerre vannak jelen egyénként és egy csoport tagjaiként is, és mind az egyéni, mind a társas jelenlét nagyban befolyásolja a tanulási folyamatot. A kutatás során sok hallgató emelte ki az élmények társakkal való megosztásának előnyeit: ezen módszer segítségével a csoport tagjai jobban kötődtek egymáshoz, mint egy hagyományos oktatásban részt vevő csoport tagjai. A hallgatók úgy fejezhették ki véleményüket, hogy azt nem ítélte

helyesnek vagy helytelennek senki, így a diákok szívesen megosztották ötleteiket a látottakkal kapcsolatban. A vizsgálat során kialakult az ideális múzeumlátogatás formai és tartalmi összetétele: egy 90 perces látogatás esetén 20-30 percnyi múzeumi munkatársi jelenlét és információ-megosztás szükséges, utána az oktató és a hallgatók folytatják tovább a kiállítások feldolgozását (Winstanley, 2013). A szociokulturális kontextus mellett a fizikai környezet is nagy befolyással bírt a kutatás során a hallgatók múzeumi élményeire: az idő múlásával a hallgatók egyre inkább magukénak érezték a múzeumi tereket, a kurzus végére kevésbé feszengtek ezekben a terekben, mint pár hónappal korábban – ez azt mutatja, hogy rendszeres múzeumlátogatással leküzdhető a múzeumokban érzett elveszettség-érzés vagy szorongás. A kurzus arra is alkalmas volt, hogy a hallgatókat egyéni, visszatérő látogatásokra ösztönözze. A 6 éven át tartó kutatás alapján Winstanley (2013) kifejti, hogy strukturált, vezetővel történő múzeumi látogatások segítségével a hallgatók korábbi, negatív múzeumi élményekre építő, elutasító magatartását meg lehet változtatni (Winstanley, 2013).

Hasonló egyetemi kurzusokat indított Manfredi és Reynolds (2013) az angliai Museum of English Rural Life és a University of Reading együttműködésében. Első-, másod- és harmadéves, régész, ókortörténész és grafikus hallgatók vettek részt a „*Múzeumi bemutatás elemzése*” („*Analysing Museum Displays*”) és a „*Tárgyvizsgálat és múzeumi interpretáció*” („*Object Analysis and Museum Interpretation*”) című kurzusokon. A diákok megismerték a tárgyak különböző értelmezési kereteit, installációs körülményeit, a közönség felé nyitott, az ő megértésüket segítő kiállítási stratégiák működését. A másod- és harmadéves hallgatók kutatásban, leltározásban és a kiállítástervezésben is részt vettek. A szerzők kérdőíves kutatásokat, valamint fókuszcsoportos interjúkat készítettek a hallgatókkal a kurzusok teljesítése után (Manfredi & Reynolds, 2013). A kutatásból kiderült, hogy a hallgatók számára a leghasznosabb az elméletben tanultak gyakorlati hasznosítása volt, melyre a múzeum kiváló tanulási teret kínált, illetve kiemelték a múzeumi munkatársak által tartott órák pozitív oldalát, valamint a múzeumi gyűjtemények számukra elérhetővé váló „hands-on” jellegét. Emellett örömmel vették az újszerű, nem megszokott tanulási környezetet, mely alapvetően nem tanulásra volt kialakítva. A hallgatók azt is szívesen fogadták, hogy az órák során a munkájuk hasznos volt a múzeum számára, ők is aktív részesei lehettek a múzeumi tevékenységnek, azaz: résztvevővé válhattak (Manfredi & Reynolds, 2013).

A campus múzeumok kapcsán is találunk eredményes múzeumi-egyetemi együttműködési példákat. Friedlaender (2013) a connecticuti Yale School of Medicine és Yale Center of British Art között létező „*Megfigyelési készségek fejlesztése*” („*Enhancing Observational Skills*”) című kurzus sikerét emeli ki. A kurzus során az orvostanhallgatók a Yale Center of British Art nevű campus múzeum eredeti festményeit felhasználva erősítették

megfigyelési képességeiket, melyre munkájuk során kiemelt szükségük van. A kurzuson csoportosan vizsgálták meg az egyes festményeket a hallgatók, majd vitatták meg, mit is láttak a képen, s mire következtettek az egyes jelekből, részletekből – csakúgy, ahogyan a gyakorló orvosoknak kell diagnózisokat felállítaniuk nap mint nap, látható és nem látható jelekből, különböző háttérű, egészségű betegek tekintetében (Friedlaender, 2013). A kurzuson részt vevő hallgatók körében később kutatást végeztek kontrollcsoport bevonásával. A vizsgálat kimutatta, hogy a kurzust elvégző hallgatók nagyobb sikerrel tudtak meghatározni általános és részletes diagnosztikai elemeket, mint a projektben nem részt vevő társaik. Hasonló kurzusokat tartottak leendő ápolók, nővérek számára is, melyek az orvostanhallgatókéhoz hasonló, pozitív eredményekkel zárultak (Friedlaender, 2013).

A kutatás és maga a kurzus eredményei azért is fontosak témánk szempontjából, mert jól mutatják: a múzeumok gyűjteményei széleskörűen felhasználhatóak különböző egyetemi képzések segítése érdekében. Nem csak az adott szakterületet érintő gyűjteményekről beszélhetünk, hanem más szakterületről is – ahogyan azt a fent említett kutatás is jól mutatja. Az az alapvető elképzelés, mely szerint adott témájú múzeumi gyűjtemények csak az annak megfelelő témájú egyetemi képzések számára nyújthatnak tanulási tér-lehetőséget (például: biológus hallgatók csak a természettudományi gyűjtemény vizsgálatából tanulhatnak szakmailag), többé nem állja meg a helyét.

Hazánkban is megjelentek olyan egyetemi kurzusok, melyek a múzeumokban zajlanak, az ott látható kiállításokat helyezik a középpontba. Ilyen például a Szegedi Tudományegyetem Bölcsészettudományi Karának „Múzeumba-járás” című kurzusa, melynek óráit a szegedi Móra Ferenc Múzeumban és kiállítóhelyein, a Fekete házban, a Kass Galériában és a Vármúzeumban tartották (Medgyesi & Kovács-Krassói, 2014). Ezen kurzus célja az volt, hogy megismertesse a hallgatókkal a megváltozott múzeumi arculatot, az aktuális kulturális trendeket, ugyanakkor reflexióra ösztönözze az egyetemistákat a bennük élő múzeumképpel kapcsolatban. A kurzuson részt vett hallgatók beszámolóiból jól kirajzolódik a hagyományos és az újfajta múzeumkép közötti különbség: a kurzus teljesítése előtt a hallgatókban túlnyomórészt poros, egyhangú múzeumkép élt, amely azonban a kiállítások és programok megtekintése után újfajta, pozitív színben tűnt fel (Medgyesi & Kovács-Krassói, 2014).

Hadnagy-Portik és Káldy (2019) egy olyan mintaprojektről számolt be, melyben egyetemisták (ELTE Néprajz Intézet), középiskolások (Berzsenyi Dániel Gimnázium) és múzeumi szakemberek (Szabadtéri Néprajzi Múzeum) is közreműködtek. A Szabadtéri Néprajzi Múzeum egyik enteriorkiállításában készítettek digitális tartalmakat vegyes összetételű csoportokban, emellett kutatómunkát végeztek és családjukkal is készítettek interjúkat a múzeumi szakemberek koordinálásával, az elkészült projektet pedig a széles

nyilvánosság számára is hozzáférhetővé tették. Koltai és társai (2021) kutatásuk során vizsgálták a korábban említett, múzeumpedagógiai mintaprojektekben részt vevő oktatók véleményét azzal kapcsolatban, hogy milyen hallgatói kompetenciák fejlesztése történt meg a múzeumi órákon. A leginkább a „szociális és kommunikációs kompetenciák fejlesztését”, a műveltség bővítését, valamint az „önálló gondolkodási/ értékelési képességek fejlesztését” találták jellemzőnek a múzeumi órák tekintetében (Koltai et al., 2021: 103).

Korábbi saját kutatásaink (Hegedűs, 2016c) arra is rávilágítottak, hogy a múzeumi kutatásokba bevont hallgatók elkötelezettebbé válnak a múzeumok kapcsán. Egy terepmunkára épülő látogatókutatási projektbe vontunk be kommunikáció- és médiatudomány szakos hallgatókat, akik két kiállításban végeztek résztvevő megfigyelési tevékenységet, valamint interjút is készítettek a látogatókkal, pedagógusokkal. A kutatás befejezése után úgy nyilatkoztak, hogy élmény volt számukra ez a feladat, bevonva érezték magukat a múzeum életébe: úgy érezték, hogy egy csapat tagjaivá váltak, így rendkívül pozitívan véleményezték a projektet.

Noha eddig főként a hallgatókat elemeztük, nem csak a hallgatók, hanem az egyetemi oktatók múzeumi bevonása is jelentőséggel bír, hiszen a múzeumi gyűjteményeket, a múzeumi tereket az oktatók is hasznosítani tudják saját szakterületük, saját kurzusaik kapcsán. Az oktatók múzeumi jelenlétével kapcsolatban készítettek kutatást Villeneuve és társai (2006): a szerzők egy olyan programról számoltak be, mely során az egyetemi oktatókat kívánták bevonni az egyetemi múzeum munkájába a Kansas University egyetemi képzőművészeti múzeumában. Olyan képzéseket biztosítottak, melyek során az oktatóval együttműködve térképezték fel a múzeumi gyűjteményt az oktató szakterületének megfelelően, majd ezen képzéseket további egyetemi oktatókra terjesztették ki. A program eredményesnek bizonyult: egyre több oktató tartotta az óráját a múzeum falai között. Ebben a képzőművészeti múzeumban nem csak képzőművész hallgatóknak, hanem teljesen különböző területek hallgatóinak (mérnökök, gyógyszerészek, stb.) is a múzeum falai között tartottak órákat tanáraik. A nagy létszámú kurzusok esetében is találtak megoldást a program szervezői: az órák idejében tesztlapos módon haladtak körbe a hallgatók és az órán elsajátított tudást használták fel – illetve olyan is előfordult, hogy tanítási időn kívül kellett a múzeumot meglátogatniuk és feladatokat megoldaniuk (Villeneuve et al., 2006).

A múzeumok tehát olyan alternatív tanulási teret jelenthetnek a hallgatók számára, melyet a diákok szívesen használnak, ahol szívesen tanulnak. Ezt a lehetőséget érdemes felismernie és kihasználnia az egyetemeknek – azoknak az egyetemeknek, melyeknek vannak campus múzeumaik és azoknak is, melyek nem rendelkeznek saját múzeummal. Utóbbi esetben még erőteljesebb az érdek, hogy a múzeumokkal megfelelő megállapodásokra jussanak. A

kurzusok során kiderült, hogy nem csak a hallgatók számára lehetnek előnyösek a múzeum adta lehetőségek, hanem a múzeumok számára is előnyöket jelenthet a hallgatók bevonása a múzeumi mindennapokba, illetve az oktatók megszólítása is fontos annak érdekében, hogy a hallgatók elérjék a múzeumokat egyetemi kurzusaik keretében is.

Az egyetemeknek és a múzeumoknak szükséges megismerni a közösségüket és megismertetni magukat a közösségükkel ahhoz, hogy alapvető feladataikat elláthassák. Ez a fajta munka, feladat a múzeumi-egyetemi együttműködéseknek köszönhetően erősödhet, intenzívebbé és sikeresebbé válhat, hiszen segítheti a szakértők és a nyilvánosság közötti rések, szakadékok csökkentését (Watermeyer, 2013).

2. Egyetemisták és múzeumok

A fent említett kutatások alapján láthattuk a múzeumi-egyetemi együttműködések kihívásait, ugyanakkor azt is, hogy egy múzeum hogyan tudja hatékonyan elérni az egyetemista célcsoportot egyetemi kooperáció segítségével. Ugyanakkor kevesebb szakirodalmat és kutatási eredményt találunk arról, hogy az individuálisan érkező egyetemista korosztály hogyan viszonyul mindezen jelenségekhez, trendekhez. Kijelenthetjük, hogy az egyetemista korosztály hazai és nemzetközi szinten is a múzeumok egyik kiemelt célcsoportjaként tekinthető, azonban vajon milyen mértékben tekinthetőek múzeumba járó csoportnak? Milyen kép él bennük a múzeumokról, milyen motivációs tényezőkkel bírnak? Ezekre a kérdésekre keressük a választ jelen fejezetben.

2.1. A múzeumokról alkotott vélemény

A múzeumokról alkotott kép nagyban befolyásolhatja a múzeumlátogatási szokásokat, a látogatás gyakoriságát a fiatalok, az egyetemisták körében is. Mastandrea és társai (2016) több kutatást is végeztek olasz egyetemisták körében, mely során a bennük élő múzeumképet vizsgálták. Az egyik kutatás eredményei alapján három múzeumreprezentációs kategóriát hoztak létre. Az első a „lelkes” kategória: eszerint a pozitív értelmezés szerint a múzeumok interaktív lehetőségeket kínálnak arra, hogy a közönség kapcsolatba kerülhessen a múzeumi műtárgyakkal, kiállításokkal, megfelelő módot kínálnak a tartalmak megértésére és feldolgozására. A második a „hideg” kategória: eszerint a negatív értelmezés szerint a múzeumok csak a megőrzés terei, ennél többet nem nyújtanak a befogadónak – a kutatás során ugyanis többen unalmas jelzővel illették a múzeumokat. A harmadik múzeumi kategória összetettebb: a „tanulás kulturális tereként” hivatkoztak rá. E kifejezés alapján a múzeumok az informális tanulás terei, ahol a műtárgyak lehetőséget adnak egy olyan tanulási folyamat megjelenésére, mely a befogadók kreativitását is fejleszti (Mastandrea et al., 2016). A kutatók

kifejtik azon eredményeiket is, mely szerint azok a hallgatók, akik kellemesnek érzik a múzeumlátogatást (az első és a harmadik kategóriába tartozók), nagyobb eséllyel is járnak múzeumba, míg a második definíciós kategóriába tartozók a múzeumokat „távolságtartó, kellemetlen” terekként értelmezik (Mastandrea et al., 2016: 150).

Egy új-zélandi kutatás egyetemista résztvevői szintén pozitív és negatív jelzőket is megjelöltek a múzeumok kapcsán. A pozitív jelzők a következők voltak: „a múzeumok segítenek a tudás megszerzésében (91%), [...] a »nyitott elmék« fejlesztésében (76%), a múzeumlátogatások fontosak a tanárképzésben (64%), a tantestületnek ösztönöznie kell a múzeumlátogatást (52%), a múzeumlátogatások jó érzést keltenek [a látogatókban – H. A.] (47%)” (Smith et al., 2016: 179). A negatív jelzők között az alábbiakat találták: „a múzeumi weboldalak nem megfelelőek (80%), a múzeumok nem adnak megfelelő tájékoztatást (76%), a múzeumlátogatás oktatási szempontból nem hatékony (71%), elegendő csak olvasni bizonyos témákról [ezért nem érdemes múzeumba járni – H. A.] (69%), a múzeumok unalmasak (61%)” (Smith et al 2016: 179). Gombos (2011: 886) kutatásában is jellemzően negatív vagy közömbös véleményeket találunk: az általa megkérdezett magyar hallgatók szerint a múzeumok „valami régít” és „valami unalmasat” jelentenek, ugyanakkor egyfajta készletet is éreznek a múzeumlátogatás kapcsán: „egy olyan helyet jelent, ahol híres műveket és alkotásokat lehet megnézni.” Kolosai (2022) vizsgálatainak alanyai a múzeumokkal kapcsolatban gyermekkori emlékeik alapján a következő kifejezéseket használták: régi, rejtélyes, érinthetetlen, izgalmas. Schultz és Szalók (2021) kutatásának eredményei azt mutatták, hogy a múzeumokról főként hagyományos értelemben gondolkodtak a hallgatók: a közgyűjtemények számukra főként az értékőrzés színterei voltak.

2.2. Szabadidőeltöltés és a múzeumlátogatás motivációi

Mielőtt a múzeumlátogatási motivációkkal kapcsolatos korábbi kutatásokat bemutatnánk, fontosnak tartunk említést tenni a hallgatók szabadidő-eltöltési szokásairól: fogyasztanak-e múzeumi tartalmakat szabadidejükben? A korábbi kutatások alapján általánosságban elmondható, hogy a kulturális fogyasztók, látogatók „elsősorban valamilyen élményt – érzelmi, gondolati, viselkedési, társadalmi kapcsolati hasznot” keresnek, emellett „lényeges tényező [...] az idő, a társas kapcsolatok hatása, miközben gyakran jelentéktelenné válik a hagyományos keresletalakító tényezők – például az ár – befolyása” (Pavluska, 2014: 8). Bocsi Veronika több vizsgálatot is készített a hallgatók szabadidő-eltöltési szokásairól. A Partium felsőoktatási hallgatóinak szabadidő-eltöltési jellemzői kapcsán végzett vizsgálat eredményei között nem találunk múzeumokkal kapcsolatos aktivitást (Bocsi, 2014a). A szerző arra a megállapításra jutott, hogy a hallgatók szabadidejükben a legtöbb időt alvással, tanulással, zenehallgatással és szórakozással töltik. A karok tekintetében kijelentette, hogy „a

kötetlenebb, tanulással nem összefüggő tevékenységek az Orvosi Karon szorulnak leginkább háttérbe, míg a Műszaki Főiskolai Karon és a TTK-n a leghangsúlyosabban vannak jelen” (Bocsi, 2014a: o.n.), olvasással pedig a bölcsész és jogász hallgatók töltik a legtöbb időt. A Campus-lét kutatás adatbázisa alapján (Bocsi, 2014b: 225) a szabadidő-eltöltési szokásokat vizsgálva hat klaszterbe sorolta a megkérdezetteket: a „zenecentrikus, az eljáró-bulizó, a magaskultúrát elutasító, a könnyed tévéző, az otthonülő és a magaskultúrát fogyasztó színes” – az utóbbi csoportban kapott magasabb faktorszakókat a kiállítások látogatása. Kovács (2011) szintén a Debreceni Egyetem hallgatóinak körében végzett Campus-lét kutatás alapján vizsgálta a szabadidő-eltöltési szokásokat. A legnépszerűbb szabadidős tevékenységek a következők voltak: internetezés, zenehallgatás, tévénézés, DVD filmek nézése, sportolás. A megkérdezettek körülbelül 25%-a járt hetente szórakozóhelyre, 18% nem járt koncertre, körülbelül 25% nem látogatott el soha színházba, illetve nem volt jellemző az önkéntes munka sem (74% soha nem végez önkéntes tevékenységet). Béla-Csovcics és Kéri (2017) vizsgálata is hasonló eredményeket hozott a magyar hallgatók kapcsán, akikre nem jellemző az önkénteskedés (noha már részt vettek a hazai kötelező iskolai közösségi szolgálat rendszerében [Markos, 2021]), míg a külföldi hallgatók esetében erőteljesebben jelen van az önkéntesség. Bocsi és társai (2023) is kifejtették, hogy a nyugati országokra jobban jellemző az önkéntes tevékenység, mint a közép-kelet-európaiakra. A sportolás magas aránya kapcsán említhetjük meg Pfau (2014) kutatását is, aki a Debreceni Egyetem Agrár- és Gazdálkodástudományok Centrum (AGTC) hallgatói között vizsgálta a sportolási szokásokat. Kutatásából kiderül, hogy a megkérdezettek 69,9%-a sportol hobbiszinten, 6,5%-a pedig versenyszerűen. Visszatérve a szabadidő-eltöltés egyéb tényezőire: Murányi (2010) szintén a Debreceni Egyetem hallgatóit vizsgálta a szabadidő-felhasználás tekintetében. A megkérdezett hallgatókra nem volt jellemző az egyetemi kulturális, civil vagy sportegyesületi tagság, valamint egyetemi szervezésű programokon is kevesen vettek részt. Bulizni a megkérdezettek 20%-a soha nem járt egyetemi kötődésű szórakozóhelyekre, 11% pedig a városi ilyen jellegű tereket sem látogatotta. A kulturális jellegű tevékenységek közül a komolyzenei koncertlátogatás és a moziba járás a legkevésbé, míg a kiállítás és múzeumok voltak a leginkább népszerűek. A leggyakrabban végzett tevékenységek közé az internetezés, zenehallgatás, televízió- vagy videónézés és a zenehallgatás került, melyeket a sportolás és az olvasás követett. Főkomponens-elemzés segítségével hat szabadidő-eltöltési típust különböztetett meg: kultúra-típus, buli-típus, művész-típus, aktív kikapcsolódás-típus, NetZene-típus. A legaktívabb kultúrafogyasztók a „lányok, nagyvárosban élők, [...] az MA vagy PhD hallgatók, az idősebbek és az osztatlan képzésben tanulók” (Murányi, 2010: 207), a leghangosabbak pedig a fiúk, az alapszakosok, a kisebb településeken élők és a fiatalabbak. Kovács (2011) is létrehozott klasztereket a

szabadidő-eltöltési szokások alapján, melyeket a bezárkózóak, szórakozás- és fogyasztásorientáltak, valamint sportosak/társaságkedvelők névvel illetett. Vizsgálta ezen klaszterek háttértényezőit is: eredményei alapján a szülők végzettsége hatással van a szabadidő-eltöltési szokásokra, ugyanis a sportosak/társaságkedvelők rendelkeznek a legmagasabb szülői végzettséggel. Szintén ők azok, akik legnagyobb arányban laktak nagyvárosban. A legjobb anyagi helyzetben ugyancsak a sportosak/társaságkedvelők voltak, míg a legrosszabb anyagi helyzetben a bezárkózóak éltek. Ez az a klaszter, amelyben leginkább a bölcsészet- és természettudományi karok hallgatói megjelentek, a jogi kar hallgatói jellemzően a szórakozás- és fogyasztásorientált klaszterbe kerültek, míg az orvos- és egészségügyi képzésen tanulók legnagyobb arányban a sportosak/társaságkedvelők klaszterébe tartoztak. Engler és Németh (2012) a fiatal értelmiségiek művelődési szokásairól készített kutatásából kiderül, hogy a klasszikus kulturális tevékenységek közül (színház, multiplex és hagyományos mozi, múzeum, hangverseny) a legkisebb gyakorisággal színházba, hangversenyre és hagyományos moziba jártak a megkérdezettek, a népszerűbb kulturális tevékenységet pedig a múzeum és leginkább a multiplex mozi jelentette. Sörös (2009) kutatása kimutatta, hogy sem a moziba járás, sem pedig a színházlátogatás nem népszerű kulturális aktivitás a hallgatók körében. Erre a megállapításra jutott Stefán (2008) is egy pécsi egyetemisták körében végzett vizsgálata alapján: színházba a hallgatók mindössze 10%-a járt rendszeresen, moziba pedig 40% soha sem látogatott el Pécsett. Ezzel szemben Schultz & Szalók (2022) kimutatták, hogy a Budapesti Gazdasági Egyetem tanulói számára a színház- és mozilátogatás a legnépszerűbb kulturális jellegű szabadidő-eltöltési program. Akdeniz (2018) és társai a törökországi Kocaeli Egyetemen tanuló külföldi diákok körében végeztek kutatást: a leginkább kedvelt szabadidő-eltöltési aktivitások között szerepeltek a fizikai tevékenységek (45%) (pl. sportolás), a közösségi tevékenységek (28,9%), az otthoni jellegű tevékenységek (13,6%), valamint a kulturális-művészeti tevékenységek (8,9%). Miklós és társai (2018) kimutatták, hogy a Szegeden tanuló külföldi hallgatókra nem jellemző a szegedi színházlátogatás (Miklós et al., 2018). A művelődési intézmények látogatási motivációjának kapcsán Bocsi (2022) kiemelte a kapcsolatrendszer fontosságát: „a közösségi hatások erőteljesebbnek mutatkoznak (nagyszülők, párkapcsolat, barátok)” (Bocsi, 2022: 202).

A kultúrafogyasztás és a múzeumlátogatás motivációit több kutatás is vizsgálta. Locher (2016) az Egyesült Államokban végzett kutatást, mely szerint a megkérdezettek 41%-a leginkább azért járt múzeumban, mert eredeti műtárgyakat szeretett volna látni. Egy olasz kutatás során (Mastandrea et al., 2016) lineáris regresszió segítségével vizsgálták a múzeumlátogatási motivációt, és arra az eredményre jutottak, hogy a legmeghatározóbb az érzelmi alapú motiváció volt, a kulturális tényezők pedig kevésbé bizonyultak jellemzőnek.

Külső és belső motivációs tényezők alapján vizsgálódva azt a megállapítást tették, hogy a belső motivációs tényezők a legmeghatározóbbak, a külső tényezők pedig nem jellemzőek – a kutatás résztvevői leginkább azért jártak múzeumba, hogy érzelmi jellegű igényeiket kielégítsék. Egy tajvani vizsgálatban részt vevő hallgatók számára a következők voltak a leginkább motiváló tényezők: „a látogatás során tapasztalt öröm”, „a művész, a tudós, a kiállítás iránti érdeklődés”, „a kulturális gazdagodás vágya” (Chen, 2016: 169). Egy új-zélandi vizsgálat pedig arra világított rá, hogy a személyes érdeklődési kör és az érzelmi aspektusok a legmeghatározóbbak a múzeumlátogatási motiváció tekintetében: „érdeklődnék a múzeum/kiállítás iránt, szórakoztató élményt keresnek, jól szeretnék érezni magukat” (Smith et al., 2016: 180). Reisz (2019) pécsi pedagógushallgatók körében végzett kutatását is érdemes megemlítenünk a múzeumlátogatás céljai kapcsán. A vizsgálat során nyolc felsorolt cél közül választhattak a kutatásban részt vevő pedagógushallgatók. A leggyakrabban említett cél a családi/szabadidős program (57 említés), valamint a tanórai tanulás (53 említés) volt. A többi célt jóval kevesebb alkalommal jelölték meg a válaszadók: iskolai közösségi szolgálat (12 említés), megemlékezés jeles napok ünnepeiről (8 említés), szakkör (7 említés), osztálykirándulás (6 említés), önkéntesség (6 említés), munkavégzés (3 említés) (Reisz, 2019: 37). Schultz és Szalók (2022: 49) kutatási eredményeik alapján kiemelték, hogy a hallgatók utazásaik alkalmával szívesebben látogatnak el múzeumba, mint egyébként (a megkérdezettek 64%-a nyilatkozott így): „a helyi kultúra hiteles megismerésének a lehetősége” fontos motivációs tényező a számukra. A megkérdezettek múzeumlátogatását leginkább befolyásoló tényezők pedig a következők voltak: téma, hírnév, belépő ára, látogatómenedzsment, elhelyezkedés.

Több kutatás azonban nem csak a múzeumlátogatás motivációit, hanem a múzeumba nem járók távolmaradásának okait is vizsgálta. A korábban említett, új-zélandi hallgatók körében végzett kutatás eredményei között az első három helyen külső ok szerepel: időhiány (89%), a múzeumlátogatás lehetőségének hiánya (78%), nincs kivel menni (78%). A nem elegendő információ, valamint a múzeumok iránti érdeklődés hiánya a megkérdezettek 44%-ára volt jellemző, 41% más kulturális programokat kedvelt inkább, míg a korlátozott nyitva tartási idő a megkérdezettek 11%-ára volt jellemző (Smith et al., 2016: 179). Höge (2016) kutatásai azt mutatták, hogy a múzeumba nem járók körében a legfőbb okot (62,2%) az jelentette, hogy a megkérdezettek szerint sokkal érdekesebb szabadidő-eltöltési lehetőségek is rendelkezésre álltak, mint a múzeumlátogatás. Az okok között említették azt is, hogy messze vannak tőlük az érdekes múzeumok, illetve megjelölték az időhiányt is – noha a szerző szerint korábban azt jelezték, hogy több szabadidővel rendelkeznek, mint múzeumlátogató társaik. A további okok között szerepelt az, hogy nincsenek olyan barátaik, akikkel el tudnának menni, soknak tartották a belépőjegyek árát, valamint a múzeumoknak sem az életükhöz, sem pedig a

szakmai karrierjükhöz „semmi köze sincs” (Höge, 2016: 109). Mastandrea és társai (2016: 148) olaszországi kutatásában a múzeumlátogatás hiányának leggyakoribb okaként az időhiányt jelölték meg a hallgatók. Emellett az okok között szerepelt, hogy nem érdeklik őket a különböző múzeumi témák, társaik nem érdeklődnek a múzeumok iránt („nem tudják a múzeumi élményeket barátaikkal megosztani”), nincs kivel múzeumba menniük, valamint drágának tartják a belépőjegyeket. Érdeemes megemlíteni Gombos (2011) kutatását, mely a belépőjegyek kapcsán éppen ellentétes eredményt hozott: a belépők ára nem befolyásolta a megkérdezett hallgatókat – ha nem érdekelte őket a kiállítási téma, akkor abban az esetben sem mentek el múzeumba, ha ingyenes volt a belépés. Ha viszont a téma érdekes, hajlandóak voltak többet is fizetni a belépőjegyért. A tajvani kutatásban a belépőjegyek ára nem jelent meg, a kevés szabadidő viszont igen: a megkérdezettek 70%-a időhiánnyal indokolta, hogy nem jár múzeumba, illetve többen jelezték, hogy nincs olyan típusú múzeum, mely érdekelné őket, illetve „valami új, modern, kortárs tartalmat szeretnének látni” (Chen, 2016: 171).

Saját, korábbi kutatásaink hasonló eredményeket hoztak. Fókuszcsoporthoz vizsgálatunk (Hegedűs, 2016b) azt mutatták, hogy a hallgatók múzeumokról alkotott véleményét nagyban befolyásolja személyiségük, azaz egy-egy téma iránti elköteleződés, érdeklődés. Alapvetően úgy ítélték meg, hogy a múzeumokra szüksége van a társadalomnak, mert azok az eredetiség „biztosítói”: az ott őrzött tárgyak, az ott tárolt tudás megbízható, hiteles, és a múzeumok nyújtják a garanciát arra, hogy mindez a jövő generációi számára is megőrződjön. Emellett kiemelték a múzeumok különleges, elzárt világának érdekességét, mely komoly távolságra van az alanyok hétköznapi életétől, mindennapjaitól. Nyitottan, érdeklődően álltak hozzá a nem hagyományos múzeumi programokhoz (például: szabadulószoa, detektívjáték), ugyanakkor problémákat is megjelöltek. A kutatás résztvevői nagy arányban vetették fel problémaként, hogy csendben kell lenni, „nem lehet rosszalkodni”, régiek az épületek, túl sok a szöveg, nincs, aki elmenjen velük. Érdekes szólni arról is, hogy szinte senki sem jár az egyetemi csoporttársaival múzeumba, csakis akkor, ha egyetemi szinten szervezett, kötelező jellegű látogatásról van szó. Többen úgy vélekedtek, hogy a múzeumokban bizonyára sok idős ember dolgozik, akik nem mernek vagy nem akarnak változtatni a régi rendszereken. Problémaként vetették fel azt is, hogy noha a beltartalom érdekes, a külcsín sok esetben elrontja az élményt, az élvezhetőséget látogatás közben.

2.3. A múzeumlátogatás gyakorisága

Több hazai és nemzetközi kutatás is vizsgálta a fiatalok, a felsőoktatásban tanulók múzeumlátogatási szokásait: leginkább arra az eredményre jutottak, hogy nem jellemző rájuk a múzeumba járás. Pavluska és társai (2018) a 16-29 éves korosztály körében vizsgálta a múzeumlátogatási gyakoriságot: a megkérdezettek 37,1%-a soha nem járt múzeumba,

kulturális programokon pedig 71%-uk soha nem vett részt, és azt is megállapították, hogy a nők intenzívebb kulturális fogyasztók és múzeumlátogatók, mint a férfiak. Koltai és Koltai (2005: 81) a Pécsi Tudományegyetem hallgatói kapcsán úgy fogalmaztak, hogy „problematikusak” az egyetemisták múzeumlátogatási szokásai: „nem is egy végzős, felsőbb évfolyamos hallgató van a Pécsi Tudományegyetemen, aki egyetemi tanulmányaik röpké öt éve alatt nem látogatott meg egyetlen pécsi múzeumot sem, és vannak olyanok is, akik még a Nemzeti Múzeumban sem jártak.” Az alacsony múzeumlátogatási hajlandóságot két szemponttal indokolták: a rossz gyermekkori emlékek hatásával, valamint a múzeumok látogatóbarát jellegének hiányosságaival. A gyermekkori negatív emlékek mind a mai napig meghatározóak (Hegedűs, 2017b): a hallgatók leginkább kötelező osztálykirándulások alkalmával látogattak el múzeumba általános és középiskolai éveik alatt, melyek során azonban nem szívesen jártak körbe a múzeumban, mert túlságosan erőteljes volt a kötelező jelleg. A közgyűjteményeket ridegnek tartották – így ezek az emlékek is hozzájárulhattak ahhoz, hogy egyetemistaként ne váljanak gyakori múzeumlátogatóvá. Koltai és Koltai (2005: 81) megerősíti ezt a megállapítást: „ha egyszer valakibe negatív emlékképek kapcsolódtak a múzeumokkal kapcsolatban, azt felnőtt korban megváltoztatni nagyon nehéz”. Hasonló eredményre jutott Bocsi (2022: 202) fókuszcsoporthoz tartozó kutatása során, ahol szintén a „közoktatás negatív formáló erejét tudták kimutatni például a múzeumok esetében”. Míg a színházlátogatás kapcsán a gimnáziumi tanárok motiváló erővel bírtak, addig az iskolai múzeumi látogatások inkább elvették a tanulók kedvét. Így vélekedtek a Koltai és társai (2021) kutatásában részt vevő egyetemi oktatók is, akik a hallgatók alacsony múzeumlátogatási gyakoriságát a korábbi negatív iskolai tapasztalatokkal indokolták: „a hallgatók nem túl nagy lelkesedéssel mennek múzeumba, [...] nagyon rossz tapasztalatokkal jönnek. [...] Aki meg járt [múzeumban – H.A.], annak pedig az osztálykirándulásoknak az a szakasza rémlik fel, amikor végighurcolják őket a tárlók előtt.” (Koltai et al., 2021: 107). Taylor (1996) hasonló eredményekre jutott: úgy vélte, hogy a hallgatók korábbi, formális tanulási környezetben szerzett tapasztalatai nagyban befolyásolják a későbbi, informális környezettel kapcsolatos véleményüket. Azaz a negatív iskolai múzeumlátogatási élményeik negatív hatással lehetnek a későbbi múzeumképükre.

Kárpáti Andrea egy 2008–2009-ben készült múzeumi kutatás kapcsán számolt be az egyetemisták múzeumlátogatási gyakoriságáról (Kárpáti, 2011). Reprezentatív hazai múzeumi vizsgálata során arra a megállapításra jutott, hogy „kevés a felsőfokú oktatási intézményben tanuló diák a kiállításokra érkezők között. [...] Nem is mennek el a múzeumba: a felsőoktatásban tanulók közül kevesebben járnak múzeumba, mint az óvodások (Kárpáti, 2011: 3).” Utóbbi megállapításhoz hozzá kell fűznünk, hogy az óvodások legtöbbször csoportosan, szervezeten látogatnak el múzeumba, illetve minden esetben ingyenesen járhatnak a

közgyűjteményekben, míg ez utóbbi lehetőség az egyetemisták, főiskolások számára nem biztosított. Bocsi (2022) a 2012-es HERD kutatás, valamint a PERSIST 2019 adatbázis alapján vizsgálta a hallgatók művelődési szokásait, s így a múzeumlátogatásukat is. A 2012-es kutatás alapján a megkérdezettek 20,3%-a soha nem jár múzeumba vagy galériába – ez az arány a 2019-es kutatás esetében több, mint 40% volt. Vizsgálta a szülők végzettsége alapján is a múzeumlátogatás gyakoriságát: a HERD kutatás során az első generációs értelmiségi hallgatók 79,5%-a soha vagy ritkán járt múzeumba, míg a diplomás szülőkkel rendelkező hallgatók esetében ez az arány 67,8% volt. A 2012-es és 2019-es kutatási eredményeket összehasonlítva arra a megállapításra jutott, hogy “kimutatható az első generációs diákok hátránya a művelődési fogyasztás területén, de a részletesebb elemzések egy belső, tevékenységi formánként eltérő áttrendeződést valószínűsítenek” (Bocsi, 2022: 229). Stefán (2008) és Reisz (2019) a Pécsi Tudományegyetem hallgatóit vizsgálta. Stefán (2008) kutatásában a megkérdezettek kétharmada ritkán vagy szinte soha nem jár pécsi múzeumban, noha rendkívül széles kínálatból válogathatnak. A tanulók 13,6%-a számít rendszeres múzeumlátogatónak. Reisz (2019) nappali tagozatos pedagógusjelölt hallgatóinak körében végzett kutatást, mely a fent említett magyar vizsgálathoz képest másféle képet mutat a múzeumlátogatási aktivitás tekintetében: eredményei inkább a nemzetközi eredményekhez állnak közelebb. A hallgatókat több életszakaszuk kapcsán (óvodás, általános és középiskolás, egyetemista) kérdezte a múzeumlátogatási gyakoriságról. Az egyetemista időszakot tekintve a rendszeres múzeumlátogatók aránya mindössze 5% körüli, a soha nem járók csoportjába pedig a megkérdezettek körülbelül 45%-a került. Fontos azonban megjegyeznünk, hogy jóval kisebb mintán (100 fő) dolgozott, mint a fentebb említett kutatók, illetve a mintája homogén volt (pedagógusjelöltek), míg a fenti kutatások több képzési terület hallgatóit vizsgálták. Engler és Németh (2012) is vizsgálta a hallgatók múzeumlátogatási szokásait: a kutatásukban részt vevő hallgatók 19%-a soha, 72%-a évente néhányszor, 9,2%-a pedig havonta legalább egyszer ellátogatott múzeumba. A Magyar Ifjúságkutatás 2020 (Domokos et al., 2021) eredményeit megfelelő „óvatossággal” vesszük csak figyelembe, hiszen a kutatás 15–29 év közöttieket vizsgált, azonban az eredmények az egyetemistákkal kapcsolatos trendek jelzésére is alkalmasak lehetnek. A kutatás résztvevői számára a múzeumlátogatás a népszerűbb klasszikus kulturális tevékenységek közé tartozott, de így is rendkívül alacsony volt a gyakorisága: a megkérdezettek 65%-a soha nem járt múzeumba, évente többször látogatott el a fiatalok 24%-a, 2-3 havonta 7%-a, havonta többször a 4%-a. Máté (2016) kismintás kutatásának eredményei másféle képet mutatnak, melynek háttérében nem csak az alacsony elemszám, hanem az is áll, hogy múzeumlátogatás után töltötték ki pedagógus és turizmus-vendéglátás szakos hallgatók a kérdőívet. Ezen eredmények azt mutatták, hogy kifejezetten magas múzeumlátogatási aktivitással rendelkeztek a kitöltők: a

pedagógushallgatók közel 60%-a jelölte be, hogy félévente jár múzeumba, a turizmus-vendéglátás szakosok között pedig 40% volt ez az arány.

A külföldi kutatásokat vizsgálva Mastandrea és társai (2016) az egyetemisták múzeumlátogatási gyakorisága kapcsán arra a megállapításra jutottak, hogy azok a hallgatók, akik gyakran jártak múzeumban, a jövőben is gyakori múzeumlátogatást terveztek, míg azok a megkérdezettek, akik ritkán jártak múzeumba, nem bizonyultak nyitottnak a jövőbeni múzeumlátogatás szempontjából – tehát a múzeumba nem járó hallgatókat jóval nehezebb megszólítani múzeumi szempontból. Szintén a múzeumlátogatás gyakoriságát kutatta Locher (2016) amerikai egyetemi hallgatók körében a vizsgálat előtti 12 hónap vonatkozásában. Az eredményei azt mutatták, hogy a megkérdezettek 37%-a egyszer sem, 22% egy alkalommal, 40% pedig kétszer vagy több alkalommal járt múzeumban és/vagy nézett meg kiállítást. Höge (2016) német hallgatókkal végzett vizsgálata alapján három kategóriába sorolta a megkérdezetteket a múzeumlátogatási gyakoriság szerint. A „múzeumfanatikusok” azok a hallgatók, akik évente 5 vagy több alkalommal járnak múzeumba; a „lehetséges múzeumlátogatók” kategóriájába sorolta azokat, akik évente 1-4 alkalommal látogatnak múzeumokat; a „nem-látogatók” csoportjába pedig azok a tanulók kerültek, akik soha/szinte soha nem járnak múzeumba. Az eredmények azt mutatták, hogy a kutatás résztvevői közül a legtöbben a (56,2%) a második, „lehetséges múzeumlátogatók” csoportjába tartoznak, 35,9% a „nem-látogatók” kategóriába került, míg legkevesebben a „múzeumfanatikusok” (7,9%) közé tartoztak. A hallgatók képzési szintjét vizsgálva arra a megállapításra jutott, hogy a képzési szint nem befolyásolja a múzeumlátogatás gyakoriságát (Höge, 2016). Az elmúlt 12 hónap múzeumlátogatását vizsgálta Vilatte is szerzőtársaival francia hallgatók körében, akik hasonló eredményre jutottak, mint a német vizsgálat kutatói: a megkérdezettek 31%-a nem járt múzeumban, 61%-a 1–5 alkalommal látogatott el, míg az ennél gyakoribb múzeumlátogatók aránya mindössze 8% volt (Vilatte et al., 2016). Az olasz hallgatók esetében az arányok a következők: a megkérdezettek 32,4%-a egyszer sem; 61,6%-a 1–5 alkalommal; míg 6%-a 5 alkalomnál többször járt múzeumban (Mastandrea et al. 2016). A tajvani kutatások megkérdezettjeinek jelentős többsége is a Höge (2016) által kijelölt „lehetséges múzeumlátogatók” kategóriájába tartozott: 70%-uk 2–3 alkalommal járt az elmúlt évben múzeumban (Chen, 2016). Az új-zélandi hallgatók körében végzett vizsgálat résztvevőinek körülbelül 85%-a járt legalább egy alkalommal múzeumban a kutatást megelőző 12 hónapban (Smith et al., 2016). Ennek a 2016-os nemzetközi kutatásnak magyar közreműködői is voltak: több magyarországi egyetem hallgatóinak körében végzett vizsgálatot Illés és Bodor (2016). Az ő eredményeik is azt mutatták, hogy a „lehetséges múzeumlátogatók” kategóriájába tartozott a hallgatók többsége (68,4%), akik 1–5 alkalommal látogattak el az elmúlt évben

múzeumban. A megkérdezettek 3,7%-a nem jár soha múzeumba, míg a résztvevők 15,1%-a számít „múzeumfanatikusnak”: ők több, mint 5 alkalommal látogattak el közgyűjteménybe. A szerzőpáros két csoportba sorolta a megkérdezetteket múzeumlátogatási gyakoriságuk kapcsán: múzeofőb és múzeofil kategóriákba. A múzeofőbök csoportjába tartoztak azok a hallgatók, akik a vizsgálat időpontja előtti egy évben egyszer sem jártak múzeumba: ennek a csoportnak negatív véleménye volt a múzeumokról, azaz nem tartották azokat megfelelő tanulási térnek és bármilyen egyéb kulturális programot szívesen választottak, de múzeumba nem mentek el. A múzeofil kategóriába azok tartoztak, akik 5 alkalomnál többször látogattak el múzeumba: szerintük a múzeumok megfelelő tanulási terek, fontos tudást közvetítenek. Ezek a hallgatók más kulturális programok helyett szívesebben jártak múzeumba, ők rendelkeztek „a legmagasabb belső motivációval” a múzeumlátogatás tekintetében (Illés & Bodor, 2016: 190).

Több kutatás állította fókuszba a múzeumlátogatási gyakoriság háttértényezőit. Höge (2016) a szabadidőeltöltési szokások alapján vizsgálta a múzeumlátogatási aktivitást az általa létrehozott három kategória alapján. A „nem-látogatók” leggyakoribb szabadidős tevékenysége a barátokkal és a családdal eltöltött idő, valamint a TV/Video/DVD-nézés. A legkedveltebb szabadidős tevékenységek közé nem soroltak a hallgatók egyetlen kulturális jellegű aktivitást sem, sőt: ezek végeztek a legutolsó helyeken. A „lehetséges múzeumlátogatók” csoportjában is a barátokkal és a családdal töltött idő jelentette a legnépszerűbb szabadidős tevékenységet, melyet azonban a természetben/kertben töltött idő és az olvasás követett, a színházba járás és a múzeumlátogatás pedig ismét a lista végén szerepelt. A „múzeumfanatikusok” szabadidős programjainak első helyénél nincs változás: a barátokkal töltött idő és a családdal töltött idő szerepel itt is, melyet az olvasás és az utazás követ. Noha a múzeum- és színházlátogatás náluk sem szerepel a népszerűbb szabadidős tevékenységek között, mégis előrébb sorolták őket, mint a múzeumba rendszeresen nem járó társaik (Höge, 2016). A szerző azt is megemlíti, hogy ezek az eredmények meglepőek annak tudatában, hogy a vizsgálatban részt vevők magas műveltségű társadalmi rétegből származtak.

A fentiek alapján is elmondhatjuk, hogy a kulturális tőke erőteljes hatással bír a múzeumlátogatási szokásokra: több szerző hangsúlyozza, hogy a magasabb kulturális tőkével rendelkezők nagyobb valószínűséggel fogyasztanak múzeumi tartalmakat. Reisz (2019) kutatásában kiemelte a családban megtalálható könyvek számát is mint a szociokulturális vizsgálatok alapját. 300 könyv felett magasabb szociokulturális háttérrel számolt, vizsgálatának résztvevői többségében ebbe a kategóriába tartoztak. Az egyéni kulturális örökség fontosságára hívja fel a figyelmet Hein (1998) is, kiemelve a múzeumok azon feladatát, hogy megfelelő múzeumi tartalmakat kínálnak a különböző kulturális tőkével rendelkező látogatók számára. Francia hallgatókat vizsgálva Vilatte és kutatótársai (2016) pedig arra a megállapításra jutottak,

hogyan a társadalmi tényezők mellett a látogatók személyiségi jegyei, érdeklődési köre és motivációja is hatással van a múzeumlátogatásra. Utóbbi nézettel magunk is egyetértünk: noha sok szerző hangsúlyozza, hogy a rendszeres múzeumlátogatás magasabb műveltséggel jár, ugyanakkor ezt a kijelentést nem lehet minden egyénre általánosan érvényesnek tekinteni. Ahogy Vilatte és társai (2016) és a múzeumlátogatási motivációkat bemutató részben ismertetett szerzők is jelezték, sokféle indok állhat a múzeumlátogatás hátterében, így nem tekinthető a magasabb műveltség és a gyakoribb múzeumlátogatás ok-okozati jellegű összefüggésnek.

Bizonyos kutatók vizsgálták a képzési területek hatását is a múzeumlátogatásra. A Római Egyetem négy karán végzett kutatás során (Mastandrea et al. 2016) azt tapasztalták, hogy a teljes minta 24,5%-a nem látogat múzeumokat, a képzési területek eredményei azonban eltérőek voltak. A jogász hallgatók körében volt a legalacsonyabb a múzeumba nem járás aránya (15,2%), a bölcsészek közül 18,1%, a mérnökök közül 26,8%, míg a pedagógus hallgatók közül 34,5% nem járt múzeumban a kutatás előtti évben. Ezek az eredmények azt jelzik, hogy a jogi és bölcsészettudományi képzéseken volt a legmagasabb a múzeumlátogatás gyakorisága a vizsgált négy kar tekintetében. A Tajvani Nemzeti Egyetemen készült kutatás eredményei pedig azt jelezték, hogy a művészeti képzés hallgatói jártak leggyakrabban múzeumba (46,7%), jóval többen, mint bármely más vizsgált képzés tanulói (Chen, 2016).

Mastandrea és társai (2016) olasz hallgatók körében vizsgálták a múzeumlátogatások során a tanulóknál megjelenő érzéseket, gondolatokat is. Három kategóriába sorolták a megadott kifejezéseket, melyeket a megkérdezetteknek Likert-skálán kellett értékelniük: érdeklődés, szórakozás és negatív érzések. Az eredmények azt mutatták, hogy az érdeklődéssel és szórakozással kapcsolatos kifejezések érték el a legmagasabb eredményt. A kíváncsiság 4,1-es, az érdeklődés 3,8-as, míg az élmény 3,6-os átlagot hozott. A negatív érzések voltak legkevésbé jellemzőek a tanulók múzeumlátogatására: ezek a kifejezések átlag alatti eredményeket értek el (Mastandrea et al. 2016). Ezen kutatás alapján tehát elmondható, hogy a múzeumba járó hallgatók pozitívan értékelték múzeumlátogatásukat. Hasonló eredményeket közöltek egy új-zélandi kutatás kapcsán is (Smith et al., 2016), ahol a hallgatók pozitív érzésekről adtak visszajelzést a múzeumi tapasztalatok kapcsán. Mastandrea és társai (2016) másik kutatásukban is jelezték, hogy negatív és pozitív múzeumi élményeket és okokat is megfogalmaztak a megkérdezettek a kutatás során. A negatív vélemények között többször szerepelt egy gondolat: a megkérdezettek unalmasnak tartották a múzeumokat, melynek hátterében a múzeumi tartalmak nyelvezete állt. Ez a nyelvezet nem értelmezhető könnyen a fiatal korosztály számára, így nincs esélyük arra, hogy feldolgozhassák a múzeumi tartalmakat, azaz kizárva érzik magukat (Mastandrea et al., 2016). A pozitív visszajelzések között a

következő gondolatokat találták: „a múzeumok számos lehetőséget adhatnak”, „hasznosak lehetnek a kritikai gondolkodás fejlesztésében”, „gyönyörű műtárgyak megtekintése érzelmeket és örömet” válthat ki a befogadókban (Mastandrea et al., 2016: 151).

A külföldi múzeumlátogatásra is érdemes egy pillantást vetni az egyetemisták tekintetében, hiszen utazások alkalmával nagyobb valószínűséggel jutnak el múzeumba, hogy megismerjék az ottani kultúrát és történelmet (Hegedűs, 2016b). A Pécsi Tudományegyetem pedagógushallgatóinak körében végzett kutatás eredményei azt jelzik, hogy a külföldi látogatás sem volt népszerű, mert a megkérdezettek körülbelül egyharmada járt csak utazásai, kirándulásai alkalmával múzeumban (Reisz, 2019).

2.4. Az egyetemisták által kedvelt múzeumtípusok és programkínálat

Mastandrea és társai (2016) két olaszországi kutatásukban is vizsgálták, mely múzeumtípusokat preferálják a megkérdezett egyetemi hallgatók. Első kutatásukban a legtöbb hallgató a kortárs és az ókori művészettel kapcsolatos kiállítóhelyeket kedvelte leginkább, de népszerűek voltak a régészeti jellegű muzeális helyszínek is. A képzési terület tekintetében kifejtették, hogy a mérnök hallgatók érdeklődtek leginkább a természettudományi múzeumok iránt – így arra a következtetésre jutottak, hogy a képzési terület befolyással bír a kedvelt múzeum típusára. Második kutatásukban (Mastandrea et al., 2016) hasonló eredményeket kaptak: a modern és az ókori művészeti múzeumok voltak a legnépszerűbbek, az építészeti jellegű kiállítóhelyek pedig a legnépszerűtlenebbek. Ekkor vizsgálták azt is, hogy a különböző személyiségű hallgatók mely múzeumtípusokat részesítik előnyben. A nyitott személyiségű hallgatók érdeklődtek a legkülönbözőbb típusú múzeum iránt (modern művészetek, tudomány, építészet, design, divat). Az érzelmi stabilitással jellemezhető megkérdezettek „az ókori művészeti és tudományos múzeumokat” látogatták, „a lelkiismeretesek az otthoni múzeumokat, a kedves személyiségtípusúak pedig a tudományos múzeumokat” preferálták (Mastandrea et al., 2016: 160). Az új-zélandi egyetemisták körében végzett vizsgálat arra az eredményre jutott, hogy az érzelmileg stabil hallgatók leginkább ókori vagy régészeti jellegű múzeumokba járnak legszívesebben. Szintén a régészeti jellegű kiállítóhelyeket kedvelik a melegszívű egyéniséggel rendelkezők, míg a nyugtalan személyiségűek inkább a történelmi és művészeti múzeumokat részesítik előnyben (Smith et al., 2016).

Reisz (2019) vizsgálta azt is, hogy mely környékbeli múzeumokat ismerik a kutatásban részt vevő pedagógushallgatók, akik Szekszárdon és Pécsen folytatták tanulmányaikat. Ötvenkét intézményt tudtak felsorolni a megkérdezettek – a többségük tisztában volt azzal, hogy milyen múzeumok működnek a két említett városban. Noha érdemes megemlíteni, hogy „7%-uk még egyáltalán nem jutott el az egyetemi városa múzeumaiba, illetve tájékozódási

szinten sem tudatosította, hogy a felsőoktatási intézménye környezetében léteznek múzeumok és különféle programok” (Reisz, 2019: 35).

Koltai és társai (2021) kutatásában egyetemi oktatók véleményét kérdezték azzal kapcsolatban, hogy milyen típusú programokat preferálnak a hallgatók. A következő tevékenységeket említették meg válaszaikban: „játékos program (például kincskeresés); műhelygyakorlatok; fizikai és szellemi tudáspróbák; tárgykészítés; a helyi identitást támogató műhelymunkák/ programok, tábor; [...] koncert, fesztivál, író-olvasó találkozó; előadások rendhagyó témákban; családfakutatásban való segédkezés együttműködésben a levéltárral; modern technikát bevonó programok és tanulási lehetőségek meghirdetése (például kiterjesztett valóság alkalmazása a múzeumi programokban/múzeumlátogatás során); szakmai munka megismertetése; nyitott raktárak program; képzés a múzeumban” (Koltai et al., 2021: 122). Ez a felsorolás tehát kifejezetten színes képet mutat a hallgatók által preferált múzeumi programokkal kapcsolatban – azonban ne felejtjük el, hogy ezeket a programokat nem a hallgatók, hanem az egyetemi oktatók jelölték meg.

2.5. A múzeumi információszerzés forrásai

A múzeumlátogatást nagyban befolyásolhatja, hogy az egyetemista korosztály értesül-e múzeumi kiállításokkal, eseményekkel kapcsolatos hírekről. Bocsi általánosságban vizsgálta a hallgatók információszerzési szokásait, melyet relevánsnak találunk témánk szempontjából. Arra a megállapításra jutott, hogy az online források a legnépszerűbbek: „a közösségi oldalak által feldobott szövegek dominálják a hallgatók hírfogyasztását” (Bocsi, 2022: 199).

Reisz (2019) 100 fős pedagógushallgatókat vizsgáló kutatásában részletesen is elemezte a kérdést: összesen tíz információforrásból választhattak a kitöltők. Eredményei azt mutatták, hogy a leginkább ismerősöktől, hallgatótársaktól tájékozódtak a megkérdezettek, melyet szorosan követtek a köztéri vagy intézményi plakátok. A közepesen kedvelt információforrások közé az egyetemi plakátok, a városi programfüzetek, az egyetemi oktatók és a múzeumi honlapok kerültek. A legkevésbé pedig múzeumi hírlevelekből, családtagoktól, a közösségi médiából, illetve múzeumi programfüzetekből tájékozódtak a kutatás résztvevői. Ezek az eredmények vegyes képet mutatnak: mind a személyes kapcsolatoknak, mind a klasszikus reklámeszközöknek meghatározó szerepe volt a múzeumi információszerzés szempontjából, a közösségi médiát (noha az alanyok a fiatal korosztályt képviselték) azonban elenyésző arányban jelölték meg a kitöltők.

Koltai és társai (2021) más szemszögből vizsgálták a múzeumi információszerzési lehetőségeket. Kutatásuk során a korábban említett, múzeumpedagógiai mintaprojektekben részt vevő egyetemi oktatókkal és koordinátorokkal készítettek strukturált interjúkat. A projektben részt vevő oktatók 30%-a jelezte azt általánosságban, hogy a Facebook-os

kommunikáció lehet a leghatékonyabb a hallgatók megszólítására, 60%-uk pedig nem rendelkezett semmilyen információval azzal kapcsolatban, hogy a múzeumok milyen módon kommunikálnak a hallgatók felé. Alapvetően a személyes nexusokon keresztüli információátadás és a korábbi hallgatói-múzeumi kapcsolatokon keresztüli kommunikáció fontosságára hívták fel a figyelmet.

Schultz és Szalók (2021) a múzeumlátogatás előtti információszerzés kapcsán kérdezte meg kutatásuk résztvevőit. Azt tapasztalták, hogy a látogatás előtt a legtöbb egyetemista tudatosan gyűjt információt az adott közgyűjteményről (közel 50%), mindössze „10% nem tájékozódik” (Schultz & Szalók, 2021: 46). A legtöbben a múzeumok saját honlapjáról szereznek információt, ezt követik a közösségi oldalak, valamint szintén fontosnak tekinthető a család és a barátok véleménye. Utóbbit erősíti meg Gombos (2011) fókuszcsoportos kutatási eredménye is: fontosak a személyes kapcsolatok kulturális jellegű információszerzés esetén. Vizsgálatának résztvevői emellett „plakátokról, internetes hirdetésekben” tájékozódtak a múzeumi programokról, látogatás előtt azonban a megkérdezettek egyike sem nézi át a különböző „kulturális programajánlókat” (Gombos, 2011: 886). Érdekes az az eredménye is, mely szerint a kutatásban részt vevő összes lány kérne értesítést azokról a kiállításokról, megnyitókról, melyek tetszenek nekik, míg a fiúk egyike sem élne ezzel a lehetőséggel.

VI. Az empirikus kutatás bemutatása

1. Kutatási kérdések és hipotézisek

1.1. Szociodemográfiai tényezők

A nagyvárosokban (főváros, megyeszékhely) élők nagyobb arányban részesülhetnek a kulturális javakból, így intenzívebb kulturális fogyasztóknak számítanak (Bauer et al., 2016; Fekete & Prazsák, 2014; Reisz, 2019). A nemek tekintetében is megfigyelhető egyfajta különbség a magaskulturális fogyasztás szempontjából: kutatások szerint a nők aktívabb magaskultúra-fogyasztók, mint férfi társaik (Fekete & Prazsák, 2014; Gofman et al., 2011).

1. kutatási kérdés: A nagyobb méretű településekről érkező hallgatók nyitottabbak-e a kultúrafogyasztásra, mint kisvárosokból származó társaik, valamint az egyetemista nők aktívabb magaskultúra-fogyasztók-e, mint a férfiak? Érvényes-e ez a jelenség a múzeumlátogatási szokásokra is?

H1 Hipotézis: A lakhely mérete és a nem hatással van az egyetemisták kultúrafogyasztási jellegzetességeire: a városokból, fővárosból érkezők és a nők aktívabb kultúrafogyasztók, mint a kisebb településekről érkezők és a férfiak. Ugyanez a jelenség értelmezhető a múzeumok tekintetében is: a városokból, fővárosból származók és a nők aktívabb kultúrafogyasztók, mint a kisebb településről származók és a férfiak.

1.2. Gazdasági és kulturális tőke

A magasabb gazdasági és kulturális tőkével rendelkező családból érkezők maguk is jobb anyagi körülmények között élnek és aktívabb kultúrafogyasztók. Emellett nagyobb gyakorisággal fogyasztanak klasszikus magaskultúrát, mint az alacsonyabb anyagi és kulturális tőkével rendelkezők (Fekete & Prazsák, 2014; Reisz, 2019; Szabó & Hires-László, 2018; Sörös, 2009). A külföldi tanulmányok elvégzése komoly anyagi kihívások elé állítja a küldő családokat, így a külföldön tanuló hallgatók magasabb gazdasági tőkével rendelkeznek (Pusztai & Nagy, 2005).

2. kutatási kérdés: A magasabb gazdasági és kulturális tőkével rendelkezők maguk is magasabb anyagi helyzetben élnek és aktívabb kultúrafogyasztók, mint alacsony gazdasági és kulturális tőkével rendelkező társaik? A külföldi és kettős magyar állampolgársággal rendelkező hallgatókra jellemzőbb a magasabb gazdasági és kulturális tőke jelenléte, mint magyar társaikra?

H2 Hipotézis: A magasabb gazdasági és kulturális tőkével rendelkező hallgatók aktívabb kultúrafogyasztók, mint alacsony gazdasági és kulturális tőkével rendelkező társaik. A külföldi és kettős magyar állampolgársággal rendelkező hallgatók magasabb gazdasági és kulturális tőkével rendelkeznek, mint magyar diáktársaik.

1.3. Szabadidő-eltöltés és kulturális fogyasztási szokások

Az egyetemisták társas kikapcsolódást keresnek szabadidejükben, nagy gyakorisággal látogatnak közösségi tereket beszédcselekvési helyszínekként, így a múzeumok látogatása is társas aktivitás a számukra (Falk & Dierking, 2000; Fekete & Prazsák, 2014; Hooper-Greenhill, 2007; Mastandrea et al., 2016; Reisz, 2019); valamint előnyben részesítik az online szabadidő-eltöltési lehetőségeket (Szabó & Hires-László, 2018). Az egyetemista hallgatók szabadidejükben nem vagy ritkán látogatnak hagyományos magaskulturális intézményeket és múzeumokat (Bauer et al., 2016; Sörös, 2009; Fekete & Prazsák, 2014; Szabó & Hires-László, 2018; Reisz, 2019). Az egyetemi jellegű, szervezésű kulturális programokat sem veszik jellemzően igénybe (Hegedüs, 2016a).

3. kutatási kérdés: A hallgatók szabadidőeltöltési szokásaira mennyiben jellemzőek a társas és online aktivitások? Milyen gyakorisággal jelenik meg a klasszikus magaskultúra-fogyasztás, így a múzeumlátogatás a hallgatók mindennapjaiban? Élnek-e az egyetemi jellegű kulturális programkínálat adta lehetőségekkel?

H3 Hipotézis: A hallgatók szabadidő-eltöltési szokásaira nagy mértékben jellemzőek a társas és online aktivitások. A hallgatók szabadidő-eltöltési aktivitásai között a klasszikus magaskulturális színhelyek, így a múzeumok alacsony intenzitással vannak jelen. Az egyetemi jellegű kulturális és múzeumi kínálatot nem veszik igénybe.

1.4. Az egyetemisták múzeumképe, múzeumfogyasztási és információgyűjtési szokásai

Az egyetemisták fejében sokféle kép él a múzeumokról: pozitív és negatív gondolatokat egyaránt kapcsolnak a közgyűjteményekhez (Mastandrea et al., 2016). A hazai kutatások azonban inkább a negatív kifejezések jelenlétére és a hagyományos múzeumi működéssel kapcsolatos múzeumképre világítanak rá (Gombos, 2011; Schultz és Szalók, 2021). A hallgatók számára a múzeumok kapcsán a fő vonzerő és motivációs tényező a kikapcsolódás (Falk & Dierking, 2000), az interaktivitás (Adams & Moussouri, 2002; Bodnár et al., 2017), egy másik

kultúra megismerése (Schultz & Szalók, 2022), a családi-baráti hatások (Bocsi, 2022; Gombos, 2011), a tanulás (Reisz, 2019), a digitális eszközök használata (Lopez et al., 2008) és befolyásolja őket a múzeum kínálata is (Mastandrea et al., 2016). A múzeumba nem járó egyetemisták a múzeumokat unalmasnak, hidegnek látják, nem találnak megfelelő múzeumi kínálatot, nincs a lakhelyük közelében múzeum, ezért nem járnak közgyűjteményekbe (Fisher, 1990; Trevelyan, 1991; Gombos, 2011; Reisz, 2019; Mastandrea et al. 2016), ugyanakkor a belépőjegy-árak nem befolyásolják őket (Gombos, 2011). Az egyetemisták főként ismerőseiktől, családtagjaiktól és kortársaiktól jutnak információhoz (Gombos, 2011), valamint klasszikus hirdetési felületeken (köztéri és beltéri plakátokon) keresztül informálódnak a múzeumi programok és kiállítások tekintetében, ugyanakkor a közösségi médiából kevésbé tájékozódnak. Összességében elmondható, hogy nem fogyasztanak sok múzeumi információt (Reisz, 2019).

4. kutatási kérdés: Milyen kép él a múzeumokról a hallgatókban? Milyen motivációs tényezők hatnak a múzeumlátogató egyetemistákra? Milyen jellegzetességek miatt maradnak távol az egyetemisták a múzeumoktól? Eléri-e őket a múzeumi információk – ha igen, milyen csatornákon keresztül?

H4 Hipotézis: Az egyetemistákban jellemzően negatív kép él a múzeumokról, valamint hagyományos feladatokat csatolnak a közgyűjteményekhez. A múzeumlátogató egyetemistákra ható legfontosabb motivációs tényezők a kikapcsolódás, az interaktivitás, a megfelelő kínálat, egy másik kultúra megismerése, a családi-baráti hatások, a tanulás, a digitális eszközök használata. A múzeumokba nem járó egyetemisták nem találnak megfelelő múzeumi kínálatot, a lakhelyük közelében nincsenek múzeumok, a múzeumokat elmaradott, unalmas intézményeknek tartják, ezért maradnak távol a közgyűjteményektől, de a belépőjegy-árak nem riasztják el őket. A múzeumi információk alacsony szinten érik el az egyetemistákat, leginkább a személyes kapcsolatrendszerükön és plakátokon keresztül tájékozódnak, a közösségi média mint információszerzési forrás nem jellemző rájuk.

1.5. A külföldi és határon túli magyar hallgatók kultúra- és múzeumfogyasztása

A kettős magyar állampolgársággal rendelkező hallgatók magas anyagi és kulturális tőkével rendelkeznek (Pusztai & Nagy, 2005; Róbert, 2000; Erdei, 2005; Fényes, 2004), érdeklődnek a magyar örökség és kultúra iránt (Takács, 2006), melyek a múzeumok kínálatában megtalálhatóak, így gyakoribb múzeumlátogatónak számítanak, mint magyar társaik (Szabó & Hires-László, 2018).

A hazánkban tanuló külföldi hallgatók magas anyagi és kulturális tőkével rendelkeznek (Hatos, 2012) és érdekli őket a magyar kultúra (Bajzát, 2015a; Bajzát, 2015b; Dobos, 2011; Kéri & Hetesi, 2016; Hetesi & Kéri, 2019; Czerwionka, 2015; Kéri & Révész, 2019; Tóth & Kiss, 2017), mely a múzeumok kínálatát képezi. Ugyanakkor a külföldi hallgatók nem minden esetben vannak tisztában a szegedi múzeumok létével (Hegedűs, 2023).

5. kutatási kérdés: A kettős magyar állampolgárságú és külföldi hallgatók gyakoribb múzeumlátogatónak számítanak-e magyar diáktársaiknál, amiért magasabb a kulturális tőkéjük és jobban érdekli őket a magyar kultúra megismerése? A külföldi hallgatók ismerik-e a szegedi múzeumokat?

H5 Hipotézis: A kettős magyar állampolgársággal rendelkező és külföldi hallgatók gyakrabban látogatnak múzeumba, mint magyar diáktársaik, mert magasabb kulturális tőkével rendelkeznek és jobban érdeklődnek a magyar kultúra megismerése iránt. A külföldi hallgatók jellemzően nem ismernek szegedi múzeumokat.

1.6. A gyermekkori, közoktatási tapasztalatok hatása az egyetemista korosztály múzeumlátogatására

A felnőttkori múzeumlátogatást nagyban befolyásolhatják a gyermekkori múzeumlátogatási élmények. Az egyetemistáknak túlnyomórészt nincsenek pozitív múzeumi tapasztalatai az óvodai, általános- vagy középiskolai múzeumlátogatások kapcsán, valamint ugyanez a tendencia jellemző a múzeumpedagógiai foglalkozásokkal kapcsolatos emlékeikre is (Taylor, 1996; Hegedűs, 2017b; Reisz, 2019). Családjukkal a magasabb kulturális tőkével rendelkezők látogattak el gyakrabban múzeumba, mely élmények alapvetően pozitívak (Falk & Dierking, 2000; Reisz, 2019).

6. kutatási kérdés: A gyermekkori családi és iskolai szervezésű múzeumlátogatási élmények, tapasztalatok befolyásolják-e a hallgatók felnőttkori múzeumlátogatási gyakoriságát?

H6 Hipotézis: A gyermekkori iskolai múzeumlátogatási élmények főként negatívak, melyek negatívan befolyásolják a hallgatók felnőttkori múzeumlátogatási aktivitását, a múzeumpedagógiai tapasztalatok viszont pozitívabbak az egyszerű múzeumlátogatásoknál. A családi látogatások alapvetően pozitívak: azok a hallgatók aktívabb múzeumlátogatók, akiket

rendszeresen vitt a családjá múzeumba, mint azok a hallgatók, akik nem vagy csak ritkán jártak közgyűjteményekben a családjukkal gyermekkorukban.

1.7. Az egyetemi képzések és a múzeumok mint tanulási terek kapcsolata

A klasszikus, múzeumhoz kötődő egyetemi szakok (például: néprajz, régészet, történettudomány) mellett más, klasszikusan nem a múzeumokhoz kötődő egyetemi szakok hallgatóinak is (így a külföldi hallgatóknak is) lehetőségük van múzeumokban történő kurzusok felvételére, múzeumi projekteben történő közreműködésre, illetve egyes kurzusok esetében bizonyos órákat múzeumi terekben tartanak meg (Koltai, 2011; Medgyesi & Kovács-Krassói, 2014; Hadnagy-Portik & Káldy, 2019; Arnold-Foster & Speight, 2012; Nagy et al., 2021; Koltai et al., 2021). Azok a hallgatók, akik már részt vettek múzeumi órákon és projekteken, pozitívan értékelik a múzeumi környezetet a tantermi oktatáshoz képest, a gyakorlati jellegű és készség szintű tapasztalatok elsajátítását tartják ezen órák pozitívumának, emellett gyakornoki és önkéntes keretek között is részt vesznek a múzeumok életében (Medgyesi & Kovács-Krassói, 2014; Káldy, 2020; Friedlaender, 2013; Wallace-Crabbe, 1993; Winstanley, 2013; Manfredi & Reynolds, 2013).

7. kutatási kérdés: Hogyan értékelik a hallgatók a részben vagy egészben múzeumban tartott kurzusokat? Részt vesznek-e gyakornokként és/vagy önkéntesként a múzeumok mindennapjaiban?

H7 Hipotézis: A részben vagy egészben múzeumokban tartott kurzusokat pozitívan értékelik a résztvevő egyetemisták. Azok a hallgatók, akik nem vettek még részt múzeumi kurzusokon, nyitottak és érdeklődőek a lehetőség iránt. A hallgatók érdeklődnek a múzeumi önkéntes és gyakornoki lehetőségek iránt.

2. A kutatás módszertana

Kutatásunk során a Szegedi Tudományegyetem hallgatóit vizsgáltuk 2020–2021-ben önkéntes és online kérdőívek segítségével. Az adatbázist az egyetemi hallgatói nyilvántartás jelentette. A nyilvántartás személyiségi jogi okok miatt egyéni azonosításra alkalmas adatokat (például: név, Neptun-kód) nem tartalmazott, így random listát nem tudtunk létrehozni a rendelkezésre álló táblázatból. Ugyanakkor az adatbázisban a sokaság minden eleme egyformán volt képviselve: a nyilvántartásban minden hallgató csak egyszer szerepelt.

A teljes populációból kivettük az alábbi hallgatókat:

- státusz szerint: passzív státuszúak (a passzív státusz miatt nem bizonyítható, hogy egyetemista életvitellel éltek a vizsgálat időszakában)
- munkarend szerint: levelező és távoktatási rendszerben tanulók (nem bizonyítható, hogy egyetemista életvitellel éltek a vizsgálat időszakában)
- képzési szint: felsőfokú szakképzéses, szakirányú továbbképzéses és doktori hallgatók (nem bizonyítható, hogy egyetemista életvitellel éltek a vizsgálat időszakában)
- a külföldi hallgatók képzési formái:
 - vendéghallgatók (A képzés [pl. Erasmus+] jellege miatt rövid időt töltenek a Szegedi Tudományegyetemen, így életvitelük különbözik az SZTE-n tanuló külföldi hallgatók életvitelétől.)
 - magyar nyelvű képzésen tanuló külföldi hallgatók (Feltételezhető, hogy a magyar nyelvű képzésen tanuló külföldiek magyar nyelvtudással rendelkeznek, mely feltételezi az olyan határon túli magyarok jelenlétét ezeken a képzéseken, akik nem rendelkeznek kettős állampolgársággal. Mivel erre vonatkozó adatokat nem közölt a nyilvántartás, nem tudtuk egyértelműen sem a kettős magyar állampolgárok, sem a külföldiek közé besorolni ezen képzéseken tanuló hallgatókat, így nem került be a mintába ez a csoport.)

A vizsgálati populáció tagjai a fentiek alapján a következő jellemzőkkel rendelkeznek: aktív státuszúak, nappali munkarendűek, alap-, mester- vagy osztatlan képzési szintben tanulnak, valamint a külföldi diákok idegennyelvű képzéseken vesznek részt, nem vendéghallgatóként.

Valószínűségi, rétegzett, többlépcsős, csoportos mintavételt alkalmaztunk, három hallgatói részpopuláción belül külön: a hallgatók származása szerint *külföldi, kettős magyar állampolgárságú*, valamint *magyar* almintákat hoztunk létre, melyek belső összetételükben heterogének voltak. Majd a Szegedi Tudományegyetem 12 karából összesen négy karcsoportot alakítottunk ki azért, hogy elkerüljük az egyes karok alacsony elemszámainak problémáját leendő elemzéseink során: humán tudományok (Állam- és Jogtudományi Kar, Bölcsészet- és Társadalomtudományi Kar, Bartók Béla Művészeti Kar); orvostudományok (Szent-Györgyi Albert Orvostudományi Kar, Fogorvostudományi Kar, Gyógyszerésztudományi Kar); segítő szemiprofessziók (Egészségtudományi és Szociális Képzési Kar, Juhász Gyula Pedagógusképző Kar); reál-mérnök tudományok (Gazdaságtudományi Kar, Mezőgazdasági Kar, Mérnöki Kar, Természettudományi és Informatikai Kar). Munkánk során kijelöltük a teljes minta elemszámát (450): a magyar hallgatók közül 150, a külföldi hallgatók közül 150, a kettős magyar állampolgárságú hallgatók közül pedig szintén 150 diákot vettünk be a mintába. A

három egységet (külföldi, határon túli magyar, magyar) a karok, karcsoporthoz szerint rétegeztük az összegyűjtött hallgatói eloszlások arányának megfelelően, azaz az állampolgársági alapon létrehozott csoportokon belül követtük a kari, karcsoporthoz összegyűjtött eloszlását.

Az állampolgársági és kari, majd karcsoporthoz szerinti rétegzés után a valószínűségi mintavétel alapja a véletlen kiválasztás volt, azonban az anonim lista nem tette lehetővé az egyéni azonosítást, így nem tudtunk szisztematikus mintavételt alkalmazni. A véletlen kiválasztás elvét szem előtt tartva a különböző karok oktatóit kerestük fel, hogy az általuk szabadon felkínált, így a kutatás szempontjából véletlenszerűen kiválasztott kurzusok óráin elvégezhessük a kérdőívek kitöltését, illetve eljuttassák hallgatóik számára a kérdőívet, emellett a Szegedi Tudományegyetem Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszékén folyó kutatómódszertani kurzusok hallgatói vettek részt a kérdőívek terjesztésében. A kérdőívek kitöltése kapcsán talákoztunk válaszmegtagadással és értékelhetetlen kérdőívvel is, a megkérdezettek és a válaszadók aránya 38,4% volt. A kutatás megkezdése után nem sokkal megjelenő COVID-19 járványhelyzet a személyes kitöltést bizonyos időszakokban lehetetlenné tette, a kutatást megakasztotta. Ezért a kitöltés a különböző korlátozások függvényében online és offline formában is folyt.

Fontos kiemelni kutatásunk limitációit: vizsgálatunk nem reprezentatív, nem tudtuk teljeskörűen elérni a Szegedi Tudományegyetem hallgatóit. Tényfeltáró, problémamegfogalmazó kutatás megvalósítására törekedtünk, így a vizsgálatnak nem volt célja általános, minden szereplőre érvényes következtetések levonása. A mintavétellel a kiválasztott hallgatói csoportok összehasonlítására, különböző jelenségek mintáinkra érvényes feltárására törekedtünk.

3. A kutatáshoz használt kérdőív

A kutatás során használt kérdőív összesen 86 kérdést tartalmazott, vizsgálatunk során törekedtünk a mérőeszközök és mutatók változatos használatára (a kérdőívet lásd: 9. melléklet). Főként saját fejlesztésű kérdésblokkokat használtunk, adaptált kérdésblokkok kisebb arányban fordultak elő, mert jelen témában átfogóbb kérdőíves kutatás még nem készült hazánkban. Célunk az volt, hogy minél szélesebb információhoz jussunk a megkérdezett hallgatók háttértényezői kapcsán, így vizsgáltuk a középiskolai és egyetemi tanulmányaik adatait, nemüket, lakhelyüket, vallásukat, értékrendszerüket, szabadidő-eltöltési szokásaikat, saját és családjuk anyagi helyzetét, szüleik végzettségét és foglalkozási jellemzőit, magaskultúrafogyasztási szokásaikat. Emellett kérdéseket tettünk fel az egyetemi jellegű kulturális kínálatról és ezek fogyasztási jellemzőiről. A múzeumokkal kapcsolatban vizsgáltuk a megkérdezettekben élő múzeumképet, múzeumi információszerzési szokásaikat, a különböző

múzeumi tartalmak és kommunikáció megítélését, a múzeumi gyakornoki és önkéntes lehetőségekkel kapcsolatos attitűdjüket, a gyermekkori és közoktatási múzeumi tapasztalataikat. A múzeumot látogató és a múzeumot nem látogató hallgatókat külön kérdések irányába indítottuk el: a múzeumba járó kitöltőket múzeumlátogatási szokásaikról, élményeikről, míg a múzeumba nem járókat a távolmaradás okairól kérdeztük. A kérdőív utolsó kérdései pedig a múzeumokban tartott egyetemi kurzusokról, órákról szóltak: ezek kedveltségéről, valamint a hallgatókban kialakult véleményekről.

4. A kutatás során alkalmazott módszerek

A kérdőívünket Evasys program segítségével készítettük el, az eredményeket pedig IBM SPSS Statistics 26 adatbáziskezelő programmal elemeztük. Hipotéziseink vizsgálata során jellemzően két- és háromdimenziós keresztábrákat (Crosstabs), ANOVA vizsgálatot, varianciaanalízist (Compare Means) használtunk, a múzeumlátogatási gyakoriságra ható tényezők erősségét lineáris regresszió és kétszemponos varianciaanalízis segítségével vizsgáltuk, a hallgatókat szabadidős szokásaik alapján klaszterekbe soroltuk (K-Means Cluster). Célunk a módszertani sokféleség biztosítása volt.

VII. A kultúrafogyasztás színterei, demográfiai és szociokulturális tényezői

1. Képzési és szociodemográfiai háttérváltozók

A kutatásunkba bevont hallgatók szociodemográfiai és képzési háttérváltozóinak ismerete elengedhetetlen alapja a későbbi vizsgálati eredmények értékelésének, ezért tartjuk fontosnak ezen adatok bemutatását. Emellett megkezdjük az első hipotézisünk vizsgálatát: elemezzük a megkérdezettek eloszlását nemek és lakhely alapján, valamint kitérünk az állampolgárságok közötti különbségek feltárására is.

Ahogy a korábbiakban jeleztük, a karokat összevontuk karcsoportokká: kialakítottuk a humán tudományok, orvostudományok, segítő szemiprofessziók és reál-mérnök karok karcsoportjait. Az összegyetemi kari eloszlásokat követve létrejött karcsoportok összetételét az alábbi táblázat szemlélteti.

2. táblázat. A karok-karcsoportok megoszlása (N=450). Forrás: saját adatbázis.

Karcsoport	Kar	Hallgatók létszáma (fő)	Hallgatók aránya (%)
Humán tudományok	Állam- és Jogtudományi Kar	26	5,8%
	Bölcsészet- és Társadalomtudományi Kar	58	12,9%
	Bartók Béla Művészeti Kar	8	1,8%
Orvostudományok	Szent-Györgyi Albert Orvostudományi Kar	109	24,2%
	Fogorvostudományi Kar	17	3,8%
	Gyógyszerésztudományi Kar	18	4%
Segítő szemiprofessziók	Egészségtudományi és Szociális Képzési Kar	20	4,4%
	Juhász Gyula Pedagógusképző Kar	32	7,1%
Reál-mérnök karok	Gazdaságtudományi Kar	41	9,1%
	Mezőgazdasági Kar	7	1,6%
	Mérnöki Kar	17	3,8%
	Természettudományi és Informatikai Kar	97	21,5%
Összesen		450	100%

A mintában magyar, kettős magyar állampolgársággal rendelkező és külföldi (kettős magyar állampolgársággal nem rendelkező) hallgatókat kutattunk. Mindhárom állampolgárságú hallgatói csoportból 150-150-150 fő vett részt a kutatásban, a csoportokon belül követtük az összegyetemi arányokat a karokhoz tartozás tekintetében. Kutatásunk szempontjából fontos külön is megemlíteni az orvostudományi területet, melyben a legmagasabb arányban találhatók külföldi hallgatók – ez általánosságban jellemző a hazai felsőoktatásra (Bajzát, 2015a; Tóth & Kiss, 2017; Böcskei et al., 2019).

A kutatásban részt vevő külföldi diákok összesen 41 országból érkeztek, a legtöbben Németországból (37 fő), Iránból (18 fő), Japánból (11 fő) és Dél-Koreából (9 fő). A kutatásba

bevont kettős magyar állampolgársággal rendelkező hallgatók másik állampolgársága legnagyobb arányban szerb (136 fő), mely természetesen a szerb határ közelségével indokolható (az állampolgársági arányokat bemutató táblázatot lásd: 1. melléklet).

A megkérdezett hallgatók legnagyobb arányban a reál-mérnök szakokon tanulnak (36%), az orvostudományok területéről 32%, a humán tudományi szakokról 20,4%, a segítő szemiprofessziók területéről pedig 11,6% arányban találunk diákokat. Ez az arány tükrözi a Szegedi Tudományegyetem hallgatói összetételét a karok és állampolgársági kategóriák alapján a kutatási időszakban. A képzési szintet tekintve a legtöbben alapképzésre járnak (50,2%), 40% tanul osztatlan képzésen (főként az orvostudományi karokon), mesterképzésben pedig mindössze 9,8% vesz részt. Finanszírozási forma kapcsán a megkérdezettek közel kétharmada a magyar állam által támogatott módon végzi tanulmányait, 36%-uk önköltséges formában tanul. A külföldi és kettős magyar állampolgárságú hallgatók tekintetében releváns a küldő ország ösztöndíjasakénti válaszlehetőség: a megkérdezettek közül mindössze 1,8% tanul ilyen formában a Szegedi Tudományegyetemen.

3. táblázat. A megkérdezett hallgatók megoszlása karcsoport, képzési szint és finanszírozási forma alapján. Forrás: saját adatbázis.

		A kutatásban részt vevő hallgatók aránya (%)
Karcsoport (N=450)	Humán tudományok	20,4
	Orvostudományok	32
	Segítő szemiprofessziók	11,6
	Reál-mérnök karok	36
	Összesen	100
Képzési szint (N=450)	Alapképzés	50,2
	Mesterképzés	9,8
	Osztatlan képzés	40
	Összesen	100
Finanszírozási forma (N=450)	Önköltséges	36
	Magyar állam által támogatott	62,2
	Származási ország által támogatott	1,8
	Összesen	100

Az állampolgárság tekintetében kereszttáblás vizsgálatot végeztünk a finanszírozási forma (sign.=0,000) kapcsán, mely a későbbiekben fontos információ lehet az egyes állampolgárságú hallgatók anyagi helyzetét tekintve. Az eredmények azt mutatták, hogy önköltséges képzésben a külföldi hallgatók vesznek részt kiemelkedő (75%) arányban (ennek oka az orvostudományi képzésekben keresendő), a magyar és a kettős magyar állampolgárságú hallgatók esetében ez a megoszlás mindössze 16%. A magyar állam által támogatott formában

a magyar és kettős magyar állampolgárságú diákok tanulnak legnagyobb arányban, azonban érdemes megemlíteni, hogy a külföldiek közül is találunk magyar állami ösztöndíjasokat (20%). A származási ország ösztöndíjasaként a külföldiek 4,6%-a, a kettős magyar állampolgárok 0,7%-a tanul Szegeden.

4. táblázat. A hallgatók finanszírozási formája az állampolgárság függvényében (Sign.=0,000).

Forrás: saját adatbázis.

Állampolgárság		Finanszírozási forma			Összesen
		Önköltséges	Magyar állam által támogatott	Származási ország ösztöndíjasa	
Magyar állampolgár	N	24	124	0	148
	%	16,2%	83,8%	0,0%	100,0%
Kettős magyar állampolgár	N	24	125	1	150
	%	16,0%	83,3%	0,7%	100,0%
Külföldi állampolgár	N	114	31	7	152
	%	75,0%	20,4%	4,6%	100,0%
Összesen	N	162	280	8	450
	%	36,0%	62,2%	1,8%	100,0%

A nemi arányok kapcsán a nőket találjuk többségben, mely általában jellemző a hazai felsőoktatási rendszerre (Fényes, 2010). A résztvevőket arra kértük, hogy pontosan adják meg korukat, majd ezekből az adatokból három kategóriát hoztunk létre a képzési jellegzetességeket (alapképzés, mesterképzés, osztatlan képzés) követve: a 18–21 éves korosztály alkotja a legnagyobb csoportot (54,2%), a 22–26 éves korosztályban találjuk a megkérdezettek 39,8%-át, míg 27 éves kor feletti a megkérdezettek 6%-a. A kutatásban részt vevő legfiatalabb hallgató 18, a legidősebb 45 éves. A lakhely tekintetében a legtöbben kisebb városból és megyei jogú városból érkeztek, mely jelzi a Szegedi Tudományegyetem vonzáskörzetét a magyar hallgatók szempontjából és a határhoz közeli szerb települések jellegét is a kettős magyar állampolgárságúak kapcsán. Faluból vagy kisebb településről a megkérdezettek 22,2%-a származik, míg fővárosból mindössze 12,7%. A középiskola fenntartóját tekintve a megkérdezettek jelentős többsége (76,4%) állami vagy önkormányzati fenntartású oktatási intézményből érkezett, az egyházi fenntartású iskolák aránya meglepően alacsony (8,9%). A későbbi vizsgálatok során az „egyéb” kategóriába tartozó hallgatókat system missinggel kódoltuk újra, mivel nem tudjuk, mit takar az „egyéb” kategória, erre nem válaszoltak a kérdőívben. A középiskola típusáról csak a magyar és a kettős magyar állampolgárságú hallgatókat kérdeztük meg, mert a külföldi hallgatók sokféle oktatási rendszerben tanulnak, így ezeket nem lehetett volna egységesen kategorizálni. A 300 fősre apadt minta alapján elmondhatjuk, hogy 4 osztályos gimnáziumból érkeztek a legtöbben (59,7%), a

szakközépiskolában vagy szakgimnáziumban tanulók pedig 20,3%-ban szerepeltek a vizsgálatban. A vallást tekintve legtöbben római katolikusnak vallották magukat (42,9%), őket a református (9,4%), a zsidó, izraelita (8,9%), valamint az evangélikus (4%) vallásúak követik. Egyik valláshoz sem sorolta magát a kitöltők 21,3%-a, 11%-uk pedig az egyéb kategóriát jelölte meg, ahová a következő válaszok érkeztek: anglikán (1 említés), ateista (3 említés), buddhista (3 említés), deista (1 említés), hetednapi adventista (1 említés), hindu (2 említés), Hit Gyülekezete (1 említés), protestáns (1 említés), spiritualista (1 említés).

5. táblázat. A hallgatók neme, kora, lakhelye, középiskoláinak fenntartója, középiskoláinak típusa, vallása. Forrás: saját adatbázis.

		A kutatásban részt vevő hallgatók aránya (%)
Nem (N=450)	nő	59%
	férfi	41%
Kor (N=450)	18–21 éves	54,2%
	22–26 éves	39,8%
	27–45 éves	6%
Lakhely (N=450)	főváros	12,7%
	megyei jogú város	28%
	kisebb város	37,1%
	falu vagy kisebb településtípus	22,2%
Középiskola fenntartója (N=448)	állami, önkormányzati	76,4%
	egyházi	8,9%
	alapítványi	2,9%
	magán	11,4%
	egyéb	0,4%
Középiskola típusa (N=300)	4 osztályos gimnázium	59,7%
	6 osztályos gimnázium	8%
	8 osztályos gimnázium	5,3%
	szakközépiskola/szakgimnázium	20,3%
	egyéb	6,7%
Vallás (N=427)	római katolikus	42,9%
	görög katolikus	0,9%
	református	9,4%
	evangélikus	4,0%
	zsidó, izraelita	8,9%
	ortodox	0,2%
	unitárius	0,9%
	baptista	0,5%
	egyik sem	21,3%
	egyéb	11,0%

A szociodemográfiai adatok bemutatását fontosnak tartjuk állampolgárság szerinti lebontásban is szemléltetni. Kitűnik, hogy a vizsgált kettős magyar állampolgárok és a külföldiek esetében kiegyenlítettebb a férfiak és a nők aránya, míg a kutatásban részt vevő magyar hallgatók mindössze egyharmada (31,8%) férfi. A magyar hallgatók között található a legtöbb 18–21 éves (68,9%), mely alátámasztja az alapképzési szint magas arányát. A kettős magyar állampolgároknál ez a korcsoport 59,3%-ban, a külföldieknél pedig 34,9% arányban van jelen. A külföldiek között találjuk inkább az idősebb hallgatókat (22–26 év: 50%; 27–45 év: 15,1%), melynek háttérében egyrészt az orvostudományi képzések erőteljes jelenlétét kell keresnünk: a tanulmányok hosszabbak, sőt, elhúzódhatnak. Másrészt pedig a kötelező sorkatonai szolgálat is a háttérben állhat (Svédországban, Törökországban, Izraelben, Iránban és Dél-Koreában is érvényben van), mely kitolja a felsőfokú tanulmányok idejét.

A lakhely vizsgálata alapján alátámaszthatjuk azt a megállapítást, miszerint a nagyvárosokban, fővárosokban élő külföldi hallgatók folytatnak nagyobb arányban külföldi tanulmányokat (Danka, 2010), hiszen a vizsgált külföldi diákok 57,2%-a fővárosból vagy megyeszékhelyről/megyei jogú városból érkezett. Ennek megfelelően esetükben a legalacsonyabb a kisebb városokban vagy falvakban élők aránya. A kutatásban részt vevő magyar hallgatók esetében Szeged vonzása érződik, azaz a fővárosból elenyésző mértékben (6,1%) érkeztek: a megkérdezett hallgatók 41,2%-a a fővárosnál kisebb városban él. A kutatásban szereplő kettős magyar állampolgárok esetében a szerb határ közelsége érezhető: a szerb-magyar kettős állampolgárok aránya rendkívül magas a mintában, akik nem a fővárosból, hanem (valószínűleg leginkább határmenti) kisebb városokból, falvakból érkeztek Szegedre – mely általában jellemző a szerb és ukrán hallgatókra (Danka, 2010). Érdemes kiemelni, hogy a magyar és a kettős magyar állampolgárságú, mintában szereplő hallgatók esetében komoly hasonlóságokat találunk a lakhely nagyságát illetően: az arányokat tekintve közel megegyező mértékben érkeznek a különböző településtípusokból.

6. táblázat. Szociodemográfiai adatok az állampolgárság függvényében. (N=450) Forrás: saját adatbázis.

		Magyar állampolgár (N=150) (%)	Kettős magyar állampolgár (N=150) (%)	Külföldi állampolgár (N=150) (%)
Nem (sign.=0,018)	nő	68,2%	54,7%	53,9%
	férfi	31,8%	45,3%	46,1%
Kor (sign.=0,000)	18–21 éves	68,9%	59,3%	34,9%
	22–26 éves	30,4%	38,7%	50,0%
	27–45 éves	0,7%	2,0%	15,1%
Lakhely (sign.=0,000)	főváros	6,1%	2%	29,6%
	megyeszékhely	30,4%	26%	27,6%
	kisebb város	41,2%	44,7%	30,9%
	falú vagy kisebb településtípus	22,3%	27,3%	11,8%
Középiskola fenntartója (sign.=0,000)	állami, önkormányzati	80%	90%	59,3%
	egyházi	16%	6%	4,7%
	alapítványi	2,7%	3,3%	2,7%
	magán	0%	0,7%	33,3%
	egyéb	1,3%	0%	0%

Az összes megkérdezett hallgató közel kétharmadának rendelkezik az édesapja és édesanyja is középfokú végzettséggel (61,6%), egyharmaduk szüleinek van felsőfokú végzettsége (anya: 34,4%, apa: 32,8%), míg az alacsonyfokú végzettséggel rendelkező szülők jelenléte elenyésző (anya: 4%, apa: 5,6%).

7. táblázat. A szülők végzettsége. Forrás: saját adatbázis.

	A legmagasabb iskolai végzettség szintje	A kutatásban részt vevő hallgatók aránya (%)
Anya	Alacsonyfokú	4%
	Középfokú	61,6%
	Felsőfokú	34,4%
	Összesen	100%
Apa	Alacsonyfokú	5,6%
	Középfokú	61,6%
	Felsőfokú	32,8%
	Összesen	100%

Állampolgárság alapján is megvizsgáltuk a fenti változókat: az anya legmagasabb iskolai végzettsége (sign.=0,000) kapcsán találtunk szignifikáns összefüggést.

A mintánkban szereplő szülők alapfokú végzettségének aránya elenyészőnek tekinthető (magyar állampolgárok: 0,7%, kettős magyar állampolgárok: 4,7%, külföldi állampolgárok: 6,7%). Komolyabb különbség a középfokú és felsőfokú tanulmányok kapcsán figyelhető meg: a megkérdezett külföldi állampolgárságú hallgatók esetében mind az anya, mind az apa végzettsége kapcsán a legdominánsabb a középfok (anya: 79,3%, apa: 67,3%). A magyar állampolgárságú hallgatóknál jóval magasabb végzettségűek az anyák (felsőfokú végzettség: 46%) az apáknál (felsőfokú végzettség: 32,7%), míg ez az arány kiegyenlítettebb a kettős magyar állampolgárok esetében (felsőfokú végzettségű anya: 43,3%, felsőfokú végzettségű apa: 40,7%). A mintában szereplő kettős magyar állampolgárságú hallgatók szülői végzettséggel kapcsolatos eredményei nagyon hasonlítanak a korábbi kutatások eredményeihez (Pusztai & Nagy 2005), azonban a külföldi hallgatók szüleinek végzettsége a Danka (2010) vizsgálatában említettekhez képest változik: jóval erőteljesebb a középfokú végzettség jelenléte, mint a felsőfokúé. Ennek hátterében a kutatási minták különbözőségeit feltételezhetjük.

8. táblázat. A szülők végzettsége az állampolgárság tekintetében (N=450). Forrás: saját adatbázis.

		Magyar állampolgár (%)	Kettős magyar állampolgár (%)	Külföldi állampolgár (%)
Anya legmagasabb iskolai végzettsége (sign.=0,000)	Alapfokú	0,7%	4,7%	6,7%
	Középfokú	53,3%	52%	79,3%
	Felsőfokú	46,0%	43,3%	14%
Apa legmagasabb iskolai végzettsége (sign.=0,034)	Alapfokú	3,3%	6%	7,3%
	Középfokú	64,0%	53,3%	67,3%
	Felsőfokú	32,7%	40,7%	25,3%

2. Gazdasági helyzet

A kutatásunkban részt vevők alapvető képzési és demográfiai háttérváltozóinak megismerése után az alábbi fejezetben a második hipotézis vizsgálatát kezdjük meg: a megkérdezettek gazdasági helyzetét elemezzük szubjektív és objektív mutatók alapján, családi és egyéni vonatkozásban.

A családok szubjektív anyagi helyzetét tekintve a kutatásban részt vevő diákok több mint fele (55,6%) átlagosnak értékelte családjának anyagi körülményeit, egyharmaduk (31,1%) magasabbnak, 13,3%-uk pedig alacsonyabbnak. A kitöltőket saját anyagi helyzetükről is

megkérdeztük, mely során kiderült, hogy mindössze 6,9%-uk érzi úgy, hogy kisebb-nagyobb anyagi problémával küzd, tehát igazolódni látszik mintánk kapcsán is, hogy a jobb anyagi körülmények közül érkező hallgatók jutnak be/maradnak benn nagyobb eséllyel a felsőoktatásban (Szabó, 2012).

9. táblázat. A hallgatók szüleinek végzettsége, foglalkoztatottsága, saját és családi szubjektív anyagi helyzete (N=450). Forrás: saját adatbázis.

		A kutatásban részt vevő hallgatók aránya (%)
A család szubjektív anyagi helyzete	Az átlagnál rosszabb	13,3%
	Átlagos	55,6%
	Az átlagnál jobb	31,1%
	Összesen	100%
A hallgató szubjektív anyagi helyzete	Anyagi problémákkal küzd	6,9%
	Nem küzd anyagi problémákkal	93,1%
	Összesen	100%

A megkérdezett hallgatók szubjektív családi anyagi helyzete és az állampolgárság tekintetében szignifikáns különbséget (sign.=0,000) találtunk, melyet érdemesnek találunk a bemutatásra a későbbi kutatási eredmények értelmezése, megértése szempontjából. Ezt a változót vizsgálva nagyon hasonló a magyar és a kettős magyar állampolgárságú hallgatók eredménye: mindkét esetben úgy érzi a hallgatók jelentős többsége (magyar: 69,3%; kettős magyar állampolgár: 60%), hogy családjának anyagi helyzete átlagosnak tekinthető. A kettős magyar állampolgárságú hallgatók esetében viszont enyhén magasabb az átlagnál jobb anyagi helyzetű családok aránya, mely megerősíti a korábbi kutatásokat, mely szerint a magas gazdasági, munkahelyi státuszú szülők gyermekei érkeznek Magyarországra tanulni (Hatos, 2012). A kutatásban részt vevő külföldi hallgatók esetében találunk komolyabb különbséget a másik két csoporthoz képest. Itt egyértelműen látszik, hogy tehetősebb családokból érkeztek a hallgatók: közel felük (46,7%) értékelte az átlagnál jobbra családjának anyagi körülményeit. Ezek az eredmények is azt mutatják, hogy azok a családok nyitottabbak a külföldi mobilitásra/engedhetik meg maguknak a külföldi mobilitással járó plusz anyagi terheket, akik jobb anyagi körülmények között élnek (Hatos, 2012). A megkérdezett hallgatók saját anyagi helyzetének tekintetében nem találunk hangsúlyos különbségeket: a diákok több, mint 90%-a nem érzi, hogy anyagi problémákkal küzdene.

10. táblázat. A hallgatók szülői háttere az állampolgárság függvényében (N=450). Forrás: saját adatbázis.

		magyar állampolgár (%)	kettős magyar állampolgár (%)	külföldi állampolgár (%)
a család szubjektív anyagi helyzete (sign.=0,000)	az átlagnál rosszabb	10,7%	13,3%	16%
	átlagos	69,3%	60%	37,3%
	az átlagnál jobb	20%	26,7%	46,7%
a hallgató szubjektív anyagi helyzete (sign.=0,110)	anyagi problémákkal küzd	4%	8%	8,7%
	nem küzd anyagi problémákkal	96%	92%	91,3%

A kutatásban részt vevő hallgatókat megkérdeztük a családjuk tulajdonában lévő vagyontárgyakról: ezzel a módszerrel szeretnénk volna objektív anyagi tőkéjüket feltérképezni. A megjelölt vagyontárgyak listájából létrehoztuk az objektív anyagi tőke változót, melyből aztán Recode parancs segítségével egy háromfokozatú változót alakítottunk ki: magas, közepes és alacsony objektív anyagi tőke kategóriákba soroltuk a válaszokat. A legtöbb megkérdezett hallgató családja a magas (49,1%) és közepes (45,6%) csoportba sorolható, míg a legkevesebben (5,3%) az alacsony objektív kategóriába tartoznak, mely ismét megerősíti azokat a korábbi kutatásokat, melyek szerint a magasabb gazdasági tőkével rendelkező hallgatók juthatnak be nagyobb eséllyel a felsőoktatásba (Szabó, 2012).

A hallgatók saját objektív anyagi helyzetét is elemeztük: azért döntöttünk a külön vizsgálat mellett, mert a megszokott, családok anyagi tőkéjére vonatkozó kérdéssor napjainkra kissé elavultnak tekinthető (például hagyományos, nem síkképernyős televíziót már nem lehet vásárolni, a mobilinternettel rendelkező okostelefonok olcsón elérhetőek, illetve a klíma vagy laptop az élet alapvető részévé vált). Azonban a hallgatók saját tulajdonában lévő vagyontárgyak talán képesek ezt a fajta, elavultabb vizsgálatot differenciálni és jobban kimutatni a hallgatók közötti anyagi különbségeket. Ennek megfelelően hat változót vontunk össze, melyek a hallgatók saját anyagi javaira vonatkoztak, majd Recode parancs segítségével három kategóriát hoztunk létre: magas, közepes és alacsony anyagi helyzetű csoportokba soroltuk őket. A legtöbben az alacsony kategóriába kerültek (50,7%), a közepes kategóriába 34,7%, a magas anyagi helyzet csoportjába pedig 14,7% „jutott be”.

Az alábbiakban állampolgárság szerinti bontásban is bemutatjuk az adatokat, melyet relevánsnak gondolunk a későbbi eredmények értelmezése szempontjából. A család anyagi

tőkéje kapcsán szignifikáns eredményt kaptunk (sign.=0,000). A külföldi hallgatók csoportjában a magas objektív anyagi tőkével rendelkezők aránya a legerőteljesebb (69,3%), mely megerősíti azokat a korábbi kutatásokat, melyek szerint a módosabb családokból érkeznek a külföldi hallgatók hazánkba (Kasza, 2010; Kiss, 2014; Dusa, 2020; Miklós et al., 2018). A magyar és a kettős magyar állampolgárságú hallgatók csoportjában leginkább a közepes anyagi tőke van jelen (58% és 54,7%).

11. táblázat. A hallgatók családi objektív anyagi helyzete (N=450; Sign.=0,000): Forrás: saját adatbázis.

A család objektív anyagi helyzete		Állampolgárság			Összesen
		Magyar állampolgár	Kettős magyar állampolgár	Külföldi állampolgár	
Alacsony	N	8	6	10	24
	%	5,3%	4,0%	6,7%	5,3%
Közepes	N	82	87	36	205
	%	54,7%	58,0%	24,0%	45,6%
Magas	N	60	57	104	221
	%	40,0%	38,0%	69,3%	49,1%
Összesen	N	150	150	150	450
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

A hallgatók egyéni objektív anyagi helyzete kapcsán is végeztünk kereszttáblás vizsgálatot (sign.=0,000): a magyar állampolgárságú diákok között leginkább alacsony anyagi helyzetűeket találunk (70%), hasonlóképpen a kettős magyar állampolgárságúak esetében (59,3%). A külföldi állampolgárokra leginkább a közepes anyagi helyzet a jellemző (46,7%), ugyanakkor fontos kiemelni, hogy a többi állampolgárságú csoporthoz képest a külföldieknél a legerőteljesebb a magas anyagi helyzetű hallgatók aránya (30,7%) – ez az arány a magyar diákoknál 2%, a kettős magyar állampolgárok körében pedig 11,3%. Ezek az eredmények ismét alátámasztják azokat a kutatásokat, melyek szerint a külföldi hallgatók magasabb anyagi háttérrel rendelkeznek (Kasza, 2010; Kiss, 2014; Dusa, 2020). Ebből a kereszttáblából az is kiderül, hogy a kettős magyar állampolgárságú hallgatók erősebb anyagi helyzetben vannak, mint magyar hallgatótársaik, erősebb anyagi háttérű családokból érkeznek (Erdei, 2005).

12. táblázat. A hallgatók egyéni objektív anyagi helyzete (N=450; Sign.=0,000). Forrás: saját adatbázis.

A hallgató egyéni objektív anyagi helyzete		Állampolgárság			Összesen
		Magyar állampolgár	Kettős magyar állampolgár	Külföldi állampolgár	
Alacsony	N	105	89	34	228
	%	70,0%	59,3%	22,7%	50,7%
Közepes	N	42	44	70	156
	%	28,0%	29,3%	46,7%	34,7%
Magas	N	3	17	46	66
	%	2,0%	11,3%	30,7%	14,7%
Összesen	N	150	150	150	450
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Az állampolgárság mellett más háttértényezők is relevánsak kutatásunkban, ezért lakhely alapján is vizsgálat alá vontuk a család objektív anyagi helyzetét (sign.=0,000). A legjobb anyagi helyzetben lévő családok aránya követi a települések méretét: a fővárosokban élők körében találjuk a legtöbb (72%), a falvakban élők között pedig a legkevesebb (30%) magas anyagi helyzetű családot.

13. táblázat. A családi objektív anyagi helyzet a lakhely alapján (N=450). Forrás: saját adatbázis.

Lakhely		A család objektív anyagi helyzete			Összesen
		Alacsony	Közepes	Magas	
Főváros	N	2	14	41	57
	%	4%	25%	72%	100%
Megyeszékhely, megyei jogú város	N	6	39	81	126
	%	5%	31%	64%	100%
Kisebb város	N	9	95	71	175
	%	5%	54%	41%	100%
Faluk	N	7	57	28	92
	%	8%	62%	30%	100%
Összesen	N	24	205	221	450
	%	5%	46%	49%	100%

Összegzés – A hallgatók gazdasági háttere

Jelen alfejezetben a második hipotézisünk kapcsán vizsgáltuk a megkérdezettek gazdasági hátterét. Arra a megállapításra jutottunk, hogy a külföldi hallgatók rendelkeznek a legmagasabb gazdasági mutatókkal mind a szubjektív, mind az objektív anyagi tőke kapcsán. A külföldiek mögött lemaradnak a magyar és kettős magyar állampolgárságú diákok, akik között csak kisebb különbségeket találunk az anyagi helyzet kapcsán. Ugyanakkor összehasonlítva enyhén erősebb gazdasági háttérrel rendelkeznek a kettős magyar állampolgárok a magyar hallgatóknál az egyéni objektív anyagi tőke tekintetében, míg a családi objektív anyagi helyzetnél szinte teljesen megegyezők az eredmények. Ezek alapján megerősíthetjük hipotézisünk azon részét, mely a különböző állampolgárságú hallgatók különböző gazdasági hátterére vonatkozik.

3. Kulturális szokások

Második hipotézisünk vizsgálatát folytatjuk jelen fejezetben. Áttekintjük, hogy milyen kulturális háttérrel rendelkeznek a megkérdezett hallgatók: a szülők kulturális fogyasztását vetjük vizsgálat alá és egyéb tényezőket is felhasználva egy kulturális fogyasztási indexet hozunk létre. Keresztátlás vizsgálatok segítségével célunk annak a felmérése is, hogy a különböző állampolgárságú hallgatók esetében milyen különbségeket találunk a kulturális háttér kapcsán.

A magaskultúra-fogyasztási szokások alapján négy klasszikus magaskultúra-fogyasztási „jelzőt”, a különböző hagyományosan magaskulturális intézmények, programok látogatásának gyakoriságát vizsgáltunk: a komolyzenei koncertre, a színházba, a moziba, a könyvtárba, valamint a múzeumba, kiállításra járást. Módszertani szempontból szeretnénk megjegyezni, hogy a könyvtárba járás gyakoriságának napjainkban már valószínűleg nincs olyan erőteljes jelzőereje, mint a korábbi években, hiszen megjelentek az otthonról elérhető online adatbázisok, letölthető könyvek és folyóiratok. Szintén elgondolkodtató a moziba járás gyakoriságának elemzése, mivel a streaming szolgáltatók elterjedésével az otthoni filmnézés is egyre elterjedtebb, illetve az is átgondolást kíván, hogy a mozi vajon milyen típusú filmnézést takar (magaskultúrához sorolható művészfilmet vagy a populáris kultúrához sorolható alkotást). Ezeket a dilemmákat fontosnak tartjuk jelezni, azonban igyekszünk a korábbi szakirodalomhoz és kutatási módszertanhoz igazodni, ezért hagytuk meg ezen területek elemzésének lehetőségét.

A kitöltők a következő gyakorisági kategóriákat jelölhették be a szülők különböző kulturális fogyasztása kapcsán: naponta, hetente, havonta, évente néhányszor, ritkábban vagy soha nem jár. A naponta, hetente és havonta gyakoriságokat Recode parancs segítségével összevontuk, így a következő gyakoriságokkal folytattuk vizsgálatunkat: 1: soha; 2: ritkábban;

3: évente néhányszor; 4: havonta vagy gyakrabban. Frequencies parancs segítségével átlagot számoltunk: azt tapasztaltuk, hogy a klasszikus kulturális fogyasztás erőteljesebben jellemző az anyákra, mint az apákra: mindegyik kulturális tevékenység kapcsán magasabb átlagot érték el a nők, mely megerősíti a korábbi kutatások eredményeit a nemek kultúrafogyasztási különbségei kapcsán (Dudás & Hunyadi, 2005; Pavluska et al., 2018). Az aktivitások egymáshoz viszonyított kedveltsége azonban már szinte teljesen megegyezett. A legnépszerűbb program a moziba járás mindkét nemnél, a legkevésbé kedvelt program pedig a komolyzenei koncert- és könyvtárlátogatás. A múzeumok megtekintését külön is kiemeljük: az anyák és apák is átlagosan évente egyszer vagy ennél ritkábban járnak múzeumba.

14. táblázat. A szülők magaskultúra-fogyasztási szokásai (N=450). Forrás: saját adatbázis.

Anya					
	Komolyzenei koncert	Színház	Mozi	Könyvtár	Múzeum, kiállítás
N	450	450	450	450	450
Átlag	1,8	2,23	2,86	1,96	2,24
Apa					
	Komolyzenei koncert	Színház	Mozi	Könyvtár	Múzeum, kiállítás
N	450	450	450	450	450
Átlag	1,71	1,94	2,14	1,69	2,03

Mindezek után varianciaanalízis futtatásával számoltuk ki az anya és az apa kulturális fogyasztási gyakoriságának átlagát az állampolgárság alapján.

Az anya magaskultúra-fogyasztási szokásait elemezve két esetben, a komolyzenei koncertre és a mozira vonatkozó eredményeknél találtunk szignifikáns összefüggést. Noha a komolyzenei koncert a legkevésbé látogatott kulturális helyszín, leggyakrabban a külföldi (1,93) és a kettős magyar (1,83) állampolgárságú hallgatók édesanyja jár ilyen jellegű programokra, míg a magyar hallgatók esetében ez az átlag 1,64. A mozi esetében fordított jelenségre lehetünk figyelmesek: a legkevésbé a külföldi (2,45), a leginkább pedig a magyar (3,11) hallgatók édesanyja jár moziba. Mivel a komolyzenei koncert az egyik leginkább magaskulturális jellegű program, míg a mozilátogatás az egyik legkevésbé magaskulturális jellegű tevékenység, így megállapíthatjuk, hogy a megkérdezett külföldi és kettős magyar állampolgárságú hallgatók édesanyjai aktívabb magaskultúrafogyasztók, mint magyar társaik. Ezt megerősíti Hatos (2012) megállapítása is, mely szerint a magasabb kulturális tőkével rendelkező szülők gyermekei kezdenek külföldi tanulmányokba.

Az anyák múzeumfogyasztása esetében nem kaptunk szignifikáns eredményt, azonban a dolgozatunk témája kapcsán relevánsnak tartjuk megemlíteni, hogy nem számítanak gyakori múzeumlátogatóknak: a múzeumlátogatás átlagához (2,24) képest gyakrabban járnak múzeumba

a külföldi és a magyar édesanyák, míg a kettős magyar állampolgárságú hallgatók elmaradnak az átlagtól. Ennek hátterében a hozzáférés problémája sejthető: kisebb településekről érkeznek, ahol kevesebb a muzeális jellegű kulturális kínálat.

Az édesapák magaskulturális fogyasztását is vizsgáltuk az állampolgárság függvényében. Szignifikáns eredményt csak a könyvtár esetében kaptunk: a legaktívabb könyvtárlátogatók a külföldi hallgatók (1,81) és a kettős magyar állampolgárságú diákok (1,77) édesapái. A magyar hallgatók esetében ez az átlag jóval alacsonyabb (1,49). Ez az eredmény megerősíti Danka (2010) állítását a magasabb kulturális tőke és a külföldi tanulmányok összefüggése kapcsán. Az apák múzeumlátogatási gyakoriságának tekintetében hasonló eredményeket kaptunk, mint az édesanyák esetében: az átlaghoz (2,03) képest gyakrabban járnak a magyar és külföldi, ritkábban a kettős magyar állampolgárságúak édesapái.

15. táblázat. A szülők magaskultúra-fogyasztási szokásai az állampolgárság függvényében (N=450).

Forrás: saját adatbázis.

Anya						
Állampolgárság		Komolyzenei koncert (sign.=0,020)	Színház (sign.=0,220)	Mozi (sign.=0,000)	Könyvtár (sign.=0,975)	Múzeum, kiállítás (sign.=0,552)
Magyar állampolgár	Átlag	1,64	2,28	3,11	1,96	2,26
Kettős magyar állampolgár	Átlag	1,83	2,28	3,00	1,95	2,18
Külföldi	Átlag	1,93	2,12	2,45	1,97	2,29
Összesen	Átlag	1,80	2,23	2,85	1,96	2,24
	N	450	450	450	450	450
Apa						
Állampolgárság		Komolyzenei koncert (sign.=0,20)	Színház (sign.=0,206)	Mozi (sign.=0,837)	Könyvtár (sign.=0,005)	Múzeum, kiállítás (sign.=0,439)
Magyar állampolgár	Átlag	1,54	1,90	2,18	1,49	1,98
Kettős magyar állampolgár	Átlag	1,80	2,05	2,12	1,77	2,00
Külföldi	Átlag	1,78	1,87	2,13	1,81	2,11
Összesen	Átlag	1,71	1,94	2,14	1,69	2,03
	N	450	450	450	450	450

A szülői kulturális fogyasztási indexe

A szülők kulturális fogyasztásának vizsgálatára egy indexet hoztunk létre Erdei (2005) mutatói alapján: alacsony, közepes és magas szintű kulturális fogyasztási kategóriákba kerültek a szülők. Az összevont változók a következők voltak: a család könyveinek száma, a szülők komolyzenei koncert-, múzeum-, könyvtár-, mozi- és színházlátogatási gyakorisága.

A kulturális fogyasztás tekintetében a teljes mintát tekintve azt tapasztaltuk, hogy a leggyakoribb az alacsony szülői kulturális fogyasztás (47,1%): a megkérdezett hallgatók közel felére jellemző. Ezt követi a közepes kultúrafogyasztás (34%), a legkevesebben pedig a magas kultúrafogyasztási kategóriába kerültek (mindössze 18,9%).

16. táblázat. A szülők kulturális fogyasztásának mértéke (N=450). Forrás: saját adatbázis.

A szülők kulturális fogyasztásának mértéke	N	%
Magas	85	18,9%
Közepes	153	34,0%
Alacsony	212	47,1%
Összesen	450	100,0%

A szülők kultúrafogyasztási jellegzetességeit megvizsgáltuk az állampolgárság alapján is Crosstabs parancs segítségével. Noha nem találtunk szignifikáns összefüggést, mégis tendencia jelzésére alkalmasnak tartjuk az eredményeket. A kettős magyar állampolgárságú hallgatók szüleinek (22,7%) a legmagasabb a magaskulturális fogyasztása, őket követik a külföldiek (21,3%), majd jóval „lemaradva” a magyarok (12,7%). Ez az eredmény megerősíti azokat a kutatásokat, melyek szerint magasabb kulturális tőkével rendelkeznek a határon túli magyar és a külföldi hallgatók (Pusztai & Nagy, 2005; Erdei, 2005; Hatos, 2012). A közepes kulturális fogyasztás a magyar hallgatók szülei esetében a legerősebb (40,7%), míg az alacsony fogyasztásnál nem találunk hangsúlyos különbségeket.

17. táblázat. A szülők kulturális fogyasztása az állampolgárság függvényében (N=450; Sign.=0,10).
Forrás: saját adatbázis.

Állampolgárság		A szülők kulturális fogyasztása			Összesen
		Magas	Közepes	Alacsony	
Magyar állampolgár	N	19	61	70	150
	%	12,7%	40,7%	46,7%	100,0%
Kettős magyar állampolgár	N	34	47	69	150
	%	22,7%	31,3%	46,0%	100,0%
Külföldi állampolgár	N	32	45	73	150
	%	21,3%	30,0%	48,7%	100,0%
Összesen	N	85	153	212	450
	%	18,9%	34,0%	47,1%	100,0%

A lakhely kapcsán is vizsgáltuk a kulturális fogyasztási index mértékét. Szignifikáns eredményt nem kaptunk (sign.=0,12), azonban érdemesnek tartjuk megemlíteni, hogy a magas kulturális fogyasztás leginkább a fővárosokból és megyeszékhelyekről érkezőkre volt jellemző, míg alacsony kulturális fogyasztást leginkább a falvak esetében találtunk.

Összegzés – Kulturális háttér

A megkérdezett szülők magaskulturális intézménylátogatási szokásait megvizsgálva kijelenthetjük, hogy a családi kulturális háttér különbözősége megmutatkozik az állampolgárság vonatkozásában. A külföldi megkérdezettek szülei a legaktívabb komolyzenei koncertre járók és múzeumlátogatók, valamint esetükben a legmagasabb a kulturális index mértéke. Ez az eredmény megerősíti, hogy a külföldi tanulmányokat folytató hallgatók magas kulturális tőkével rendelkeznek (Danka, 2010; Hatos, 2012). A kettős magyar állampolgárságú hallgatók szülei kevésbé járnak múzeumba, mint a külföldi állampolgárok, s az édesanyák esetében ők a legritkább múzeumlátogatók. Emögött a jelenség mögött a hozzáférés problémáját sejtjük, azaz a szerb kistélepüléseken, ahonnan a kettős magyar állampolgárságú hallgatók legnagyobb arányban érkeztek, alacsony a muzeális intézmények száma. A kulturális fogyasztási index létrehozása ezért is volt fontos, mert ezek az eredmények már a kettős magyar állampolgárságú és a külföldi hallgatók magasabb kulturális háttérét mutatták a magyarokéhoz képest – így második hipotézisünk újabb elemét tudtuk megerősíteni. A lakhely és a kulturális fogyasztás között nem találtunk szignifikáns összefüggést, de az eredmények a nagyobb méretű települések dominanciáját jelezték a kulturális fogyasztás erőssége kapcsán.

4. A hallgatók szabadidő-eltöltési szokásai

A szabadidő-eltöltéssel kapcsolatos fejezet több hipotézisünkhöz is kapcsolódik. Az első hipotézis kapcsán a lakhely és a nem kultúrafogyasztásra gyakorolt hatását elemezzük, a második hipotézis tekintetében pedig vizsgálni fogjuk a hallgatók kultúrafogyasztásának és a gazdasági és kulturális háttérüknek az összefüggéseit. A harmadik hipotézist fedi le legnagyobb részben a fejezet: a hallgatók szabadidő-eltöltési szokásainak kapcsán megfigyeljük az online és társas aktivitások, valamint a magaskulturális színhelyek jelenlétét.

Érdemes megemlítenünk néhány kutatási eredményt, mielőtt saját elemzésünkhöz nekikezdünk. Kántor (2021: 86) szerint az egyetemisták legkevésbé kedvelt szabadidős aktivitásai között főként magaskulturális elemek találhatók: „hangversenyen való részvétel, művészeti kiállítások és múzeumok látogatása, művészmozi vetítésen való részvétel”. Kéri (2021) kiemeli, hogy a külföldi hallgatók egyetemi lojalitásának kialakulásában is szerepet játszhatnak a szabadidős lehetőségek, valamint több szerző szerint is hatással bír a kulturális

fogyasztásra a nem és a lakhely (Pavluska et al., 2018; Dudás & Hunyadi, 2005), így ezen szempontok alapján is meghatározónak tartjuk a vizsgálat elvégzését.

A különböző tevékenységeket korábbi kutatások és a jelen kutatás kapcsán releváns szabadidő-eltöltési aktivitások alapján állítottuk össze. A kitöltők a felsorolt szabadidős tevékenységek gyakoriságát egy 6 fokú skálán jelölhették be: 6-naponta, 5-hetente, 4-havonta, 3-félévente legalább egyszer, 2-ritkábban, 1-soha nem végzik az adott tevékenységet. A megjelölt aktivitások közül az olvasást nem korlátoztuk le könyvolvasásra, hiszen különböző digitális eszközök segítségével (pl. e-könyvek) is sor kerülhet erre a tevékenységre (Németh, 2013). A szabadidős programok között magaskulturális aktivitásokat is felsoroltunk, a múzeumlátogatás gyakoriságát azonban a téma fontossága miatt külön kérdésben, a későbbiekben vizsgáltuk. A beérkezett válaszok alapján átlagot számoltunk, majd varianciaanalízis segítségével elemeztük a szabadidő-eltöltési szokásokat az állampolgárság, a nem, a lakhely, a szülők kulturális fogyasztási indexe, valamint a gazdasági háttér függvényében.

A teljes minta szabadidő-felhasználási tevékenységéből kitűnik, hogy a legnépszerűbb szabadidő-eltöltési tevékenységek a társas, online és populáris kulturális aktivitások. Az online chatelést-, e-mailezést naponta végzik a megkérdezettek, az (internetes) TV nézés és barátokkal való találkozás heti rendszerességgel. A sportolás, kocsmába járás, shoppingolás és társasjátékozás is gyakori tevékenység, csakúgy, mint a szakirodalom-olvasás. A klasszikusan magaskulturális tevékenységeket félévente legalább egyszer vagy ritkábban végzik kutatásunk résztvevői: a leginkább kedvelt ilyen jellegű tevékenység a könyvtárba járás, melynek háttérében nem csak a magasabb kulturális tőke állhat, hanem a Szegedi Tudományegyetem Klebelsberg Egyetemi Könyvtárának sajátos helyzete is. Az egyetemi könyvtár ugyanis a József Attila Tanulmányi és Információs Központ épületében helyezkedik el, ahol kávézó, büfé és közösségi terek is várják a hallgatókat, így a könyvtárba járás nem mindenképpen jelent hagyományos könyvtárlátogatást. A klasszikus zenehallgatás és moziba járás is félévente egy alkalommal jellemző a megkérdezettekre, a legkevésbé népszerű magaskulturális program pedig a művészfilmnézés, színház- és komolyzenei koncertlátogatás. Érdekes még említést tennünk a dolgozat későbbi, múzeumi vizsgálata kapcsán az önkéntes tevékenységről és hallgatói klubokról: ezek a legkevésbé népszerű szabadidőeltöltési aktivitások közé kerültek.

Eredményeink alátámasztják Pavluska (2014) megállapítását, miszerint a szabadidőeltöltési aktivitások leggyakrabban társas tevékenységek. Bocsi 2014-es kutatásához képest (Bocsi, 2014a) alacsonyabb átlagot hozott a szórakozás, míg Pfau (2014) és Kovács (2011) vizsgálatait megerősítik eredményeink: az internetezés, a TV és filmnézés, a sportolás

népszerű tevékenységek. A klasszikus magaskulturális tevékenységek kapcsán Engler és Németh (2012), Stefán (2008) és Murányi (2010) megállapításait tudjuk alátámasztani.

18. táblázat. A hallgatók szabadidős tevékenysége (N=450). Forrás: saját adatbázis.

Szabadidős tevékenység	N	Átlag
Chat, online videózás, e-mailezés barátokkal	450	5,56
TV nézés, internetes TV nézés	450	5,02
Találkozás barátokkal	450	4,79
Sportolás	450	4,43
Kocsmába járás	450	3,71
Shoppingolás, plázázás	450	3,60
Szakirodalom-olvasás	450	3,55
Társasjátékozás, kártyázás	450	3,52
Szórakoztató irodalom-olvasás	450	3,41
Bulizás	450	3,40
Játék konzolos, PC-játékokon	450	3,19
Könyvtárba járás	450	3,13
Utazás	450	3,10
Klasszikus zenehallgatás	450	3,08
Moziba járás	450	3,02
Szépirodalom-olvasás	450	2,66
Könnyűzenei koncertre járás	450	2,54
Önkéntes tevékenység	450	2,48
Művészfilmnézés	450	2,46
Színházba járás	450	2,42
Komolyzenei koncertre járás	450	1,92
Részvétel hallgatói klubokban	450	1,89

Az állampolgársági alapú vizsgálat esetében a 22 vizsgált tevékenység közül 15 esetben kaptunk szignifikáns eredményt (lásd: 2. melléklet). Mindhárom állampolgárság tekintetében a legnagyobb gyakorisággal a barátokkal való online kapcsolattartás a jellemző – közülük is leginkább a magyar hallgatókra (5,83). Ez az eredmény azt jelzi, hogy noha anyaországukban tanulva nagyobb lehetőséget kapnak nem csak Szegeden, hanem lakhelyükön is személyesen találkozni barátaikkal, mégis a virtuális világot részesítik előnyben. Az online barátkozást követi a magyarok (5,22) és a külföldiek (4,93) esetében a televíziónézés vagy online televíziózás – a magyar hallgatók kapcsán ez megerősíti Murányi (2010) eredményeit, mely szerint az individuális és passzív tevékenységeket részesítik előnyben a debreceni diákok szabadidejükben. A kettős magyar állampolgárságú hallgatóknál a barátokkal történő

személyes találkozás szerepel a második helyen (4,93) – így számukra a két leggyakoribb tevékenység a kapcsolattartáshoz kapcsolódik: fontosnak tartják a virtuális és a személyes kapcsolattartást is barátaikkal. Ennek háttérében az állhat, hogy többségük lakhelye Szeged közelében található, így gyakrabban tudnak hazautazni, ezért nem csak az egyetemi városban, hanem lakhelyükön is tudnak barátaikkal találkozni. Nem csak a kettős magyar állampolgárok, hanem a külföldiek esetében is magasabb a barátokkal történő személyes találkozás gyakorisága (4,80), mint a magyar megkérdezetteknél (4,65): mivel családjuktól távolabb élnek, mint magyar társaik, valószínűleg fontosabbak számukra a személyes interakciók, melyekre leginkább a barátokkal adódik rendszeres lehetőség. Ezeket az eredményeket alátámasztják azon korábbi vizsgálatok, melyek szerint a külföldi hallgatók magyarországi tanulmányaik kapcsán fontos elvárásként jelölték meg a társas kapcsolatok kialakítását (Heti & Kéri, 2019; Dukai, 2019). A sportolás mindegyik állampolgárságú kategóriában a negyedik helyezett lett (4,26 – 4,63 közötti átlaggal), tehát a hallgatók szabadidejükben rendszeresen sportolnak.

A magyar kitöltőink körében az ötödik leggyakrabban végzett tevékenység a társasjátékozás vagy kártyázás lett (3,82), mely fontos közösségi aktivitásnak tekinthető. A kettős magyar állampolgárok (3,63) és a külföldiek (3,11) esetében kisebb ennek a tevékenységnek a gyakorisága. A kettős magyar állampolgárságúak esetében az ötödik-hatodik helyen a kocsmába járás (3,64) és a bulizás (3,43) szerepel, mely összefüggésben lehet azzal, hogy sokat barátkoznak személyesen. Ők lettek tehát a leginkább társaságot kedvelő állampolgársági csoport. Ugyanakkor sem a kocsmázás (3,41), sem a bulizás (2,96) nem jellemző a megkérdezett külföldi hallgatókra olyan mértékben, mint a kettős magyar állampolgárságúakra (bulizás: 3,81; kocsmába járás: 4,07). Ezen eredmények nem erősítik meg Miklós és társai (2018) kutatását, melyben Szegeden tanuló külföldiek szabadidő-eltöltési szokásait vizsgálták: a megkérdezettek 70%-a járt heti egy alkalommal kocsmában, tehát az ő mintájukra gyakoribb látogatás volt jellemző. A magyar hallgatók esetében a bulizás a középmezőnyben (kilencedik helyen) szerepel (3,43), mely alátámasztja Murányi (2010) debreceni hallgatók körében végzett kutatásának eredményeit, melyek azt mutatták, hogy a megkérdezettek 44%-a jár városi szórakozóhelyekre havonta 1-2 alkalommal. A gazdasági helyzet hatása érezhető a plázázás, vásárolgatás kapcsán, ugyanis a három állampolgársági kategória közül a magyar hallgatók járnak legritkábban plázázni (3,33), míg a külföldiek a leggyakrabban (3,89). A szórakoztatóirodalom-olvasás a megkérdezett magyar hallgatók hatodik legkedveltebb szabadidős aktivitása, mely hasonló eredményeket mutat Murányi (2010) kutatásával. Érdekes azonban kiemelni, hogy sem a külföldi, sem pedig a kettős magyar állampolgárságú hallgatók esetében nem került be a 10 leggyakoribb időtöltés közé. A

külföldiekre kisebb arányban jellemző az ösztöndíjas finanszírozási forma (összesen 25%), viszont magas az önköltséges finanszírozás aránya (75%), s valószínűleg nem akarják családjuk anyagi terheit tanulmányaik csúszásával nehezíteni.

Érdekes eredményre jutottunk a moziba járás kapcsán is: ebben az esetben ismét a kettős magyar állampolgárságú diákok a legaktívabbak (3,18), akiket a magyarok követnek (2,98) – félévente legalább egy alkalommal ellátogatnak moziba. A három kategórián belül a külföldiek járnak legritkábban moziba (2,91), mely megegyezik Miklós és társai (2018) kutatási eredményeivel, ugyanakkor érdemes megemlíteni, hogy a magyar hallgatók mozilátogatási gyakorisága sem erős (vö. Sörös, 2009). Ennek okaként említhetjük az eredeti nyelven játszott filmek alacsony számát hazánkban. Az utazás jobban jellemző a megkérdezett határon túli magyar (3,19) és külföldi (3,19) diákokra, mely indokolható a magasabb anyagi tőkékkel, valamint a kettős magyar állampolgárok esetében a rendszeresebb hazautazással. A külföldi állampolgároknál pedig érdemes megemlíteni, hogy szívesen tesznek utazásokat abban az országban, ahol tanulnak, valamint a távolabbi országokból, például Ázsiából érkezők Európát is szívesen megismerik (Hegedűs, 2023). A könyvtárlátogatás tekintetében a külföldi hallgatók érték el a legmagasabb gyakoriságot (3,75), jóval megelőzve a magyar (2,71) és a kettős magyar állampolgárságú (2,95) hallgatókat. Ennek hátterében nem csak a magasabb kulturális tőke állhat, hanem a Szegedi Tudományegyetem Klebelsberg Egyetemi Könyvtárának korábban említett sajátos helyzete is: a külföldi diákok számára a könyvtár alapvetően nem a könyv kölcsönzés helye, hanem fontos közösségi helyszín. Emellett a magasabb gyakoriság oka a külföldi hallgatók mintája is lehet: jelentős részük orvosi tanulmányokat folytat Szegeden, mely egy nagy tanulási igényű szak – a vizsgaidőszakban megtelik az egyetemi könyvtár a külföldi orvostanhallgatókkal, akik az olvasótermekben tanulnak vizsgáikra. A művészfilmnézés egyik állampolgársági kategória kapcsán sem túl gyakran végzett tevékenység, azonban közülük a legkevésbé a magyar (2,25), leginkább a külföldi hallgatók (2,74) tekintenek meg ilyen típusú alkotásokat, melyet a magasabb kulturális tőkével indokolhatunk. Szintén nem túl gyakran végeznek önkéntes tevékenységet a megkérdezett hallgatók – ezen szabadidő-eltöltési kategóriát azért vizsgáljuk külön is, mert a későbbiekben a múzeumi önkéntes tevékenységről is megosztjuk majd kutatási eredményeinket. Komolyabb különbség látható a magyar (2,24) és külföldi hallgatók (2,81) között az önkéntesség tekintetben: a három állampolgársági kategóriából a magyar megkérdezettek végzik a legkevésbé, a külföldiek pedig a legtöbb önkéntes munkát, mely megerősíti Béla-Csovcsics és Kéri (2017) önkéntességgel kapcsolatos eredményeit. Ennek hátterében állhat az, hogy komoly különbségek mutatkoznak a nyugat-európai és kelet-európai önkéntességi szokások között: Nyugat-Európában jóval nagyobb arányban önkénteskednek a fiatalok, mint Közép-

Kelet-Európában (Bocsi et al., 2023), s jelen kutatásunk külföldi alanyai körében magas a nyugat-európai hallgatók aránya (német állampolgárságúak). Noha a mintánkban szereplő magyar hallgatók már részt vettek az iskolai közösségi szolgálat rendszerében (Markos, 2021), jelen kutatás eredményei azt mutatják, hogy egyetemi tanulmányaik alatt ritkán végeznek önkéntes munkát. A szignifikáns eredményt hozó tevékenységek közül az utolsó helyen végzett a „részvétel hallgatói klubokban” mindhárom állampolgársági kategóriában, melyről azért szólunk, mert bizonyos hallgatói klubok rendszeresen szerveznek kulturális és múzeumi programokat Szegeden. Ez az eredmény alátámasztja Murányi (2010) korábbi kutatásait: a vizsgálatban részt vevő debreceni egyetemisták mindössze 3–4%-a volt tagja valamilyen egyetemi klubnak, csoportnak. Ugyanakkor azt láthatjuk, hogy a külföldiek járnak a leggyakrabban ilyen klubokba (2,13): ennek hátterében az állhat, hogy a Szegedi Tudományegyetemen működnek különböző, külföldieknek szóló hallgatói egyesületek, melyekbe szívesebben csatlakoznak be – hiszen ezek a klubok segíthetnek a magyarországi beilleszkedésben, tájékozódásban, kapcsolatépítésben. Kutatásunk szempontjából leginkább releváns a Szent-Györgyi Albert Orvostudományi Kar, Fogorvostudományi Kar és a Gyógyszerésztudományi Kar külföldi diákjait tömörítő hallgatói klub (International Student Union Szeged) (International Student Union Szeged, 2023), akik különböző szabadidős és kulturális programokat szerveznek ezen karok külföldi tanulói számára.

Noha nem hozott szignifikáns eredményt, azonban kutatásunk témájának kapcsán iránymutatónak tartjuk, hogy ismertessük a megkérdezettek magaskulturális fogyasztási szokásait (ahogy korábban említettük, a múzeumfogyasztást a téma kiemelt fontossága miatt egy későbbi fejezetben ismertetjük). A korábbi kutatások vegyes képet mutatnak a színházlátogatás gyakoriságát illetően: Schultz & Szalók (2022) szerint a színház- és mozilátogatás a legnépszerűbb kulturális program, míg Stefán (2008) vizsgálata alapján ezek nem népszerű kulturális aktivitások. A színházba járás eredménye jelen kutatásban azonban meglepőnek mondható: a legkevésbé a magyar hallgatók látogatják ezeket az intézményeket (2,35), noha a külföldi hallgatók sem járnak sokkal gyakrabban (2,39). Érdekes azonban egy kicsit az eredmények mögé tekinteni, hiszen Szegeden, illetve Magyarországon viszonylag kevés idegennyelvű színházi előadást játszanak, valamint korábbi kutatások is arra az eredményre jutottak, hogy a Szegeden tanuló külföldi hallgatókra nem jellemző a szegedi színházlátogatás (Miklós et al., 2018). Így az eredmények mögött azt sejtjük, hogy a külföldi hallgatók arra az időszakra vonatkoztathatták válaszaikat, amikor otthon töltik idejüket. A kettős magyar állampolgárságú hallgatók járnak leggyakrabban színházba a megkérdezettek közül, melynek kettős oka lehet. Egyrészt a magasabb kulturális tőkéjük állhat a háttérben, másrészt pedig az, hogy a magyar nyelvű magyarországi előadások is érthetőek számukra,

valamint a határ közelsége miatt gyakrabban tudnak lakóhelyük közelében is színházba járni. A komolyzenei koncertek esetében is a kulturális tőke hatását fedezhetjük fel: a magasabb kulturális tőkével rendelkező külföldi és határon túli magyar hallgatók gyakrabban járnak ilyen eseményekre, mint magyar társaik.

A lakhely és a nem is befolyásoló tényező lehet a kulturális fogyasztás kapcsán (Bauer et al., 2016; Fekete & Prazsák, 2014; Gofman et al., 2011; Dudás & Hunyadi, 2005; Pavluska et al., 2018; Bocsi, 2019), így varianciaanalízis segítségével vizsgáltuk a két nem szabadidőfogyasztási jellemzőit. Először bemutatjuk a szignifikáns összefüggést mutató tevékenységeket, majd külön is ismertetjük a klasszikus kulturális fogyasztás jellemzőit. Mind a nők, mind a férfiak esetében a barátokkal történő chatelés, online videózás a leggyakoribb, naponta végzett aktivitás, melyet a TV-nézés és a shoppingolás, majd a szórakoztató irodalom-olvasás követ – mindegyik tevékenység esetében a nők az aktívabbak. A kocsimba járás a férfiakra jellemzőbb, csakúgy, mint a konzolos, PC-s játékok használata és a könnyűzenei koncertlátogatás. A szépirodalom-olvasás ismét a nőkre jellemzőbb, s így át is térhetünk a klasszikus kulturális fogyasztásra, mely közül csak a könyvtárlátogatás hozott szignifikáns eredményt, de kutatási témánk kapcsán iránymutatónak tartjuk a többi klasszikus kulturális tevékenység bemutatását is. Összességében elmondhatjuk, hogy az összes ilyen jellegű program esetében a nőknél találtuk a nagyobb gyakoriságot: gyakrabban járnak könyvtárba, színházba, komolyzenei koncertre, gyakrabban néznek művészfilmet és hallgatnak komolyzenét. Ezek az eredmények tehát alátámasztják a korábbi kutatások eredményeit a nők aktívabb részvétele kapcsán.

19. táblázat. Szabadidő-eltöltési szokások a nem alapján. Forrás: saját adatbázis.

Szabadidős tevékenység	Nő		Férfi		Összesen		Sign.
	Átlag	N	Átlag	N	Átlag	N	
Szórakoztató irodalom-olvasás*	3,56	265	3,19	185	3,41	450	0,01
Könyvtárba járás*	3,25	265	2,96	185	3,13	450	0,04
Klasszikus zenehallgatás	3,16	265	2,95	185	3,08	450	0,17
Moziba járás	3,03	265	3,01	185	3,02	450	0,74
Szépirodalom-olvasás***	2,82	265	2,42	185	2,66	450	0,002
Művészfilmnézés	2,50	265	2,41	185	2,46	450	0,45
Könnyűzenei koncertre járás*	2,46	265	2,65	185	2,54	450	0,04
Színházba járás	2,45	265	2,37	185	2,42	450	0,42
Komolyzenei koncertre járás	1,98	265	1,82	185	1,92	450	0,11

A lakhely tekintetében is varianciaanalízist készítettünk: a chatelés, a shoppingolás, a társasjátékozás, a művészfilmnézés, a hallgatói klubokban való részvétel és a komolyzenei koncertlátogatás esetében tapasztaltunk szignifikáns összefüggést. A barátokkal történő

chatelés, online kapcsolattartás a kisebb településeken és falvakban élőkre jellemzőbb – ők naponta, míg a fővárosiak átlagosan hetente végzik ezt a tevékenységet. A jelenség hátterében az állhat, hogy a kisebb települések közlekedési összeköttetése nem megfelelő, így nagy valószínűséggel az onnan származók kevesebb alkalommal tudnak személyesen találkozni otthoni barátaikkal. A shoppingolás, plázázás a fővárosban élőkre a legjellemzőbb, társasjátékozni, kártyázni ezzel szemben a kisebb településekről érkezők szoktak gyakrabban (átlagosan félevente egyszer). Hallgatói klubokban inkább a fővárosból érkezők vesznek részt, melynek hátterében a külföldiek magasabb arányát sejtjük. A klasszikus kulturális fogyasztás kapcsán szintén a főváros dominanciája figyelhető meg: az összes magaskulturális tevékenységet az onnan érkező diákok végzik a leggyakrabban, míg legkevésbé a falvakból származók vesznek részt ezeken a programokon. Az okok között a szülői kulturális fogyasztást és az elérhetőséget is megemlíthetjük: a kisebb településeken élők számára jóval kevesebb kulturális program áll rendelkezésre elérhető távolságban.

20. táblázat. Szabadidő-eltöltési szokások a lakhely alapján. Forrás: saját adatbázis.

Szabadidős tevékenység	Főváros		Megyei jogú város, megyeszékhely		Kisebb város		Falu		Összesen		Sign.
	Átlag	N	Átlag	N	Átlag	N	Átlag	N	Átlag	N	
Könyvtárba járás	3,35	57	3,14	126	3,12	175	3,01	92	3,13	450	0,61
Klasszikus zenehallgatás	3,35	57	3,06	126	3,06	175	2,96	92	3,08	450	0,53
Moziba járás	3,12	57	3,00	126	3,06	175	2,91	92	3,02	450	0,45
Művészfilmnézés***	2,84	57	2,53	126	2,34	175	2,38	92	2,46	450	0,05
Szépirodalom-olvasás	2,75	57	2,73	126	2,62	175	2,55	92	2,66	450	0,73
Könnyűzenei koncertre járás	2,68	57	2,53	126	2,57	175	2,38	92	2,54	450	0,29
Színházba járás	2,68	57	2,44	126	2,37	175	2,30	92	2,42	450	0,09
Komolyzenei koncertre járás***	2,26	57	1,91	126	1,89	175	1,76	92	1,92	450	0,04

A hallgatók szabadidő-eltöltési szokásait vizsgáltuk a szülők kulturális fogyasztása szempontjából is. Az alábbiakban csak a hallgatók kulturális aktivitásával kapcsolatos eredményeket ismertetjük, melyek mindegyike szignifikáns összefüggést mutatott. Azt tapasztaltuk, hogy szoros kapcsolat mutatkozik a szülők kulturális fogyasztása és a hallgatók kulturális fogyasztása között: minél magasabb a szülők kulturális fogyasztása, annál aktívabb kulturális programfogyasztó a tanuló. A legnagyobb különbségeket a klasszikus zenehallgatás, a komolyzenei koncertre és a színházba járás esetében találjuk a magas és alacsony kulturális háttérűek között, a legkisebb a szakadék a mozilátogatás kapcsán.

21. táblázat. Szabadidő-eltöltési szokások a szülők kulturális fogyasztása alapján. Forrás: saját adatbázis.

Szabadidős tevékenység	Szülők kulturális fogyasztási indexe						Összesen		Sign.
	Magas		Közepes		Alacsony				
	Átlag	N	Átlag	N	Átlag	N	Átlag	N	
Könyvtárba járás***	3,79	85	3,24	153	2,79	212	3,13	450	,000
Klasszikus zenehallgatás***	3,78	85	3,18	153	2,72	212	3,08	450	,000
Moziba járás***	3,47	85	3,12	153	2,77	212	3,02	450	,000
Szépirodalom-olvasás***	3,20	85	2,68	153	2,42	212	2,66	450	,000
Színházba járás***	3,12	85	2,50	153	2,07	212	2,42	450	,000
Könnyűzenei koncertre járás***	3,09	85	2,61	153	2,26	212	2,54	450	,000
Művészfilmnézés***	3,04	85	2,58	153	2,15	212	2,46	450	,000
Komolyzenei koncertre járás***	2,66	85	1,97	153	1,58	212	1,92	450	,000

A hallgatók gazdasági helyzetének és a szabadidő-eltöltésnek az összefüggését is vizsgáltuk. Mindegyik kulturális jellegű aktivitás esetében a magas anyagi helyzetű hallgatók erőteljesebb aktivitását találtuk: a legnagyobb különbséget a könyvtárba és komolyzenei koncertre járás kapcsán fedezhetjük fel, míg meglepő módon a legkisebb a különbség a klasszikus zenehallgatás esetében. Az alacsony és a közepes objektív anyagi helyzetű hallgatók között nincsenek markáns különbségek, sőt: a klasszikus zenehallgatás és a színházba járás esetében egy hajszálnyival aktívabbak az alacsony anyagi helyzetű diákok.

22. táblázat. Szabadidő-eltöltési szokások a hallgatók objektív anyagi helyzete alapján. Forrás: saját adatbázis.

Szabadidős tevékenység	A hallgató objektív anyagi helyzete						Összesen		Sign.
	Alacsony		Közepes		Magas				
	Átlag	N	Átlag	N	Átlag	N	Átlag	N	
Klasszikus zenehallgatás	3,05	228	3,04	156	3,24	66	3,08	450	0,65
Könyvtárba járás***	3,02	228	3,05	156	3,73	66	3,13	450	0,00
Moziba járás**	2,92	228	3,06	156	3,29	66	3,02	450	0,01
Szépirodalom-olvasás	2,59	228	2,72	156	2,73	66	2,66	450	0,61
Könnyűzenei koncertre járás**	2,48	228	2,48	156	2,85	66	2,54	450	0,02
Színházba járás***	2,36	228	2,35	156	2,77	66	2,42	450	0,00
Művészfilmnézés	2,36	228	2,51	156	2,71	66	2,46	450	0,12
Komolyzenei koncertre járás***	1,78	228	1,94	156	2,36	66	1,92	450	0,00

A szabadidőeltöltési szokások kapcsán klaszterek meghatározását is elvégeztük: K-means cluster segítségével három klasztert hoztunk létre a részt vevő hallgatók

szabadidőhasználati tevékenységére vonatkozó állítások alapján. Mindegyik hallgatót sikerült bevonnunk valamelyik klaszterbe.

Az első klaszterbe (172 fő) azok a hallgatók kerültek, akikre leginkább a társas tevékenységek jellemzőek online és offline módon egyaránt: a bulizás, kocsmába járás, barátokkal találkozás valódi és virtuális módon, a társasjátékozás, sportolás. Szívesen játszanak konzolos vagy PC-s játékot és néznek televíziót vagy online televíziót (mindkettő lehet közösségi tevékenység is). Ugyanakkor távol maradnak a klasszikus kultúrafogyasztástól: nem jellemző rájuk semmilyen típusú olvasás vagy könyvtárba járás, nem látogatják a színházakat, komolyzenei koncerteket, nem hallgatnak klasszikus zenét. Nem végeznek önkéntes tevékenységet, s noha társaságkedvelők, az egyetemi kereteket nem részesítik előnyben: nem járnak hallgatói klubokba. Mindezen tulajdonságok alapján ezt a klasztert „magaskultúraelutasító társaságkedvelők” névvel illettük. Ez a klaszter megerősíti Bocsi (2019: 98) megállapítását, mely szerint „a megváltozott hallgatói bázis művelődési szokásaiban minden bizonnyal a tömegkulturális elemek nagyobb súllyal szerepelnek”.

A második klaszterben található a legkevesebb hallgató (100 fő). Ebbe a klaszterbe azok az egyetemisták kerültek, akik semelyik felsorolt szabadidős tevékenységet sem végzik. Legkevésbé a társasági eseményeket kedvelik: egyáltalán nem jellemző rájuk, hogy buliznának, kocsmába járnának vagy barátokkal találkoznának. Olyannyira nem, hogy az összes klaszter közül itt volt a legnegatívabb ennek a két tevékenységének a megítélése. Mindezek alapján ennek a klaszternek az „inaktívák” nevet adtuk.

A harmadik klaszterbe (178 fő) azok a hallgatók kerültek, akik a konzolos, PC-s játékon kívül valamilyen mértékben nyitottak az összes tevékenység felé, azonban legerősebben a klasszikus kulturális tevékenységek jellemzőek rájuk – olyannyira, hogy itt találjuk a legmagasabb klasszikus kultúrafogyasztásra vonatkozó aktivitást. Szívesen járnak színházba, komolyzenei koncertre, könyvtárba és moziba. Jellemző rájuk a klasszikus zenehallgatás, az olvasás (szépirodalom, szakirodalom és szórakoztató irodalom egyaránt), a művészfilmnézés. A klasszikus kulturális tevékenységeken kívül szívesen járnak könnyűzenei koncertre. Őket nem riasztják el az egyetemi közösségi lehetőségek: hallgatói klubokban vesznek részt, emellett jellemző rájuk az önkénteskedés is. Ezen tulajdonságok alapján ezt a klasztert a „magaskultúrafogyasztó nyüzsgők” névre kereszteltük.

Klasztervizsgálatunk eredményei hasonlítanak Bocsi (2014b: 225) kutatási megállapításaihoz, azaz jelen kutatásunk klasztereinek fő jellemzői megfeleltethetőek a Bocsi által kijelölt klasztereknek: az általunk magaskultúraelutasító társaságkedvelőknek nevezett klaszter az eljáró-bulizó és a magaskultúrát elutasító klaszterekhez hasonló, az inaktívák klasztere hasonlatos az otthonülőkhöz (noha esetünkben a televíziózással, filmnézéssel

kapcsolatos tevékenységek sem jellemzőek erre a klaszterre), míg a magaskultúrafogyasztó nyüzsgők a magaskultúrát fogyasztó színes klaszterhez állnak leginkább közel.

Murányi (2010) nyolc klaszterbe sorolta a szabadidőeltöltés alapján a debreceni hallgatókat, melyek szintén hasonlatosak jelen kutatás eredményeihez. A magaskultúraelutasító társaságkedvelők nevű klaszterünk a buli-típushoz, magaskultúrafogyasztó nyüzsgők klasztere pedig a kultúra-típushoz hasonló eredményeket hozott. Murányi (2010) kutatásában nem szerepelt passzív szabadidőeltöltéssel kapcsolatos klaszter, noha a net-zene és a vizuális típus a Bocsi (2014b) által megjelölt otthonülőnek feleltethető meg. A Kovács (2011) által kialakított három klaszter is hasonló jelen eredményeinkhez: a bezárkózóak az inaktív, a szórakozás- és fogyasztásorientáltak, valamint a sportosak/társaságkedvelők pedig a magaskultúra-elutasító társaságkedvelők klaszteréhez állnak legközelebb.

23. táblázat. A szabadidős tevékenységek alapján kialakított klasztercsoportok. Forrás: saját adatbázis.

A klasztert képző tevékenységek	Magaskultúra- elutasító társaságkedvelők	Inaktívak	Magaskultúra- fogyasztó nyüzsgők
TV-nézés, online TV-nézés***	0,22	-0,44	0,03
Játék konzolos, PC-játékokon***	0,21	-0,22	-0,08
Társasjátékozás, kártyázás***	0,12	-0,62	0,23
Találkozás barátokkal***	0,22	-0,91	0,30
Chat, online videózás, e-mailezés barátokkal***	0,30	-0,61	0,05
Kocsmába járás***	0,34	-1,12	0,29
Bulizás***	0,35	-1,15	0,31
Könnyűzenei koncertre járás***	-0,12	-0,75	0,54
Plázázás, shoppingolás***	0,02	-0,37	0,19
Moziba járás***	-0,09	-0,66	0,46
Színházba járás ***	-0,44	-0,53	0,72
Könyvtárba járás***	-0,37	-0,21	0,48
Komolyzenei koncertre járás***	-0,42	-0,40	0,63
Szépirodalom olvasás***	-0,53	-0,13	0,58
Szakirodalom olvasás***	-0,34	-0,20	0,44
Szórakoztató irodalom olvasás***	-0,36	-0,22	0,48
Klasszikus zenehallgatás***	-0,46	-0,34	0,64
Művészfilm nézés***	-0,38	-0,37	0,58
Önkéntes tevékenység***	-0,32	-0,21	0,43
Sportolás***	0,11	-0,56	0,21
Utazás***	-0,05	-0,46	0,31
Résztétel hallgatói klubokban***	-0,32	-0,40	0,54
N	172	100	178

A klaszterek kialakítása után további vizsgálatokat végeztünk el különböző változók alapján – tettük ezt azért, mert dolgozatunk témája szempontjából kiemelten fontos a szabadidő-eltöltés és a kulturális fogyasztás vizsgálata, így nem csak az állampolgársággal, a nemmel, a lakhellyel, a szülők kulturális fogyasztásával és a hallgatók objektív anyagi helyzetével vetettük össze a klasztereket, hanem a képzési szinttel és a karcsoporttal is.

Az állampolgárság alapú vizsgálat esetében ($\text{sign.}=0,000$) azt a jelenséget figyelhettük meg, hogy a magyar (45,3%) és a kettős magyar állampolgárságú (44,7%) hallgató kerültek legnagyobb arányban a „magaskultúraelutasító társaságkedvelők” klaszterbe. Ennek hátterében állhat a magyar hallgatók alacsonyabb kulturális tőkéje, a kettős magyar állampolgárok esetében pedig a magasabb kulturális tőkét elnyomhatja a közösségi élet iránti erősebb igény. Az inaktív klasztere leginkább a külföldre jellemző (31,6%), mely okaként megemlíthetjük, hogy a külföldiek kevésbé vesznek részt közösségi tevékenységekben, nehezebben tudnak az egyetemi közegbe, társaságokba beilleszkedni, mint nem külföldi társaik, valamint erőteljes az arányuk az orvostudományi képzéseken, ahol nagyobb a tanulási teher, így kevesebb a szabadidejük. Különböző okok miatt a külföldieknek jobban is kell teljesíteniük: az ösztöndíjas hallgatók esetében például az ösztöndíj elvesztésének esélye áll fenn. Ezt mutatja a 2018-as Campus Mundi kutatás is, mely jelzi, hogy a magyar hallgatók 40%-os lemorzsolódási mutatóihoz képest a Stipendium Hungaricum ösztöndíjban részesülő hallgatók lemorzsolódása mindössze 4% (Lannert, 2018). Az önköltséges külföldi hallgatók esetében (akik többségében orvostudományi képzéseken tanulnak) szintén megtalálható a nagyobb teljesítménykényszer, mivel rossz tanulmányi eredményeik tanulmányaik csúszásához vezethetnének, így családjukra nagyobb anyagi terhet rónának.

A „magaskultúrafogyasztó nyüzsgők” klaszterének eredményei erőteljes hasonlóságot mutatnak a különböző állampolgárságú hallgatók kulturális tőkéjével: legnagyobb arányban a külföldiek (43,4%) és a határon túli magyar hallgatók szerepelnek (40%) ebben a klaszterben (utóbbi alátámasztja Szabó és Hires-László [2018] kutatási eredményeit). A jelenség hátterében a magasabb kulturális tőke állhat, hiszen amint a korábbi kutatások (Erdei, 2005; Pusztai & Nagy, 2005) és a mi kutatásunk is kimutatta, a külföldi és a kettős magyar állampolgárságú hallgatók rendelkeznek magasabb kulturális tőkével: ebben a klaszterben pedig a klasszikus magaskulturális fogyasztás rendkívül erős. Ez oldhatja fel azt az ellentétet, hogy a külföldiek az inaktív és a magaskultúrafogyasztó nyüzsgők klaszterében is magasabb arányban szerepelnek: magaskultúrafogyasztó nyüzsgő csoport kapcsán rájuk inkább a magaskulturális fogyasztás és a hallgatói klubokban való részvétel lehet jobban jellemző.

24. táblázat. A szabadidős tevékenységek alapján kialakított klasztercsoportok az állampolgárság függvényében (Sign.=0,000). Forrás: saját adatbázis.

Állampolgárság		Klasztercsoportok			Összesen
		Magaskultúra-elutasító társaságkedvelők	Inaktívak	Magaskultúra-fogyasztó nyüzsgők	
Magyar állampolgár	N	67	29	52	148
	%	45,3%	19,6%	35,1%	100,0%
Kettős magyar állampolgár	N	67	23	60	150
	%	44,7%	15,3%	40,0%	100,0%
Külföldi állampolgár	N	38	48	66	152
	%	25,0%	31,6%	43,4%	100,0%
Összesen	N	172	100	178	450
	%	38,2%	22,2%	39,6%	100,0%

A szülők kulturális fogyasztásának tekintetében is elemeztük a klasztereket kereszttáblás vizsgálat segítségével (sign.=0,000). A különböző klaszterek tulajdonságait megerősítik a szülők kulturális fogyasztási jellemzői: az alacsonyabb kulturális tőkével rendelkezők kerültek legnagyobb arányban azokba a klaszterekbe, melyekre nem jellemző a hallgatói magaskulturális fogyasztás. Ugyanakkor a magas kulturális tőkéjű hallgatók aránya a legmagasabb a magaskultúrát fogyasztó klaszterben. Így tehát a „magaskultúraelutasító társaságkedvelők” esetében döntő arányban az alacsony kulturális tőkéjű hallgatókat találjuk (43,9%), míg a magas kulturális tőkével rendelkező hallgatók ebben a klaszterben mindössze 16,5%-ban vannak jelen. Az inaktívak klaszterében felülreprezentáltak az alacsony szülői kultúrafogyasztással rendelkezők (34%), ez a klaszter pedig legkevésbé a magas kulturális tőkével rendelkezőkre jellemző (4,7%). A „magaskultúrafogyasztó nyüzsgők” klaszterében legnagyobb arányban a magas kulturális tőkéjű hallgatókat találjuk (78,8%), mögöttük (jóval „lemaradva”) a közepes (41,8%) és az alacsony (22,2%) kulturális tőkével rendelkező kitöltők állnak. Kutatásunk megerősíti azokat a bourdieu-i elméleteket, melyek szerint a szülők magasabb kulturális tőkéje a gyermekek kulturális tevékenységére pozitív befolyással bír (Blaskó, 2002), valamint Szabó és Hires-László (2018) kutatási eredményeit, mely szerint a magasabb kulturális tőkével rendelkező szülők gyermekei tartoznak leginkább a magaskultúra-kedvelők klaszterébe.

25. táblázat. A szabadidős tevékenységek alapján kialakított klasztercsoportok a szülők kulturális fogyasztásának függvényében (Sign.=0,000). Forrás: saját adatbázis.

Szülők kulturális fogyasztásának mértéke		Klaszterek			Összesen
		Magaskultúra-elutasító társaságkedvelők	Inaktívak	Magaskultúra-fogyasztó nyüzsgők	
Magas	N	14	4	67	85
	%	16,5%	4,7%	78,8%	100,0%
Közepes	N	65	24	64	153
	%	42,5%	15,7%	41,8%	100,0%
Alacsony	N	93	72	47	212
	%	43,9%	34,0%	22,2%	100,0%
Összesen	N	172	100	178	450
	%	38,2%	22,2%	39,6%	100,0%

A nemmel, lakhellyel és anyagi helyzettel kapcsolatos vizsgálatok nem hoztak szignifikáns eredményt, de egyfajta tendencia kimutatására alkalmasak, így röviden ezekről is szólunk. A klaszterek nemi eloszlásai alátámasztják Murányi (2010) kutatási eredményeit: a férfiak legnagyobb arányban a magaskultúraelutasító társaságkedvelők klaszterébe tartoznak (43,2%), míg a nők tekintetében a magaskultúrafogyasztó nyüzsgők klasztere a legjellemzőbb (43%). A nők és a férfiak ugyanannyian tartoznak az inaktívak klaszterébe (22%). A lakhely kapcsán is megerősíthetjük Murányi (2010), valamint Szabó és Hires-László (2018) megállapításait, mely szerint a kulturális típus a nagyvárosban élőkre jellemző, az alacsonyabb kulturális fogyasztású klaszterben pedig a községben élők szerepelnek nagyobb arányban. Jelen kutatásunkban a fővárosiak között találjuk legnagyobb számban a magaskultúrafogyasztó nyüzsgők klaszterébe tartozókat (47,4%), míg ez az arány a falvak esetében alacsonyabb (34,8%). Az arány fordított a magaskultúraelutasító társaságkedvelő klaszterben: a falvak esetében ennek a klaszternek az aránya a legmagasabb (41,3%), a főváros tekintetében pedig a legalacsonyabb (29,8%). A hallgatók objektív anyagi helyzetének kapcsán (sign.=0,2) azt tapasztaltuk, hogy a magas anyagi helyzetű hallgatók leginkább a magaskultúrafogyasztó nyüzsgők klaszterében találhatók meg, míg az alacsony gazdasági helyzetűek a magaskultúraelutasító nyüzsgők klaszterében vannak jelen leginkább.

A képzési szint szerepének bemutatását is relevánsnak találjuk a korábbi kutatási eredmények alapján. A vizsgálat szignifikáns eredményt hozott (sign.=0,014). A magasabb képzési szint befolyással bír a magaskultúrafogyasztásra (Murányi, 2010), ugyanis az alapképzéses hallgatók között találjuk a lekisebb (35,8%), a mesterképzésre járók (40,9%) és

az osztatlan képzésen tanulók (43,9%) között pedig a legnagyobb arányt a magaskultúrafogyasztó nyüzsgők csoportjában. Ennek megfelelően a magaskultúraelutasító társaságkedvelők klaszterében leginkább az alapszakos (46%) hallgatók jelenléte jellemző, a mesterképzéses (29,5%) és az osztatlan (30,6%) képzéses hallgatók közül kevesebben tartoznak ebbe a klaszterbe. Az inaktívok klaszterében méginkább megjelenik a képzési szint hatása, ugyanis a mesterképzésben tanulók között találjuk a magasabb (29,5%), míg az alapszakos (18,1%) és osztatlan képzésre (22,2%) járók között az alacsonyabb arányokat. Ennek háttérében állhat az, hogy a mesterszakosok nagyobb eséllyel dolgoznak egyetemi tanulmányaik mellett, mint az alapszakos vagy osztatlan képzésben részt vevők (Diplomás Pályakövetési Rendszer - Hallgatói vizsgálat 2021, 2022), így kevesebb szabadidővel rendelkeznek.

26. táblázat. A szabadidős tevékenységek alapján kialakított klasztercsoportok a képzési szint függvényében (Sign.=0,014). Forrás: saját adatbázis.

Képzési szint		Klasztercsoportok			
		Magaskultúra-elutasító társaságkedvelők	Inaktívok	Magaskultúra-fogyasztó nyüzsgők	Összesen
BA/Bsc	N	104	41	81	226
	%	46,0%	18,1%	35,8%	100%
MA/MSc	N	13	13	18	44
	%	29,5%	29,5%	40,9%	100%
Osztatlan	N	55	46	79	180
	%	30,6%	25,6%	43,9%	100%
Összesen	N	172	100	178	450
	%	38,2%	22,2%	39,6%	100,0%

A karcsoporthoz tartozók tekintetében (sign.=0,005) megerősítésre kerültek a korábbi kutatási eredmények (Bocsi, 2008). A „magaskultúraelutasító társaságkedvelők” klaszterben legnagyobb arányban a reál-mérnök (46,9%) és a segítő jellegű (46,2%) szakok hallgatói kerültek be. A két karcsoporthoz aránya nem meglepő ezen klaszter esetében, hiszen ők (mint korábban láttuk) alacsonyabb kulturális tőkével rendelkeznek. Az inaktívok klaszterében legerősebben a segítő (28,8%) és az orvostudományi képzések hallgatói (27,2%) jelennek meg. Ennek háttérében azt a jelenséget sejtjük, hogy az orvostudományi képzésre járók körében magas a külföldiek aránya, akik (mint azt a fentiekben láttuk) nagymértékben kerültek be az inaktívok klaszterébe. A segítő jelenléte pedig alacsonyabb anyagi és kulturális tőkéjükkel magyarázható: úgy sejtjük, hogy közöttük nagyobb arányban vannak azok a hallgatók, akik nem tudják finanszírozni a társasági összejöveteleket, bulikat, ugyanakkor nem érdeklődnek

önkéntesség, hallgatói klubok vagy a magaskultúra iránt. A „magaskultúrafogyasztó nyüzsgők” klaszterben legnagyobb arányban a humántudományi (50%) és az orvostudományi szakok (42,4%) hallgatóit találjuk, legkevésbé pedig a segítőkre jellemző ez a klaszter (25%) – mindennek háttérében állhat a kulturális tőke erőssége, melyet korábbi kutatások is bizonyítottak (Bocsi, 2008). A humántudományi képzésre járók magasabb arányát Sörös (2009: 13) eredményei is alátámasztják: a vizsgálata alapján a karcsoportba tartozó bölcsészek elkülönülő kulturális fogyasztói csoportot alkotnak, akiket más karokon tanuló társaik „mimóza művészelkeeknek” neveznek.

27. táblázat. A szabadidős tevékenységek alapján kialakított klasztercsoportok a karcsoportok függvényében (Sign.=0,005). Forrás: saját adatbázis.

Karcsoport		Klasztercsoportok			Összesen
		Magaskultúra-elutasító társaságkedvelők	Inaktívak	Magaskultúra-fogyasztó nyüzsgők	
Humán tudományok	N	28	18	46	92
	%	30,4%	19,6%	50,0%	100,0%
Orvostudományok	N	44	39	61	144
	%	30,6%	27,1%	42,4%	100,0%
Segítő szempifessziók	N	24	15	13	52
	%	46,2%	28,8%	25,0%	100,0%
Reál-mérnök karok	N	76	28	58	162
	%	46,9%	17,3%	35,8%	100,0%
Összesen	N	172	100	178	450
	%	38,2%	22,2%	39,6%	100,0%

Összegzés – Szabadidő-eltöltési jellemzők

A fejezet során bemutattuk a kutatás résztvevőinek szabadidő-eltöltési jellemzőit, illetve klasztereket hoztunk létre a különböző aktivitási jellemzők alapján. Azt tapasztaltuk, hogy az online és társas aktivitások nagy arányban jellemzőek a hallgatókra, míg a magaskulturális helyszíneket ritkán látogatják – így a harmadik hipotézisünk erre vonatkozó állításait megerősíthetjük. Az első hipotézis kapcsán kijelenthetjük, hogy a nagyobb méretű településekről érkező hallgatók aktívabb (magas)kultúra-fogyasztók, mint a falvakból érkezők, illetve a nőkre jellemzőbb a kultúrafogyasztás, mint a férfiakra – így ez a hipotézis megerősítésre került. Összefüggést találtunk a kulturális fogyasztás és a hallgatók anyagi helyzete, valamint a kulturális fogyasztás és a szülői kulturális háttér között is: minél erősebb az anyagi helyzet, annál aktívabb kultúrafogyasztók a megkérdezettek – csakúgy, mint a

magasabb szülői kulturális fogyasztás esetében. Így tehát második hipotézisünk további részeit is megerősíthetjük.

5. A hallgatók múzeumlátogatási gyakorisága

A szabadidő-eltöltési és a magaskulturális fogyasztási szokások eredményei fontos alapot jelentenek jelen kutatás témája szempontjából, így ezek részletes ismertetése után áttérünk kutatásunk központi témakörére: a múzeumokkal kapcsolatos vizsgálati eredmények bemutatására. Ebben a fejezetben az első, a harmadik és az ötödik hipotézis egy-egy elemét elemezzük: vizsgáljuk, hogy múzeumba valóban ritkán járnak-e a hallgatók, milyen összefüggések vannak a kulturális és gazdasági háttér, a lakhely és nemek, valamint a múzeumlátogatási aktivitás tekintetében, illetve feltérképezzük, milyen különbségek és hasonlóságok mutatkoznak a magyar, a külföldi és a kettős magyar állampolgárságú hallgatók között a múzeumba járási aktivitás szempontjából. A múzeumlátogatás gyakorisága disszertációnk egyik kiemelt fontosságú oszlopa, ezért az imént említett szempontokon túl további háttérváltozók mentén is vizsgálni kívánjuk ezt a kérdéskört.

A múzeumlátogatási aktivitást a téma fontossága miatt külön kérdésben vizsgáltuk kérdőívünkben. A hallgatók múzeumlátogatási gyakoriságát a következő kategóriákba sorolhatjuk: soha; évente minimum egyszer vagy ritkábban; félévente minimum egyszer; havonta vagy gyakrabban.

28. táblázat. A múzeumlátogatás gyakorisága a megkérdezett hallgatók körében. Forrás: saját adatbázis.

Múzeumlátogatás gyakorisága	N	%
Soha	103	22,9%
Évente minimum egyszer vagy ritkábban	276	61,3%
Félévente minimum egyszer	69	15,3%
Havonta vagy gyakrabban	2	0,4%
Összesen	450	100%

A kutatásban részt vevő hallgatók közel egynegyede (22,9%) soha nem jár múzeumba, 61,3%-uk pedig évente egyszer vagy ennél ritkábban, azaz többségük nem számít rendszeres múzeumlátogatónak: a megkérdezettek 84,2%-át nem tekinthetjük rendszeres múzeumlátogatónak (vö. Schultz & Szalók, 2022), mely jelezheti azt is, hogy utoljára középiskolás korukban jártak múzeumban (Reisz, 2019). Pavluska és társai (2018) a 16–29 éves korosztály körében végzett kutatásaihoz képest ezek az eredmények pozitívabbak, többen

járnak kutatásunk résztvevői közül múzeumba, mint az említett szerzők kutatásának alanyai. Félévente, azaz szemeszterenként legalább egy alkalommal a megkérdezettek 15,3%-a látogat el múzeumba, és 0,4%-uk (2 fő) vallotta úgy, hogy havonta legalább egyszer jár közgyűjteményben. Az eredményeink részben egyeznek meg a Reisz (2019) által leírtakkal: a soha nem járók aránya Reisz kutatásában magasabb, mint a mi mintánkban, a félévente látogatók aránya közel megegyező, míg Reisz kutatásának résztvevői között magasabb volt a havi múzeumlátogatók száma. Az eredmények háttérében a két minta különbségeit jelölhetjük meg, hiszen jelen kutatásunk nem homogén mintával dolgozott. Engler és Németh (2012) eredményei viszont pozitívabb múzeumlátogatási attitűdről tesznek tanúbizonyságot kutatásunkhoz képest, melynek háttérében találhatjuk jelen kutatás heterogénebb mivoltát (külföldi hallgatók bevonása) és kisebb elemszámát.

Mivel a leggyakoribb múzeumlátogatói kategóriában csak 2 főt találtunk, ezért Höge (2016) terminológiájára alapozva három kategóriát hoztunk létre a múzeumlátogatási gyakoriság kapcsán: a „félévente minimum egy alkalommal” és a „havonta vagy gyakrabban” kategóriákat összevontuk, így létrehoztuk a rendszeres múzeumlátogatók csoportját (ide tartozik a múzeumfanatikusként számító 0,4%). A félévnél ritkábban járók lettek az alkalmi múzeumlátogatók, a soha nem járók kategóriájának nevében pedig nem változtattunk.

Jogosan merülhet fel a kérdés, hogy az „évente minimum egyszer vagy ritkábban” kategória nem jelenti-e azt, hogy az ide tartozó hallgatók valójában sohasem járnak múzeumba – hiszen valóban rendkívül ritka múzeumlátogatási aktivitás jellemző rájuk. Úgy véljük azonban, hogy érdemes külön jelezni azon hallgatók jelenlétét, akik nagyon ritkán vagy szinte soha nem járnak múzeumba, mert válaszukból arra következtetünk, hogy nem utasítják el a múzeumokat úgy, mint a soha választ jelölők. Ezért potenciálisan megszólíthatónak tartjuk őket a múzeumok szempontjából, míg a soha nem járók megszólítása jóval nagyobb, szinte lehetetlen kihívás lehet a múzeumok számára. Emellett az évenkéntinél ritkább múzeumlátogatás háttérében állhatnak a korábban említett, úgynevezett blockbuster-jellegű kiállítások, melyek a közönség azon részét is képesek megszólítani, akik alapvetően nem tartoznak a múzeumlátogatók csoportjába. Ezek a tárlatok a vidéki múzeumokban nem kerülnek minden évben megrendezésre: 2–3 év is eltelhet közöttük (a szegedi múzeum blockbuster-kiállításai kapcsán lásd: Hegedűs, 2015; Hegedűs, 2017b; Hegedűs & Wilhelm, 2019). Így lehetséges, hogy azok a hallgatók, akik csak a blockbuster-jellegű tárlatok iránt érdeklődnek, nem találhatnak minden évben számukra érdekes kiállítást.

Az újracsoportosítás során létrejött múzeumlátogatói kategóriákat tekintve a soha nem járók csoportjában továbbra is a megkérdezettek 22,9%-át találjuk, az alkalmi múzeumlátogatók csoportjába 61,3% tartozik, a rendszeres múzeumlátogatók csoportjába a kutatásban részt vevő hallgatók 15,8%-a került.

29. táblázat. A múzeumlátogatási gyakoriság alapján kialakított múzeumlátogatói csoportok megoszlása. Forrás: saját adatbázis.

Múzeumlátogatói csoportok gyakoriság alapján	N	%
Soha nem járók	103	22,9%
Alkalmi múzeumlátogatók	276	61,3%
Rendszeres múzeumlátogatók	71	15,8%
Összesen	450	100,0%

Kutatási témánk központi eleme a múzeumlátogatás gyakoriságának kérdése, ezért ezt a gyakoriságot széleskörűen, sok változó alapján vizsgáltuk meg variancia-analízis segítségével (1=soha nem jár múzeumba, 3=rendszeres múzeumlátogató): az állampolgárság, a nem, lakhely, a szülők kulturális fogyasztása és a hallgató objektív anyagi helyzete mellett a középiskola típusa és fenntartója, a hallgatók évfolyama, képzési szintje és finanszírozási formája, valamint a szülők végzettsége alapján is (lásd: 5. melléklet). Ezek közül az állampolgárság, a lakhely, a képzési szint és a középiskola fenntartója esetében találtunk szignifikáns eredményeket, de tendencia kimutatására alkalmasnak tekintjük a nemmel, a gazdasági háttérrel és a szülők végzettségével kapcsolatos vizsgálatot is.

Az állampolgárság szerinti vizsgálat kimutatta, hogy a leggyakrabban a megkérdezett külföldi hallgatók járnak múzeumba (2,07), őket követik a magyar állampolgárok (1,93), legritkábban pedig a kettős magyar állampolgárságú hallgatók látogatják ezeket az intézményeket. Az eredményeket a külföldiek kapcsán indokolhatjuk a magasabb kulturális tőkével, mely a külföldön tanulóakra jellemző (Hatos, 2012). Érdekes azonban a kettős magyar állampolgárságúak alacsonyabb eredményét közelebbről is megvizsgálni, hiszen a szakirodalom alapján magasabb kulturális tőkével rendelkeznek (Pusztai & Nagy, 2005), így arra következtettünk, hogy gyakoribb múzeumlátogatók. Az ezzel ellentétes eredmény háttérében állhat az a jelenség, hogy a vizsgált kettős magyar állampolgárságú hallgatók jelentős többsége kisebb településekről, falvakból érkezett (ahogyan azt a korábbiakban bemutattuk), ahol valószínűleg kisebb a múzeumi kínálat. Ugyanakkor határon túli magyarként nem biztos, hogy igényük van a szegedi, magyarországi múzeumokra a kultúra megismerése szempontjából, hiszen nincsenek komoly kulturális különbségek közöttük és a fogadóország között. A külföldi állampolgároknak azonban magasabb a kulturális tőkéje és jóval nagyobb arányban érkeztek fővárosokból, ahol bizonyára nagyobb a múzeumi kínálat, melyet igénybe vehetnek. Illetve fontos számukra a fogadóország kultúrájának megismerése is (Böcskei et al., 2019), mely elősegítheti az intenzívebb magyarországi múzeumlátogatásukat.

Eredményeink azt mutatják, hogy a lakhely mérete befolyásoló hatással bír a múzeumlátogatási szokásokra: minél nagyobb a település, annál gyakrabban járnak a

megkérdezett hallgatók múzeumba, így megerősíthetjük a korábbi, kultúrafogyasztással kapcsolatos kutatások hasonló eredményeit (Bauer et al., 2016; Fekete & Prazsák, 2014; Gofman et al., 2011; Dudás & Hunyadi, 2005; Pavluska et al., 2018, Bocsi, 2019). A legnagyobb gyakoriságot a fővárosban élőknel (2,16), a legalacsonyabbat pedig a falvakban lakóknál (1,75) találtuk. Ennek hátterében az elérési nehézségek (is) állhatnak: azaz a kisebb településen élők számára kevesebb muzeális intézmény áll rendelkezésre könnyen elérhető távolságban.

A nemek kapcsán nem találtunk szignifikáns összefüggést: kis különbséggel járnak gyakrabban a megkérdezett nők (1,94) múzeumba, mint a férfiak (1,91). Noha az eredmény nem szignifikáns, alátámasztja Gombos (2011) kutatási eredményeit, mely szerint a lányok gyakoribb múzeumlátogatók, mint a fiúk.

Szintén nem hozott szignifikáns eredményt a hallgatók objektív anyagi helyzete és a múzeumlátogatási gyakoriság összefüggése, mivel szinte azonos gyakoriságot találunk mindegyik anyagi erősségi kategória esetében: a magas anyagi háttérűek múzeumlátogatási átlaga 2,1; a közepeseké 1,92; az alacsonyaké pedig 1,89.

Megvizsgáltuk azt is, hogy milyen összefüggés mutatható ki a szülők kulturális fogyasztása és a hallgatók múzeumlátogatási szokásai között ($\text{sign.}=0,000$), mivel a család is befolyásoló hatással bír a kulturális fogyasztásra (Sörös, 2009). Az eredmények alapján kimondható, hogy minél magasabb volt a megkérdezettek szüleinek kulturális fogyasztási mutatója, annál gyakrabban jártak a gyermekek múzeumba. Itt tehát megfigyelhetünk egy fontos összefüggést: a magasabb kulturális tőke valóban pozitívan befolyásolja a múzeumlátogatás gyakoriságát. Engler és Németh (2012) kutatásában a végzettséget vizsgálta a múzeumlátogatás tekintetében, mely a kulturális tőke egyik befolyásoló eleme. Megállapításaik megerősítik eredményeinket, mely szerint a magasabb végzettségű szülők gyermekei járnak nagyobb aktivitással múzeumba.

30. táblázat. A hallgatók múzeumlátogatási gyakorisága a szülők kulturális fogyasztásának szintje függvényében ($\text{Sign.}=0,000$). Forrás: saját adatbázis.

Szülők kulturális fogyasztásának szintje	Múzeumlátogatás átlaga	N
Magas	2,21	85
Közepes	2,00	153
Alacsony	1,76	212
Összesen	1,93	450

A karcsoportok alapján is elvégeztük a számításokat, mely nem mutatott szignifikáns összefüggést ($\text{sign.}=0,73$), azonban az eredményeket mégis iránymutatónak találjuk, ezért röviden szólunk róluk. Leggyakrabban az orvostudományi szakokon tanulók járnak múzeumba

(2,01), a humán tudományok hallgatói szorosan követik őket (1,99). Egy kevéssel lemaradva következnek a reál-mérnök szakokra járók (1,86), míg legritkábban a segítő terület hallgatói látogatnak el múzeumba (1,81). Ezek az eredmények összecsengenek azokkal a korábbi kutatásokkal (Bocsi, 2008), melyek szerint magasabb kulturális tőkével rendelkeznek a humán és orvostudományi szakok tanulói, alacsonyabbal pedig a segítő képzésekre járók, valamint ezeket az eredményeket magyarázzák saját, korábban bemutatott eredményink is: a szülők kulturális fogyasztása a legalacsonyabb a segítő-, a legmagasabb pedig az orvos- és humán tudományok hallgatóinak körében.

A középiskola fenntartója tekintetében a leggyakrabban az alapítványi (2,15) és az egyházi (2,08) fenntartású középiskolákból érkezők járnak múzeumba, legritkábban pedig az állami, önkormányzati intézményekből érkezők (1,88). Ez alátámasztja azokat a korábbi kutatásokat, mely szerint az egyházi gimnáziumokból érkezők kulturális tőkéje a szülők végzettségének tekintetében magasabb (Pusztai, 2001).

A képzési szintet vizsgálva arra a megállapításra juthatunk, hogy legkevésbé az alapszakos hallgatók látogatnak el múzeumba (1, 83), leggyakrabban pedig az MA/MSc képzésben részt vevők (2,05). Az osztatlan képzésben tanulók kevéssel „maradnak le” a mesterképzésre járóktól múzeumlátogatási gyakoriság tekintetében (2,02).

31. táblázat. A hallgatók múzeumlátogatási gyakorisága az állampolgárság és a szülők kulturális fogyasztásának függvényében (Sign.=0,000). Forrás: saját adatbázis.

Állampolgárság	Szülők kulturális fogyasztása	Múzeumlátogatás gyakoriságának átlaga	N
Magyar állampolgár	Magas	2,21	19
	Közepes	2,1	61
	Alacsony	1,70	70
	Összesen	1,93	150
Kettős magyar állampolgár	Magas	2,24	34
	Közepes	1,70	47
	Alacsony	1,62	69
	Összesen	1,779	150
Külföldi	Magas	2,19	32
	Közepes	2,18	45
	Alacsony	1,96	73
	Összesen	2,07	150
Összesen	Magas	2,21	85
	Közepes	2,00	153
	Alacsony	1,76	212
	Összesen	1,93	450

A múzeumlátogatás gyakoriságát megvizsgáltuk többdimenziós keresztábra segítségével az állampolgárság és a szülők kulturális fogyasztása alapján is (sign.=0,000). Az eredmények azt mutatják, hogy mindegyik állampolgársági kategória kapcsán megfigyelhető a szülők kulturális fogyasztásának hatása a hallgatók múzeumba járási gyakoriságára. Mind a magyar, kettős magyar és külföldi állampolgárságú hallgatók esetében a leggyakoribb múzeumlátogatók azok, akiknek a szülei magas kulturális fogyasztási mutatóval rendelkeznek.

A múzeumlátogatás gyakoriságát és a társadalmi háttértényezők hatását kétváltozós elemzés segítségével vizsgáltuk meg, azonban ez a módszer nem alkalmas arra, hogy megmutassa, mely háttértényező(k)nek van nagyobb hatása a múzeumlátogatásra – ezért kutatásunkat regresszióelemzéssel folytatjuk.

A lineáris regressziós vizsgálat során a múzeumlátogatás gyakoriságát jelöltük ki függő változónak, a magyarázó változók közé pedig azok a változók kerültek, melyek kutatási kérdéseink kapcsán relevánsnak tekinthetők. Ezek voltak: az állampolgárság, a lakhely és a nem. Új változókat (dummy) hoztunk létre az állampolgárság (referenciakategória: magyar állampolgárság) és a nem (referenciakategória: nők) kapcsán. Az elkészült modell magyarázó ereje 36,5%-os, az eredmények pedig azt mutatják, hogy szignifikánsan befolyásolja a múzeumlátogatás gyakoriságát a lakhely és a szülők kulturális fogyasztása, valamint a kettős magyar állampolgárok esetében bír befolyásoló erővel az állampolgárságuk mivolta, azaz a kettős magyar állampolgárok szignifikánsan különböznek a referencia-kategóriától. A szignifikáns magyarázó változók közül legerősebben a szülők kulturális fogyasztása a mérvadó, ezt követi a lakhely, majd a kettős magyar állampolgárságú hallgatók esetében az állampolgárság.

32. táblázat. A múzeumlátogatás gyakoriságára ható tényezők. Forrás: saját adatbázis.

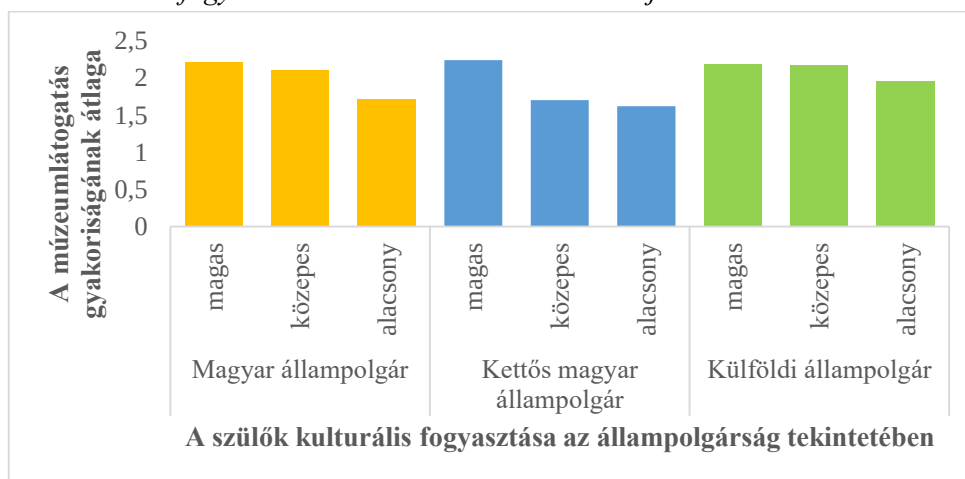
	Magyarázó változók	β	Std. Error	Beta	Sig.
A múzeumlátogatás gyakorisága (R=36,6%)	Lakhely	-,077	,032	-,118	,015
	Állampolgárság (kettős magyar állampolgárok)	-,150	,069	-,114	,030
	Állampolgárság (külföldi állampolgárok)	,137	,085	,105	,108
	Szülők kulturális fogyasztása	-,214	,039	-,263	,000
	Nem (férfiak)	-,041	,059	-,032	,489

Ahhoz, hogy részletesebben is értelmezhezzük az eredményeket, a három legerősebb szignifikáns magyarázó változót – az állampolgárságot, a szülők kulturális fogyasztását, valamint a lakhelyet – vetettük össze a múzeumlátogatási gyakorisággal kétszemponos varianciaanalízis segítségével (az adattáblákat lásd: 6-8. melléklet). Célunk ismételten az volt, hogy bemutassuk, mely háttértényezők differenciálnak leginkább a múzeumlátogatás

tekintetében, illetve hogy feltárjuk, létezik-e interakciós hatás az egyes tényezők között. Az alacsony elemszámok veszélye ebben az esetben is fennállt, de jelenségek jelzésére alkalmasnak találhatók ezek a vizsgálatok is, illetve az állampolgárság esetében elfogadtuk mérőszámnak a háromfokú skálát.

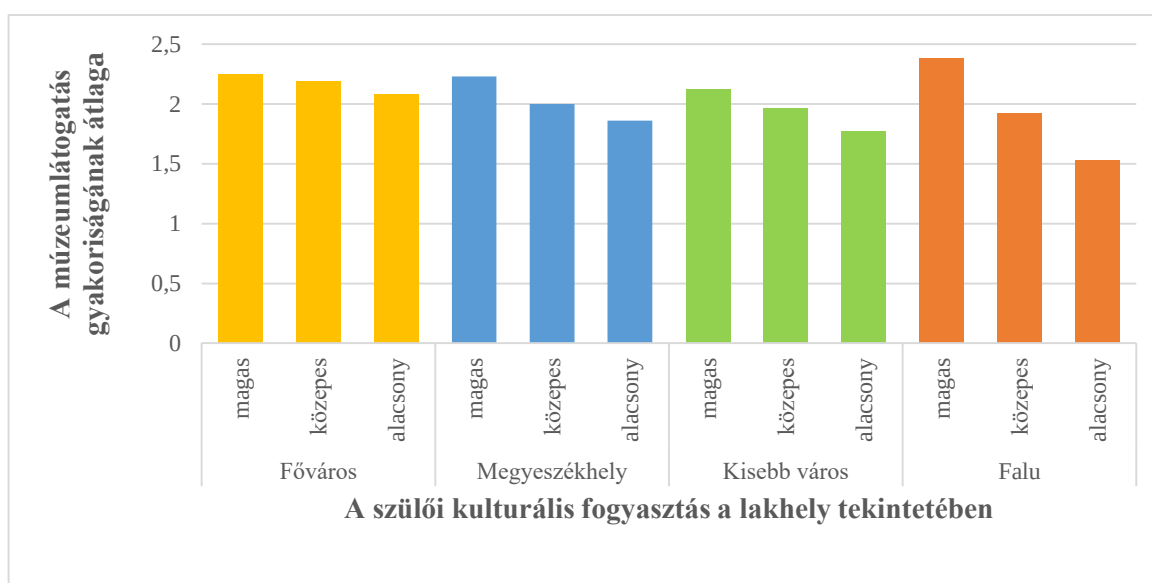
Először a szülők kulturális fogyasztásának, valamint az állampolgárságnak az összefüggéseit vizsgáltuk a múzeumlátogatási gyakoriság tekintetében (1. ábra). Az eredmények azt mutatták, hogy a magas kulturális fogyasztású szülők esetében nem releváns, hogy milyen állampolgárságú a hallgató, azaz a magas kulturális fogyasztású szülők gyermekei gyakran járnak múzeumba mindegyik állampolgársági kategóriában, nincs komoly differencia az átlagok tekintetében. A közepes és az alacsony kulturális fogyasztás kapcsán azonban megjelentek különbségek. A kettős állampolgárságú hallgatók esetében „kinyílik az olló”: a közepes szülői kulturális fogyasztással bírók ritkábban járnak múzeumba, mint hasonló tulajdonságú magyar és külföldi társaik. Az alacsony kulturális fogyasztásnál pedig a külföldi hallgatók esetében találunk eltérést, ahol az alacsony kulturális fogyasztású szülők gyermekei gyakrabban járnak múzeumba, mint a szintén alacsony kulturális háttérű magyar vagy kettős magyar állampolgárságú hallgatók. Sőt, elmondhatjuk, hogy az alacsony kulturális háttérű külföldi tanulók gyakrabban látogatnak múzeumokat, mint a közepes kulturális fogyasztású szülőkkel bíró kettős magyar állampolgárságúak: a külföldiek esetében a közepes és magas kulturális háttérűek szinte azonos gyakorisággal járnak múzeumba. Mindegyik tényező szignifikáns összefüggést jelez (szülők kulturális fogyasztása: $\text{sign.}=0,000$; állampolgárság: $\text{sign.}=0,002$) és interakciós hatást ($\text{sign.}=0,023$) is ki tudunk mutatni: a külföldi és magyar hallgatók esetében a magas és közepes kulturális szülői kulturális fogyasztás jellemzi a gyakori múzeumlátogatást, míg a kettős magyar állampolgárságúak esetében a közepes és az alacsony szülői kulturális fogyasztásúakra jellemző a ritka múzeumlátogatás.

1. ábra. A múzeumlátogatás gyakoriságára ható tényezők az állampolgárság és a szülők kulturális fogyasztásának tekintetében. Forrás: saját adatbázis.



A lakhely és a szülők kulturális fogyasztásának hatását is vizsgáltuk a múzeumlátogatási aktivitás kapcsán (2. ábra). Számításaink azt jelezték, hogy a kulturális háttér hatása kisebb a nagyobb méretű települések esetében: a fővárosi hallgatóknál találjuk a legkisebb különbséget a múzeumlátogatási gyakoriságok között. A kisvárosoknál is megmarad a magasabb kulturális háttér dominanciája, ugyanakkor a látogatás gyakoriságának átlagai alacsonyabbak a nagyobb településekhez képest. A falvakban élők esetében ismét „kinyílik az olló”: a falvakban élő, magas kulturális fogyasztású szülővel rendelkező hallgatók járnak leggyakrabban múzeumba, az alacsony kulturális háttérű, faluban élők látogatnak múzeumokat a legritkábban. A változók közül csak a kulturális fogyasztás esetében találtunk szignifikáns összefüggést ($\text{sign.}=0,000$), és interakciós hatást sem. A nem szignifikáns eredmény ellenére is megfigyelhető azonban egy érdekes jelenség: a falvakban élők múzeumlátogatási gyakoriságára erősebb hatása van a kulturális háttérnek, mint a többi településtípus esetében.

2. ábra. A múzeumlátogatás gyakoriságára ható tényezők a lakhely és a szülők kulturális fogyasztásának tekintetében. Forrás: saját adatbázis.

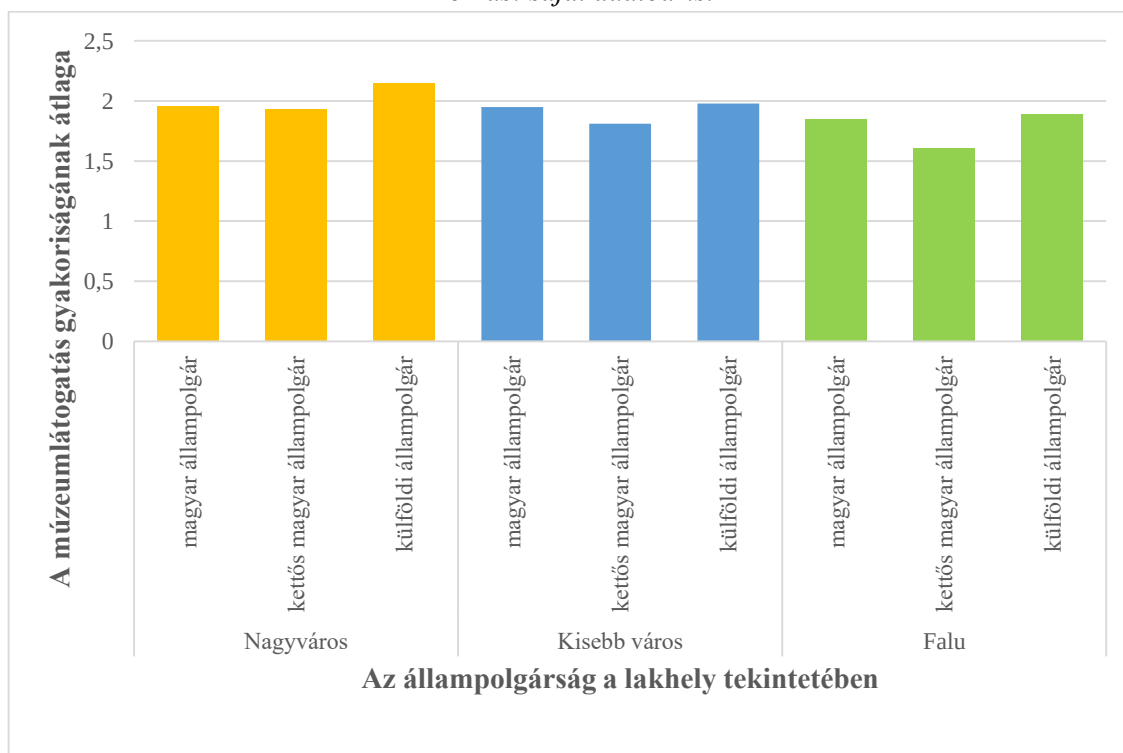


A lakhely és az állampolgárság tekintetében is vizsgálatot végeztünk (3. ábra). A túl alacsony elemszámok problémájának elkerülésének érdekében a főváros, valamint a megyeszékhely, megyei jogú város kategóriákat összevontuk. Így a nagyváros, a kisebb város és a falu kategóriák alapján végeztük számításainkat. Az eredmények azt mutatták, hogy a leggyakoribb múzeumlátogatók a külföldi nagyvárosban élők, legritkábban pedig a kettős magyar állampolgárságú falusiak járnak múzeumba. A magyar hallgatóknál a legkisebb a múzeumlátogatási gyakoriságok közötti különbség: a nagyvárosokban és a kisebb városokban élők szinte azonos gyakorisággal járnak múzeumba és a falvakból származók sincsenek

nagymértékben „lemaradva” tőlük. A külföldi és kettős magyar állampolgárságú tanulók esetében azonban már nagyobbak a különbségek. A külföldieknél a nagyvárosi és kisvárosi hallgatók múzeumlátogatási rendszeressége között találunk nagyobb eltérést, a faluból érkezők és a kisvárosiak között kisebb a különbség. A kettős magyar állampolgárságú hallgatók esetében a kisváros és a falu között találunk nagyobb szakadékokot. Mind a lakhely (sign.=0,014), mind pedig az állampolgárság (sign.=0,017) szignifikáns összefüggést mutatott, ugyanakkor interakciós hatást ebben az esetben sem találtunk.

3. ábra. A múzeumlátogatás gyakoriságára ható tényezők az állampolgárság és a lakhely tekintetében.

Forrás: saját adatbázis.



Összegzés – A múzeumlátogatás gyakorisága

A kutatásunkban részt vevő hallgatók valóban ritkán járnak múzeumba, így harmadik hipotézisünk ide vonatkozó részét megerősítettük. A nemek nem bírnak szignifikáns hatással a múzeumlátogatás gyakoriságára, noha a nők kissé aktívabb múzeumlátogatók, mint a férfiak. A lakhellyel kapcsolatos szignifikáns eredményeink megerősítették a korábbi kutatásokat, mely szerint a nagyobb településeken élők gyakoribb múzeumlátogatók. A kulturális háttér szignifikáns hatással bír a múzeumlátogatásra: minél erősebb a hallgatók szüleinek kulturális indexe, annál aktívabban járnak múzeumba. A gazdasági helyzet alapján nem találtunk szignifikáns összefüggést, noha enyhén előnyben voltak a múzeumlátogatási gyakoriság kapcsán a magasabb anyagi helyzetben lévő hallgatók. A külföldi állampolgárok a legaktívabb múzeumlátogatók, azonban a kettős magyar állampolgárságú diákokra nem jellemző a

rendszeres múzeumlátogatás, gyengébb eredményeket értek el, mint magyar társaik. Mindezek alapján az első és az ötödik hipotézisek csak részben kerültek megerősítésre. A téma fontossága miatt mindemellett fényt derítettünk további háttérváltozókkal kapcsolatos összefüggésekre is. A négy, kutatási kérdéseinket is erőteljesen érintő változó közül (állampolgárság, lakhely, nem, szülők kulturális fogyasztás) a legnagyobb befolyásoló hatást a szülők kulturális fogyasztása fejt ki.

6. Egyetemi kulturális kínálat

A múzeumlátogatás gyakoriságának tanulmányozása után fontosnak tartjuk megvizsgálni, hogy a hallgatók milyen egyetemi szervezésű vagy egyetemi egységek által kínált kulturális programokról tudnak, s hogy milyen gyakorisággal vesznek részt ilyen jellegű eseményeken. Így vizsgáljuk a harmadik hipotézisünk utolsó egységét: a hallgatók egyetemi jellegű kulturális aktivitását.

A Szegedi Tudományegyetemen több egység, szervezet is rendez kulturális jellegű programokat az egyetemisták számára. A Kulturális Iroda által megvalósuló Egyetemi Tavasz és Őszi Kulturális Fesztivál a legnagyobb horderejű rendezvények, melyek keretében a város számos pontján, számos intézményben tartanak kulturális programokat a hallgatók számára. Ugyanakkor korábbi kutatásainkból kitűnik (Hegedűs, 2016a), hogy ezek a fesztiválok már javarészt a szélesebb szegedi kultúrákedvelő közönségnek szólnak, mint a hallgatóknak, így alacsonyabb is a hallgatók részvétele – erről tanúskodott a Kulturális Iroda (azóta is pozícióban lévő) vezetőjével készített interjúnk (Hegedűs, 2016a). Emellett a Hallgatói Önkormányzatok is szerveznek különböző kulturális programokat, látogatásokat a hallgatóknak (Hegedűs, 2016a), melyeknek vegyes a fogadtatása. Ezen egyetemi szintű, intézményesített kínálat mellett az oktatók szerepét is vizsgálni kívánjuk, hiszen a személyes ajánlás, a közvetlen kommunikációs csatornák alkalmasak lehetnek arra, hogy a hallgatókat ilyen módon is meg tudják szólítani a múzeumok. Így kérdőíves kutatásunkban megkérdeztük a hallgatókat az Egyetemi Tavasszal és az Őszi Kulturális Fesztivállal kapcsolatos ismereteikről, az adott kar és a hallgatói önkormányzatok által nyújtott kulturális kínálatról, valamint az oktatók kulturális ajánlásairól (lásd: 3. és 4. melléklet).

A megkérdezett hallgatók meglepő többsége, 71%-a nem hallott még sohasem az Egyetemi Tavaszról vagy az Őszi Fesztiválról, a Szegedi Tudományegyetem legnagyobb kulturális programjairól. Azok közül a hallgatók közül, akik hallottak már a rendezvénysorozatokról, mindössze 18% járt valamely programon (a teljes mintán belül ez az arány 5,3%). Rákérdeztünk, hogy milyen eseményen vettek részt ezek a hallgatók: összesen 23 válasz érkezett, melyek között több olyat találtunk, melyek valójában nem az Egyetemi Tavaszhoz vagy az Őszi Kulturális Fesztiválhoz kapcsolódnak, hanem más egyetemi

szervezéshez (pl.: balatoni kirándulás, Medikus Kupa [az orvosi kar által szervezett éves rendezvény], Szegedi Egyetemi Napok [egyetemi szervezésű zenei fesztivál]; illetve a külföldi hallgatók részéről a Szegedi Ifjúsági Napok [nem egyetemi szervezésű zenei fesztivál]). Így mindössze 15, valóban a Kulturális Iroda által szervezett, az őszi vagy tavaszi fesztiválhoz kötődő program szerepelt a válaszok között: kiállításokra, előadásokra, koncertekre mentek el a hallgatók, többen említették a fesztiválok egyik hangsúlyos megnyitó mozzanatát, a rektori hivatal fényfestését, valamint a „Vers délben” programot, mely során a Raktori Hivatal épülete előtt olvasnak verseket felkért előadók, egyetemhez kötődő személyiségek.

A Hallgatói Önkormányzatok által szervezett programokról is érdeklődtünk. A kutatásban részt vevők szerint a Hallgatói Önkormányzatok jellemzően félévente 1–2 alkalommal rendeznek kulturális programot. Descriptives parancs segítségével átlagoltuk a gyakoriságra beérkezett válaszokat, melynek eredménye 2,38 lett – tehát a hallgatók szerint nem túl gyakoriak ezek az események (a válaszlehetőségek a következők voltak: 1: soha nem rendez; 2: félévente 1-2 alkalommal; 3: havonta; 4: hetente; 5: naponta). A megkérdezettek 13%-a vett már részt valaha a HÖK által szervezett kulturális programon, mely ismételtlen meglehetősen alacsony aránynak tekinthető. Ezeket a hallgatókat arról is megkérdeztük, hogy milyen programokon jártak: 51 válasz érkezett, melyek közül a válaszok többsége ismételtlen nem kifejezetten kulturális jellegű rendezvényt tartott (pl.: gólyatáborok, különböző partik, sportnapok, bálók). A külföldi hallgatók legnagyobb arányban az International Cultural Evening nevű rendezvényt említették meg, míg a többi hallgatónál a moziestek és kvízeszték jelentek meg a leggyakrabban. Ez azt mutatja, hogy a hallgatók fejében keverednek a hagyományosan kulturálisnak tekinthető programok a nem klasszikusan kulturális rendezvényekkel – azaz a kultúrafelfogásuk különbözik a hagyományos kultúrafelfogástól.

A különböző karok a hallgatók szerint átlagosan félévente 1–2 alkalommal szerveznek kulturális rendezvényt: 2,34-es átlagot találtunk, hasonló, mint a Hallgatói Önkormányzatok esetében. A hallgatók mindössze 13%-a vett részt valaha kari szervezésű kulturális eseményen. A résztvevők közül 49-en adtak szöveges választ arra a kérdésre, hogy milyen kari szervezésű kulturális rendezvényen jártak. Az említések között ismét találunk olyanokat, melyek nem klasszikus értelemben vett kulturális rendezvények (pl. jeges est a szegedi műjégpályán, gólyabál). A klasszikus kulturális jellegű programok között újra megtaláljuk az International Cultural Eveninget, kiállításokat és megemlézték a hallgatók a Kutatók Éjszakáját is. Ebben az esetben többen is jelezték, hogy nem emlékeznek, milyen rendezvényen jártak.

Az oktatók által javasolt kulturális programok gyakorisága a legalacsonyabb a többi forráshoz képest (2,11-es átlagot találtunk), de ebben az esetben is elmondhatjuk, hogy alapvetően félévente 1–2 alkalommal ajánlanak kulturális programokat hallgatóiknak. A válaszadók mindössze 10,9%-a vett részt valaha olyan kulturális eseményen, melyet az oktatója

javasolt. Összesen 36 válasz érkezett azzal kapcsolatban, hogy pontosan milyen eseményen jártak. Noha lehet, hogy a gyakoriságot nem erősítette fel a személyes oktatói kommunikáció, ugyanakkor ebben az esetben szinte az összes válasz klasszikus értelemben vett kulturális programot tartalmazott. Például: előadásokat, koncerteket, kiállításokat, színházi előadásokat vagy éppen filmfesztivált.

Az egyetemi kultúrákínálat eredményeit megvizsgáltuk keresztábra (Crosstabs), valamint varianciaanalízis segítségével az állampolgárság és a karcsoporthoz alapján is. Utóbbi változót azért vontuk be a vizsgálatba, mert relevánsnak tartottuk a különböző karcsoporthoz különbségeinek feltárását, hiszen a Hallgatói Önkormányzatok például kari szinten (is) működnek, valamint más és más oktatói karakterek jellemzőek a különböző képzési területekre.

Az elkészült keresztábrák közül szignifikáns eredményt a karcsoporthoz és az oktatók által javasolt rendezvények tekintetében kaptunk (sign.=0,001). Ez alapján elmondható, hogy a négy karcsoporthoz közül a humántudományi karok hallgatói vettek részt legnagyobb arányban olyan rendezvényen, melyet az oktatójuk javasolt (22,8%). A másik három karcsoporthoz esetében jóval kisebb arányokat találunk: 6,3 – 9,3 százalékuk járt oktató által javasolt programon.

33. táblázat. Az oktató által javasolt kulturális rendezvények kedveltsége a karcsoporthoz függvényében (Sign.=0,001). Forrás: saját adatbázis.

			Karcsoport				Összesen
			Humán tudományok	Orvos- tudományok	Segítő szemi- professziók	Reál- mérnök karok	
Részt vett-e oktató által javasolt kulturális rendezvényen?	Igen	N	21	9	4	15	49
		%	22,8%	6,3%	7,7%	9,3%	10,9%
	Nem	N	71	135	48	147	401
		%	77,2%	93,8%	92,3%	90,7%	89,1%
Összesen		N	92	144	52	162	450
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

A különböző egyetemi szereplők által kínált programlehetőségek gyakorisága kapcsán szignifikáns összefüggést az állampolgárság alapú csoportosítás mutatott (sign.=0,000). Az eredményekből azt látjuk, hogy a Hallgatói Önkormányzatok esetében leggyakrabban a magyar hallgatók érzik úgy, hogy a HÖK kulturális programokat szervez számukra (2,61): az ő esetükben ez a gyakoriság már inkább a „havonta”, mint a „félévente 1–2” alkalommal kategóriába esik. Legkevésbé a külföldi hallgatók érzik gyakorinak a HÖK által szervezett programokat (2,14). Emögött az eredmény mögött sejthetjük azt a jelenséget, hogy a mintában szereplő külföldi hallgatók jelentős része orvostudományi képzésre jár, mely hagyományosan nem kötődik olyan szorosan a kulturális programokhoz, mint például a humántudományi

képzések. A kari szervezésű kulturális programok esetében is hasonló eredményeket találtunk, mint a Hallgatói Önkormányzatoknál: leginkább a magyar hallgatók érzik rendszeresnek a kulturális programkínálatot (2,53), míg legkevésbé a külföldi hallgatók látják gyakorinak a kari kulturális rendezvények szervezését. Az oktatói ajánlások esetében a kettős magyar állampolgárságú hallgatók jelezték gyakorinak a kulturális programkínálatot (2,31), azonban szorosan a „nyomukban” vannak a magyar hallgatók (2,28), a külföldiek pedig ebben az esetben is az utolsó helyen zártak (1,74). Az eredmények tehát azt mutatják, hogy legkevésbé a külföldi hallgatók találkoznak az egyetemi szereplők kulturális programkínálatával, melynek hátterében az a korábban többször említett jelenség állhat, mely szerint a mintánkban a külföldi hallgatók többsége orvostudományi képzésen tanul, ezek a karok pedig hagyományosan messzebb helyezkednek el a kulturális jellegű programoktól, mint például a humántudományi képzések. Emellett felvethetjük az elérhetőség dilemmáját is: valószínűleg kevesebb angol nyelvű programot szerveznek az egyetemi egységek a magyar nyelvű rendezvényekhez képest, így a külföldiek kisebb kínálatból válogathatnak.

34. táblázat. Az oktató által javasolt kulturális rendezvények kedveltsége az állampolgárság függvényében (Sign.=0,000). Forrás: saját adatbázis.

Állampolgárság		HŐK által szervezett kulturális programok gyakorisága	Kar által szervezett kulturális programok gyakorisága	Oktató által ajánlott kulturális programok gyakorisága
Magyar állampolgár	Átlag	2,61	2,53	2,28
	N	150	150	150
Kettős magyar állampolgár	Átlag	2,40	2,41	2,31
	N	150	150	150
Külföldi állampolgár	Átlag	2,14	2,10	1,74
	N	150	150	150
Összesen	Átlag	2,38	2,34	2,11
	N	450	450	450

Összegzés – Egyetemi kulturális kínálat

Az egyetemi kulturális kínálat elemzése megerősítette harmadik hipotézisünk ide tartozó elemét: a kutatásban részt vevő hallgatók valóban nem élnek az egyetemi jellegű kulturális kínálat adta lehetőségekkel, nincsenek tisztában ezekkel a rendezvényekkel. A legmeglepőbb eredményként tekinthetünk az Egyetemi Tavasz, valamint az Őszi Kulturális Fesztivál című rendezvénysorozatokra, melyek kifejezetten az egyetem Kulturális Irodája által az egyetemistáknak „készülnek”, mégis elenyésző azok száma, akik részt vesznek ezeken a programokon, és alacsony azoknak az aránya is, akik tudnak a fesztiválok létezéséről.

VIII. Múzeumi ismeretek, emlékek és elvárások

1. A múzeum feladatai

Kutatásunk során fontosnak tartottuk vizsgálni, hogy a hallgatók hogyan vélekednek a múzeumok feladatairól, mennyiben egyezik meg az ő véleményük a hivatalos, törvényileg meghatározott múzeumi tevékenységekkel: azaz mennyire hagyományos a múzeumképük, mellyel a negyedik hipotézisben foglalkozunk.

Az 1997. évi CXL. törvény a muzeális intézményekről, a nyilvános könyvtári ellátásról és a közművelődésről 37/A. §-a határozza meg Magyarországon a múzeumok feladatait, melyek a következők: „a) a kulturális javak [...] nyilvántartott és dokumentált együttesét őrzi, gondozza és kiállításon bemutatja, b) biztosítja a kulturális javakhoz kapcsolódó kutatási tevékenység lehetőségét, c) kultúraközvetítő, közművelődési tevékenységével hozzájárul az egész életen át tartó tanulás folyamatához, d) közművelődési rendezvényeket és egyéb programokat rendez, e) együttműködik a nevelési-oktatási intézményekkel és múzeumpedagógiai programjaival segíti az iskolai és az iskolán kívüli nevelés céljainak elérését, f) elvégzi a kulturális javak múzeumpedagógiai célú feldolgozását, folyamatosan megújuló múzeumpedagógiai és múzeumandragógiai programkínálatot biztosít, g) turisztikai vonzerejének felhasználásával, a látogatóknak nyújtandó szolgáltatásokkal helyi és országos szinten elősegíti a gazdaság élénkítését” (1997. évi CXL. törvény a muzeális intézményekről, a nyilvános könyvtári ellátásról és a közművelődésről, 37/A. §., oldalszám nélkül).

Kutatásunkban arra kerestük a választ, hogy a hagyományos, törvényben lefektetett múzeumi feladatok közül melyeket gondolják a hallgatók a legmeghatározóbbnak. Összesen hat állítást alakítottunk ki a fenti jogszabályra, valamint az újfajta múzeumi elvárásokra alapozva: tárgyak gyűjtése; kiállítások létrehozása; oktatási tevékenység; „hands on”-jellegű kiállítások, programok; szakmai beszélgetések, előadások szervezése; szórakoztató, „laza” programok szervezése. A kitöltőknek egy 4 fokú Likert-skálán kellett megjelölniük, mely feladatokat milyen fontosnak találják (ismét a 4 fokú Likert-skála által szerettük volna elkerülni az esetleges középre-húzást). Az eredményekből átlagot számoltunk, s így kiderült, hogy leginkább a tárgyak gyűjtését és a kiállítások létrehozását tartják a megkérdezettek a múzeumok fő feladatának (3,47): leginkább ezzel a két állítással értettek egyet, nagyon fontos feladatnak tekintették. Ezt követi az oktatási tevékenység meghatározó szerepe (3,17), mely izgalmasnak tekinthető, hiszen ez alapján a múzeumokra oktatási terekként (is) gondolnak a hallgatók. Ezek az eredmények tehát azt mutatják, hogy a hagyományos múzeumi feladatokat tekintik a legfontosabbnak, csakúgy, mint a Schultz és Szalók (2022) kutatásában megkérdezett hallgatók. (A későbbiek folyamán visszatérünk még arra a gondolatra, hogy ennek megfelelően mennyiben használják oktatási, tanulási térként a múzeumokat a megkérdezettek.) Fontosnak

ítélték meg továbbá az úgynevezett „hands-on” jellegű, interaktivitást jelentő kiállításokat és programokat (3,08), mely megerősíti Adams és Moussouri (2002), Schultz és Szalók (2022), valamint Bodnár és társai (2017) kutatási eredményeit. Az ilyen típusú kiállítások lényege az interaktivitás: a látogatók, résztvevők számára különböző tárgyak tapintásával, használatával, digitális eszközök kipróbálásával teszik a múzeumok élményszerűvé az adott múzeumi kiállítást vagy programot. Szintén a fontos kategóriába sorolták a szakmai beszélgetések, előadások (3,03), valamint a szórakoztató programok szervezését (2,99). Ugyanakkor érdemes megjegyezni, hogy a vizsgált feladatkörök közül a szórakoztató programok megítélése lett a legalacsonyabb – alacsonyabb, mint a hagyományosan múzeuminak számító (szakmai) programok szervezése. Ez az eredmény nem támasztja alá korábbi, fókuszcsoportos kutatásaink eredményeit, mely résztvevői komoly érdeklődést mutattak ezen újtípusú múzeumi tartalmak iránt (Hegedűs, 2016b).

35. táblázat. A múzeum feladatai a hallgatók véleménye alapján. Forrás: saját adatbázis.

A múzeum feladatai	N	Átlag
Tárgyak gyűjtése	449	3,47
Kiállítások létrehozása	450	3,47
Oktatási tevékenység	450	3,17
„Hands on”-jellegű kiállítások, programok	450	3,08
Szakmai beszélgetések, előadások szervezése	450	3,03
Szórakoztató, „laza” programok szervezése	450	2,99

Összegzés – A múzeum feladatai

Az eredmények alapján megerősíthetjük a negyedik hipotézis ide vonatkozó elemét: a hallgatók valóban hagyományosanabban gondolkodnak a múzeumokról, azaz a múzeumok fő feladatának a tárgyak gyűjtését, a kiállítások létrehozását és az oktatási tevékenység folytatását tartják.

2. Asszociációk a múzeumról

Annak érdekében, hogy jobban megismerjük a kutatásban részt vevő hallgatók múzeumokkal kapcsolatos attitűdjét, arra kértük őket, hogy írjanak le olyan szavakat, kifejezéseket, melyek először jutnak eszükbe a múzeumokkal kapcsolatban. Korábbi kvalitatív kutatásaink során a következő szavakat, kifejezéseket említették a résztvevők: kiállítás, történelem, festészet, kultúra, hideg, rideg, antik (Hegedűs, 2022, megjelenés alatt). Korábbi kutatások pedig a következő kifejezések jelenlétét jelezték: unalmas, dohos, sötét, begyöpösödött (Trevelyan, 1991); kilométerekre van tőlem, feszült, felhúzott szemöldök, és ismét: unalmas (Fisher, 1990). Jelen fejezetben így megvizsgáljuk, hogy a negyedik hipotézis releváns része megerősítésre kerül-e, azaz a hallgatók fejében valóban negatív kép él-e a

múzeumokról, illetve az ötödik hipotézis kapcsán vizsgáljuk, hogy a külföldi hallgatók ismernek-e szegedi múzeumokat.

Kutatásunk során 400 válasz érkezett a múzeumi kifejezésekkel kapcsolatban a 450 kitöltőtől: 142 magyar, 140 kettős magyar állampolgárságú és 118 külföldi hallgató adott választ arra a kérdésre, hogy milyen szavak jutnak eszükbe a múzeumokról. Ez összesen 745 szót, kifejezést jelentett: 268 kifejezés érkezett a magyar, 256 a határon túli magyar és 221 a külföldi diákoktól. A kifejezéseket témacsomópontok szerint rendszereztük, így összesen 14 témakört jelöltünk ki: általános múzeumi tartalom; konkrét múzeumi tartalom (műtárgyak); konkrét múzeumok; múzeumokhoz kötődő szakágak, tudományterületek; klasszikus múzeumi kiállítási témakörök, gyűjteménykörök; múzeum feladata, alaptevékenysége; múzeumi operatív működés; épület; látogatói tevékenységek, típusok; hangulatok, jellemzők; oktatás, tanulás; híres személyiségek; filmek; vegyes. Az alábbiakban a leggyakoribb és legjellemzőbb, valamint a korábbi kutatások szempontjából relevánsnak tekinthető témaköröket és kifejezéseket vizsgáljuk meg közelebbről, az angol nyelvű válaszokat magyarra fordítva vizsgáljuk.

Az általános múzeumi tartalom csoportjába azok a kifejezések kerültek, melyek általánosságban jelölték meg a múzeumban található tartalmakat. Ebben a csoportban a leggyakrabban a művészet (49 említés), régiség (20 említés), valamint a tudás/ismeretek (19 említés) kifejezés szerepelt. Érdekes kiemelni, hogy a művészet kifejezést jóval nagyobb arányban említették a külföldiek (30 említés), mint a magyar vagy kettős magyar állampolgárságú hallgatók, így az ő fejükben a múzeumok leginkább a művészeti jellegű intézményeket jelentik. A megjelölt kifejezések között találunk konkrét, a múzeumi működésre vonatkozó említéseket (pl.: műtárgyak, emlékek, régi tárgyak, vitrinek, állatok) és átvittebb értelmű kifejezéseket is (hagyomány, tudás, ismeretek).

Több hallgatónak is konkrét múzeumok, múzeumtípusok jutottak eszébe a múzeum szó hallatán: a legtöbben a Louvre-ot jelölték meg (4 említés), ketten a berlini múzeumokat, míg egy hallgató egy orvostudományi közgyűjteményt emelt ki válaszában. Ez az eredmény azt mutatja, hogy a nagy nemzetközi múzeumok, amilyen a Louvre, olyan nagy hatással bírnak a kutatásban részt vevőkre, hogy egy általános szó hallatán is egy bizonyos múzeum vagy múzeumi épület jut az eszükbe. Érdekes megemlíteni, hogy egyetlen válaszban sem szerepelt a Móra Ferenc Múzeum, mely Szeged legmeghatározóbb múzeumi kiállítóhelye.

A múzeumokhoz kötődő szakágak, tudományterületek közül legtöbben a történelmet említették (77 említés), melyet azonban nem csak tudományterületi értelemben, hanem szélesebben is értelmezhetünk. Az említések között a második helyen a régészet végzett (4 említés), melynek háttérében valószínűleg a különböző filmes emlékek, élmények állhatnak. Emellett az antropológia és a képzőművészet, valamint a természettudomány kapott még

említést – ugyanakkor az irodalomtudomány vagy a néprajz nem szerepelt a válaszok között, noha szintén meghatározó múzeumi tudományterületek.

A klasszikus múzeumi kiállítási témakörök, gyűjteménykörök kategóriájába olyan kifejezéseket soroltunk, melyek valamilyen széles körben ismert és népszerű kiállítási tematikához kapcsolódnak. A legtöbb említést a dinoszauruszok kapták (17 említés), két említés érkezett Egyiptommal, négy pedig a múmiákkal kapcsolatosan. Ez a két nagy témakör valóban a legklasszikusabb és legnépszerűbb múzeumi kiállítási tematikák közé tartozik. A szegedi múzeum mindkét témakört feldolgozta kiállításokon: a 2014-es fáraó-kiállítás mind a mai napig a közgyűjtemény legsikeresebb tárlata, míg a 2018-as dinoszaurusz-kiállítás szintén felkerült a leglátogatottabb időszakos tárlatok listájára (Hegedűs, 2015; Hegedűs & Wilhelm, 2019). Kutatásunk vizsgálatának időszakában a 2014-es ókori egyiptomi tárlat hatása nem tekinthető relevánsnak, a 2018-as dinoszaurusz kiállítás emléke viszont még élhetett a hallgatókban. Összességében azonban úgy véljük, hogy ezen kiállítási témák inkább általánosságban szerepeltek a megkérdezettek fejében.

A hallgatói válaszok között sok olyan kifejezés szerepelt, melyek a múzeum alapfeladataihoz, alaptevékenységéhez kapcsolódnak (1997. évi CXL. törvény a muzeális intézményekről, a nyilvános könyvtári ellátásról és a közművelődésről, 37/A. §., o.n.). Az összes beérkezett kifejezést vizsgálva két olyan szót is találtunk, melyek kiemelkedő gyakorisággal szerepeltek: a kiállítás (79 említés) és a kultúra (62 említés). A kiállítás valóban a múzeumok egyik alapfeladata, csakúgy, mint egy adott régió, közösség kulturális javainak megőrzése. Noha a kultúrafogalom olyan széleskörű, hogy nem lehet csakis ebben az értelemben használni: a kitöltők fejében szélesebb vagy másra vonatkozó értelmezést is találhatunk, de a kutatás jellege nem adott arra lehetőséget, hogy a kultúra kifejezést tovább értelmeztessük a kitöltőkkel. A múlt (15 említés) kifejezés is kapcsolódik a múzeumok alapfeladatahoz, de ismételten kimondhatjuk, hogy sokkal szélesebb értelmezése is lehet a válaszadók fejében, melyet nem tudtunk megvizsgálni. A művelődés, műveltség kifejezések (14 említés) szintén kapcsolódnak az alapfeladatokhoz, csakúgy, mint a gyűjtemény (8 említés). Az örökség (5 említés), a megőrzés (4 említés), az ismeretterjesztés (4 említés), a bemutatás (3 említés), a közösség (2 említés) szintén többször szereplő kifejezések voltak, melyek egyértelműen a múzeumok alapfeladataihoz sorolhatók. Érdekes kiemelni, hogy a tudomány kifejezés csak egy alkalommal került említésre, holott a tudományos munka a múzeumok szintén fontos feladata. Arra következtethetünk, hogy a kutatásunkban részt vevő hallgatók számára nem releváns a múzeumok tudományos működése, avagy nincsenek tisztában azzal, hogy ezekben az intézményekben tudományos tevékenység is folyik. Azért tartjuk érdemesnek ezen jelenség kiemelését, mert az egyetemeken tanuló hallgatók lehet, hogy emiatt nem tartják a múzeumokat hasznosnak tanulmányaik szempontjából, hiszen nincsenek tisztában azzal,

hogy a közgyűjtemények tudományos tevékenysége a tanulmányaik számára is segítséget jelenthet. A megjelölt alaptevékenységek között mindezek mellett alacsony számban találtunk különböző rendezvényekkel kapcsolatos kifejezéseket is (tárlatvezetés, rendezvények, Múzeumok Éjszakája), mely azt jelzi, hogy bizonyos hallgatók fejében nem csak a múzeumok megőrzési-kiállítási tevékenysége, hanem rendezvényei, programjai is megjelennek.

A kitöltések között néhány esetben szerepeltek olyan szavak, melyek a mindennapi, operatív működésre vonatkoznak a látogatómenedzsment szempontjából. Ide tartozott két kifejezés: a belépőjegyek és a „teremőr nénik”. A belépőjegyet semleges kifejezésnek értékeljük, ugyanakkor érdemes elidőzni a teremőrökkel kapcsolatos kifejezésnél. Korábbi kutatások alapján (Gombos, 2011; Hegedűs, 2016b) elmondhatjuk, hogy a teremőrök alapvetően negatív, bizonyos esetekben szinte traumatizáló erővel bírtak a kutatásban részt vevőkre: a teremőrök mogorvák, nem segítőkészek, hangosan rászólnak, rákiabálnak a látogatókra, rossz légkört teremtenek. Így jelen kutatásunkban a „teremőr nénik” kifejezéshez negatív felhangot társítottunk.

Kifejezetten izgalmas területet jelentenek az épületekkel, építészettel kapcsolatos kifejezések: sem a múzeumok alapfeladatahoz, sem a múzeumok mindennapi működéséhez nem alapfeltétel a klasszikus múzeumi épület megléte, ugyanakkor a megkérdezett hallgatókban sok esetben éppen ez határozza meg a múzeumokról alkotott képet. Általánosságban is megjelent az épület kifejezés az említések között (3 említés), emellett a műemlék, az oszlop, a boltív, a kastély szavak is megtalálhatóak voltak. A beltér kapcsán a tágasságot kiemelő kifejezések kerültek megemlítésre: sok hely, tágas terek. Izgalmas szónak tekintettük a „por” felvetését (4 említés), melyet több kategóriához is sorolhattunk volna, mégis ebben a témakörben taglaljuk. A por ugyanis alapvetően az épületek belső tereire vonatkozó kifejezés, azonban szélesebb, átvittebb értelemben is vizsgálhatjuk: a por negatív értelmezést is kaphat, amennyiben az elmaradott, ódivatú múzeumokra gondolunk. Ismét meg kell említenünk, hogy jelen kutatás jellege nem adott lehetőséget arra, hogy ezen válaszokat megindokolhassák a hallgatók, azonban véleményünk szerint ez a többféle értelmezés is megállhatja a helyét.

A látogatói tevékenységek, típusok csoportjába azokat a kifejezéseket soroltuk, melyek a múzeumi látogatási élménnyel, a látogatás körülményeivel, a látogatók típusaival kapcsolatosak. Az ebben a kategóriában szereplő kifejezéseket három további csoportba osztottuk: negatív, pozitív és semleges kifejezések. A pozitív kifejezések között a szórakozás (3 említés), az élmény (2 említés), a kikapcsolódás (2 említés), a felfedezés, a kreativitás szavakat találtuk. Ezek mindegyike pozitív kikapcsolódási lehetőségként tekint a múzeumokra. A negatív kifejezések kisebb számban jelentek meg: érinthetetlen tárgyak, kötelesség, suttogás, tömeg (1-1-1-1 említés). Az érinthetetlenség a klasszikus múzeumok jellemzője (ezt a

kifejezést Kolosai [2022] kutatásában is említették a hallgatók), a kötelesség kifejezés mögött pedig vagy a családi vagy az iskolai látogatásokat sejtjük, amikor a kitöltők nem kaptak lehetőséget arra, hogy eldönthessék, akarnak-e múzeumba menni. A szuttogás szót a negatív kifejezések közé azért helyeztük, mert korábbi kutatásink során az alanyokat negatívan érintette, hogy nem lehet beszélni, beszélgetni a múzeumban (Hegedűs, 2016b). A tömeg kifejezést is a negatív szavak közé soroltuk, hiszen a nagy tömeg ront(hat)ja a múzeumlátogatás minőségét, intenzitását.

A semleges kifejezések között szerepel a kirándulás (3 említés), a régmúlt megismerése, a szabadidő (2 említés), a családi program és az értelmiség. Érdekes kiemelni az értelmiség kifejezést: feltételezzük, hogy a kitöltő itt arra gondolhatott, hogy alapvetően a múzeumok közönségét az értelmiségi körökből érkezők teszik ki. Sajnos ismét nem adott lehetőséget kutatásunk jellege arra, hogy mélyebben is megkérdezhessük a kitöltőket az adott kifejezés számukra megjelenő jelentéséről, így csak következtetni tudunk arra, hogy ez a fenti gondolat állhat a kifejezés hátterében. Az értelmiségi szót egy hallgató jelölte meg, aki ritkán, de szokott múzeumba járni, így arra következtethetünk, hogy nem negatív értelemben vett kifejezésről van szó.

A következő csoport egy szélesebb kategóriának számít, ahová olyan szavakat helyeztünk, melyek valamilyen érzést, tulajdonságot jeleznek általánosságban és gyakran átvitt értelemben a múzeumok kapcsán. A kifejezések színes jellege miatt ismét három alkategóriára bontottuk őket: pozitív, negatív és semleges csoportokat alkottunk. A semleges csoportba azokat a kifejezések kerültek, melyekről nem lehetséges egyértelműen eldönteni, hogy pozitív vagy negatív értelemben használták-e őket a megkérdezettek.

Az érzéseket, tulajdonságokat tartalmazó csoportban 35 kifejezés közül 14 kifejezés került a pozitív szavak közé. Ezek között legnagyobb gyakorisággal az érdekes (10 említés), az interaktív (4 említés) és a szép (4 említés) szerepel. Emellett megtaláljuk a következőket: elegáns, egyedi, informatív, izgalmas, különleges, ünnepélyes, fejlődés, tiszta és értékes. Ezek a kifejezések tartalomra és formára is vonatkoznak: bizonyos kifejezések a kiállítások, épületek kinézetére, míg mások a bennük rejlő mondanivalóra érthetőek.

A negatív szavak közé 9 kifejezést soroltunk, melyek között leginkább az unalmas (14 említés) szerepel, mely megegyezik Gombos (2011) kutatási eredményeivel. Ez a kifejezés részben indokolhatja, hogy miért magas a múzeumba nem járó hallgatók aránya kutatásunkban: a fiatal korosztály az unalmas programoknak tartott eseményekre nem látogat el. A szürke, az elavult, az eseménytelen, a komoly, a hideg, a hűvös és a kihalt szavak is említésre kerültek. A kifejezések egy része ismét az épületekre vonatkozik, melyeket szorosan összekötnek a megkérdezettek a múzeumokkal, ugyanakkor az „eseménytelen” már a tartalmat jelöli: nem történnek olyan események a múzeumokban, melyek látogatásra sarkallnák a megkérdezettek

egy részét. Az öreg és a régi szavak is nagy gyakorisággal megjelölésre kerültek (36 említés), azonban jelen kutatás jellege nem alkalmas arra, hogy a szavak mögötti jelentéstartalmat is vizsgálja. Ezek a kifejezések ugyanis vonatkozhatnak a múzeumban gyűjtött műtárgyakra vagy az épületekre, ugyanakkor vonatkozhatnak a múzeumi programok és kiállítások minőségére is. Szintén ehhez hasonló kifejezés a csend (14 említés) és a nyugalom (8 említés), mely bizonyos hallgatók számára negatív értelmezést is kaphat, ugyanakkor mások számára a nyugalmat is sugározhatja, egy helyet, ahol ki lehet kerülni a hétköznapi nyüzsgésből (Hegedűs, 2016b). A semleges csoportba soroltunk 4 kifejezést: rendezett, teljesítmény, időtlen, antik. Mindegyik kifejezés a múzeumban őrzött emlékekhez és épületekhez tartozik, kivéve a teljesítményt, mely a kiállításokra, rendezvényekre és kutatásokra – azaz a múzeumi szakemberek által végzett munkára vonatkozhat.

Az oktatás, tanulás témakörben 4 kifejezést találunk: iskolai (osztály)kirándulások, játszva tanulás, tanulás, oktatás. Az iskolai kirándulások, osztálykirándulások csak a magyar és a kettős magyar állampolgárságú hallgatók által kerültek megjelölésre. Korábbi kutatásaink résztvevői negatív emlékeket osztottak meg ezen tevékenységekről (Hegedűs, 2016b): kötelező „rosszként” tekintettek rájuk, amikor végig kellett menniük egy-egy múzeum kiállításain. Jelen kutatás résztvevői kapcsán ugyanakkor a korábbiakban azt láttuk, hogy alapvetően pozitívak az iskolai múzeumi emlékeik. Az oktatás és tanulás kifejezések jelenléte azt mutatja, hogy bizonyos hallgatók a múzeumok ezen tevékenységét is fontosnak tartják az alaptevékenységek közül, viszont nem tudjuk, hogy a tanulást miként értelmezik: egy-egy kiállítás vagy program során megjegyzett információk összességére gondolnak vagy a szervezett, csoportos múzeumi tanulási módszerekre, mint például a múzeumpedagógiai vagy múzeumandragógiai foglalkozásokra, múzeumban tartott egyetemi kurzusokra. A játszva tanulás kifejezés az újfajta múzeumi kiállításokra vonatkozhat, ahol az interaktív eszközök és módszerek segítségével történhet meg a tanulási folyamat.

A híres emberek, filmek csoportba összesen 7 kifejezés került: Ady Endre, Móra Ferenc, Munkácsy Mihály, Rembrandt, Tesla, Indiana Jones és az Éjszaka a múzeumban című film. Ady Endre és Nikola Tesla jelenléte valószínűleg valamilyen kiállításhoz kapcsolódhat, míg Móra Ferenc esetében feltételezzük a szegedi múzeum nevének hatását. Munkácsy és Rembrandt egyértelműen a képzőművészeti kiállítási és gyűjteményi tartalmakra vonatkozik. Az Indiana Jones-filmek a régészettel kapcsolták össze a múzeumokat, míg az Éjszaka a múzeumban című film(ek) új megvilágításba helyezték a közgyűjteményeket – és voltak hatással a megkérdezettek bizonyos részére.

A vegyes kategóriába két szót soroltunk: könyvek és könyvesbolt – mindkettő külföldi hallgatóktól érkezett. A könyv kifejezés vonatkozhat a múzeumokban tárolt tudásra, míg a könyvesbolt a múzeumi boltokra.

4. ábra. A leggyakrabban említésre került múzeumokkal kapcsolatos kifejezések szófelhőben ábrázolva. Forrás: saját adatbázis, a Wordclouds program használatával.



Megvizsgáltuk azt is, hogy a Szegedi Tudományegyetemen tanuló megkérdezettek tudják-e, hogy Szegeden működik múzeum, ismerik-e a Móra Ferenc Múzeumot – kifejezetten pedig a külföldi hallgatók válaszaira voltunk kíváncsiak, akik korábbi kutatások alapján nem teljesen vannak tisztában a szegedi múzeumok létevel (Hegedűs, 2023).

A kutatásban részt vevők közel kétharmada ismer szegedi múzeumot. Keresztábrás vizsgálat segítségével elemeztük, hogy az állampolgárság és a múzeumlátogatás gyakorisága milyen összefüggésben áll a szegedi múzeumok ismertségével. Az állampolgárság alapú vizsgálat nem hozott szignifikáns eredményt, de ötödik hipotézisünk miatt mégis úgy véljük, érdemes ismertetni az eredményt. A külföldi diákok 53,9%-a ismer szegedi múzeumot, mely a legkisebb arány a másik két állampolgársági kategóriához képest (magyar: 66,2%; kettős magyar: 60,7%). A múzeumlátogatás gyakoriságával kapcsolatos keresztábrás szignifikáns eredményt mutatott ($\text{sign}=0,000$): minél inkább múzeumlátogatónak számít egy hallgató, annál nagyobb eséllyel ismer szegedi múzeumot. A múzeumba soha nem járók 43,7%-a, az alkalmi látogatók 63,4%-a, míg a rendszeres múzeumlátogatók 71,8%-a tud szegedi múzeum létezéséről.

Amikor azt kértük a szegedi múzeumokat ismerőktől, hogy írják le, pontosan mely szegedi múzeumokról tudnak, jóval diverzifikáltabb eredményt kaptunk (54,2% adott választ): a válaszok között ugyanis nem csak szegedi múzeumokat, kiállítóhelyeket, hanem egyéb, nem múzeumnak számító intézményeket is megjelöltek a hallgatók, illetve többen nem tudták megnevezni a szegedi múzeumokat, csak jelezték, hogy tudják, hogy vannak ilyen intézmények. A legtöbb hallgató a Móra Ferenc Múzeumot említette (188 említés), melyet a Fekete ház (26 említés) és a Regionális Összművészeti Központ (REÖK) (15 említés) követett. A Vármúzeumot heten, a Kass Galériát négyen, míg a szegedi színháztörténeti kiállítóhelyet egy hallgató jelölte meg válaszában. Ezek azok az intézmények, melyek valóban múzeumként, kiállítóhelyként vagy galériaként működnek. A további konkrét válaszok között találjuk a Pick Szalámi és Paprika Múzeumot, mely noha a múzeum nevet viseli, de nem közgyűjtemény vagy galéria (a kutatás lefolytatása óta pedig megszűnt). Többen említették a Szegedi Hadiparkot, mely szintén nem múzeum: egy magángyűjteményről van szó, valamint többen megjelölték a szegedi csillagvizsgálót is. Érdemes megemlíteni, hogy több hallgató (főként a külföldiek) nem tudta megmondani a Móra Ferenc Múzeum nevét, hanem a Tisza-part / Belvárosi híd melletti múzeumként említette. A kutatásban részt vevő hallgatók mindössze 41,7%-a tudta pontosan megnevezni a Móra Ferenc Múzeumot, illetve összesen 44,4%-uk tudott valóban múzeumként, kiállítóhelyként vagy galériaként működő intézményt megjelölni. Ezek az eredmények azt mutatják, hogy noha a Móra Ferenc Múzeum a szegedi kulturális élet legmeghatározóbb szereplője, legnagyobb múzeuma, de a városban tanuló hallgatók kevéssé ismerik.

Összefoglalás – Múzeumi asszociációk, szegedi múzeumok ismerete

Sem a negyedik, sem pedig az ötödik hipotézisünket nem tudtuk teljes egészében alátámasztani kutatásunk eredményei alapján. A megkérdezett hallgatókban hagyományos kép él a múzeumok feladatáról, azonban nem csak negatív jelzők jutnak eszükbe a múzeumokról:

ugyanúgy találtunk pozitív és semleges kifejezéseket is a válaszaik között. A külföldi hallgatók többsége ismer szegedi múzeumot (noha kisebb arányban, mint a magyar vagy kettős magyar állampolgárságú diákok), így ez a hipotézis sem állta meg teljes mértékig a helyét.

3. Múzeumokkal kapcsolatos emlékek

A múzeumlátogatásra nagy hatással bírnak a gyermekkori múzeumi emlékek, családi és iskolai múzeumlátogatások, múzeumpedagógiai benyomások (Kolosai, 2022; Hegedűs, 2017b), ezért vizsgáljuk mind a családi, mind az iskolai múzeumlátogatási emlékeket, múzeumpedagógiai tapasztalatokat. Így a hatodik hipotézisünk kapcsán tárjuk fel az iskolai és családi múzeumi emlékek hatását a jelenlegi múzeumlátogatás szempontjából.

A gyermekkori emlékek egyik meghatározó eleme lehet a családi múzeumlátogatás. A megkérdezett hallgatók 71,1%-át vitték el a szülei gyermekkorában múzeumba. Crosstabs parancs segítségével az állampolgárság, a múzeumlátogatás gyakorisága, a szülők múzeumlátogatási gyakorisága, valamint a szülők kulturális fogyasztása alapján is megvizsgáltuk a gyermekkori múzeumlátogatás előfordulását.

Az állampolgárság alapján ($\text{sign.}=0,000$) elmondható, hogy leginkább a magyar (79,73%) és a külföldi (75,32%) hallgatókat vitték el a szüleik múzeumba gyermekkorukban. A kettős magyar állampolgárságú diákok esetében ez az arány 57,33%. A határon túli magyar hallgatók leginkább kisebb településekről érkeztek, számukra lehet, hogy nem voltak megfelelő közelségben közgyűjtemények.

Rendkívül érdekes kérdés vet fel, hogy a megkérdezett hallgatók jelenlegi múzeumba-járási gyakoriságára milyen hatással bír a gyermekkori családi múzeumlátogatás. A kereszttáblás vizsgálat szignifikáns eredménye ($\text{sign.}=0,000$) azt mutatja, hogy minél inkább vitték múzeumba a hallgatókat gyermekkorukban, annál inkább múzeumlátogató felnőttekké váltak. Ugyanis a múzeumba nem járó hallgatóknak mindössze 35,9%-a járt a családjával közgyűjteményben, míg ez az arány a gyakori múzeumlátogató hallgatóknál 85,9%.

A családi múzeumlátogatás és a szülők kulturális fogyasztása kapcsán ($\text{sign.}=0,000$) megjósolható eredményt találtunk: a magas kulturális fogyasztással bíró szülők 96%-a, az alacsony kulturális fogyasztással bíró szülők 51,4%-a vitte el gyermekkorában a hallgatókat múzeumba. Szintén nem meglepő eredményt hozott az anya ($\text{sign.}=0,000$) és az apa ($\text{sign.}=0,000$) múzeumlátogatási gyakoriságának és a gyermekkori múzeumlátogatásnak az összefüggése: a leggyakoribb múzeumlátogatási eredménnyel rendelkező szülők vitték el legnagyobb mértékben gyermekeiket múzeumba (gyakori múzeumlátogató anyák 92,1%-a, gyakori múzeumlátogató apák 100%-a).

Az iskolai múzeumlátogatásokról is megkérdeztük a hallgatókat: azt tapasztaltuk, hogy nagyobb arányban jártak iskolai szervezéssel múzeumokban, mint a szüleikkel. A megkérdezettek 94,2%-a mondta azt, hogy a közoktatásban eltöltött éveik során elvitték őket közgyűjteménybe. Keresztábrás parancs segítségével vizsgáltuk az iskolai múzeumlátogatást az állampolgárság és a jelenlegi múzeumlátogatási gyakoriság tekintetében. A kutatásban résztvevő magyar hallgatók szinte mindegyike (99,3%) járt múzeumban általános vagy középiskolás korában – ez az arány a kettős magyar állampolgárságúak esetében 92%, míg a külföldiekénél 91,4% (sign.=0,005). Ennek háttérében állhat az, hogy a magyar közoktatás bevett gyakorlata a múzeumlátogatás nem csak hagyományos keretek, hanem iskolai kirándulások alkalmával is (Hegedűs, 2016b). A jelenlegi múzeumlátogatási gyakoriság és az iskolai múzeumba-járás között is találtunk szignifikáns összefüggést (sign.=0,002): a jelenleg aktív múzeumlátogató hallgatók vettek részt leginkább iskolai múzeumlátogatáson (98,6%), míg a múzeumba nem járók esetében ez az arány 87,4% volt. Eszerint az eredmény szerint az iskolai múzeumlátogatások pozitívan hatottak a jelenlegi múzeumlátogatások gyakoriságára. A lakhely tekintetében nem szignifikáns az összefüggés (sign.=0,156), de megemlítjük, hogy mindegyik településtípus esetében 90% feletti volt az általános és középiskolai múzeumlátogatás aránya.

Az iskolai múzeumba-járás kapcsán vizsgáltuk, hogy milyen élményekkel távoztak a megkérdezettek a múzeumokból, milyen hatással voltak rájuk a múzeumi kiállítások. Ezért arra kértük őket, hogy egy négyfokú Likert-skálán értékeljék a különböző, kiállításokkal kapcsolatos állításokat (a 4 fokú Likert-skála által szerettük volna elkerülni az esetleges középre-húzást). Jellemzően inkább pozitívan értékelték a múzeumi látogatásokat: jól érezték magukat (3,06), érdekelte őket a kiállítás (2,91), izgalmasnak ítélték a tárlatot (2,91) – ezek az eredmények alátámasztják Reisz (2019) eredményeit. Viszont érdemes kiemelni, hogy nem maradt meg bennük sok információ a kiállításokról (2,32), tehát nem találkoztak olyan tárlatokkal a kutatás résztvevői, melyek segítették volna az információk mélyebb elraktározását.

Varianciaanalízissel vizsgáltuk a látogatói élményeket az állampolgárság és a múzeumlátogatási gyakoriság esetében. A lepozitívabb emlékekkel az iskolai múzeumlátogatásokról a külföldiek rendelkeznek, melyek közül leginkább a „jól éreztem magam” kijelentéssel, legkevésbé pedig a „sok információ bennem” állítással értettek egyet. A magyar állampolgárok követik a külföldieket, ők is alapvetően pozitív emlékekkel rendelkeznek, az ő esetükben is ugyanazon kijelentések voltak a leginkább és legkevésbé népszerűek. A kettős magyar állampolgárságú hallgatók voltak legkevésbé megelégedve az iskolai múzeumlátogatással, de náluk is ugyanazon jelenségeket figyelhetjük meg, mint a másik két állampolgárságú megkérdezettek esetében. Ennek háttérében állhat az, hogy a határon túli

magyarok kisebb településekről érkeztek, szűkebb múzeumi kínálatból választhattak, melyek jellege valószínűleg a klasszikus múzeumi felfogáshoz (interaktivitás és újfajta múzeumi eszközök hiánya) közelíthetett.

36. táblázat. A hallgatókban élő múzeumlátogatási emlékek az állampolgárság függvényében. Forrás: saját adatbázis.

Állampolgárság		Izgalmas volt	Érdekelt a kiállítás	Sok információ megmaradt	Jól éreztem magam
Magyar állampolgár	Átlag	2,81	2,91	2,24	3,11
	N	148	148	148	148
Kettős magyar állampolgár	Átlag	2,64	2,74	2,24	2,89
	N	142	142	142	142
Külföldi állampolgár	Átlag	3,04	3,08	2,49	3,18
	N	140	140	140	140
Összesen	Átlag	2,83	2,91	2,32	3,06
	N	430	430	430	430
	sign.	0,000	0,001	0,016	0,002

A megkérdezett hallgatók múzeumlátogatási gyakorisága is szignifikáns eredményt hozott: erőteljes összefüggés mutatkozik a jelenlegi múzeumlátogatási gyakoriság és az iskolai múzeumlátogatási élmények között. A rendszeres múzeumba járó hallgatók értékelték legmagasabbra a különböző megállapításokat, legalacsonyabbra pedig a múzeumba nem járók. A legmarkánsabb különbség az információk megjegyzésében mutatkozott: a múzeumba nem járó hallgatók nem tudták megjegyezni a múzeumban kapott információkat (1,97), míg a rendszeres múzeumlátogatókban megmaradtak a különböző tudnivalók (2,69).

37. táblázat. A hallgatókban élő múzeumlátogatási emlékek a múzeumlátogatási gyakoriság függvényében. Forrás: saját adatbázis.

Múzeumlátogatás gyakorisága		Izgalmas volt	Érdekelt a kiállítás	Sok információ megmaradt	Jól éreztem magam
Soha	Átlag	2,49	2,55	1,97	2,71
	N	92	92	92	92
Félévente vagy ritkábban	Átlag	2,89	2,97	2,35	3,11
	N	268	268	268	268
Gyakrabban, mint félévente	Átlag	3,04	3,14	2,69	3,34
	N	70	70	70	70
Összesen	Átlag	2,83	2,91	2,32	3,06
	N	430	430	430	430
	sign.	0,000	0,000	0,000	0,000

A múzeumpedagógiai foglalkozások komoly változáson mentek végbe az elmúlt közel húsz évben (Hegedűs, 2017b), ezért fontosnak tartottuk, hogy múzeumpedagógiai tapasztalataikról is megkérdezzük a kutatás résztvevőit. A megkérdezettek több mint fele (56%) vett részt múzeumpedagógiai foglalkozáson általános vagy középiskolai éveit alatt. Az állampolgárság szerinti vizsgálat esetében ($\text{sign.}=0,000$) azt tapasztaltuk, hogy leginkább a külföldi hallgatók részesültek ilyen típusú foglalkozásokból. A magyar hallgatók 55,4%-a, míg a kettős magyar állampolgárok 38%-a vett részt múzeumpedagógiai programon. Ezen eredmények hátterében a különböző országok sajátos múzeumi működése állhat: mivel a határon túli magyar megkérdezettek jelentős többsége Szerbiából érkezett, így feltételezhetjük, hogy kevesebb a múzeumpedagógiai lehetőség a képzések hiányosságai miatt (Gazsó, 2014), valamint alacsonyabb a múzeumpedagógus munkatársak létszáma az ottani közgyűjteményekben (Burány, 2014). A jelenlegi múzeumlátogatási gyakoriság kapcsán elmondhatjuk, hogy hatással bírt a múzeumpedagógiai programok gyakorisága a megkérdezettekre ($\text{sign.}=0,000$). A rendszeres múzeumlátogatók 77,5%-a vett részt ilyen foglalkozáson, míg ez az arány a múzeumba nem járó hallgatók esetében mindössze 36,9%. Így feltételezhetjük, hogy a múzeumlátogató hallgatók számára pozitív élményt jelentettek a múzeumpedagógiai foglalkozások, ezek az élmények pedig hozzájárulhattak ahhoz, hogy aktív múzeumlátogatókká váljanak. A lakhely mérete befolyásolta a múzeumpedagógia foglalkozáson való részvételt ($\text{sign.}=0,001$): a fővárosi hallgatók vettek részt legnagyobb (77,2%), a faluból érkezők pedig legkisebb (45,7%) arányban ilyen jellegű programokon.

Nem csak a múzeumpedagógiai foglalkozásokon történő részvétel tényét, hanem a foglalkozásokról megmaradt benyomásokat is vizsgáltuk, hogy mélyebben megismerhessük a megkérdezettek véleményét. Hasonló megállapítások értékelésére kértük a hallgatókat, mint az iskolai múzeumlátogatások esetében, melyet Reisz (2019) és saját korábbi kutatásunk (Hegedűs, 2017b) alapján állítottunk össze, illetve kíváncsiak voltunk arra is, hogy a múzeumpedagógiai foglalkozás javította-e a megkérdezettek véleményét a múzeumokról. Ismét egy négyfokú Likert-skálán kellett értékelniük a következő kijelentéseket: a múzeumpedagógiai foglalkozás izgalmas volt; jól éreztem magam; jobb lett a véleményem a múzeumokról a foglalkozás miatt; sok információ megmaradt bennem a foglalkozásról (a 4 fokú Likert-skála által ismét szerettük volna elkerülni az esetleges közép-re-húzást). Alapvetően pozitívan értékelték a múzeumpedagógiai foglalkozásokat a hallgatók: jól érezték magukat (3,11), izgalmasnak tartották (3,03) és információk is megmaradtak bennük (2,69) – utóbbi pozitívabb eredményt mutat, mint a múzeumi kiállítások esetében (2,32), tehát feltételezhető, hogy a foglalkozások jobban alkalmasak a különböző információk intenzívebb átadására, elmélyítésére. Ezek az eredmények azonban nem erősítik meg korábbi vizsgálataink (Hegedűs,

2017b) adatait: a kvalitatív kutatás résztvevőiben alapvetően nem maradtak meg pozitív tapasztalatok a gyermekkori múzeumpedagógiai foglalkozásokról. A múzeumok megítélésével kapcsolatos megjegyzéssel („jobb lett a véleményem a múzeumokról a foglalkozás miatt”) is alapvetően egyetértettek a hallgatók (2,84), így kimondható, hogy a megkérdezettek múzeumokról alkotott képét pozitívan befolyásolták a múzeumpedagógiai foglalkozások.

A múzeumlátogatás gyakoriságát és a múzeumpedagógiai foglalkozásokról alkotott véleményeket is vizsgáltuk varianciaanalízis segítségével (az állampolgárság- és lakhelyalapú összehasonlítás nem mutatott szignifikáns összefüggést). Az eredmények ismét a gyakoribb múzeumlátogatás és a pozitív vélemények összefüggését jelezték: legpozitívabban a gyakori múzeumlátogató hallgatók nyilatkoztak a múzeumpedagógiai foglalkozásokról, legkevésbé pedig a soha nem járók. Mindenképpen fontosnak tartjuk bővebben is bemutatni a „jobb lett a véleményem a múzeumokról” állítás adatait. Ezzel a kijelentéssel átlagosan nézve egyetértettek a megkérdezettek: a soha nem járók esetében az átlag 2,53; az alkalmi múzeumlátogatóknál 2,90; a rendszeresen múzeumlátogatóknál pedig 2,89 volt. Tehát a rendszeres múzeumlátogatókat nem befolyásolta jobban a múzeumpedagógia a múzeumok megítélésében, mint az alkalmi múzeumlátogatókat – mivel (mint fentebb láttuk) ők eleve nyitottabbak, érdeklődőbbek voltak a múzeumok iránt, így nem hatottak rájuk kiemelkedően a múzeumpedagógiai foglalkozások.

38. táblázat. A hallgatókban élő múzeumpedagógiai emlékek a múzeumlátogatási gyakoriság függvényében. Forrás: saját adatbázis.

Múzeumlátogatás gyakorisága		Izgalmas volt	Jól éreztem magam	Jobb lett a véleményem a múzeumokról	Sok információ megmaradt
Soha	Átlag	2,71	2,71	2,53	2,39
	N	38	38	38	38
Félévente vagy ritkábban	Átlag	3,06	3,17	2,9	2,7
	N	159	159	159	158
Gyakrabban, mint félévente	Átlag	3,16	3,22	2,89	2,85
	N	55	55	55	55
Összesen	Átlag	3,03	3,11	2,84	2,69
	N	252	252	252	251
	Sign.	0,019	0,001	0,035	0,024

Összefoglalás – Gyermekkori emlékek

Kutatásunk eredményei azt mutatták, hogy a múzeumlátogatásra valóban hatással bírnak a gyermekkori szokások, emlékek: a rendszeres múzeumlátogatókat vitték el legnagyobb arányban múzeumba a szüleik gyermekkorukban. Az iskolai múzeumlátogatásokról alapvetően pozitívan számoltak be a hallgatók, viszont még pozitívabb volt a múzeumpedagógiai

foglalkozások megítélése, így mindezek alapján a hatodik hipotézisünk csak részben került megerősítésre. A múzeumpedagógiai tapasztalatokkal kapcsolatban a kettős magyar állampolgárságúaknál találtuk a legkisebb arányokat, így ők valószínűleg a hozzáférés nehézségei és a szerb múzeumi rendszer sajátosságai miatt részesülhettek kevesebb múzeumpedagógiai foglalkozásban.

4. A kiállítások értékelését befolyásoló tényezők

Az egyetemisták múzeumlátogatásának hátterében sokféle tényező állhat, melynek egyik fontos eleme a motivációjuk, valamint a véleményüket befolyásoló tényezők, melyet a negyedik hipotézisünk kapcsán tárunk fel. Jelen fejezetben vizsgáljuk, hogy melyek azok a vélemények, melyek befolyásolhatják a múzeumlátogatás motivációit, majd az eredményeinket különböző háttértényezők alapján hasonlítjuk össze.

A múzeumi kiállításokról alkotott véleményekre különböző tényezők bírnak befolyásolóerővel: Kelly (2007) például a család és a barátok véleményének fontosságát emeli ki. Kutatásunkban 4 fokú Likert-skála segítségével vizsgáltuk meg, hogy a személyes kapcsolatok és a különböző egyéb forrásokból érkező vélemények mennyiben befolyásolják a megkérdezetteket, majd varianciaanalízis segítségével számítottuk ki a beérkezett válaszok átlagainak összefüggéseit (ismét a 4 fokú Likert-skála által szerettük volna elkerülni az esetleges középre-húzást).

A leginkább barátaik, azaz a hozzájuk közel álló kortársak véleményére hallgatnak a kutatás résztvevői (3,21): az ő véleményüket fontosként jelölték meg. A család véleményének átlaga szintén a fontos kategóriába sorolható (3,09), csakúgy, mint az egyetemi csoporttársak (2,79) és az oktatók (2,74) véleménye – noha ezeknek a fontossága alacsonyabb. A közösségi médiában (2,45) és a különböző sajtótudósításokban megjelenő (2,23) vélemények azonban nem befolyásolják a megkérdezetteket, tehát a személyes kapcsolatok fontossága emelhető ki a múzeumi kiállításokkal kapcsolatos vélemények szempontjából. Nyitott kérdéssel egészítettük ki ezt a kérdéscsoportot: lehetőséget adtunk arra, hogy megjelöljenek olyan személyeket, forrásokat, melyek véleményére hallgatnak múzeumi kiállítások kapcsán. A válaszadók három esetben a párjukat jelölték meg, melyet mi a család kategóriájába sorolunk, egy esetben a szomszédot, egy esetben egy szakértő (festőművész) ismerőst említettek, egy hallgató pedig a „saját belső hangjára” hallgat leginkább a múzeumok kapcsán. Ezek alapján elmondható, hogy a kiegészített válaszok esetében is a személyes kapcsolatok a meghatározóak.

39. táblázat: A múzeumi kiállításokról alkotott hallgatói véleményekre ható tényezők. Forrás: saját adatbázis.

Múzeumi kiállításokról alkotott véleményre hatással bíró tényezők	N	Átlag
barátok véleménye	450	3,21
család véleménye	450	3,09
egyetemi csoporttársak véleménye	450	2,79
oktatók véleménye	450	2,74
közösségi média vélemények	450	2,45
cikkekben, televízióműsorokban megjelenő vélemények	450	2,23

Varianciaanalízis segítségével a múzeumlátogatás gyakoriságát és a múzeumi véleményformáló tényezőket is megtekintettük és szignifikáns eredményt kaptunk a család és a barátok véleményén kívül minden véleményformáló elem esetében. Ennek eredményeképpen arra a megállapításra juthatunk, hogy minél inkább múzeumlátogatónak számítanak a hallgatók, annál nagyobb a valószínűsége, hogy hatni fognak rájuk a különböző vélemények. A legerősebb hatása mindegyik csoportban a személyes kapcsolatok közül az oktatók és az egyetemi csoporttársak véleményének van (ezen kategóriák hoztak szignifikáns eredményt, a család és a barátok véleménye nem). Azonban a cikkek, TV műsorok (2,51), valamint a közösségi médiában megjelenő vélemények (2,75) csak a rendszeres múzeumlátogatókat befolyásolják, a múzeumba nem járó, illetve az alkalmi múzeumlátogató hallgatókra nincsenek hatással. Ennek háttérében azt a jelenséget sejtjük, hogy a múzeumba járó csoport tagjai nyitottabbak a múzeumokról érkező hírekre, jobban figyelnek olyan csatornákra, melyekre az alkalmi látogatók vagy a távolmaradók nem szoktak – így olyan vélemények is eléri őket és fontosnak számítanak, melyek a többi csoportot nem érintik.

40. táblázat: A múzeumi kiállításokról alkotott hallgatói véleményekre ható tényezők a múzeumlátogatás függvényében. Forrás: saját adatbázis.

Múzeumlátogatás gyakorisága		Család véleménye	Barátok véleménye	Egyetemi csoporttársak véleménye	Oktatók véleménye	Cikkek, TV műsorok véleménye	Közösségi média vélemények
Soha	Átlag	2,96	3,09	2,64	2,5	2,12	2,22
Félévente vagy ritkábban	Átlag	3,09	3,25	2,78	2,74	2,21	2,46
Gyakrabban, mint félévente	Átlag	3,28	3,21	3,03	3,11	2,51	2,75
Összesen	N	450	450	450	450	450	450
	Sign.	0,069	0,217	0,009	0,000	0,008	0,001

A nemek tekintetében is varianciaanalízist készítettünk: a cikkek, TV műsorok és a közösségi média vélemények kivételével szignifikáns összefüggéseket találtunk. Azt tapasztaltuk, hogy a nők jobban támaszkodnak a különböző kapcsolati hálójukból érkező véleményekre: mind a család, mind a barátok, mind az egyetemi csoporttársak és oktatók véleménye fontosabb számukra a múzeumok kapcsán, mint a férfiak esetében. A legnagyobb különbséget a két nem között a barátok, a legkisebb különbséget pedig a család kapcsán találtuk.

41. táblázat. A múzeumi kiállításokról alkotott hallgatói véleményekre ható tényezők a nem függvényében. Forrás: saját adatbázis.

Nem		Család véleménye	Barátok véleménye	Egyetemi csoporttársak véleménye	Oktatók véleménye	Cikkek, TV műsorok véleménye	Közösségi média vélemények
Nő	Átlag	3,18	3,32	2,89	2,85	2,26	2,46
	N	265	265	265	265	265	265
Férfi	Átlag	2,96	3,05	2,65	2,60	2,19	2,43
	N	185	185	185	185	185	185
Összesen	Átlag	3,09	3,21	2,79	2,74	2,23	2,45
	N	450	450	450	450	450	450
Sign.		0,012	0,001	0,002	0,004	0,355	0,713

Összegzés – A motivációra ható tényezők

Eredményeink megerősítették a negyedik hipotézis azon állítását, mely szerint a családi-baráti hatások befolyással bírnak a hallgatók múzeumlátogatására. A hallgatók válaszai azt mutatták, hogy valóban az ő véleményükre számítanak leginkább: a barátok, család, egyetemi csoporttársak, oktatók lettek a legjelentősebb befolyással bíró szereplők, ugyanakkor a közösségi médiából és a sajtóból érkező vélemények nem befolyásolták a megkérdezetteket.

5. A múzeumi kínálat iránti érdeklődés

Az egyetemisták múzeumlátogatását befolyásolhatja a múzeumi kínálat, melyet a negyedik hipotézisben jeleztünk. Vajon megtalálják-e azokat a témákat, eszközöket, kiállításokat és rendezvényeket, melyekre szívesen ellátogatnának? Jelen fejezetben vizsgáljuk, milyen tematikájú kiállítások, mely múzeumi eszközök, módszerek és klasszikus/interaktív tartalmak, valamint mely múzeumi rendezvények érdeklik a hallgatókat a leginkább.

5.1. Kiállítások

Az egyetemisták múzeumfogyasztását befolyásolhatja a kiállítási kínálat, mely alapján eldönthetik, ellátogatnak-e közgyűjteményekbe. Ezért a hallgatókat megkérdeztük arról, milyen jellegű kiállítások iránt milyen mértékben érdeklődnek. A kiállítási témákat a Móra Ferenc Múzeum kínálata alapján alakítottuk ki, mely a leginkább elérhető a szegedi diákok számára tanulmányaik városában (moramuseum.hu, 2023b). Arra kértük őket, hogy egy négyfokú

Likert-skálán jelöljék be, mennyire érdekli őket az adott kiállítási tematika (1: egyáltalán nem érdekelne; 4: nagyon érdekelne). A legnépszerűbb téma a fotókiállítás (3,02), ezt követték a természettudományi (2,94), a történelmi (2,81), a képzőművészeti (2,78), a régészeti (2,67) és a kortárs (2,64) tematikájú tárlatok – ezek mindegyike érdekelné a kutatásban részt vevő hallgatókat. Az irodalmi (2,35) és néprajzi (2,24) témájú kiállítások azonban nem igazán érdekelnék a megkérdezetteket. Schultz és Szalók (2022) vizsgálatában más jellegű válaszlehetőségeket adtak meg: az általuk megkérdezett hallgatók többségének leginkább a történelmi, a művészeti és a gasztronómiai jellegű témák tetszettek – jelen kutatás résztvevői körében azonban a történelmi és a művészeti tematikájú múzeumi kínálat a középmezőnyben szerepelt.

Varianciaanalízis segítségével megvizsgáltuk azt is, hogy az állampolgárság, a múzeumlátogatás gyakorisága és a nem alapján hogyan alakul ezen kiállítási tematikák megítélése. Az állampolgárság esetében nem kaptunk szignifikáns eredményt, így ennek a bemutatására nem térünk ki, azonban a múzeumlátogatás gyakorisága alapján részletesen elemezzük a múzeumlátogatási szokásokat.

A múzeumlátogatás gyakorisága kapcsán mindegyik kiállítási típus erőteljesen szignifikáns eredményt mutatott. Azt láthatjuk, hogy hatással bír a múzeumlátogatás gyakorisága a különböző kiállítási tematikák kedveltségére: minél inkább múzeumlátogatónak számít egy hallgató, annál jobban érdeklődik a különböző kiállítások iránt. A múzeumlátogató megkérdezettek mindegyik kiállítási típust az „érdekelne” kategóriába helyezték. A legnépszerűbb a fotó (3,24), a képzőművészeti (3,18), a történelmi (3,14), valamint a természettudományi (3,11) jellegű tárlat lett. A lelkes múzeumba járók legkevésbé néprajzi (2,62) és irodalmi (2,69) jellegű tárlatokra látogatnának el. A történelmi (2,5), a fotó (2,75) és a természettudományi (2,66) tematikájú tárlatok érdeklik leginkább a múzeumba nem járó hallgatókat – még ha alacsonyabb mértékben is. A néprajzi (1,85), az irodalmi (1,95), a kortárs (2,24), a régészeti (2,26), valamint a képzőművészeti (2,41) témájú tárlatok iránt viszont nem érdeklődnek – tehát találunk átfedéseket a múzeumot soha nem látogató és az aktív múzeumlátogató hallgatók véleménye között.

42. táblázat. A kiállítási kínálat kedveltsége a megkérdezett hallgatók körében a múzeumlátogatási gyakoriság függvényében. Forrás: saját adatbázis.

A múzeum- látogatás gyakorisága		Régészeti kiállítás	Természet- tudományi kiállítás	Néprajzi kiállítás	Történelmi kiállítás	Irodalmi kiállítás	Képző- művészeti kiállítás	Kortárs kiállítás	Fotó-kiállítás
Soha	Átlag	2,26	2,66	1,85	2,50	1,95	2,41	2,24	2,75
	N	103	102	103	103	103	103	103	103
Félévente vagy ritkábban	Átlag	2,78	3,01	2,28	2,84	2,42	2,81	2,71	3,07
	N	276	276	276	275	276	276	276	276
Gyakrabban, mint félévente	Átlag	2,86	3,11	2,62	3,14	2,69	3,18	2,99	3,24
	N	71	71	71	71	71	71	71	71
Összesen	Átlag	2,67	2,94	2,24	2,81	2,35	2,78	2,64	3,02
	N	450	449	450	449	450	450	450	450
	Sign.	0,000	0,001	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,002

A nemek és a kiállítások témáinak népszerűsége tekintetében is varianciaanalízist végeztünk. A természettudományi és néprajzi kiállításon kívül mindegyik kiállítási témakör kapcsán szignifikáns összefüggéseket látunk. A régészeti és a történelmi kiállítás inkább a férfiakat, míg az irodalmi, képzőművészeti, kortárs és fotókiállítások inkább a nőket érdekli – a két nem közötti legnagyobb különbségeket is itt tapasztaltuk: az irodalmi és a kortárs kiállítások a lányokat érdekelné, míg a fiúkat nem. A többi kiállítás esetében mind a férfiak, mind a nők inkább érdeklődőnek bizonyultak.

43. táblázat. A kiállítási kínálat kedveltsége a megkérdezett hallgatók körében a nem függvényében. Forrás: saját adatbázis.

Nem		Régészeti kiállítás	Természet- tudományi kiállítás	Néprajzi kiállítás	Történelmi kiállítás	Irodalmi kiállítás	Képző- művészeti kiállítás	Kortárs kiállítás	Fotó- kiállítás
Nő	Átlag	2,60	2,95	2,29	2,72	2,57	2,96	2,80	3,19
	N	265	264	265	265	265	265	265	265
Férfi	Átlag	2,78	2,94	2,16	2,94	2,05	2,52	2,42	2,78
	N	185	185	185	184	185	185	185	185
Összesen	Átlag	2,67	2,94	2,24	2,81	2,35	2,78	2,64	3,02
	N	450	449	450	449	450	450	450	450
	Sign.	0,05	0,94	0,16	0,03	0,000	0,000	0,000	0,000

5.2. Múzeumi tartalmak

A múzeumi kínálat másik fontos eleme (a kiállítási típusok mellett) a kiállítások interaktív tartalmainak, különböző programjainak és az újfajta múzeumi funkciók (múzeumi bolt, étterem, kávézó) megléte (Nagy, 2019). Ezért a kutatásban részt vevők számára felsoroltunk klasszikus és újfajta múzeumi tartalmakat, melyeket 4 fokú Likert-skálán kellett értékelniük (Mennyire szeretné az adott tartalmat használni? 1: egyáltalán nem szeretné, 4: nagyon szeretné). A megjelölt lehetőségek szinte mindegyike iránt érdeklődtek a megkérdezett hallgatók: a legnépszerűbbnek a VR (virtual reality – virtuális valóság) és AR (augmented reality – kiterjesztett valóság) jellegű eszközök használata bizonyult (3,16), melyeket egyre több múzeum alkalmaz különböző kiállításai során (Kuttner, 2022) és alátámasztja a digitális eszközökkel való múzeumi ellátottság igényét is (Lopez et al., 2008). Szintén népszerű lett a múzeumi étterem és kávézó (2,84), valamint érdekes módon egy régóta jelen lévő, azonban napjainkban egyre inkább storytelling-alapú (Hegedűs, 2017a) program, a tárlatvezetés (2,82) került a harmadik helyre. A „középmezőnyben” találjuk a videós kiállítási tartalmakat, az élő történelmi szereplős programokat, a tapintható műtárgy- és ruhamásolatokat, okostelefonos múzeumi alkalmazásokat és az érintőképernyős tartalmakat. Két lehetőség esetében jelezték a „nem érdekel” válaszlehetőség túlsúlyát az átlagok: a kiállításokban játszható számítógépes játékok (2,31) és múzeumi boltok (2,25) nem nyerték el a megkérdezettek tetszését.

44. táblázat. A múzeumi tartalmak kedveltsége a nem függvényében. Forrás: saját adatbázis.

		Múzeumi tartalmak kedveltsége										
Nem		Műtárgymásolatok	Ruhamásolatok	Számítógépes játékok	Találkozás élő történelmi alakokkal	Tárlatvezetések	Okostelefonos alkalmazások	Videók	Érintőképernyős tartalmak	VR, AR eszközök	Múzeumi étterem, kávézó	Múzeumi shop
Nő	Átlag	2,71	2,63	2,18	2,85	2,90	2,61	2,77	2,67	3,14	2,94	2,30
	N	265	265	264	265	264	264	265	264	265	265	265
Férfi	Átlag	2,63	2,48	2,49	2,44	2,70	2,57	2,61	2,45	3,19	2,70	2,18
	N	185	185	184	185	185	185	185	184	185	185	185
Össz.	Átlag	2,68	2,56	2,31	2,68	2,82	2,59	2,70	2,58	3,16	2,84	2,25
	N	450	450	448	450	449	449	450	448	450	450	450
	Sign.	0,44	0,17	0,003	,000	0,02	0,73	0,08	0,03	0,5	0,01	0,24

A kiállítási tartalmakat varianciaanalízis segítségével is megvizsgáltuk az állampolgárság, a múzeumlátogatás gyakorisága és a nemek alapján, elemezhető mértékben szignifikáns eredményt a nemeknél hét tartalom esetében kaptunk (számítógépes játékok,

találkozás élő történelmi alakokkal, tárlatvezetések, videók, érintőképernyős tartalmak, VR-AR eszközök, múzeumi étterem és kávézó). Azt tapasztaltuk, hogy a nők érdeklődnek jobban a megjelölt múzeumi tartalmak iránt, kivéve a számítógépes játékokat és AR-VR eszközöket, melyek népszerűbbek a férfiak körében. A legnagyobb különbséget az élő történelmi személyiségek és a számítógépes játékok esetében találtuk: élő történelmi személyiségekkel a férfiak nem szeretnék találkozni, míg ez jellemző a nőkre a számítógépes játékok kapcsán.

5.3. Múzeumi rendezvények

A hallgatók számos múzeumi rendezvénytípus közül választhatnak a kiállítások megtekintésén kívül: ezek között hagyományosnak tekinthető és új felfogású programokat is találunk. A hallgatók múzeumlátogatási szokásait nagyban meghatározza az, találnak-e olyan rendezvényt, melyre ellátogatnának – így fontosnak tartottuk felmérni, milyen jellegű múzeumi programok iránt fogékonyabbak. Pavluska és társai (2018) kutatásai rendkívül negatív eredményeket mutatnak a fiatal korosztály tekintetében: a megkérdezettek 71,9%-a soha nem vesz részt múzeumi programon, így feltételezzük, hogy nem lesznek kiemelten kedveltek a múzeumi rendezvények.

A Móra Ferenc Múzeum azon rendezvénytípusai alapján jelöltük ki a lehetséges programokat, melyek a kérdőívünk összeállítása időszakáig elérhetőek, meghatározóak voltak és célcsoportjukba beletartoztak az egyetemisták is (moramuseum.hu, 2023a). Így a következő programtípusok kedveltségét mértük fel („Mennyire szívesen vennél részt az alábbi múzeumi programokon?”): könnyűzenei koncert, irodalmi est, kiszabadulás/nyomozós játékok, stand up comedy és tárlatvezetés. Nyitott kérdéssel kérdeztünk rá arra, hogy milyen egyéb programokra látogatnának el a megkérdezettek. Összesen 24 válasz érkezett, melyek közül 23 volt értékelhető. A válaszok egy része interaktív kiállításokra vonatkozott, de megemlítették a kézműves- és gyermekprogramokat is, melyek célcsoportjai alapvetően nem az egyetemisták. Három ilyen említés érkezett egy történész, egy gyógytornász és egy óvodapedagógus hallgató részéről. Az óvodapedagógus hallgató esetében egyértelműen megjelölhetjük a szakmai érintettséget az okok között, hasonló elképzelhetőnek tekinthető a történész hallgató esetében is, míg a gyógytornász kitöltőnél inkább személyes motivációt sejtünk. Más válaszadók megemlítették a Múzeumok Éjszakáját (melyet azért nem vontunk be ebbe a kérdésbe, mert külön kérdésblokkban kérdeztünk rá), valamint további szakmai jellegű előadásokat és kevésbé hagyományosnak számító eseményeket, például táncestet, bulit. Egy külföldi kitöltő megjegyezte, hogy az összes programra szívesen ellátogatna, ha azok nem csak magyar nyelven lennének elérhetőek, azaz ha idegen nyelven is találna múzeumi programokat. Ez alapján a kitöltés alapján azt feltételezzük, hogy ezt a hallgatót nem érték el az információk az Egyetemi

Tavaszi és az Őszi Fesztivál olyan szegedi múzeumi programjai, melyek idegen nyelvűek és kifejezetten a külföldi hallgatókat szólítják meg.

A megjelölt múzeumi rendezvényeket egy 4 fokú Likert-skálán (ismét a 4 fokú Likert-skála által szerettük volna elkerülni az esetleges közép-re-húzást) értékelhették a kitöltők (1=biztosan nem mennék el; 4=biztosan elmennék). Az eredmények azt mutatják, hogy szinte mindegyik megjelölt rendezvényre valószínűleg ellátogatnának a megkérdezettek – kivéve az irodalmi estét, melyre inkább nem mennének el (2,38). A legmagasabb eredményt a kiszabadulás, nyomozós játékok (vö.: Bodnár et al., 2017), valamint a stand up comedy-jellegű programok érték el, tehát két olyan rendezvény végzett az első helyeken, melyek nem tartoznak a hagyományos múzeumi programok csoportjába. A tárlatvezetés került a harmadik helyre, mely szintén népszerű tevékenységnek számít (Bodnár et al., 2017), míg a könnyűzenei koncert lett a negyedik.

45. táblázat. A múzeumi programok kedveltsége a megkérdezett hallgatók körében. Forrás: saját adatbázis.

Múzeumi programok kedveltsége	N	Átlag
kiszabadulás, nyomozós játékok	450	2,99
stand up comedy	450	2,87
tárlatvezetés	450	2,80
könnyűzenei koncert	450	2,72
irodalmi est	450	2,38

Varianciaanalízis segítségével vizsgáltuk meg, hogy a különböző programok kedveltsége milyen összefüggésben áll a múzeumlátogatás gyakoriságával, az állampolgársággal és a nemmel. Elmondható, hogy a múzeumlátogatás gyakorisága hatással van a rendezvények kedveltségére: minél aktívabb múzeumlátogató a hallgató, annál valószínűbb, hogy kedveli az adott programot. A rendszeres múzeumba járók körében a legnépszerűbb egy hagyományos múzeumi program, a tárlatvezetés lett (3,3), tehát ők leginkább egy klasszikus múzeumi programot mindenképpen preferálnak. Ugyanakkor egy szintén hagyományosnak tekinthető rendezvényt, az irodalmi estét tették a legkevésbé népszerű program helyére (2,87). Összességében elmondhatjuk, hogy mindegyik programlehetőségre „valószínűleg elmennének”. A múzeumba soha nem járó hallgatók körében a legnépszerűbb egy nem klasszikus múzeumi program lett: a kiszabadulás, nyomozós játék, azonban ez a rendezvény nem hozott szignifikáns eredményt. Ezt követik a szintén nem szignifikánsnak számító stand up comedy rendezvények. A szignifikáns különbséget mutató programok közül leginkább a könnyűzenei koncert érdekli a megkérdezett nem-múzeumlátogatókat, ezt követi a

tárlatvezetés, majd az irodalmi estek. Érdeemes kiemelni, hogy a szignifikáns eredményt hozó rendezvényekre valószínűleg nem mennének el a nem-múzeumlátogató hallgatók.

46. táblázat. A múzeumi programok kedveltsége a megkérdezett hallgatók körében a múzeumlátogatási gyakoriság függvényében. Forrás: saját adatbázis.

Múzeumlátogatás gyakorisága		Könnyűzenei koncert	Irodalmi est	Kiszabadulás, nyomozós játékok	Stand up comedy	Tárlatvezetés
Soha	Átlag	2,38	1,90	2,91	2,72	2,25
	N	103	103	103	103	103
Félévente vagy ritkábban	Átlag	2,79	2,42	3,01	2,93	2,87
	N	276	276	276	276	276
Gyakrabban, mint félévente	Átlag	2,94	2,87	3,04	2,83	3,30
Összesen	N	71	71	71	71	71
	N	450	450	450	450	450
	Sign.	0,00	0,00	0,56	0,13	0,00

Az állampolgárság tekintetében azt tapasztaltuk, hogy a múzeumban tartott könnyűzenei koncertek (2,84) iránt leginkább a külföldiek érdeklődnek, így az ő megszólításuk a múzeumok által ezen a programon keresztül lehet sikeres. Az irodalmi estek (2,45), a tárlatvezetések (2,94) és a kiszabadulás, nyomozós játékok (2,8) iránt a kettős magyar állampolgárok, míg a stand up comedy (3) iránt leginkább a magyar állampolgárságú hallgatók érdeklődnek. Az összes állampolgárságú hallgató érdeklődik („elmennék”) a megnevezett programok iránt, kivéve az irodalmi esteket, melyre az átlagokat tekintve egyik kategóriába tartozó diákok sem látogatnának el („nem mennék el”).

47. táblázat. A múzeumi programok kedveltsége a megkérdezett hallgatók körében az állampolgárság függvényében. Forrás: saját adatbázis.

Állampolgárság		Könnyűzenei koncert	Irodalmi est	Kiszabadulás, nyomozós játék	Stand up comedy	Tárlatvezetés
magyar állampolgár	Átlag	2,73	2,37	3,03	3	2,81
	N	148	148	148	148	148
kettős magyar állampolgár	Átlag	2,6	2,31	3,15	2,94	2,63
	N	150	150	150	150	150
külföldi állampolgár	Átlag	2,84	2,45	2,8	2,67	2,94
	N	152	152	152	152	152
Összesen	Átlag	2,72	2,38	2,99	2,87	2,8
	N	450	450	450	450	450
	Sign.	0,05	0,38	,002	,006	,006

Mindegyik programot a nők látogatnák szívesebben, a legnépszerűbb számukra és a férfiak számára is a kiszabadulás, nyomozós jellegű játék, de az irodalmi esten kívül mindegyik nem mindegyik program iránt érdeklődik („elmennék”). Az irodalmi estről érdemes még szólnunk: itt látható a legnagyobb különbség a két nem között (nők: 2,53; férfiak: 2,16) és ez az a rendezvény, melyre a férfiak nem mennének el. A nemek közötti kulturális fogyasztási különbségek (Pavluska, 2018) megjelenését így ismét tapasztaljuk: a programlehetőségek közötti egyetlen klasszikus programlehetőség a megkérdezett fiúkat nem érdekli, a lányokat viszont igen. A nemmel kapcsolatos vizsgálat eredményei segíthetnek a múzeumoknak: ha olyan karokat szólítanak meg, melyeken lányok tanulnak többségben, akkor más jellegű programot érdemes kínálni, mint a férfiakat többet tartalmazó karokat.

48. táblázat. A múzeumi programok kedveltsége a megkérdezett hallgatók körében a nem függvényében. Forrás: saját adatbázis.

Nem		Könnyűzenei koncert	Irodalmi est	Kiszabadulás, nyomozós játék	Stand up comedy	Tárlatvezetés
Nő	Átlag	2,81	2,53	3,12	2,93	2,86
	N	265	265	265	265	265
Férfi	Átlag	2,59	2,16	2,82	2,78	2,71
	N	185	185	185	185	185
Összesen	Átlag	2,72	2,38	2,99	2,87	2,8
	N	450	450	450	450	450
	Sig.	0,007	0,000	0,000	0,11	0,07

Múzeumok Éjszakája

A hazai múzeumok egyik legnagyobb rendezvénye a Múzeumok Éjszakája (Andrásné Marton, 2016), mely kül- és beltéri programokat egyaránt kínál. A hallgatók múzeumfogyasztási jellegzetességeinek vizsgálata kapcsán ezért tartottuk fontosnak, hogy megvizsgáljuk, hogy részt vettek-e valaha ezen a rendezvényen. A megkérdezettek közel kétharmada (60,9%) soha nem vett részt ilyen programon, 27,6% járt már Múzeumok Éjszakáján, míg 11,6% még a rendezvényről sem hallott. Mivel alapvetően magyarországi programról van szó, ezért érdemes megvizsgálunk, hogy állampolgárság szerint milyen eredményeket találunk (sign.=0,000). A résztvevői arány a magyar hallgatók esetében a legmagasabb (39,2%), a kettős magyar állampolgárok 28,7%-a, míg a külföldi megkérdezettek 15,1%-a járt már a rendezvényen – tehát valóban hatással van az állampolgárság a résztvevői arányokra. Érdemes megfigyelni azt is, az egyes állampolgárságú hallgatók között vannak-e, akik még sohasem hallottak a programról. Ez az arány (nem meglepő módon) a külföldi hallgatók esetében a legmagasabb (27%) – az eredmény hátterében az állhat, hogy a szegedi programok magyar nyelvűek, a

rendezvény promotálása is magyar nyelven történik. Ezt az is bizonyítja, hogy a kettős magyar állampolgárok 6%-a, míg a magyarok mindössze 1,4%-a nem hallott még a Múzeumok Éjszakájáról – tehát ha a múzeumok szeretnék a külföldi hallgatókat is megszólítani, akkor nem csak a programkínálat, hanem a kommunikáció kapcsán is gondolniuk kell a többnyelvűségre. A múzeumlátogatás gyakorisága szempontjából is vizsgáltuk a Múzeumok Éjszakája népszerűségét keresztátlás vizsgálat segítségével (sign.=0,000). Összefüggést találunk a múzeumlátogatás gyakorisága és a Múzeumok Éjszakája rendezvényeinek megtekintése között: a rendszeres múzeumlátogatók közül jártak a legtöbben a Múzeumok Éjszakáján (49,3%), az alkalmászerű múzeumlátogatóknál ez az arány 29,7%, míg a soha nem járók esetében mindössze 6,8%, tehát a múzeumok számára a legsikeresebb a gyakori múzeumlátogatók megszólítása ezzel a programmal is.

Összefoglalás – A múzeumi kínálat iránti érdeklődés

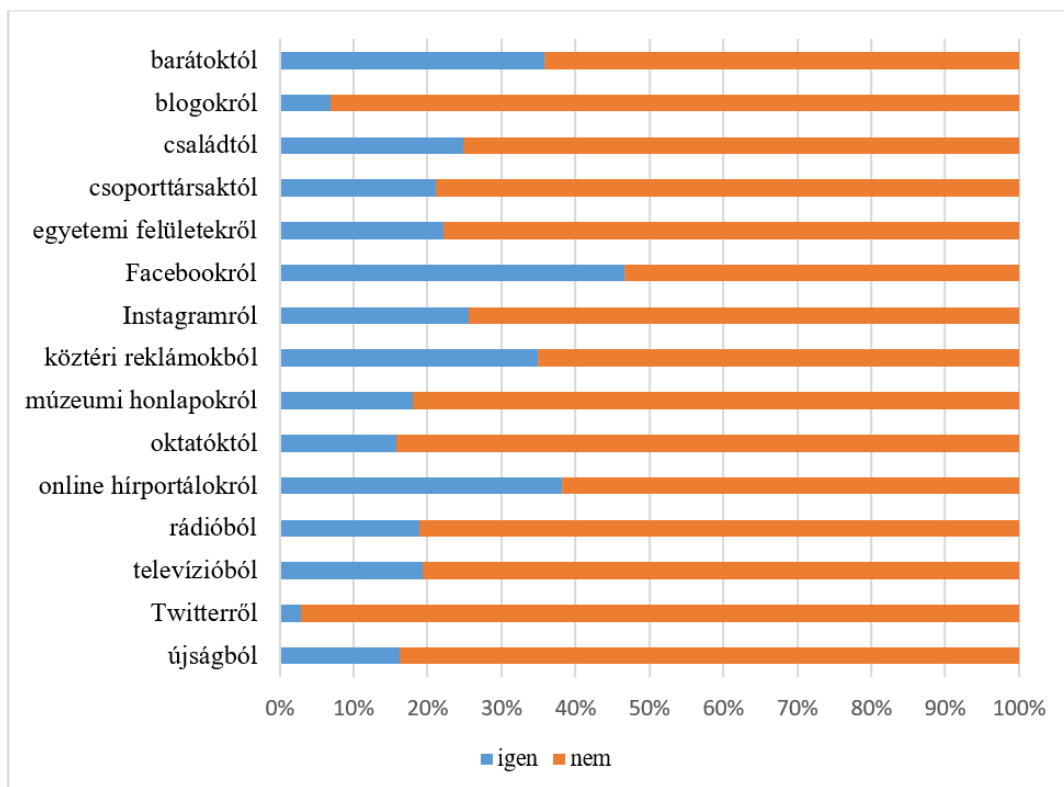
A megkérdezettek múzeumi kínálat iránti érdeklődése érdekes eredményeket hozott. A fotókiállítás, a természettudományi, a történelmi és régészeti témák lettek a legnépszerűbb kiállítási tematikák, míg a különböző múzeumi eszközök, módszerek kapcsán az AR-VR megoldások, valamint a múzeumi étterem és kávézó jelenléte iránt érdeklődtek leginkább a hallgatók. Azonban nem érdeklik őket a néprajzi és irodalmi kiállítások, a múzeumi boltok és a kiállításokban játszható számítógépes játékok. A rendezvények szempontjából a nyomozós játékok és kiszabadulósobák, a stand up comedy estek és a történetekre épülő tárlatvezetések vonzzák őket leginkább, az irodalmi estek kapcsán viszont nem lelkesednek. A gyakori múzeumlátogatók mindegyik lehetőség iránt jobban érdeklődtek, mint nem járó társaik, így számukra valóban motivációs erővel bírhatnak a különböző múzeumi tartalmak.

6. A múzeumi információszerzés forrásai

A hallgatók múzeumokról alkotott képének pontosabb megismeréséhez fontosnak tartjuk azt is megvizsgálni, hogy milyen forrásokból értesülnek múzeumokkal kapcsolatos információkról, elérik-e őket a speciálisan nekik szóló hírek (vö. Sörös [2009] a színházakkal kapcsolatos információhiányról). A negyedik hipotézisünk kapcsán tehát azt vizsgáljuk, hogy milyen forrásokból jutnak múzeumi információhoz a megkérdezettek, mennyire fontosak számukra ebben a tekintetben a különböző hirdetések, a személyes kapcsolatok, a sajtó és a közösségi média.

Tizenöt lehetséges információforrást jelöltünk ki, melyek segítségével azt vizsgáltuk, mennyire jellemző a hallgatók információfogyasztására az adott forrás.

5. ábra: A hallgatók múzeumi információszerzési forrásai (N=450). Forrás: saját adatbázis.



Az eredmények azt mutatják, hogy alapvetően nincsenek múzeumi hírek birtokában a megkérdezettek: egyik információs forráslehetőség sem érte el az 50%-os használati szintet. A megkérdezettek ugyanakkor leginkább a Facebookról (46,7%) szerzik információikat a múzeumok kapcsán, mely megegyezik Koltai és társai (2021) egyetemi oktatókkal készített kutatásának eredményeivel és Bocsi (2022: 199) megállapításával („a közösségi oldalak által feldobott szövegek dominálják a hallgatók hírfogyasztását”), valamint Schultz és Szalók (2022) egyetemisták körében végzett vizsgálatának adataival is. Reisz 2019-es kutatásában ugyanakkor a közösségi média mint információszerző forrás a sereghajtók közé tartozott. A következő két leggyakoribb forrás: online hírportálok és barátok, melyeket a köztéri reklámok követnek. A négy leggyakoribb forrás között tehát két online forrást találunk, mely talán nem meglepő a megkérdezettek fiatal korosztályának tekintetében. A barátok véleményének fontossága jól mutatja, hogy a személyes háló komoly hatással vannak rájuk (Gombos, 2011), ugyanakkor Schultz és Szalók (2022) kutatási eredményeit csak részben támasztja alá vizsgálatunk: az általuk vizsgált mintánál is fontos információforrást jelentettek a barátok, ugyanakkor a család jóval fontosabb forrásnak bizonyult, mint jelen kutatás esetében. A köztéri hirdetések negyedik „helyezése” mindenképpen említésre méltó, hiszen egy offline marketingkommunikációs eszközről van szó, mely egyre kevésbé képes a fiatalok megszólítására – ugyanakkor mind a mai napig a köztéri hirdetések tudják a legtöbb korosztályt elérni (Horváth et al, 2016). A köztéri hirdetések kedveltségét Reisz (2019) és Gombos (2011)

eredményei is megerősítik az egyetemisták múzeumszerzési forrásai tekintetében. A sorban az Instagram és a család véleménye következik, tehát ismét a közösségi média és a személyes kapcsolatok jelentősége figyelhető meg. A múzeumi honlapokról történő tájékozódás nem jellemző a megkérdezettekre (vö.: Schultz & Szalók), valamint oktatóiktól sem jutnak múzeumi jellegű információhoz. A legkevésbé pedig Twitterről (jelenleg: X) és blogokról tájékozódtak.

Keresztábrás vizsgálat segítségével az állampolgárság tekintetében is elemeztük a múzeumi tájékozódást. Szignifikáns eredményt az egyetemi felületek, a rádió, az online hírportálok, a Facebook, a köztéri reklám, a család és az oktatók tekintetében találtunk. A magyar állampolgárságú hallgatók körében a legnépszerűbb múzeumi információszerzési forrás a Facebook (62%), az online hírportálok (55%) és a köztéri reklámok (45%), legkevésbé pedig az oktatóktól szereznek információt (21%). A kettős magyar állampolgárságú megkérdezettek esetében is hasonló eredményeket találtunk, mert ebben az esetben is a Facebook (55%), az online hírportálok (43%) és a köztéri reklámok (39%) „vezetnek”, legkevésbé pedig az oktatók jelentik a múzeumi információk forrását (18%). A külföldi hallgatók esetében ismét a Facebook végzett az első helyen (23%), azonban ezt a köztéri reklámok (21%) és a család (19%) követi. A köztéri reklámok esetében érdekes az eredmény, hiszen Magyarországon magyar nyelvűek ezek a hirdetések – így arra következtetünk, hogy nem csak a magyar, hanem az otthoni információszerzést is figyelembe vették válaszáskor a diákok. A külföldiek legkevésbé rádióból informálódnak (7%), mely eredmény a magyar nyelvű rádióadásokat figyelembe véve könnyen érthetővé válik. Összességében, a különböző állampolgárságú hallgatókat egymáshoz viszonyítva azt mondhatjuk, hogy a legnépszerűbb információs forrás a Facebook (Bodnár et al., 2017), a legnagyobb különbség pedig a rádió kapcsán mutatkozik. A magyar nyelvet értő, beszélő hallgatóknál markánsabb az online hírportálok szerepe, mint a külföldi hallgatók esetében, csakúgy, mint a rádióé. A különböző állampolgárságú hallgatók közül a magyar megkérdezettek informálódnak legnagyobb mértékben múzeumi hírekről, legkevésbé pedig a külföldiek. Ennek okait keresve azt mondhatjuk, hogy a külföldi hallgatók számára nem áll rendelkezésre megfelelő mennyiségű információ olyan nyelven, melyet könnyen értenek, noha ez nem magyarázza a személyes kapcsolatokból (oktatók, család) származó információszerzés szintén alacsonyabb arányát. Érdekes kiemelnünk az egyetemi jellegű információs források eredményeit is: mindegyik állampolgársági kategória kapcsán elmondható, hogy sem az egyetemi felületekről, sem pedig az oktatóktól nem jutnak információhoz a hallgatók.

49. táblázat. A hallgatók múzeumi információszerzési forrásai az állampolgárság függvényében.

Forrás: saját adatbázis.

Múzeumi információszerzés forrása	Sign.	Használja-e a forrást?	Állampolgárság		
			Magyar (N=150) (%)	Kettős magyar állampolgár (N=150) (%)	Külföldi (N=150) (%)
Egyetemi felületeken keresztül	0,026	Igen	29%	21%	17%
		Nem	71%	79%	83%
Rádióból	0,000	Igen	28%	21%	7%
		Nem	72%	81%	93%
Online hírportálokról	0,000	Igen	55%	43%	16%
		Nem	45%	57%	84%
Facebookról	0,000	Igen	62%	55%	23%
		Nem	38%	45%	77%
Köztéri reklámokból	0,000	Igen	45%	39%	21%
		Nem	55%	61%	79%
Családtól	0,021	Igen	33%	23%	19%
		Nem	67%	73%	81%
Oktatóktól	0,011	Igen	21%	18%	9%
		Nem	79%	82%	91%

A múzeumi információszerzést a megkérdezett hallgatók múzeumba járási gyakoriságával kapcsolatban is megvizsgáltuk. A következő források esetében kaptunk szignifikáns eredményt: múzeumi honlapok, egyetemi felületek, rádió, újság, online hírportálok, Facebook, Instagram, köztéri reklámok, barátok, család, egyetemi csoporttársak, oktatók.

Összefüggés mutatkozik a múzeumlátogatás gyakorisága és az információszerzés erőssége között: minél gyakrabban jártak a megkérdezettek múzeumba, annál gyakrabban fogyasztottak információkat múzeumokkal kapcsolatban. A rendszeres múzeumlátogató hallgatók körében legmeghatározóbbak az online források: a Facebookról és online hírportálokról informálódnak leginkább. A köztéri reklámok ezt a csoportot is hatékonyabban érik el, viszont esetükben mindenképpen érdemes kiemelni a múzeumi honlapok erőteljesebb jelenlétét, mely azt mutatja, hogy nagyon tudatosan, célzottan tájékozódnak múzeumi témákról – mely forrás a nem múzeumlátogató hallgatók körében a legalacsonyabb eredményt hozta. Tehát mivel ők nem járnak múzeumba, így nem is tájékozódnak múzeumi forrásokból. A múzeumlátogató csoport legkevésbé újságból és rádióból jut múzeumi információkhoz – ezek alacsonyabb kedveltsége korosztályos jellegzetességnek tekinthető (Gálik & Urbán, 2014). A nem múzeumlátogató megkérdezettek legkevésbé a múzeumi honlapokon és személyes kapcsolati hálójukon keresztül (család, csoporttársak, oktatók) tájékozódnak a múzeumokról, leginkább pedig a Facebookon és az online hírportálokon megjelenő hírek érik el őket –

azonban az arányok komoly mértékben elmaradnak az aktív múzeumlátogató hallgatók eredményeitől.

50. táblázat. A hallgatók múzeumi információszerzési forrásai a múzeumlátogatás gyakoriságának függvényében. Forrás: saját adatbázis.

Múzeumi információszerzés forrása	Sign.	Használja-e a forrást?	Múzeumlátogatás gyakorisága (N=450)		
			Soha (N=103) (%)	Félévente egyszer vagy ritkábban (N=276) (%)	Gyakrabban, mint félévente egyszer (N=71) (%)
Múzeumi honlapokról	0,00	Igen	4%	17%	42%
		Nem	96%	83%	58%
Egyetemi felületeken keresztül	0,00	Igen	11%	23%	35%
		Nem	89%	77%	65%
Rádióból	0,01	Igen	12%	20%	27%
		Nem	88%	80%	73%
Újságból	0,05	Igen	12%	16%	25%
		Nem	88%	84%	75%
Online hírportálokról	0,00	Igen	22%	41%	49%
		Nem	78%	59%	51%
Facebookról	0,00	Igen	25%	51%	62%
		Nem	75%	49%	38%
Instagramról	0,00	Igen	12%	27%	39%
		Nem	88%	73%	61%
Köztéri reklámokból	0,00	Igen	17%	39%	45%
		Nem	83%	61%	55%
Barátoktól	0,00	Igen	14%	42%	42%
		Nem	86%	58%	58%
Családtól	0,00	Igen	9%	26%	42%
		Nem	91%	74%	58%
Csoporttársaktól	0,00	Igen	8%	23%	32%
		Nem	92%	77%	68%
Oktatóktól	0,00	Igen	7%	16%	30%
		Nem	93%	84%	70%

A nemekkel kapcsolatos összefüggést is vizsgáltuk, mert egy-egy múzeumi kiállítás vagy program célcsoportja nemi jellegzetességeket is mutathat. Szignifikáns összefüggést találtunk a blogok, a Facebook, az Instagram, a köztéri reklámok, a barátok, a csoporttársak és az oktatók tekintetében. A magasabb kulturális fogyasztás hatása itt is érződik: a nők aktívabb múzeumi információfogyasztók, mint a férfiak. Mindkét nem esetében a Facebook a legnépszerűbb információforrás, a legkevésbé pedig blogokról és oktatóktól tájékozódnak. A legnagyobb különbség a két nem között az Instagram kapcsán mutatkozik: a férfiak 18%-a, míg a nők 31%-a használja ezt a csatornát múzeumi hírek fogyasztására. A kutatás időszakában a

magyarországi Instagram felhasználók többsége nő volt, ez indokolhatja ezt a különbséget (Instagram statisztikák, 2021).

51. táblázat. A múzeumi információszerzés forrásai a nemek tekintetében. Forrás: saját adatbázis.

Múzeumi információszerzés forrása	Sign.	Használja-e a forrást?	Nemek (N=450)	
			Nő (N=265)	Férfi (N=185)
Blogokról	0,03	Igen	9,1	3,8
		Nem	90,9	96,2
Facebookról	0,01	Igen	51,7	39,5
		Nem	48,3	60,5
Instagramról	0,00	Igen	30,6	18,4
		Nem	69,4	81,6
Köztéri reklámokból	0,02	Igen	39,2	28,6
		Nem	60,8	71,4
Barátoktól	0,01	Igen	40,8	28,6
		Nem	59,2	71,4
Csoporttársaktól	0,03	Igen	24,5	16,2
		Nem	75,5	83,8
Oktatóktól	0,00	Igen	20,8	8,6
		Nem	79,2	91,4

Összegzés – A múzeumi információszerzés forrásai

Kutatási eredményeink szinte teljesen alátámasztották a korábbi kutatásokat: az online és a személyes kapcsolatokon alapuló információszerzési források a jellemzőek a vizsgált hallgatók körében. A legnépszerűbb hírforrás a Facebook és az online hírportálok, ezt követik a köztéri hirdetések és a barátok. Így megerősíthetjük a negyedik hipotézisünket a személyes kapcsolatrendszer és a plakátok szempontjából, ugyanakkor a közösségi médiával kapcsolatban vegyes eredményre jutottunk, mivel jelen kutatás alanyai számára a legfontosabb információszerzési forrás a Facebook, ugyanakkor a Twitteret (X-et) szinte egyáltalán nem használják.

IX. Egyetemisták a múzeumban

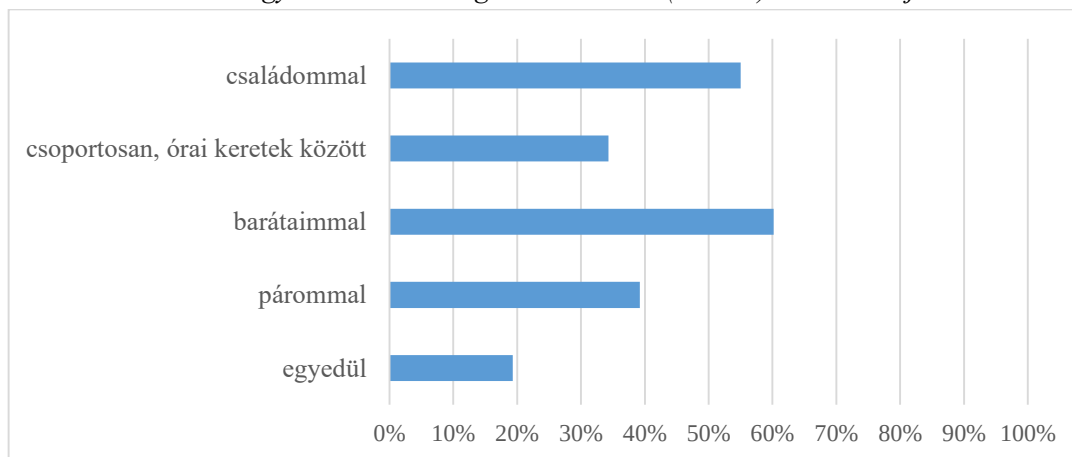
1. Kik a múzeumba járó hallgatók?

A kutatásunk során két csoportra osztottuk a hallgatókat: a múzeumba járókra (bármilyen gyakorisággal is járnak), valamint a múzeumba soha nem járókra. A múzeumba járók csoportjának múzeumlátogatási szokásait vizsgáljuk (N=347) különböző kérdéscsoportok segítségével, majd elemezzük, hogy a múzeumba nem járó hallgatók (N=103) miért nem látogatják a közgyűjteményeket. Az alábbiakban először a múzeumlátogató egyetemisták múzeumlátogatási jellegzetességeit ismertetjük: a negyedik hipotézishez kapcsolódva elemezzük múzeumlátogatási motivációjukat, szokásaikat, véleményüket. Majd a harmadik hipotézis kapcsán vizsgáljuk az egyetemi szervezésű múzeumi programok népszerűségét.

1.1. Társas és egyéni múzeumlátogatás

A múzeumlátogatások gyakoriságát befolyásolhatja, hogy a látogatók kikkel tudnak múzeumba járni vagy éppen kedvelik-e az egyedüli múzeumlátogatást (vö. Hegedűs, 2016b), hiszen az intézményi jellegű kultúrafogyasztás leggyakrabban társas tevékenység (Pavluska, 2014; Schultz & Szalók, 2022). Az eredmények alapján elmondható, hogy a társas látogatást részesítik előnyben a megkérdezett múzeumlátogató hallgatók: leginkább a barátaikkal (60,2%), a családjukkal (55%), valamint a párjukkal (39,2%) járnak múzeumba. Csoportosan, egyetemi órai keretek között a múzeumlátogatók több mint egyharmada látogat el közgyűjteménybe (34,3%) – tehát vannak olyan kurzusok, mely keretei között múzeumba mennek. Ezek az eredmények részben támasztják alá Schultz és Szalók (2022) kutatását, ahol a megkérdezett hallgatók leginkább iskolai keretek között jártak múzeumba, a barátokkal történő látogatás kevésbé volt jellemző, ugyanakkor a családi látogatás esetükben is hangsúlyosan jelent meg.

6. ábra. Társas és egyéni múzeumlátogatási szokások (N=347). Forrás: saját adatbázis.



Az állampolgárság, valamint a múzeumlátogatás gyakorisága szerint is vizsgáltuk, hogy milyen társaságban látogatnak el múzeumba a megkérdezettek. Az állampolgárság alapú vizsgálat esetében az egyedüli (sign.=0,001), valamint a barátokkal közös (sign.=0,013) múzeumlátogatás hozott szignifikáns eredményt. Az egyedüli múzeumlátogatás a különböző állampolgárságúak között leginkább a külföldi hallgatókra jellemző (29,2%), legkevésbé a magyar állampolgárságú megkérdezettek szeretnek egyedül múzeumba járni (12,1%), a kettős magyar állampolgárok esetében pedig ez az arány 14,9%. A másik szignifikáns eredményt a barátokkal történő múzeumlátogatás hozta. A külföldi hallgatók szeretnek leginkább barátaikkal múzeumot látogatni (70%), a kettős magyar állampolgárságú megkérdezettek esetében ez az arány 56,4%, a magyar résztvevők kapcsán pedig 52,6%. Mind az egyéni mind a barátokkal történő múzeumlátogatás esetében a külföldi hallgatók érték el a legnagyobb eredményt a másik két csoporthoz képest, ebből arra következtetünk, hogy számukra nem jelent akkora akadályt a társak hiánya múzeumlátogatáskor, míg a magyar és kettős magyar állampolgároknál erőteljesebb a társak befolyásoló ereje.

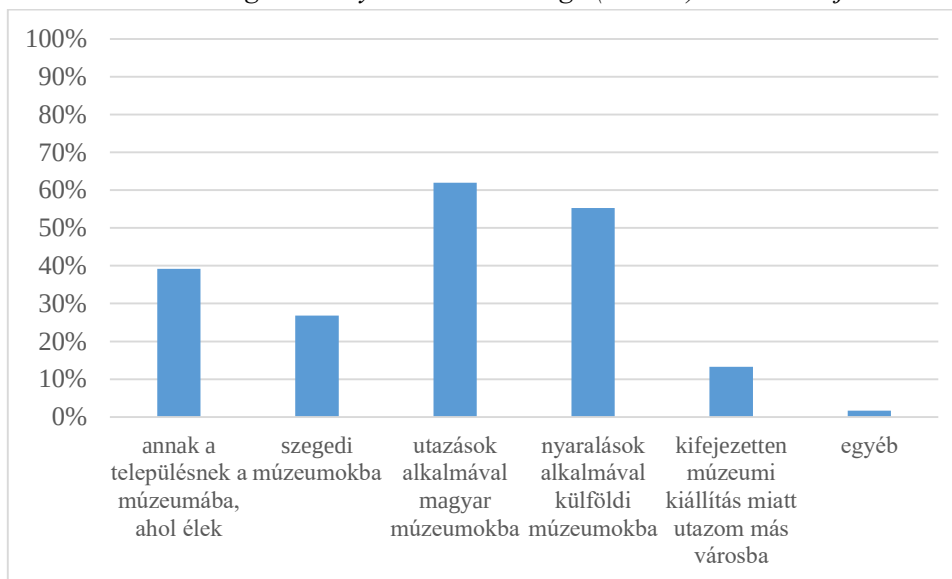
A múzeumlátogatás gyakoriságának tekintetében csak az egyedüli múzeumlátogatás esetében (sign.=0,000) találtunk szignifikáns eredményt: a gyakoribb múzeumlátogatók szívesebben járnak egyedül múzeumba. Több mint egyharmaduk (39,4%) látogat el egyedül is múzeumba, míg a kevésbé gyakori múzeumlátogatók körében ez az arány mindössze 14,1%. Tehát a gyakori múzeumlátogatókra nem jellemző, hogy társaik erőteljesen befolyásolnák múzeumba járásukat.

1.2. A múzeumlátogatás körülményei

A múzeumlátogatás gyakoriságát befolyásolhatja az is, hogy milyen körülmények között, mely múzeumokba látogatnak el a megkérdezettek. Így korábbi kutatásaink alapján (Hegedűs, 2022, megjelenés alatt) megadtunk több alternatívát a múzeumi látogatások színhelye kapcsán, valamint egyéb lehetőségeket is megjelölhettek a hallgatók. A legtöbb kitöltő utazások (62%) és nyaralások alkalmával jár múzeumba (55,3%), mellyel megerősítésre kerültek Schultz és Szalók (2022) kutatási eredményei. A kitöltőink 39%-a látogat el lakhelyének múzeumába, 26,8% jár szegedi közgyűjteménybe, kifejezetten múzeumi kiállítások miatt pedig mindössze 13,3% utazik el más városba. Az egyéb lehetőséget 1,7% jelölte meg: a megadott válaszok mindegyike beilleszthető valamelyik megadott kategóriába (szegedi múzeumba, más hazai városokba és nyaralások alkalmával külföldi múzeumokba – amikor van érdekes kiállítás). Ezek az eredmények azt mutatják, hogy leginkább utazások alkalmával járnak múzeumba a kutatás résztvevői, tehát a múzeumok kulturális utazási motivációs tényezők is lehetnek (Schultz & Szalók, 2022; Gombos, 2011). Ugyanakkor a lakhely múzeumai kevésbé népszerűek: ennek hátterében állhat, hogy gyermekkorukban leginkább ezen múzeumokba

vitték a hallgatókat, és a kiállítási kínálat azóta lehet, hogy nem/csak részben változott (Hegedűs, 2022, megjelenés alatt). Noha a megkérdezettek mindegyike Szegeden folytatja felsőfokú tanulmányait, szegedi múzeumokba mégsem járnak nagy arányban – nem tekintik tehát vonzó célpontnak a szegedi kínálatot. Ennek háttérében állhat az is, hogy (amint korábban láttuk) nem ismernek elegendő szegedi kiállítóhelyet, nem érik el őket nagy arányban múzeumi információk vagy nem találnak olyan múzeumi kínálatot, mely érdekes lehetne a számukra.

7. ábra. A múzeumlátogatási helyszínek kedveltsége (N=347). Forrás: saját adatbázis.



Ismét keresztábrás vizsgálatot végeztünk az állampolgárság, a lakhely és a múzeumlátogatás gyakorisága kapcsán. Azokat az adatokat fogjuk ismertetni, melyek szignifikáns eredményt hoztak.

Az állampolgárság-alapú csoportosítás alapján szignifikáns eredményt (sign.=0,000) kaptunk a szegedi múzeumlátogatás tekintetében. Leginkább a kettős magyar állampolgárságú hallgatók járnak szegedi múzeumokba (39,6%), legkevésbé pedig a külföldiek (13,1%). Utóbbi nem meglepő a külföldiek szegedi múzeumi ismereteit tekintve, illetve egy korábbi kutatásunkból kiderült (Hegedűs, 2023), hogy bizonyos külföldi hallgatók nem voltak benne biztosak, hogy egyáltalán bemehetnek-e a Móra Ferenc Múzeum épületébe. Emellett nem biztosak abban sem, hogy találnak olyan kiállítást, mely nem csak magyar nyelvű információkat tartalmaz, valamint a nekik szóló múzeumi programokról is keveset tudnak. Szintén szignifikáns eredményt hozott az állampolgárság az utazások során meglátogatott hazai múzeumok kapcsolata (sign.=0,000). A legtöbben a magyar állampolgárok közül látogatnak el múzeumokba belföldi utazásaik során (78,4%): ez a magas eredmény azt mutatja, hogy érdeklődnek a különböző városok történelme, a helyi kultúra iránt. A külföldi hallgatók esetében ez az arány alacsonyabb, mégis a külföldi megkérdezettek közel fele (47,7%) járt már

utazások során magyar múzeumokban. Korábbi kutatásaink alapján elmondható (Hegedűs, 2023), hogy a külföldi hallgatók érdeklődnek Magyarország kultúrája iránt, illetve az egyetem is szervez számukra belföldi utazásokat, amikor múzeumokat is meglátogatnak.

Kíváncsiak voltunk arra, hogy található-e összefüggés a lakhely méretével és a múzeumlátogatás típusaival kapcsolatban. A helyi múzeumok megtekintése ($\text{sign.}=0,001$) a kisebb városok (49%) és a megyeszékhelyek (41%) esetében volt a legintenzívebb, a főváros (32%) és a falvak (20%) esetében pedig enyhébb. Az eredmények izgalmasak: úgy véljük, hogy a lokálpatrióta jelleg erősebb megjelenése és a hozzáférhetőség állhat a kisebb települések és a megyeszékhelyek erősebb eredményének hátterében: ezeken a településeken rendszeresek a helyi identitásképző rendezvények, egyúttal ilyen jellegű állandó kulturális kínálattal (pl.: helytörténeti gyűjtemények) is találkozunk. A kulturális kínálat rendkívül széles a fővárosok esetében, ugyanakkor a helyi identitás érzése nem erőteljes, helyi jellegű kiállítási kínálat kevésbé jellemző – ha mégis, akkor a célcsoport szélesebb. A falvak esetében a lokálpatrióta érzés jelen van, azonban az intézményi háló jóval ritkább: helyi múzeumok, gyűjtemények ritkán találhatóak ezeken a településeken. Belföldi utazásai során ($\text{sign.}=0,035$) a megyeszékhelyen, kisebb településen és faluban élők körülbelül kétharmada látogat el múzeumba, míg a fővárosiak esetében ez az arány csak 44%.

A múzeumlátogatás gyakorisága és a helyi múzeumok látogatása között is szignifikáns különbség mutatkozik ($\text{sign.}=0,006$). A rendszeres múzeumlátogatók jóval nagyobb arányban (53,5%) járnak lakhelyük múzeumba, mint az alkalmi múzeumlátogatók (35,5%). Tehát az látható, hogy a gyakoribb múzeumba járás összefügg a helyi múzeumok gyakoribb látogatásával: ezek a hallgatók nyitottabbak saját lakhelyük kulturális kínálatára is. A szegedi múzeumokkal kapcsolatos vizsgálat ($\text{sign.}=0,006$) kimutatta, hogy ebben az esetben is gyakrabban járnak szegedi múzeumba a rendszeres múzeumba járó megkérdezettek (36,6%), mint az alkalmi múzeumlátogatók (24,3%).

A belföldi utazások és a múzeumlátogatás gyakorisága között is találtunk szignifikáns összefüggést ($\text{sign.}=0,028$). A gyakoribb múzeumlátogatók nagyobb eséllyel mennek belföldi kirándulásaik során múzeumba (73,2%), mint az alkalmi múzeumlátogatók (59,1%). Mindkét arány viszonylag magasnak tekinthető – tehát nem csak lakhelyükön vagy Szegeden, hanem más belföldi településeken is szívesen látogatnak el közgyűjteményekbe. A tudatos, múzeumok miatti látogatás csak a múzeumba-járási gyakoriság kapcsán hozott szignifikáns eredményt ($\text{sign.}=0,001$), mely azt mutatja, hogy a rendszeres múzeumlátogatók egynegyede (25,4%) kifejezetten múzeumi kiállítások miatt utazik más városba. Ők tehát a legtudatosabb múzeumlátogatók, akik szabadidős programtervezésében is nagy jelentőséggel bírnak a múzeumi tartalmak.

Szegedi múzeumlátogatás

Szeged hazánk egyik fontos regionális kulturális központja, mely egész évben széles múzeumi kínálattal jelentkezik – kifejezetten az egyetemisták számára is szerveznek különböző programokat, kiállításokat (moramuseum.hu, 2023a, 2023b). A kínálat tehát rendelkezésre áll, így megvizsgáltuk, hogy az egyetemisták részéről van-e érdeklődés a szegedi múzeumok, kiállítóhelyek iránt. Egy külön kérdésben kérdeztük meg a múzeumlátogatókat, hogy milyen gyakran járnak szegedi múzeumba: a kérdésre 354-en adtak választ. A kitöltők 42,9%-a soha nem jár Szegeden múzeumba, mely kiemelkedően magas arányt tekintve, hogy elérhető közelségben vannak számukra a szegedi közgyűjtemények. Alkalmi szegedi múzeumlátogatónak számít a kitöltők 49,8%-a, akik évente egy alkalommal vagy ritkábban látogatnak el egyetemük városának kiállítóhelyeire. A rendszeres szegedi múzeumlátogatók aránya így mindössze 7,2%. Ezek az eredmények megegyeznek Stefán (2008) kutatási eredményeivel: a megkérdezettek kétharmada ritkán vagy szinte soha nem jár pécsi múzeumban, 13,6%-uk számít rendszeres múzeumlátogatónak, mely arányaiban hasonló eredményt mutat, mint jelen kutatás.

1.3. A múzeumlátogatás motivációi

A múzeumlátogatás gyakoriságát, jellegzetességeit nagyban befolyásolhatja, hogy a múzeumok képesek-e felismerni az alkalmi, potenciális látogatók múzeumlátogatási motivációit, s olyan kínálatot jelentkezni, melyek megfelelnek ezen motivációs tényezőknek (Nagy, 2020). Ez a jelenség az egyetemista közönségre is értelmezhető, így kutatásunk során vizsgáltuk múzeumlátogatás motivációit. Összesen kilenc motivációs tényezőt alakítottunk ki saját és más korábbi kutatások alapján (Hegedűs, 2016b; Reisz, 2019), melyeket egy 4 fokú Likert-skálán kellett a hallgatóknak értékelniük (a 4 fokú Likert-skála által szerettük volna elkerülni az esetleges középre-húzást).

Az eredmények azt mutatták, hogy leginkább kikapcsolódási céllal járnak a kitöltők múzeumba (3,21), de fontosnak tartják az új ismeretek szerzését a világról (3,06), valamint ismeretek szerzését egy másik (3,03) és a saját (2,95) kultúrájukról. Azonban már kevésbé értettek egyet azzal a kijelentéssel, hogy múzeumba a saját szakmájukkal kapcsolatos ismeretek megszerzése miatt járnának (2,51), vagy azzal, hogy a motiváció háttérében barátaik (2,46) és családjuk (2,42) múzeumlátogatása állna, a legkevésbé pedig az egyetemi kurzusok miatti kötelező múzeumlátogatás (1,80) és a rossz idő okozta kényszer (1,77) volt rájuk hatással. Ezek az eredmények azt mutatják, hogy a kitöltők kikapcsolódási lehetőségként tekintenek a múzeumokra és főként új ismeretek szerzését tűzik ki múzeumlátogatásuk céljául (Hegedűs, 2016b; Gombos, 2011).

52. táblázat. A hallgatók múzeumlátogatási motivációja. Forrás: saját adatbázis.

A múzeumlátogatás motivációja	N	Átlag
Kikapcsolódás	346	3,21
Új ismeretek szerzése a világról	346	3,06
Megismerni az ország, város kultúráját	346	3,03
Megismerni a saját kultúráját	346	2,95
Új ismeretek szerzése a hallgató szakmájáról	346	2,51
Mert a barátaik is mennek	346	2,46
Mert a családja is megy	346	2,42
Egyetemi kurzuson kötelező	346	1,80
Rossz az idő és nincs más program	346	1,77
Összesen	346	2,58

A múzeumlátogatás motivációs tényezőit vizsgálhatjuk aszerint is, hogy milyen tevékenységekre, környezetre vágnak a látogatók (Schultz & Szalók, 2022). A kitöltőket így arról is megkérdeztük, hogy számukra milyen tényezői vannak egy ideális múzeumlátogatásnak. Összesen öt kijelentés közül kellett kiválasztaniuk a rájuk jellemzőket, mely kijelentéseket korábbi kutatásaink alapján állítottuk össze (Hegedűs, 2016b; Hegedűs, 2022, megjelenés alatt). Itt is megerősítést nyert, hogy alapvetően közösségi programnak tartják a múzeumlátogatást a megkérdezettek: a kitöltők 81,3%-a szeret családjával, barátaival múzeumot látogatni, az egyedüli múzeumlátogatás pedig csak 17,3%-uk számára ideális. A különböző tárlatvezetések között is találunk különbséget: hagyományos tárlatvezetésen a válaszadók mindössze egyharmada (34,9%) venne részt szívesen, míg a történetekre épülő (storytelling-alapú) tárlatvezetés már a kitöltők felének jelentene ideális múzeumi programot (51,3%). Ez megerősíti korábbi kutatásaink eredményeit, mely szerint igénylik a hallgatók az újszerű, storytelling-alapú tárlatvezetések jelenlétét (Hegedűs, 2016b). Érdekes eredményt hozott az interaktivitásra vonatkozó kijelentés: a válaszadók 43,2%-a igényli az ilyen típusú múzeumi tartalmakat. Korábban azt tapasztaltuk, hogy szívesen használják ezeket az elemeket a kitöltők – mivel azonban szignifikáns eredményt nem tapasztaltunk, ezért nem vizsgáltuk a múzeumlátogatás gyakorisága kapcsán az interaktív elemek kedveltségét.

A múzeumlátogatás során szerzett élmények (Bodnár, 2019) is befolyásolják azt, hogy a látogatók visszatérnek-e, azaz rendszeres múzeumlátogatóvá válnak-e. Ezért vizsgáltuk azt, hogy a megkérdezett hallgatók melyik múzeumokban jártak utoljára, emlékeznek-e az utolsó múzeumlátogatásukra, milyen élményekkel tértek haza a múzeumlátogatásból.

A megkérdezett múzeumlátogató hallgatók mindössze 53,3%-a emlékszik arra, hogy mely múzeumban járt utoljára. Azért, hogy a háttérben rejlő okokat jobban megismerjük, keresztábrás vizsgálatot végeztünk a múzeumlátogatás gyakorisága és az utolsó múzeumi emlék kapcsán (sign.=0,000). Az eredmények azt mutatják, hogy a rendszeres

múzeumlátogatók kiemelkedő arányban emlékeznek az utolsó múzeumlátogatásukra (81,7%), míg az alkalmi múzeumba-járóknak mindössze 46%-a emlékszik az utolsó látogatásra – tehát a gyakoribb múzeumlátogatás intenzívebb múzeumélményt sejtet. Az állampolgárság alapú vizsgálat esetében (sign.=0,005) leginkább a külföldi (61,2%), valamint a magyar (56%) állampolgárságú hallgatók emlékeztek utolsó múzeumlátogatásukra, azok, akik aktívabb múzeumlátogatónak számítanak. A legkevésbé a kettős magyar állampolgárok tudták felidézni azt a múzeumot, melyben legutoljára jártak (40%).

Azt a 184 válaszadót, akik emlékeztek utolsó múzeumlátogatásukra, arra is megkértük, nevezzék meg ezt az utolsó meglátogatott múzeumot. Összesen 171 választ kaptunk. A válaszok között legnagyobb arányban a külföldi múzeumok jelentek meg mind a magyar, mind a kettős magyar, mind pedig a külföldi állampolgárságú megkérdezettek körében: 83 említés érkezett, melyek között megtaláltuk a nagy nemzetközi múzeumokat (Louvre, Prado, Metropolitan, stb.), kisebb, országos jelentőségű múzeumokat (Svédországból, Németországból, Csehországból, Skóciából, stb.), valamint klasszikusan nem múzeumnak számító válasz is érkezett (egy külföldi hallgató a szülővárosának a könyvesboltját jelölte meg). A második legtöbb említést a budapesti múzeumok kapták (33 említés), melyek között legnagyobb arányban a Szépművészeti Múzeum, a Magyar Nemzeti Múzeum, a Magyar Nemzeti Galéria (melyet többen összekeverték a Magyar Nemzeti Múzeummal) és a Terror Háza szerepelt. A szegedi Móra Ferenc Múzeumot 30 esetben említették, más szegedi kiállítóhelyeket pedig hat alkalommal (legtöbbször: REÖK). Olyan magyarországi múzeumokat is megjelöltek (21 említés), melyek kedvelt turistacélpontoknál található kiállítóhelyek (Tihanyi Bencés Apátság, keszthelyi Festetics-kastély [melynek hivatalos neve: Helikon Kastélymúzeum, ezt azonban senki sem említette], gyulai Almássy-kastély). Ezek a válaszok megerősítik a korábbi kutatásokat (Hegedűs, 2016b; Schultz & Szalók, 2022) és jelen vizsgálat korábbi eredményeit is, melyek azt mutatták, hogy nyaralás, kirándulás közben szívesen látogatnak múzeumba a hallgatók, szeretnék megismerni az adott ország vagy város történelmét, kultúráját.

Azt is vizsgáltuk, hogy az utolsó múzeumlátogatás, melyre vissza tudnak emlékezni, milyen hatással volt a kitöltőkre. Reisz (2019) kutatásából kiindulva 10 jelzőből álló listát állítottunk össze, amelyet négyfokú Likert-skálán kellett értékelniük a kitöltőknek (a 4 fokú Likert-skála által szerettük volna elkerülni az esetleges közép-re-húzást).

Leginkább a pozitív kifejezésekkel értettek egyet a kitöltők: a szórakoztató (3,11), az emlékeztető (3,05), az izgalmas (3,00), a kreatív (2,99), a hasznos (2,98) szavakat értékelték legerősebben. Az interaktív (2,61) és a kutatásra inspiráló (2,31) kifejezések végeztek a középmezőnyben, míg három negatív kifejezés: az unalmas (1,61), a felesleges (1,51), valamint

a felzaklató (1,42) kapta a legkisebb átlagot. Ezen eredmények azt jelzik, hogy a múzeumlátogató hallgatók alapvetően pozitív élményekkel távoznak a múzeumból. Érdemes azt is megemlíteni, hogy nem tekintették a kiállításokat kutatásra inspirálónak, így egyetemi tanulmányaik, szakmai fejlődésük kapcsán nem tekinthető relevánsnak a múzeumlátogatás – noha meg kell jegyeznünk, hogy nem biztos, hogy olyan kiállításon jártak a megkérdezettek, melyek kötődtek bármilyen módon az egyetemi képzésükhöz.

53. táblázat. Az utolsó múzeumlátogatás hallgatókban élő emlékei. Forrás: saját adatbázis.

Érzelmek, emlékek	N	Átlag
szórakoztató	344	3,11
emlékezetes	343	3,05
izgalmas	344	3,00
kreatív	344	2,99
hasznos	344	2,98
interaktív	344	2,61
kutatásra inspiráló	344	2,31
unalmas	344	1,61
felesleges	344	1,51
felzaklató	344	1,42

Az utolsó múzeumlátogatás élményeit megvizsgáltuk kereszt táblás vizsgálat segítségével az állampolgárság és a múzeumlátogatási gyakoriság függvényében is. Az állampolgárság alapú összehasonlításnál több kijelentés is szignifikáns eredményt hozott. A felzaklató kijelentést egyik csoport hallgatói sem tekintették jellemzőnek: legkevésbé a magyar (1,30), leginkább pedig a külföldi (1,55) állampolgároknak volt ez a kijelentés jellemző. Az interaktivitást leginkább a magyar hallgatók (2,83) érezték megmaradónak, legkevésbé pedig a kettős magyar állampolgárok esetében (2,36) volt megfigyelhető. Ezt az eredményt érdemes összevetni a korábban vizsgált motivációs tényezőkkel, ahol az interaktivitás kevésbé jellemezte a megkérdezetteket: az interaktivitás erősebb hatása azt jelzi, hogy ha elvben nem is motiválja a megkérdezetteket az interaktív eszközök jelenléte, egy-egy ilyen jellegű múzeumlátogatás után mégis fontosnak maradandó élménynek tekintik az interaktivitást. Ezért úgy gondoljuk, hogy az interaktív eszközök használata összességében mégis fontos eszköz lehet a múzeumok számára az egyetemista korosztály megszólítására. (Az interaktivitással kapcsolatos benyomások különbözősége pedig azt is jelezheti, hogy a magyarok és a külföldiek olyan múzeumokban jártak utoljára, amelyek interaktív tartalmat is nyújtottak, míg a kettős magyar állampolgárságú hallgatók utolsó látogatását nem jellemezte interaktivitás.) A hasznosságot mindhárom csoport hallgatói megjelölték, mint megmaradó múzeumi emléket – legkevésbé a külföldiekre volt jellemző (2,89) ez az állítás. Ennek háttérében azt feltételezzük,

hogy a külföldi megkérdezettek nem a hasznosság miatt látogatnak kiállításokat, hanem az egyéb múzeumi élmények miatt. Szintén érdemes megemlíteni a feleslegességet: egyik csoport sem tartotta feleslegesnek a legutolsó múzeumlátogatását.

54. táblázat. Az utolsó múzeumlátogatás hallgatókban élő emlékei az állampolgárság függvényében.

Forrás: saját adatbázis.

Állampolgárság		Unalmas	Felzaklató	Kutatásra inspiráló	Szórakoztató	Emlékezetes	Izgalmas	Kreatív	Interaktív	Hasznos	Felesleges
Magyar	Átlag	1,57	1,30	2,23	3,18	3,14	3,10	3,03	2,83	3,15	1,28
	N	115	115	115	115	114	115	115	115	115	115
Kettős magyar	Átlag	1,72	1,42	2,22	3,08	2,89	2,88	2,88	2,36	2,91	1,57
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
Külföldi	Átlag	1,55	1,55	2,47	3,08	3,11	3,01	3,04	2,60	2,89	1,63
	N	126	126	126	126	126	126	126	126	126	126
Összesen	Átlag	1,61	1,42	2,31	3,11	3,05	3,00	2,99	2,61	2,98	1,51
	N	344	344	344	344	343	344	344	344	344	344
	Sign.	0,233	0,036	0,089	0,480	0,074	0,152	0,339	0,003	0,041	0,003

A múzeumlátogatás gyakorisága kapcsán is megvizsgáltuk a legutóbbi múzeumlátogatás emlékeit varianciaanalízis segítségével. Az eredmények közül csak két esetben kaptunk szignifikáns eredményt. Mind a hasznosságot (sign.=0,018), mind az interaktivitást (sign.=0,017) jellemzőbbnek érezték azok a kitöltők, akik gyakoribb múzeumlátogatónak számítanak.

55. táblázat. Az utolsó múzeumlátogatás hallgatókban élő emlékei a múzeumlátogatási gyakoriság függvényében. Forrás: saját adatbázis.

Múzeumlátogatás gyakorisága		Unalmas	Felzaklató	Kutatásra inspiráló	Szórakoztató	Emlékezetes	Izgalmas	Kreatív	Interaktív	Hasznos	Felesleges
Félévente vagy ritkábban	Átlag	1,63	1,40	2,27	3,09	3,03	2,98	2,97	2,54	2,93	1,51
	N	272	272	272	272	272	272	272	272	272	272
Gyakrabban, mint félévente	Átlag	1,53	1,51	2,50	3,20	3,17	3,10	3,09	2,87	3,20	1,44
	N	70	70	70	70	69	70	70	70	70	70
Összesen	Átlag	1,61	1,43	2,32	3,11	3,06	3,00	2,99	2,61	2,98	1,49
	N	342	342	342	342	341	342	342	342	342	342
	Sign.	0,386	0,265	0,078	0,279	0,207	0,281	0,323	0,017	0,018	0,573

Múzeumi rendezvények

A kiállítások mellett a múzeumi rendezvények is érdekelhetik a hallgatókat, ezért megvizsgáltuk, hogy a múzeumlátogatónak számító kitöltők között milyen népszerűsége van a múzeumi programoknak. Az eredmények alapján nem jellemző a múzeumi rendezvények látogatása a megkérdezettekre: mindössze 18,4%-uk járt valamilyen múzeumi programon. Szignifikáns eredményt a múzeumlátogatási gyakoriság és a rendezvények látogatása tekintetében ($\text{sign.}=0,043$) találtunk: a rendszeres múzeumlátogatók 26,8%-a jár múzeumi programokra, az alkalmi múzeumlátogatók között ez az arány 16,3% – tehát a múzeumjárás gyakorisága hatással van a múzeumi programokon történő részvételre. Arra is rákérdeztünk, hogy milyen programokon vettek részt a hallgatók: a 64 rendezvényre járó kitöltő közül 37-en adtak választ erre a kérdésre. A legtöbben a Múzeumok Éjszakáját említették (26 említés), emellett olyan programokat is megjelöltek, melyek hagyományosan nem múzeumi események (pl.: csillagles a szegedi csillagvizsgálóban). Ez azt mutatja, hogy megállta a helyét korábbi feltételezésünk, mely szerint a Múzeumok Éjszakája a legismertebb, s így legnépszerűbb múzeumi program a megkérdezett hallgatók körében.

1.4. Múzeumlátogatás egyetemi szervezéssel

Korábban megkérdeztük a kutatás összes résztvevőjét arról, hogy milyen egyetemi jellegű kulturális programokkal találkozhatnak felsőfokú tanulmányaik során, s ezek közül a lehetőségek közül melyeket használják ki. Emellett azt is vizsgáltuk, hogy egyetemi szervezésű múzeumi programokon részt vettek-e valaha – ezért is került ennek a kérdésblokknak az értelmezése a múzeumlátogató hallgatók elemzésének fejezetébe, s annak is a végére, hogy átvezethessük az olvasót a múzeumba nem járó hallgatók eredményeinek vizsgálatára.

Összesen négyféle egyetemi jellegű múzeumlátogatási formát jelöltünk meg a kérdőívünkben (több választ is megjelölhettek a kitöltők), valamint lehetőséget adtunk arra, hogy egyéb lehetőségeket is megadjanak. Általánosságban elmondható, hogy a megkérdezettek elenyésző része járt egyetemi szervezéssel múzeumban, holott korábbi kutatásaink alapján látszódik, hogy többféle lehetőség is a rendelkezésükre áll (Hegedűs, 2016a).

A legtöbben egyetemi kurzus keretében látogattak el múzeumban (6,7%): vannak olyan egyetemi szakok, melyeknek szerves részét képezik a múzeumi órák, emellett bizonyos speciális kurzusok is rendelkezésre állnak múzeumlátogatási céllal (Medgyesi & Kovács-Krassói, 2014; Hegedűs, 2018). Tanszéki, kari múzeumlátogatáson a megkérdezettek mindössze 4,4%-a járt – noha bizonyos tanszékek rendszeresen szerveznek múzeumlátogatást a hallgatóik számára (például a Szegedi Tudományegyetem Kommunikáció- és Médiatudomány Tanszéke). EHÖK és HÖK szervezés segítségével a kitöltők 2,7%-a látogatott el múzeumba, pedig korábbi kutatásainkból tudjuk, hogy az EHÖK kulturális

programkínálatában szerepelnek a múzeumok (Hegedűs, 2016a), valamint a kutatás időszakában is több múzeumi programon vehettek részt például a Bölcsész- és Társadalomtudományi Kar hallgatói (pl.: SZTE BTK HÖK Facebook oldala, 2022).

A kitöltők 82,4%-a mindezek ellenére soha nem járt múzeumi szervezéssel múzeumban – ez az eredmény azonban nem jelzi egyértelműen azt, hogy nincs igényük a hallgatóknak az ilyen jellegű, egyetemi szervezésű múzeumi programokra. Ugyanis például az alacsonyabb kulturális és/vagy gazdasági háttérrel rendelkezők is lehet, hogy érdeklődnének a múzeumok iránt, csak nem rendelkeznek megfelelő családi mintával, tapasztalattal (például gyermekkorukban nem vitte a családjuk múzeumba őket). Illetve az okok között szerepelhet a széles egyetemista csoportokat megszólítani képes kommunikáció hiánya és/vagy a programkínálat alacsony vonzereje.

56. táblázat. Az egyetemi szervezésű múzeumlátogatás jellemzői. Forrás: saját adatbázis.

Egyetemi szervezés típusa	N	%
Egyetemi kurzus	450	6,7%
Tanszéki, kari	450	4,4%
EHÖK, HÖK	450	2,7%
Egyéb	450	2,2%
Egyetemi Tavasz, Őszi Kulturális Fesztivál	450	0,7%
Nem járt	450	82,4%

Keresztábrás vizsgálat segítségével szeretnénk volna a mélyebb összefüggéseket megfigyelni az egyetemi szervezésű múzeumi programok kapcsán. Noha itt az elemszámok viszonylag alacsonyak a „nem jár” válasz kivételével, de szignifikáns eredményeinket mégis fontosnak tartjuk bemutatni – ugyanakkor jelezzük, hogy az alacsony elemszám miatti óvatosabb értelmezések jelenlétét.

Mivel egyetemi szervezésű kínálatról van szó, ezért érdemesnek találtuk a különböző karcsoportok közötti különbségek bemutatását. Megállapíthatjuk, hogy EHÖK, HÖK szervezéssel egyetlen kitöltő sem járt múzeumban a humántudományi és a segítő jellegű képzés hallgatói közül. Leginkább az orvostudományi karok hallgatói jártak diákönkormányzatuknak köszönhetően közgyűjteményben, valamint a reál-mérnök karok esetében is találunk erre vonatkozóan pozitív választ – azonban érdemes megemlítenünk a külföldi hallgatók magas számát mindkét karcsoport esetében, hiszen emiatt valószínűsíthető, hogy számukra külön is szervez a HÖK vagy a kari HÖK múzeumi jellegű programokat. A tanszéki, kari szervezés leginkább a humántudományi és a segítő jellegű képzések hallgatóira igaz. Egyetemi kurzus keretében legtöbbször a humántudományi képzésre járók közül látogattak múzeumba, őket pedig a segítő karokra diákjai követik. Ennek hátterében az állhat, hogy ezen karokon olyan képzések

is folynak, melyek tantervileg tartalmazznak múzeumhoz kötődő kurzusokat. Az egyetemi kulturális fesztiválokra alig látogattak el a válaszadók, a reál-mérnök és az orvostudományi karokra a leginkább jellemző, hogy soha nem jártak múzeumban egyetemi szervezéssel.

57. táblázat. Az egyetemi szervezésű múzeumlátogatás jellemzői a karcsoporthoz függvényében.

Forrás: saját adatbázis.

Karcsoporthoz		EHÖK, HÖK	Tanszéki, kari szervezés	Kurzus keretében	Egyetemi Tavaszi, Őszi Kulturális Fesztivál	Nem járt
Humán tudományok	N	0	9	12	0	71
Orvostudományok	N	9	3	7	1	115
Segítő szemiprofessziók	N	0	5	4	2	40
Reál-mérnök karok	N	3	3	7	0	145
Összesen	N	12	20	30	3	371
	Sign.	0,009	0,003	0,04	0,022	0,028

Az állampolgárság alapú vizsgálat nem hozott szignifikáns eredményt, így a múzeumlátogatási gyakoriság keresztátlás vizsgálatát mutatjuk be (ebben az esetben csak az egyetemi fesztiválok nem hoztak szignifikáns eredményt). Alapvetően kimondhatjuk, hogy a múzeumlátogatás gyakorisága összefüggésben áll az egyetemi szervezésű múzeumi programokon történő részvétellel: minél gyakrabban jártak a válaszadók múzeumba, annál nagyobb eséllyel vettek részt egyetemi jellegű múzeumlátogatáson is (természetesen ezen vizsgálat kapcsán is meg kell jegyeznünk az alacsony elemszámok torzításra hajlamos hatását). A múzeumba nem járók vesznek részt legkisebb arányban egyetemi szervezésű múzeumi programokon – ők azok, akik nem keresik a múzeumokkal kapcsolatos egyetemi kurzusokat, és közöttük a legmagasabb az egyetemi szervezéssel múzeumba nem járók aránya. Az alkalmoszerű múzeumlátogatóknak számító megkérdezettek leginkább kurzusok keretében járnak múzeumba, ezt követi a tanszéki, kari szervezés, a HÖK, EHÖK jellegű programok, a legkevesebben pedig egyetemi fesztiválokra látogatnak el. Ebben a csoportban a legmagasabb a „nem járt” válaszok aránya (225 fő). A rendszeres múzeumlátogató hallgatók is leginkább kurzusok keretében látogatnak el múzeumba, az egyetemi fesztiválokra történő részvétel esetükben is elenyésző (1 fő). Azonban ebben a csoportban a legalacsonyabb az egyetemi szervezésű programoktól való távolmaradás: „csak” 50 fő nem vett még részt ilyen programon.

58. táblázat. Az egyetemi szervezésű múzeumlátogatás jellemzői a múzeumlátogatási gyakoriság függvényében. Forrás: saját adatbázis.

Múzeumlátogatás gyakorisága		EHÖK, HÖK	Tanszéki, kari szervezés	Kurzus keretében	Egyetemi Tavasz, Őszi Kulturális Fesztivál	Nem járt
Soha	N	1	0	1	0	96
Félévente vagy ritkábban	N	6	13	19	2	225
Gyakrabban, mint félévente	N	5	7	10	1	50
Összesen	N	12	20	30	3	371
	Sign.	0,036	0,008	0,003	0,523	0,000

Összefoglalás – A múzeumlátogató hallgatók

Több szempontból is vizsgáltuk a múzeumlátogatás jellegzetességeit a vizsgált hallgatók kapcsán, a negyedik hipotézis vonatkozásában. Megfigyeltük, hogy a múzeumlátogató egyetemistákra ható legfontosabb motivációs tényezők a kikapcsolódás, az interaktivitás, egy másik kultúra megismerése, a családi-baráti hatások, a tanulás, a digitális eszközök használata volt – így megerősíthetjük hipotézisünk ide vonatkozó kijelentéseit. A kitöltők leginkább barátjukkal, családjukkal, nyaralások, utazások alkalmával járnak múzeumba, a szegedi közgyűjteményekbe kevesen látogatnak el. A látogatás céljai között főként a kikapcsolódás és az új ismeretek szerzése áll, legkevésbé pedig a rossz idő okozta múzeumlátogatási kényszer jellemző rájuk, mely felmerült korábbi kvalitatív kutatásaink során. A megkérdezettek főként közösségi programnak tartják a múzeumlátogatást, egyedül nem szeretnek múzeumba menni. A hagyományos tárlatvezetésekhez képest a storytelling-alapú vezetésekert részesítik előnyben, az interaktív eszközök iránti érdeklődés pedig mindössze a megkérdezettek kevesebb mint felére érvényes. Az utolsó múzeumlátogatás emlékei halványak, noha a látogatás alapvetően pozitív élményeket hagyott a hallgatókban: szórakoztatónak, izgalmasnak és emlékezetesnek tartották a kiállításokat. A múzeumi rendezvények látogatása nem volt jellemző a hallgatókra, a csekély számú programon belül, melyeken részt vettek, a Múzeumok Éjszakája volt a legnépszerűbb. A negyedik hipotézisünk kijelentéseit mindezek alapján meg tudtuk erősíteni, csakúgy, mint a harmadik hipotézis ide tartozó kijelentését: egyetemi szervezésű múzeumi programokon elenyésző arányban vesznek részt, nem használják ki ezeket a lehetőségeket. Utóbbi vizsgálat vezet át bennünket a múzeumba nem járó hallgatók fejezetéhez: milyen okok állhatnak távolmaradásuk hátterében?

2. Kik a múzeumba nem járó hallgatók?

A múzeumlátogató hallgatók múzeumlátogatási élményei mellett arra a kérdésre is választ szeretnénk volna kapni, hogy a múzeumba nem járó megkérdezettek miért nem látogatják a közgyűjteményeket. Korábbi kutatásaink (Hegedűs, 2016b) azt jelezték, hogy a múzeumok nem-látogatásának okai a családban látott szokások (nem jártak a szülők múzeumba, nem vitték őket), a társas hatások (csoporttársaik, kortársaik nem járnak múzeumba, nincs kivel múzeumba menni, holott a múzeumlátogatás alapvetően társas tevékenység [Hooper-Greenhill, 2007; Mastandrea et al., 2016; Fekete & Prazsák, 2014]) és a negatív iskolai élmények voltak. Reisz (2019) kutatásában a lakhely méretét is említi mint múzeum (nem)látogatási tényezőt: nincs a közelben olyan múzeum, melyet elérhetnének, Gombos (2011) pedig az érdeklődés hiányát emeli ki, azaz nincsen olyan múzeumi téma, mely érdekelné a hallgatókat. Így ebben a fejezetben ezekre a felvetésekre keressük a választ, kiemelten is figyelve a negyedik hipotézisünkben említett távolmaradási okokra.

A fenti kutatások alapján összeállítottunk egy nyolc okból álló „távolmaradási” listát, melyek közül többet is kiválaszthattak a hallgatók. A két legjellemzőbb okként az időt (53,4%) és a múzeumlátogató társak (52,4%) hiányát jelölték meg a hallgatók. Az időhiány megjelölését egyfajta kritikával kell kezelnünk, hiszen korábban bemutattuk a hallgatók szabadidőeltöltési szokásait: ott kirajzolódott egy jelenség, mely szerint többségük rendelkezik kötöttségek nélküli, szabadon eltölthető idővel. Így azt feltételezzük, hogy ezt az indokot a kitöltők a legjobban értelmezhető, rajtuk kívülálló oknak tekintették, ezért jelölték meg ilyen nagy arányban. A második leggyakoribb ok (nincs kivel menni) szintén rajtuk kívül áll, melynek hátterében kereshetjük társaik, barátaik, családjuk esetleges vagy nem létező múzeumlátogatási szokásait. A múzeumba járó hallgatók esetében korábban azt is tapasztaltuk, hogy családjukkal, barátaikkal látogatnak el közgyűjteményekbe – tehát a közösség, a családi háttér is befolyással bír arra, hogy mennyire (nem) járnak múzeumba a kutatás résztvevői. A társas múzeumlátogatás fontosságát pedig korábbi kutatások is bemutatták, melyek eredményeit ismét alátámaszthatjuk (Hooper-Greenhill, 2007; Mastandrea et al., 2016; Fekete & Prazsák, 2014). A következő két ok már belsőnek tekinthető: a megkérdezettek 45,6%-a azért nem jár múzeumba, mert nem érdeklik a kiállítások, azaz nem tudnak a múzeumok olyan kínálatot biztosítani számukra, mely miatt múzeumba látogatnának – ezek az eredmények megegyeznek a korábbi kutatások adataival, melyek szerint az érdeklődés az egyik legfontosabb múzeumi motivációs tényező (Falk & Dierking, 2000; Gombos, 2011). Az unalmasságot a kitöltők 35,9%-a jelölte meg, mely szintén alátámasztja a korábbi kutatások eredményeit (Trevelyan, 1991; Fisher, 1990; Gombos, 2011; Reisz, 2019; Mastandrea et al. 2016), valamint szorosan kapcsolódik a múzeumok által nyújtott (az egyetemista közönség szempontjából) nem

megfelelő kiállítási és programkínálathoz – noha érdemes megemlíteni a korábbi eredményeink alapján, hogy ennek hátterében állhatnak kommunikációs problémák is, azaz a hallgatók nem értesülnek azokról a múzeumi kiállításokról, rendezvényekről sem, melyek célcsoportja éppen ez a közönség. A múzeumi belépőjegyek ára nem tekinthető kiemelkedő akadállynak: a kitöltők 27,2%-a jelölte meg problémaként. Így azok a feltételezések, mely szerint az egyetemisták anyagi helyzete miatt nem tudnak múzeumi belépőjegyeket vásárolni (Höge, 2016), nem állja meg a helyét jelen kutatás kapcsán, ugyanakkor megerősíti Gombos (2011) eredményeit. A múzeumba nem járó hallgatók közül mindössze 14,6% jelölte meg okként azt, hogy nincs a közelében múzeum (vö. Reisz, 2019). Ezt az eredményt azért érdemes mélyebben is értelmezni, mert Szegeden (mint korábban jeleztük) több múzeum és kiállítóhely is működik, tehát minden megkérdezett rendelkezésére áll a városban belül múzeumi kínálat. Izgalmas kérdésnek gondoljuk, hogy a múzeumtól való távolmaradást vajon befolyásolja-e az elérés problémája (azaz nincs a környéken múzeum) a lakhely tekintetében. Szignifikáns összefüggést nem találtunk, de úgy véljük, érdemes megemlítenünk, hogy leginkább a falvakban lakó hallgatók jelölték meg ezt a kijelentést távolmaradásuk okaként.

Az állítások között szerepelt egy gondolat, melyet részletesebben is bemutatunk: „nincs olyan nyelven információ, melyet megértenék”. Ezt az állítást az összes hallgatónak feltettük: mindössze 7,8%-ukra volt érvényes, de fontosnak tartottuk megvizsgálni azt is, hogy mely állampolgárságú csoportoknak milyen mértékben probléma az információk nyelve (szignifikáns eredményt sajnos nem kaptunk, de tendencia kimutatására alkalmasnak tartjuk). Ez az ok leginkább a magyar (9,4%) és a külföldi (9,1%) hallgatókra volt jellemző, a kettős magyar állampolgárok esetében 6,1% jelölte meg ezt az állítást. Ezek az eredmények nem támasztják alá korábbi kutatásunkat (Hegedűs, 2023), melyben a külföldi hallgatók azt jelezték, hogy azért sem járnak szívesen múzeumba Magyarországon, mert ritkán találnak kétnyelvű kiállításokat. A nagyon eltérő eredmény hátterében az is állhat, hogy nem specifikáltuk a kérdésben, hogy magyar múzeumokra vonatkozik-e az állítás a múzeumba nem járók tekintetében, míg a kvalitatív kutatásunk során ezt egyértelművé tettük. Önmagában tehát a nyelvi korlátok nem akadályozzák a megkérdezett hallgatókat a múzeumlátogatásban.

A nyitva tartási idővel kapcsolatos állítást is kevesen jelölték meg okként: a kitöltők mindössze 6,8%-a jelezte azt, hogy a nyitva tartási időben nem ér oda, ezért nem jár múzeumba. Ez az arány sem támasztja alá korábbi kutatásaink eredményét (Hegedűs, 2016b), melyekben a megkérdezett hallgatók körében felmerült okként ez a jelenség is.

Csak az angol nyelvű, külföldi hallgatók körében terjesztett kérdőívbe emeltünk be egy kilencedik állítást: eszerint azért nem járnak múzeumba, mert nem érdeklődnek Magyarország kultúrája iránt – és korábbi kutatásainkból kiderült, hogy a múzeumok a kutatás résztvevői

számára alkalmasak egy ország kultúrájának megismerésére (Hegedűs, 2023). A külföldi válaszadók közül senki sem jelölte be okként ezt az állítást, melynek háttérében állhat a kérdés megfogalmazásának direkter volt is.

59. táblázat. A múzeumot nem látogató hallgatók távolmaradásának okai. Forrás: saját adatbázis.

A múzeum „nem-látogatás” oka	N	Igen (%)
Nincs ideje	103	53,4%
Nincs kivel mennie	103	52,4%
Nem érdeklik a kiállítások	103	45,6%
Unalmas	103	35,9%
Drága	103	27,2%
Nincs a közelében múzeum	103	14,6%
Nincs olyan nyelven információ, melyet megértene	103	7,8%
Nyitva tartási időben nem ér oda	103	6,8%
Nem érdeklődik Magyarország kultúrája iránt	103	0%

Összefoglalás – A nem múzeumlátogató hallgatók

A múzeumba nem járó hallgatók körében feltett kérdés eredményei azt mutatják, hogy főként rajtuk kívül álló okok miatt nem látogatnak el közgyűjteményekbe, társas tevékenységnek tartják a múzeumba járást (vö.: Hegedűs, 2016b), a szabadidejüket inkább más tevékenységekre fordítják, de nem akadályozza őket a közeli múzeumok hiánya (Reisz, 2019). A múzeumi kínálatot nem tartják megfelelőnek, vonzónak, mely alapvető feltétele annak, hogy egy bizonyos csoport múzeumokat látogasson – ennek háttérében azonban a nem megfelelő múzeumi kínálat mellett a nem megfelelő múzeumi kommunikáció is állhat. Mindezek alapján megerősíthetjük negyedik hipotéziseink releváns állításait.

3. Egyetemi kurzusok a múzeumban

A korábbi fejezetekben megvizsgáltuk, hogy a hallgatók jártak-e valamilyen egyetemi szervezéssel, esetleg órai keretek között csoportosan múzeumban. A továbbiakban viszont arra keressük a választ, hogy az eseti órai múzeumlátogatásokon túl, a konkrétan múzeumokban tartott kurzusokkal kapcsolatban mi a véleményük a hallgatóknak; a kurzusokon résztvevők hogyan látták ezeket az órákat, valamint milyen igény mutatkozik az ilyen jellegű kurzusokon történő részvételre – tehát hetedik hipotézisünk első felének vizsgálatát végezzük el jelen fejezetben.

Korábban Nagy és társai (2021), valamint Koltai és társai (2021) vizsgálatából láttuk, hogy mind a múzeumi, mind az egyetemi szereplők fontosnak tartják a rendszerszintű egyetemi-múzeumi együttműködések létrehozását és aktív működtetését. Ezek az

együttműködések múzeumi szempontból segíthetnek a látogatói bázis bővítésében, az egyetemisták megszólításában. A múzeumi kurzusok ugyanis megfelelő mennyiségű időt és lehetőséget biztosítanak arra, hogy a hallgatók számára érdekes tartalmakat mutasson be a múzeum érdekes módon, s ezáltal olyan pozitív attitűdöt alakítson ki a diákokban, mely később egyénileg is múzeumlátogatásra ösztönzi őket.

Mindezek fényében megkérdeztük a kitöltőket, hogy milyen arányban találkoztak olyan kurzusokkal, melyek részben vagy egészben múzeumi keretek között zajlottak – tehát nem csak eseti jellegű volt a múzeumlátogatás, hanem a tanterv részeként folytak az órák múzeumi terekben. A válaszadók mindössze 9,3%-a vett részt ilyen típusú kurzuson, mely rendkívül alacsony arálynak tekinthető. Keresztátlás vizsgálataink közül a múzeumlátogatási gyakoriság kapcsán kaptunk szignifikáns eredményt ($\text{sign.}=0,000$), tehát van összefüggés a múzeumlátogatás gyakorisága és a múzeumi egyetemi kurzusok látogatása között. A múzeumba soha nem járó hallgatók 2,9%-a vett már részt múzeumi érintettségű egyetemi kurzuson, az alkalmankénti múzeumlátogatók esetében ez az arány 8,7%, míg a rendszeres múzeumlátogatók körében jóval magasabb az eredmény: 21,1%. Mindezek alapján arra következtetünk, hogy az aktívabb múzeumlátogatók nyitottabbak a múzeumi kapcsolódású egyetemi kurzusokra, illetve olyan képzési területekről érkezhettek (a karcsoportokkal kapcsolatos keresztátlás vizsgálat nem hozott szignifikáns eredményt), ahol a képzések jellege miatt nagyobb az aránya a múzeumokkal kapcsolatos kurzusoknak (pl. humántudományi képzések). Érdemes külön is megemlíteni az orvostudományi képzések kapcsán az SZTE SZÁOK Anatómiai, Szövet- és Fejlődéstani Intézet Gellért Albert Anatómiai Múzeumát, mely egyetemi múzeumként működik. A széles nyilvánosság előtt csak kivételes esetekben nyitja ki kapuit, de az orvostudományi képzések hallgatói számára rendszeresen tartanak itt különböző, anatómiai tematikájú órákat.

A múzeumi jellegű kurzusok hallgatóit megkértük, hogy nevezzék meg, mely kurzuson/kurzusokon jártak múzeumban. Összesen 24 diák adott választ (azon 42 hallgató közül, akik jártak múzeumi vonatkozású kurzusra), melyből három nem volt értékelhető (nem emlékszik). A legtöbb említést a képzésekhez kötődő kurzusok kapták, melyekre főként a humántudományi és a segítő jellegű képzések hallgatói járnak: művészettörténet, muzeológia, régészeti anyagismeret, kutatómódszertan. Ketten említették a Múzeumba-járás kurzust, melyet a Bölcsész- és Társadalomtudományi Kar hallgatói vehetnek fel. A külföldi válaszok között több említést kapott a Gazdaságtudományi Kar külföldi hallgatói számára tartott Extended Academic Writing kurzus, melyet korábbi kutatásaink során elemeztünk (Hegedűs, 2018): a kurzuson egy-egy alkalommal múzeumi környezetben gyakorolják a hallgatók a szubjektív és az objektív fogalmazásmódot, a tudományos írásmód alapvető elvárásait. Az

orvostudományi szakok külföldi hallgatói (fogorvos, orvos) említettek a magyar kultúrával, történelemmel kapcsolatos kurzusokat is, így ezek a karok is kínálnak múzeumi jellegű órákat. A válaszok tehát azt mutatják, hogy több karon is van lehetősége a magyar és a külföldi képzések tanulóinak egyaránt olyan kurzusokat választani, melyek tantervben rögzített múzeumi alkalmakat tartalmaznak vagy az egész kurzust múzeumban tartják.

A múzeumi órák leginkább (18 fő esetében) szabadon választható óráként szerepeltek a hallgatók kurzuskínálatában (ide tartozik például az említett Múzeumba-járás című kurzus), 17 főnek kötelező (ide tartozik például az Extended Academic Writing című kurzus), 7 főnek pedig kötelezően választható kurzusként jelentek meg ezek az órák. Keresztátlás vizsgálataink nem vagy kis részben hoztak csak szignifikáns eredményt, hiszen rendkívül alacsony elemszámok kerültek az egyes kategóriákba – ezért ezek közlésétől el kell tekintetünk.

A múzeumi kötődésű kurzusok befolyásolhatják a hallgatók múzeumokkal kapcsolatos érzéseit, nézeteit: egy pozitív értékelésű kurzus erősítheti a múzeumok pozitív megítélését, míg a negatív értékelésű kurzusok negatív hatással lehetnek a hallgatók múzeumképére. Ezért vizsgáltuk azt is, hogy milyen tartalmakkal találkoztak a hallgatók a múzeumi órák során, hogyan értékelték ezeket az alkalmakat.

A múzeumi órákon jellemző volt a múzeumi munkatársak közreműködése: 24 fő jellemezte így a múzeumban tartott órákat. A múzeumi dolgozók jelenléte erősítheti ezen kurzusokat, hiszen szakmai és módszertani tudásukat is fel tudják használni az órák pozitív hallgatói megítélése érdekében.

A kitöltőket arra kértük, hogy különböző szempontok alapján értékeljék a múzeumi órákat. Összesen hét tevékenységet, tartalmi elemet soroltunk fel a múzeumi kurzusok tipikus tartalmi alapján, valamint lehetőséget adtunk fel nem sorolt tevékenységek megemlítésére is. A legtöbb hallgató műtárgyakkal ismerkedett meg (21 fő), mely a múzeumi kínálat alapegysége. „Kulisszák mögötti” információkat 19 fővel osztottak meg, 17 hallgató pedig a múzeummal, kiállításokkal kapcsolatos történeteket hallott. Ezek az eredmények azt mutatják, hogy a történeteknek, történetmesélésnek fontos szerep jutott a vizsgált hallgatók múzeumi érintettségű kurzusain. A csoportmunka már kevésbé volt jellemző ezekre az alkalmakra (12 fő), noha a múzeumi terek lehetőséget teremtenének erre a tevékenységi formára is. Műtárgyakkal a kitöltők többsége megismerkedett, de eredeti műtárgyat mindössze 7 hallgató vehetett csak kézbe – ennek hátterében műtárgyvédelmi okok állnak, így azon képzések hallgatói érhetnek leginkább műtárgyakhoz, akiknek a leendő szakmája múzeumi kötődésű (pl.: régészet). A műtárgymásolatok használata is hasonló eredményt hozott (6 fő), noha ezen tárgyak éppen azzal a fontos céllal készülnek, hogy az eredeti műtárgyakat közelebb hozzák a résztvevőkhöz, ezekre a tárgyakra nem vonatkoznak műtárgyvédelmi előírások. A digitális

eszközök használata szintén nem volt jellemző (6 fő), pedig ezen elemek is rendelkezésre állnak a múzeumok többségében. Az egyéb kategóriát 4 hallgató jelölte meg, közülük három kitöltő adott választ a kifejtésre: egy képzőművészeti szakos hallgató műtárgyakról készített rajzokat, egy külföldi Business Management and Administration szakos hallgató műtárgyakról készített leírásokat (valószínűleg az Extended Academic Writing kurzuson), a harmadik orvostan hallgató pedig felboncolt tetemekkel találkozott (valószínűleg az SZTE SZÁOK Anatómiai, Szövet- és Fejlődéstani Intézet Gellért Albert Anatómiai Múzeumában). Az alacsony elemszámok miatt keresztátlás vizsgálataink nem hoztak szignifikáns eredményt.

60. táblázat. A múzeumi órák keretében végzett tevékenységek. Forrás: saját adatbázis.

Múzeumi órai tevékenység	Igen (fő)	Összesen (fő)
Műtárgyakkal ismerkedtek	21	42
Kulisszák mögé nézhettek	19	42
Történeteket hallottak a múzeummal, kiállításokkal kapcsolatban	17	42
Volt csoportmunka	12	42
Eredeti műtárgyat vehettek kézbe	7	42
Műtárgymásolatot vehettek kézbe	6	42
Digitális eszközökkel dolgoztak	6	42
Egyéb	4	42

A múzeumi jellegű órákat egy négyfokú Likert-skálán (a 4 fokú Likert-skála által szerettük volna elkerülni az esetleges középre-húzást) kellett értékelniük a kitöltőknek (1=egyáltalán nem ért egyet; 4=teljes mértékben egyetért) öt, alapvetően pozitív jellegű állítás alapján. Az összes állítással egyetértettek a megkérdezettek: leginkább azt érezték, hogy más volt a kurzus, mint a tantermi órák (3,45), a múzeumi alkalmakat érdekesnek (3,21) és hasznosnak (3,05) tartották. Érdemes kiemelni, hogy a múzeumi órák a hallgatók szerint hozzáadtak szakmai tudáshoz (2,88) és segítettek képességeik fejlődését (2,88) – tehát a múzeumi kurzusok alkalmasak ezen jellegű képességek és tudás fejlesztéséhez a hallgatók megítélése alapján.

61. táblázat. A múzeumi órák hallgatói értékelése. Forrás: saját adatbázis.

A múzeumi órák értékelése	N	Átlag
Más volt, mint a tantermi órák	42	3,45
Érdekes volt	42	3,21
Hasznos volt	42	3,05
Hozzáadott a szakmai tudáshoz	42	2,93
Képességek fejlődését segítette	42	2,88
Összesen	42	3,10

Varianciaanalízis segítségével több szempontból is (állampolgárság, karcsoport, múzeumlátogatási gyakoriság) összefüggéseket kerestünk az eredmények további értelmezése céljából, azonban az alacsony elemszámok miatt szignifikáns eredményt alig kaptunk – így csak a múzeumlátogatási aktivitással kapcsolatos két eredményt tudjuk ismertetni. A múzeumi óra és a szakmai tudásszélesítés kapcsán ($\text{sign.}=0,006$) azt tapasztaltuk, hogy a gyakoribb múzeumlátogatás hozzájárul a szakmai tudás szélesítéséhez ezen kurzusok tekintetében: az aktív múzeumlátogatók esetében az átlag 3,53; míg az alkalmi múzeumlátogatók esetében az átlag 2,58. A képességfejlődés kapcsán is ugyanezeket az eredményeket találtuk (alkalmi múzeumlátogatók átlaga: 2,58; aktív múzeumlátogatók: 3,53). Az adatok azt mutatják, hogy a múzeumlátogatás gyakorisága összefügg a szakmai és a készségekkel kapcsolatos fejlődéssel, tehát az aktívabb múzeumlátogatók nyitottabbak, befogadóbbak a múzeumi kurzusok által kínált lehetőségekkel kapcsolatban.

A fenti eredmények alapján feltételezhetjük, hogy többségében elégedettek voltak a hallgatók a múzeumi vonatkozású kurzusokkal. Az elégedettség jelzésére a legalkalmasabb eszköz az, ha kifejtik, újra részt vennének-e ilyen kurzusokon, így ezt a kérdést is feltettük a kitöltőknek. A válaszadók több mint háromnegyede (33 fő) igennel válaszolt erre a kérdésre. Mindezen eredmények fényében elmondhatjuk, hogy a hallgatók többsége elégedett volt az ott látottakkal-hallottakkal, tehát megfelelő kommunikáció és egyetemi-múzeumi együttműködések kialakításával lehetőség lenne a hallgatók ilyen szempontú megszólítására.

A múzeumi jellegű egyetemi kurzusok hallgatói mellett fontosnak tartottuk azt is megvizsgálni, hogy mit gondolnak ezekről az órákról azok a kitöltők, akik még nem vettek részt hasonló kurzusokon (408 fő). A kitöltőknek négy állítást kellett értelmezniük egy négyfokú Likert-skálán (1=egyáltalán nem értek egyet; 4=teljes mértékben egyetértek). A hallgatók mindegyik válaszlehetőséggel egyetértettek, közülük a „kíváncsi lennék rá” kifejezés érte el a legmagasabb átlagot (3,20), mely után a „hasznosnak tartanám” (3,03) következett. A készségek fejlődése 2,87-es átlagot hozott, melyet szorosan követett a „hozzátenne a szakmai tudásomhoz” kijelentés (2,86). Az állítások eredményei azt mutatják, hogy nyitottak a múzeumi jellegű órákra azok is, akik eddig nem vettek részt ilyen jellegű kurzusokon – érdemes ismét kiemelni, hogy leginkább a kíváncsisággal kapcsolatos kijelentéssel értettek egyet.

62. táblázat. A múzeumi órától távol maradó hallgatók véleménye a múzeumi órákról. Forrás: saját adatbázis.

Hogyan vélekedne a múzeumi órákról?	N	Átlag
Kíváncsi lenne rá	408	3,20
Hasznosnak tartaná	408	3,03
Segítené a kompetencia fejlődését	408	2,87
Hozzátenne a szakmai tudásához	408	2,86
Összesen	408	2,99

Varianciaanalízis segítségével megvizsgáltuk a karcsoport, az állampolgárság és a múzeumlátogatási aktivitás kapcsán is a fenti eredményeket. Az állampolgársággal kapcsolatos vizsgálat nem hozott szignifikáns eredményt, így ennek bemutatásától eltekintünk.

A karcsoport szerinti vizsgálatot azért tartjuk relevánsnak, mert a különböző karok és képzések tekintetében más és más jellegzetességei lehetnek a múzeumi kurzusoknak. Az adatok azt mutatták, hogy mindegyik karcsoport hallgatói egyetértettek a megjelölt kifejezésekkel. A legmagasabb átlagok a humántudományi képzések hallgatóira voltak jellemzők, melynek háttérében két okot találhatunk: egyrészt olyan képzések tartoznak ide, melyek közelebb állnak a múzeumokhoz, másrészt a humántudományi képzésekre járók aktívabb múzeumlátogatónak számítanak, így nyitottabbak az ilyen jellegű múzeumi tartalmakra is. Az orvostudományi karcsoport hallgatóinak körében találjuk a legalacsonyabb átlagokat egy állítás kivételével („hozzátenne a szakmai tudásomhoz” – ezen állítás átlaga a reál-mérnök szakok hallgatóinak körében alacsonyabb). Korábban azt tapasztaltuk, hogy ezen karcsoportra az aktívabb múzeumlátogatás volt jellemző, így meglepőnek tekinthető, hogy kevésbé érdeklődnek a múzeumi kurzusok iránt. Feltételezésünk szerint a háttérben az állhat, hogy az orvostudományi képzések hagyományosan nem kapcsolódnak múzeumi jellegű tartalmakhoz, szakmákhoz. A segítő karcsoport hallgatóira viszont a magasabb átlagok voltak jellemzők: a humántudományi szakok után ezek a képzések érték el a legmagasabb eredményeket. Itt is a képzési jellegzetességeket sejtjük a jelenség háttérében, ugyanis ezen karok esetében is megjelennek olyan szakok, melyek különböző erősségben kapcsolódhatnak múzeumokhoz (pl.: képalkotás, közösség-szervezés, óvodapedagógus, stb.). A reál-mérnök szakok hallgatóinak válaszai alacsonyabb átlagokat hoztak, rájuk volt legkevésbé jellemző a „hozzátenne a szakmai tudásomhoz” kifejezés, melynek oka lehet az, hogy a különböző informatikus- és mérnök-képzések alapvetően nem képeznek múzeumhoz közeli foglalkozású szakembereket. Noha érdemes azt is megemlíteni, hogy ide tartoznak olyan természettudományi képzések (pl.: biológia, földrajz, különböző tanárszakok), melyek a segítő és a humántudományi szakokhoz hasonlóan kapcsolódhatnak a múzeumokhoz – például a szegedi Móra Ferenc Múzeumnak

komoly méretű természettudományi gyűjteménye és külön természettudományi állandó kiállítása van.

63. táblázat. A múzeumi órától távol maradó hallgatók véleménye a múzeumi órákról a karcsoport függvényében. Forrás: saját adatbázis.

Karcsoport		Kíváncsi lenne rá	Hasznosnak tartaná	Hozzátenne a szakmai tudásához	Segítené a kompetencia-fejlődését
Humán tudományok	Átlag	3,48	3,25	3,19	3,22
	N	79	79	79	79
Orvostudományok	Átlag	3,06	2,89	2,84	2,70
	N	130	130	130	130
Segítő szemiprofessziók	Átlag	3,24	3,22	2,98	3,02
	N	45	45	45	45
Reál-mérnök szakok	Átlag	3,16	2,98	2,67	2,80
	N	154	154	154	154
Összesen	Átlag	3,20	3,03	2,86	2,87
	N	408	408	408	408
	sign.	0,002	0,005	0,000	0,000

A múzeumlátogatás gyakorisága alapján is szignifikáns eredményeket találtunk. A múzeumlátogatási aktivitás és a múzeumi órák iránti érdeklődés egyértelműen összefüggést mutat: minél aktívabb múzeumlátogatók a kitöltők, annál nagyobb valószínűséggel értékelik pozitívan a múzeumi kurzusokkal kapcsolatos kijelentéseket. Ebben a vizsgálatban is a kíváncsiság érte el a legnagyobb átlagokat, a szakmai tudásfejlődéssel és a kompetenciafejlődéssel kapcsolatos kijelentések pedig a legalacsonyabbakat. Noha mindegyik múzeumlátogatói csoport egyetértett az állításokkal, a legmagasabb átlagot a rendszeres múzeumlátogatók mutatták.

64. táblázat. A múzeumi órától távol maradó hallgatók véleménye a múzeumi órákról a múzeumlátogatási gyakoriság függvényében. Forrás: saját adatbázis.

Múzeumlátogatás gyakorisága		Kíváncsi lenne rá	Hasznosnak tartaná	Hozzátenne a szakmai tudáshoz	Segítené a kompetencia-fejlődést
Soha	Átlag	2,94	2,75	2,59	2,68
	N	100	100	100	100
Félévente vagy ritkábban	Átlag	3,27	3,10	2,93	2,91
	N	252	252	252	252
Gyakrabban, mint félévente	Átlag	3,34	3,23	3,00	3,05
	N	56	56	56	56
Összesen	Átlag	3,20	3,03	2,86	2,87
	N	408	408	408	408
	Sign.	0,001	0,000	0,002	0,023

Összegzés – Kurzusok a múzeumban

A múzeumi jellegű egyetemi kurzusokkal kapcsolatos hipotézis ide vonatkozó állításait teljes mértékben megerősítik eredményeink. Azok a hallgatók, akik már részt vettek ilyen órákon, elégedettek voltak és újra felvennének hasonló jellegű múzeumi kurzusokat. Azok a megkérdezettek, akik ezidáig nem jártak hasonló órákon, érdeklődőek, és szívesen kipróbálnák őket.

4. Gyakornoki és önkéntes tevékenység a múzeumban

Korábban láttuk, hogy az egyetemi-múzeumi együttműködések egyik fontos elemét jelentik a gyakornoki programok, kooperációk (Wallace-Crabbe, 1993; Koltai, 2011; Káldy, 2020). Kutatásunkban ezért vizsgáljuk azt is, hogy a megkérdezettek tisztában vannak-e a múzeumi gyakornokság lehetőségével, illetve vállalnának-e a múzeumokban gyakornoki tevékenységet – így jelen fejezetben vizsgáljuk meg hetedik hipotézisünk második részét.

A válaszadók (N=447) mindössze egyharmada (31,5%) tudott arról, hogy a múzeumokban lehet gyakornoki tevékenységet végezni. A kitöltők (N=450) 40,4%-a érdeklődne múzeumi gyakornoki munka iránt, mely kifejezetten pozitív eredménynek tekinthető annak tudatában, hogy a válaszadók 68,5%-a korábban nem tudott erről a lehetőségről. Az állampolgárság, a nemek és a múzeumlátogatási gyakoriság függvényében végeztünk keresztábrás vizsgálatot, az állampolgárság függvényében nem kaptunk szignifikáns eredményt. A nemek tekintetében (sign.=0,004) azt tapasztaltuk, hogy a nők szívesebben vállalnának múzeumi gyakornoki munkát: esetükben ez az arány 46%, míg a férfiaknál 32%, tehát ismét megerősíthetjük a kulturális fogyasztásbeli nemi különbségek meglétét. A múzeumlátogatás gyakorisága is összefüggést mutat a gyakornoki tevékenységgel kapcsolatos érdeklődéssel (sign.=0,000): leginkább a rendszeres múzeumlátogatók vállalnának gyakornoki munkát (66,2%), legkevésbé pedig a múzeumba nem járók (27,2%). Ugyanakkor érdemes megemlíteni, hogy a múzeumot nem látogatók esetében kifejezetten magasnak számít ez az eredmény: ez azt jelzi, hogy ők is nyitottak a múzeumi lehetőségek irányában. Ezen eredmények alátámasztják a korábbi kutatások eredményeit (Koltai, 2011; Káldy, 2020), mely szerint az egyetemisták gyakornoki munka segítségével is kapcsolódhatnak a múzeumokhoz.

A múzeumi önkéntes tevékenység szintén jellemző a múzeumok és egyetemisták kapcsolatára (Reisz, 2019), így ezen témakör kapcsán is megkérdeztük a hallgatókat (N=450). A szabadidőeltöltési szokásokat vizsgálva a korábbiakban arra a megállapításra jutottunk, hogy az önkéntes tevékenység általánosságban nem jellemző a hallgatókra (ritkábban, mint félévente végeznek önkéntes tevékenységet): az átlaghoz képest a magyar hallgatók végzik a legkevesebb, a külföldi hallgatók pedig a legtöbb önkéntes munkát.

A múzeumi önkénteskedés kapcsán azt tapasztaltuk, hogy a kitöltők 29,8%-a hallott már erről a lehetőségről, és 34,1%-uk vállalna is önkéntes munkát múzeumokban – tehát ezek az eredmények pozitívabbak, mint az általános önkénteskedés kapcsán (noha érdemes megemlítenünk, hogy véleményükről és nem a már megvalósult önkéntes tevékenységükről kérdeztük őket). Állampolgárság, nemek és a múzeumlátogatási gyakoriság függvényében is keresztábrás vizsgálatot végeztünk a múzeumi önkéntes tevékenység iránti érdeklődés kapcsán, szignifikáns eredményt azonban csak a múzeumlátogatási gyakoriságnál ($\text{sign.}=0,000$) és a nemeknél ($\text{sign.}=0,000$) tapasztaltunk.

A nemek tekintetében ismét megerősíthetjük a nők aktívabb kulturális kínálat iránti fogékonyságát: 41%-uk önkénteskedne szívesen múzeumokban, míg a férfiaknál ez az arány 24%. A gyakornoki eredményekhez viszonyítva azt látjuk, hogy „nyílt az olló”, azaz nagyobb a különbség a férfiak és a nők válaszai között. Ennek háttérében azt sejtjük, hogy az önkéntességből jóval kevesebb kézzelfogható, azonnali vagy direkt hasznot szerezhethet a hallgató, mint a gyakornokságból – hiszen utóbbi esetében egy leigazolt gyakornoki tevékenység akár krediteket is jelenthet az egyetemen, a közvetlen, szakmaspecifikus munkatapasztalatot nem is említve. Az önkéntes tevékenységnél direkt haszon kevésbé tetten érhető, az előnyök indirekt módon és inkább hosszabb távon mutatkoznak (pl.: kommunikációs készségek fejlődése egy önkéntes tárlatvezető esetén, kapcsolatrendszer bővülése, stb.)

A múzeumlátogatás gyakorisága és a múzeumi önkéntes tevékenység iránti érdeklődés kapcsán is összefüggést találtunk, azaz minél gyakoribb múzeumlátogatók a hallgatók, annál nagyobb valószínűséggel érdekelné őket önkéntes tevékenység: a rendszeres múzeumlátogatók 58,5%-a, az alkalmi múzeumlátogatók 34,1%-a, míg a múzeumba soha nem járók mindössze 17,5%-a érdeklődne múzeumi önkéntes lehetőség iránt. Ezek az eredmények szintén alátámasztják a korábbi kutatásokat (Reisz, 2019), mely szerint önkéntes tevékenység is állhat a hallgatók motivációinak háttérében.

Összefoglalás – Múzeumi gyakornokság, önkéntesség

Kutatásunk megerősítette a hetedik hipotézist, mely szerint a hallgatók érdeklődnek a gyakornoki és önkéntes múzeumi lehetőségek iránt. Noha nem sokan tudtak arról, hogy léteznek ilyen lehetőségek a múzeumokban, mégis sokan vállalnának ilyen tevékenységet. Ez az arány a gyakornoki munka kapcsán 40%, míg az önkéntesség esetében enyhén alacsonyabb, 34%. Ez a különbség magyarázható a „direkt” haszonnal: a gyakornoki munkából közvetlenül profitálhatnak, míg az önkéntes tevékenységnek inkább közvetett haszna van.

X. Összegzés

1. A kutatási kérdések, hipotézisek vizsgálata

Kutatásunkban arra a feladatra vállalkoztunk, hogy bemutassuk a Szegedi Tudományegyetem hallgatóinak tekintetében az egyetemisták és a múzeumok közötti kapcsolódási pontokat, a diákok múzeumképét és múzeumlátogatási szokásait a különböző háttérváltozók alapján. Összesen hét kutatási kérdés és hipotézist határoztunk meg, melyek eredményeit, válaszait az alábbiakban ismertetjük.

H1 Hipotézis: A lakhely mérete és a nem hatással van az egyetemisták kultúrafogyasztási jellegzetességeire: a városokból, fővárosból érkezők és a nők aktívabb kultúrafogyasztók, mint a kisebb településekről érkezők és a férfiak. Ugyanez a jelenség értelmezhető a múzeumok tekintetében is: a városokból, fővárosból származók és a nők aktívabb kultúrafogyasztók, mint a kisebb településről származók és a férfiak.

A kutatásunkban szereplő hallgatók esetében azt a jellegzetességet láttuk, hogy a nagyobb településekről, azaz megyeszékhelyekről és fővárosokból érkező hallgatók magasabb kulturális fogyasztással rendelkeznek, mint azok a diákok, akik kisebb városokból, falvakból származnak: ennek hátterében több tényező állhat, leginkább a kulturális kínálathoz való hozzáférést sejtettük az okok között, hiszen a nagyobb települések kulturális intézményekkel gazdagon ellátottak, nem szükséges utazni ezek használatához. A kisebb városokban vagy falvakból érkezők tekintetében jóval korlátozottabbak a kulturális lehetőségek, nagyobb távokra kell utazniuk, ha szeretnének kulturális intézményeket látogatni, kulturális programokon részt venni. A nemek tekintetében azt tapasztaltuk, hogy nem volt szignifikáns összefüggés a nemek és a kulturális fogyasztás között: noha a nők aktívabb kultúrafogyasztónak bizonyultak, mint a férfiak, ugyanakkor a két nem közötti különbség elenyészőnek tekinthető. Ugyanezek a megállapítások a múzeumlátogatásra is érvényesek voltak.

Ezen eredmények tekintetében az első hipotézisünket részben erősíthetjük csak meg: a lakhely vonatkozásában igaznak bizonyult, a nemek tekintetében azonban csak részben érvényes.

H2 Hipotézis: A magasabb gazdasági és kulturális tőkével rendelkező hallgatók aktívabb kultúrafogyasztók, mint alacsony gazdasági és kulturális tőkével rendelkező társaik. A külföldi és kettős magyar állampolgársággal rendelkező hallgatók magasabb gazdasági és kulturális tőkével rendelkeznek, mint magyar diáktársaik.

A gazdasági helyzet kapcsán kutatásaink a külföldi állampolgárságú hallgatók egyértelmű előnyét jelezték, ugyanakkor a kettős magyar állampolgárságú hallgatók esetében

nem kaptunk ennyire egyértelmű adatokat: a családi szubjektív anyagi tőke magasabb volt, mint a magyar hallgatóké, ugyanakkor az objektív anyagi tőkénk enyhén alacsonyabb volt, mint a magyar hallgatók esetében.

A kulturális tőke kapcsán is egyértelmű volt a külföldi hallgatók fölénye, ugyanakkor a kettős magyar állampolgárságú hallgatóknál ez nem volt kijelenthető: a szülők végzettségének tekintetében a kettős magyar állampolgárságú anyák nem rendelkeztek magasabb végzettségi mutatókkal, mint a magyar hallgatók édesanyái. A kultúrafogyasztás tekintetében is a külföldi hallgatók előnye érvényesült legerőteljesebben a magyar hallgatókhoz képest, a kettős magyar állampolgárságú hallgatók esetében itt is árnyaltabb eredményeket láttunk. Az apák magaskulturális programfogyasztása erőteljesebb volt, mint a magyar hallgatóké, azonban az anyák magaskulturális programfogyasztása jellemzően elmaradt a magyar megkérdezettek édesanyáinak eredményeitől. Ugyanakkor a szülők kulturális fogyasztási indexét vizsgálva már egyértelműen a kettős magyar állampolgárságú hallgatók előnye mutatkozott meg a magyar diákokhoz képest.

Ezen kutatási eredmények értelmében második hipotézisünk a külföldi állampolgárságú hallgatók esetében teljes mértékben, míg a kettős magyar állampolgárságú hallgatók esetében részben került megerősítésre.

H3 Hipotézis: A hallgatók szabadidő-eltöltési szokásaira nagymértékben jellemzőek a társas és online aktivitások. A hallgatók szabadidő-eltöltési aktivitásai között a klasszikus magaskulturális színhelyek, így a múzeumok alacsony intenzitással vannak jelen. Az egyetemi jellegű kulturális és múzeumi kínálatot nem veszik igénybe.

A kutatás résztvevőinek szabadidő-eltöltési szokásait hosszas vizsgálat alá vetettük. Arra az eredményre jutottunk, hogy noha vannak kisebb eltérések a háttértényezők alapján a hallgatók között, mégis kijelenthetjük, hogy a társas és online jellegű szabadidő-eltöltési aktivitások voltak a legjellemzőbbek a megkérdezettekre. Klasszikus magaskulturális kínálatot, így múzeumokat azonban alacsony arányban fogyasztanak és jellemzően az egyetemi jellegű kulturális és múzeumi kínálatot sem veszik igénybe.

Ezen eredményeink azt jelzik, hogy a harmadik hipotézisünk teljes mértékben megerősítésre került.

H4 Hipotézis: Az egyetemistákban jellemzően negatív kép él a múzeumokról, valamint hagyományos feladatokat csatolnak a közgyűjteményekhez. A múzeumlátogató egyetemistákra ható legfontosabb motivációs tényezők a kapcsolódás, az interaktivitás, a megfelelő kínálat, egy másik kultúra megismerése, a családi-baráti hatások, a tanulás, a digitális eszközök

használata. A múzeumokba nem járó egyetemisták nem találnak megfelelő múzeumi kínálatot, a lakhelyük közelében nincsenek múzeumok, a múzeumokat elmaradott, unalmas intézményeknek tartják, ezért maradnak távol a közgyűjteményektől, de a belépőjegy-árak nem riasztják el őket. A múzeumi információk alacsony szinten érik el az egyetemistákat, leginkább a személyes kapcsolatrendszerükön és plakátokon keresztül tájékozódnak, a közösségi média mint információszerzési forrás nem jellemző rájuk.

Megvizsgáltuk a hallgatók múzeumokkal kapcsolatos kifejezéseit, melyek között azonban nem csak negatív, hanem pozitív kifejezéseket is találtunk, leggyakrabban pedig az alapfeladatokkal kapcsolatos, semleges kifejezések jelentek meg náluk.

A vizsgált hallgatók alapvetően a hagyományos, törvényileg meghatározott tevékenységeket tartják a múzeumok feladatának: a tárgyak gyűjtését és a kiállítások tekintették a legfontosabb tevékenységeknek.

A múzeumlátogatási motivációs tényezők között legerősebben a kikapcsolódást, új ismeretek szerzését, valamint egy másik ország vagy város kultúrájának megismerését találtuk kutatásunk során. Emellett megjelent a családok és barátok hatása, az interaktivitás és a digitális eszközök használata is. A múzeumba nem járók leginkább azért nem látogatnak múzeumokat, mert nincs idejük, nincs kivel menniük, nem érdeklik őket a kiállítások és unalmasnak tekintik a közgyűjteményeket, ugyanakkor a belépőjegyek ára nem riasztja el őket. A múzeumi információknak csak a töredéke éri el a megkérdezett egyetemistákat, ezekhez az információhoz pedig legtöbbször a Facebookon és kapcsolati hálójukon keresztül jutnak hozzá, emellett a köztéri hirdetések, a plakátok is fontos múzeumi információs források a számukra.

Ezen kutatási eredmények alapján azt mondhatjuk, hogy negyedik hipotézisünk részben került megerősítésre.

H5 Hipotézis: A kettős magyar állampolgársággal rendelkező és külföldi hallgatók gyakrabban látogatnak múzeumba, mint magyar diáktársaik, mert magasabb kulturális tőkével rendelkeznek és jobban érdeklődnek a magyar kultúra megismerése iránt. A külföldi hallgatók jellemzően nem ismernek szegedi múzeumokat.

A különböző állampolgárságú hallgatók közül leggyakrabban a külföldi diákok járnak múzeumba, őket követik a magyar, majd a kettős magyar állampolgárságú hallgatók – tehát a kutatásban részt vevő kettős magyar állampolgárságú hallgatók múzeumlátogatási gyakorisága alacsonyabb, mint a magyar társaiké, melynek hátterében állhat az, hogy a vajdasági diákok szűkebb múzeumi kínálatból választhatnak lakhelyükön.

A külföldi hallgatók jellemzően nem ismernek szegedi múzeumokat: mind a magyar, mind a kettős magyar állampolgárságú társaiktól elmaradnak ezen ismeretek szempontjából.

Ezen kutatási eredmények alapján azt látjuk, hogy az ötödik hipotézisünk részben került megerősítésre: a külföldi hallgatók valóban gyakoribb múzeumlátogatók, noha ezt valószínűleg nem Szegeden teszik, hiszen kevesen ismernek szegedi múzeumokat. Azonban a kettős magyar állampolgárok nem aktívabb múzeumba-járók, mint a megkérdezett magyar hallgatók.

H6 Hipotézis: A gyermekkori iskolai múzeumlátogatási élmények főként negatívak, melyek negatívan befolyásolják a hallgatók felnőttkori múzeumlátogatási aktivitását, a múzeumpedagógiai tapasztalatok viszont pozitívabbak az egyszerű múzeumlátogatásoknál. A családi látogatások alapvetően pozitívak: azok a hallgatók aktívabb múzeumlátogatók, akiket rendszeresen vitt a családja múzeumba, mint azok a hallgatók, akik nem vagy csak ritkán jártak közgyűjteményekben a családjukkal gyermekkorukban.

A gyermekkori múzeumi tapasztalatok alapvetően pozitívnak bizonyultak a kutatási eredményeink alapján, így a későbbi múzeumlátogatási gyakoriságot jellemzően nem befolyásolták negatív élmények. A családi múzeumlátogatások esetében is erre az eredményre jutottunk. Egyúttal feltártuk, hogy a gyermekkorban gyakrabban múzeumba látogatók felnőttkorban is aktívabb múzeumlátogatók lettek.

Ezen eredmények alapján elmondható, hogy a hatodik hipotézisünk részben került megerősítésre: a gyermekkori múzeumlátogatási élmények alapvetően nem negatívak, ehhez képest a múzeumpedagógiai emlékeknek még pozitívabb a megítélése. Ugyanakkor a családi múzeumlátogatásokon részt vevők egyetemista korukban aktívabb múzeumlátogatók.

H7 Hipotézis: A részben vagy egészben múzeumokban tartott kurzusokat pozitívan értékelik a résztvevő egyetemisták. Azok a hallgatók, akik nem vettek még részt múzeumi kurzusokon, nyitottak és érdeklődőek a lehetőség iránt. A hallgatók érdeklődnek a múzeumi önkéntes és gyakornoki lehetőségek iránt.

A múzeumi kurzusokat pozitívan értékelték a megkérdezettek, és azok is érdeklődtek ezen órák iránt, akik még nem vettek részt múzeumi kurzusokon. Mind a gyakornokság, mind pedig az önkéntes tevékenység irányában pozitív attitűdöt találtunk: a megkérdezett hallgatók érdeklődőek ezen tevékenységek kapcsán.

Ezen eredményeink alapján a hetedik hipotézis megerősítésre került.

2. Összegző gondolatok

Dolgozatunk bevezető fejezetében bemutattuk a téma aktualitását, relevanciáját: hazánkban átfogó, nagymintás kutatást korábban még nem végeztek az egyetemisták és a múzeumok mélyebb kapcsolatrendszeréről magyar, külföldi és kettős magyar állampolgárságú hallgatók körében, így jelen kutatásunk hiánypótlónak tekinthető. Kutatásunk során azt a célt tűztük ki, hogy megismerjük a Szegedi Tudományegyetemen tanuló nappali tagozatos, aktív jogviszonyú hallgatók egy szeletének tudását, véleményét, attitűdjét, motivációit a kulturális fogyasztással és a múzeumokkal kapcsolatban. Kérdőíves kutatásunk segítségével tettünk kísérletet arra, hogy ezen célokat megvalósítsuk.

A második fejezetben először történeti áttekintésre vállalkoztunk, majd a látogatókkal foglalkoztunk. A téma relevanciája miatt ismertettük a múzeumok kialakulását, fejlődésük legfontosabb állomásait, feladatainak és nézőpontjának megváltozását. Bemutattuk, milyen nagy utat tettek meg a múzeumok az ókortól napjainkig, a csupán leíró jellegű, egyirányban kommunikáló intézményektől az interaktivitásra építő, értelmezni akaró közgyűjteményekig. Az évszázadok során folyamatosan követték a múzeumok a változó világ elvárásait, s így a 20. századra kialakulhatott az emberközpontú múzeum, ahol a kurátorok helyett a látogatók váltak a múzeumi témák meghatározóivá. Nemzetközi áttekintésünk mellett pedig szóltunk hazánk egyedi kulturális viszonyairól, a folyamatos lemaradásról, melyet tovább mélyített a kommunista diktatúra, majd a rendszerváltás gazdasági problémái. A lemaradás azonban a 21. században egyre kisebb, hiszen hazánkban is mindjobban jelen vannak a látogatók bevonására építő közgyűjtemények. A múzeumok mellett második fejezetünk fontos szereplői éppen a látogatók voltak. A látogatói elvárások, vélemények és motiváció ismerete elengedhetetlen a múzeumok működésének tekintetében. A látogatótípusok, élmények és elvárások mellett szóltunk az újfajta múzeumi működés egyik fontos eleméről, a látogatók bevonásának fontos eszközéről, a történetekről és storytellingről, valamint vizsgáltuk az említett elvárásokra érkező múzeumi válaszokat.

A harmadik fejezetben a tanulás különböző változatait vizsgáltuk a múzeumok vonatkozásában. Szóltunk az informális, nonformális tanulás alapvető jegyeiről: a múzeumi terek ugyanis a megszokott tantermi oktatástól eltérően biztosítanak teret az informális, nonformális tanulás megélésére, a tárgyalapú tanulásra. Ez az egyediségük biztosít kiváló lehetőséget az egyetemnek, az egyetemi oktatók és az egyetemisták számára szakmai kapcsolatrendszerük és tudásuk fejlesztésére. Fontosnak tartottuk témánk szempontjából, hogy szóljunk mindazokról a tényezőkről, melyek befolyásolják a múzeumi tanulást és oktatást, illetve kutatásunk alanyai szempontjából kiemelten fontosnak éreztük, hogy a hallgatók 21. századi mindennapjait oly nagymértékben meghatározó digitális világ múzeumi lehetőségeiről

is beszéljünk. Ebben a fejezetben vizsgáltuk a múzeumi tanulás intézményesített formáit, a múzeumpedagógia és a múzeumandragógia alapjait. Az andragógiai alapfogalmak mellett a múzeumandragógia jellegzetességeit is elemeztük, hiszen ez a terület kiváló lehetőségekkel és eszköztárral rendelkezik a fiatal felnőttek, így az egyetemisták megszólítására is.

Negyedik fejezetünk középpontjában az értelmiségi lét állt: azt vizsgáltuk, hogy az egyetemisták mennyiben férnek bele a klasszikus értelmiségi kategóriába, milyen jellemzők mentén változott meg az értelmiségi lét-felfogásuk. Ehhez a kérdéskörhöz szorosan kapcsolódik a kulturális tőke jelenléte, melynek igyekeztünk bemutatni a legfontosabb tényezőit – hiszen dolgozatunk témája szempontjából, valamint a későbbi empirikus kutatásunk vizsgálata során támaszkodtunk a bourdieu-i tőkeelméletekre. Emellett bemutattuk az egyetemi lét speciális szereplőit, a külföldi és a kettős magyar állampolgárságú hallgatókat. Fontosnak tartottuk ismertetni, milyen gazdasági és kulturális tőkével rendelkeznek, motivációik között milyen mértékben találhatók kulturális jellegű tényezők. Arra a megállapításra jutottunk a korábbi kutatások alapján, hogy mind a külföldi, mind a kettős magyar állampolgárságú hallgatók magasabb gazdasági és kulturális tőkével rendelkeznek magyar hallgatótársaikhoz képest. A külföldi hallgatók motivációs tényezői között jelentős mértékben szerepeltek kulturális jellegű elemek, a fogadóország kultúrájának megismerése, míg a kettős magyar állampolgárságú hallgatók esetében fellelhető volt az ősök kultúrájának megismerése iránti igény – ugyanakkor ők a hasonló kulturális háttér miatt máshogyan viszonyultak a kultúra megismeréséhez, mint külföldi társaik.

Az ötödik fejezet a felsőoktatás és a múzeumok, valamint az egyetemisták és a múzeumok oldaláról mutatta be témánk fontos szereplőit. A történeti jellegű áttekintés után a magyar és nemzetközi példák, kutatási eredmények alapján elemeztük az intézményi jellegű együttműködési lehetőségek sokféleségét. Említést tettünk a Szabadtéri Néprajzi Múzeum – Múzeumi Oktatási Központ által vezetett egyetemi-múzeumi projektekről és vizsgálatokról, melynek kooperációs tanulságai kifejezetten pozitívak voltak, ugyanakkor rávilágítottak arra a problémára, hogy rendszerszintű, intézmények közötti állandó együttműködések kevésbé jellemzőek a hazai egyetemi-múzeumi szférára. Fontosnak tartottunk szólni a múzeumi gyakornoki és önkéntes tevékenységről, melyek az együttműködés egy újabb lehetőségét jelentik, valamint az úgynevezett campus múzeumok jelenlétéről. Ezután megvizsgáltuk az egyetemistákban élő múzeumi képet. Korábbi hazai és nemzetközi kutatások eredményeit feldolgozva mutattuk be, hogyan vélekednek a múzeumokról, van-e bennük ellenállás a közgyűjteményi látogatásokkal, részvétellel kapcsolatban. A múzeumlátogatás motivációs tényezői mellett ismertettük azokat a múzeumtípusokat és múzeumi programokat, melyeket előnyben részesítenek, illetve fontosnak tartottunk szólni arról, hogy milyen csatornákon

keresztül szerzik információikat a múzeumi kiállításokról, programokról, egyéb múzeumi lehetőségekről.

A hatodik fejezet elején ismertettük vizsgálatunk kutatási kérdéseit, hipotéziseit, módszertanát, valamint az alkalmazott statisztikai módszereket és a kérdőív különböző egységeit.

Fontosnak tartottuk, hogy részletesen elemezzük a vizsgált minta pontos összetételét, a hallgatók szociodemográfiai háttérváltozóit, gazdasági és kulturális tőkéjét, így hetedik fejezetünket ezekkel az elemzésekkel indítottuk. A korábban bemutatott kutatásokhoz képest a gazdasági és kulturális tőke tekintetében is találtunk különbségeket – főként a kettős magyar állampolgárságú hallgatók esetében. Igyekeztünk rávilágítani azokra a tényezőkre, melyek befolyásolhatták a korábbi kutatási eredményektől történő eltérést: ennek hátterében leginkább a szerbiai hallgatók túlsúlya állt, akik valószínűleg nem rendelkeztek ugyanolyan kulturális kínálattal, mint a korábbi kutatások résztvevői. Témánk szempontjából fontosnak tartottuk, hogy beszámoljunk a megkérdezett hallgatók szabadidő-eltöltésének, kulturális fogyasztásának és múzeumlátogatási gyakoriságának adatairól. A külföldi állampolgárok esetében találtuk a legaktívabb magaskulturális és múzeumfogyasztási mutatókat, a kettős magyar állampolgárságú hallgatók pedig elmaradtak a korábbi kutatásokban szereplő alanyok magaskulturális aktivitási eredményeitől. Az egyetemi kulturális kínálat komoly befolyással bírhat a hallgatók kulturális és múzeumfogyasztási szokásaira, ezért bemutattuk, milyen mértékben ismerik a kutatás résztvevői a Szegedi Tudományegyetem által kínált kulturális lehetőségeket. Eredményeink azt mutatták, hogy ezen programok ismertsége meglepően alacsony, a programokon történő részvétel pedig elenyésző – tehát a megkérdezett egyetemi tanulók vagy nem tudnak ezekről a lehetőségekről, vagy nem mutatnak irántuk komolyabb érdeklődést.

Nyolcadik fejezetünkben a múzeumi ismereteket, emlékeket és elvárásokat vizsgáltuk. Feltártuk, mennyire hagyományos a hallgatókban élő múzeumkép, a jogszabályban rögzített múzeumi tevékenységekhez képest melyek a múzeumok legfontosabb feladatai a kitöltők szerint. Az eredmények azt mutatták, hogy alapvetően a klasszikus múzeumi tevékenységeket tartják fontosnak a hallgatók is: tárgyak gyűjtése, kiállítások létrehozása és oktatási tevékenység, de emellett természetesen megjelentek az elvárások a különböző kiállítási témák, tartalmak és rendezvények szempontjából is. Főként a fotókiállításokat, természettudományi, képzőművészeti és történelmi jellegű kiállításokat kedvelték a megkérdezettek, igényt mutattak az újfajta múzeumi eszközökre és terekre: AR és VR megoldásokra, múzeumi kávézókra és múzeum detektívjátékokra vagy szabadulósobára is. A múzeumlátogatás gyakoriságával kapcsolatos eredményeink azt mutatták, hogy léteznek olyan témájú kiállítások, melyek iránt

azok is figyelmet tanúsítanak, akik nem járnak múzeumba, így a múzeumoknak ezen tárlatok megrendezését érdemes lenne átgondolnia, ha szeretnék megszólítani ezt a célcsoportot is.

Ebben a fejezetben a hallgatókban élő, múzeumokkal kapcsolatos kifejezéseket is vizsgáltuk nyitott kérdés segítségével. A beérkezett válaszokat témacsomópontok alapján 14 kategóriába soroltuk: az eredmények azt mutatták, hogy a legtöbb hallgatóban a klasszikus, múzeumokkal kapcsolatos kifejezések élnek (művészet, történelem), de megjelentek az oktatással, az interaktivitással kapcsolatos, újfajta múzeumi képet jelző kifejezések is. Negatív és pozitív szavakat egyaránt megjelöltek a kitöltők, a negatív kifejezések között az unalmas, a pozitív kifejezések között pedig az érdekes szerepelt legnagyobb gyakorisággal.

A gyermekkori múzeumi élményeket a családi, valamint az iskolai szervezésű múzeumlátogatás szempontjából is vizsgáltuk. Az eredmények azt mutatták, hogy gyakrabban látogattak el múzeumba iskolai szervezéssel a megkérdezett hallgatók, mint családjukkal. Érdemes kiemelni, hogy mind az iskolai, mint a családi gyermekkori látogatás hatással volt a jelenlegi, azaz a már felnőttkori múzeumlátogatásra: azok a válaszadók, akiket gyakrabban vittek el múzeumba gyermekkorukban, aktívabb múzeumlátogatóvá váltak. A gyermekkori múzeumlátogatási és múzeumpedagógiai élményeket alapvetően pozitívan értékelték kutatásunk résztvevői.

A múzeumlátogatást leginkább befolyásoló tényezők a személyes kapcsolatok: a barátok, a család, az egyetemi csoporttársak, valamint az oktatók véleményére hallgatnak leginkább a kutatás résztvevői, míg a közösségi médiában és a klasszikus médiában megjelenő vélemények kevésbé hatnak rájuk.

A múzeumlátogatási aktivitást befolyásolhatja, hogy milyen forrásból érik el a múzeumi információk a hallgatókat, így az információszerzés forrásait is kutattuk. Eredményeink azt mutatták, hogy a személyes kapcsolatoknak, az online forrásoknak és a köztéri hirdetéseknek van a legnagyobb kommunikációs ereje a megkérdezettek körében. Ezen eredmények közül is kiemelkedett a Facebook szerepe, mely nem meglepő a vizsgált minta korosztályának szempontjából.

A kilencedik fejezetben a múzeumlátogató és múzeumba nem járó hallgatókat vizsgáltuk külön-külön, valamint mindannyiuk véleményére kíváncsiak voltunk az egyetemi szervezésű múzeumi kínálat, az egyetemi-múzeumi kurzusok, valamint a múzeumi önkéntesség és gyakornokság témakörében. A múzeumlátogató hallgatók szempontjából a látogatást leginkább befolyásoló motivációt a kikapcsolódás, az új ismeretek szerzése, valamint egy másik ország vagy város kultúrájának megismerése jelenti. A legutolsó múzeumlátogatáskor tapasztalt érzelmek között a legjellemzőbbek a következők voltak: szórakoztató, emlékeztető, izgalmas, kreatív és hasznos. Az eredmények azt jelzik, hogy a rendszeres múzeumba járók

kimagasló arányban emlékeznek az utolsó múzeumlátogatásukra (81,7%), míg az alkalmi múzeumlátogatóknak mindössze 46%-a tudja felidézni az utolsó látogatását. Így a gyakoribb múzeumlátogatás intenzívebb múzeumélményt sejtet, mert ezek a hallgatók tudtak jobban visszaemlékezni utolsó múzeumlátogatásukra. Egyfajta átmenetként vizsgáltuk az egyetemi és múzeumi együttműködések a hallgatók szemével: célunk az volt, hogy felderítsük, részt vettek-e egyetemi szervezésű múzeumlátogatáson. A kitöltőkre nem volt jellemző, hogy egyetemi szervezéssel látogattak volna múzeumokat – akik mégis részt vettek ilyen programon, ők főként kurzusokon, tanszéki, kari vagy EHÖK/HÖK szervezéssel jutottak el múzeumba. Ezután áttértünk a múzeumba soha nem járók vizsgálatára. Távolmaradásuk okai között leginkább az időhiányt, a társak hiányát, valamint az őket nem érdeklő kiállítási tartalmakat jelölték meg.

Az egyetemi-múzeumi kurzusokról ismét a teljes mintát kérdeztük: múzeumi jellegű kurzusokon szintén rendkívül kevesen vettek részt. A múzeumi órákat ők pozitívan értékelték, közel 80%-uk ismét részt venne múzeumi jellegű kurzuson. Azok, akik nem jártak még múzeumi órán, alapvetően kíváncsiak lennének az ilyen jellegű lehetőségekre. Múzeumi gyakornoki és önkéntes lehetőségről viszonylag kevés megkérdezett tudott: körülbelül egyharmaduk hallott már ezekről a lehetőségekről, ugyanakkor ennél magasabb arányban vennének részt gyakornoki vagy önkéntes múzeumi munkában.

Munkánk során kihívást jelentett számunkra, hogy a témában Magyarországon még nem készült nagymintás vizsgálat, ugyanakkor ez lehetőséget is biztosított újfajta eredmények feltárására. Kutatásunkban rá tudtunk mutatni a legfontosabb problémákra az egyetemisták és a múzeumok viszonyában: a nem megfelelő kínálat, kommunikáció és intézményi jellegű együttműködések hiányának következményeire. A külföldi és kettős magyar állampolgárságú hallgatók múzeumképével kapcsolatos tényezőket még egyetlen hazai kutatásban sem vizsgálták ilyen részletességgel, így ezen fontos célcsoportok közelebbi megismerését, múzeumképük feltárását a dolgozat egyik fontos újításának tekintjük. Szintén novumnak tekinthető az, hogy az egyetemisták oldaláról, a háttér- és egyéb befolyásoló tényezők alapján vizsgáltuk a hallgatók múzeumokkal kapcsolatos attitűdjét, mélyebb statisztikai elemzések segítségével. A korábbiakban az ilyen jellegű kutatások jellemzően kvalitatív (interjú, fókuszcsoport) típusúak voltak, a kvantitatív kutatások pedig nem bizonyultak alkalmasnak mélyebb, összetettebb tanulságok megfogalmazására.

Fontos kiemelnünk kutatásunk limitációit: vizsgálatunk ugyanis nem reprezentatív, nem tudtuk teljes körűen elérni a Szegedi Tudományegyetem hallgatóit. Tényfeltáró,

problémamegfogalmazó kutatás megvalósítására törekedtünk, így a vizsgálatnak nem volt célja általános, minden szereplőre érvényes következtetések levonása.

További vizsgálatok szükségesek a pontosabb és mélyebb eredmények megfogalmazásához: újabb nagymintás kérdőíves kutatások nem csak a szegedi, hanem más vidéki nagy egyetemek tekintetében is. Fontosnak tartjuk további kvalitatív vizsgálatok elvégzését is a válaszok mögött rejlő okok pontosabb feltáráshoz, majd ez alapján egy módosított kérdőív segítségével újabb kutatások megvalósítása lenne célszerű. Mindemellett hasznosnak bizonyulhatna a múzeumok és egyetemek kapcsolata szempontjából a múzeumi célokat, érdekeket közelebbről is megvizsgálni, azaz nagymintás kvantitatív kutatások segítségével a hazai múzeumi szféra véleményét, gyakorlatait feltárni az egyetemista közönség megszólításával kapcsolatban.

Összességében úgy gondoljuk, hogy jelen kutatás eredményei a jövőben hasznosulhatnak az egyetemi-múzeumi együttműködések tekintetében, a múzeumok egyetemista közönség számára nyújtott kínálatának kapcsán. Bízunk benne, hogy jelen és további kutatások eredményei hozzájárulhatnak az egyetemistákban élő pozitív múzeumkép széleskörű kialakításához, megerősítéséhez, s így a múzeumok segítségükre lehetnek szakmai kompetenciájuk fejlesztésében, egyúttal megfelelő szabadidős tereket is nyújthatnak számukra.

Summary

The subject of this thesis is the cultural consumption of university students, their image of museums, their attitudes towards museums, their habits of going to museums, their ideas of learning museums and the reasons for their absence from museums, based on different background factors, in the University of Szeged. The main aim of our primary research was to investigate the students' perception of museums, their cultural and museum consumption characteristics, the reasons for visiting museums and staying away from museums, and the use of museums as learning spaces in relation to Hungarian, dual Hungarian and foreign students studying at the University of Szeged.

In the theoretical part of our dissertation, we presented the transformation of museums and the new visitor roles and expectations, the various forms of learning in museums. We examined the question of cultural capital and the existence of intellectualism and took a closer look at special actors in the university sphere, such as foreign students and those with dual Hungarian citizenship. We also focused on presenting the relationship between university students and museums, examining it from institutional and individual perspectives: various possibilities for cooperation between universities and museums, students' perspectives on museums, their motivations, museum visiting habits and leisure activities, as well as their sources of museum-related information.

In the empirical part of our dissertation we presented the research questions, the hypotheses and the methodology of the research. Our survey examined 450 active full-time students. Our aim in analysing was to ensure methodological diversity. This study is not representative: we aimed to carry out a fact-finding, problem-formulating study, so the study was not intended to draw general conclusions for everyone.

Our research revealed that the cultural consumption activity of the students surveyed can be considered moderate, with a low proportion of regular museum-goers. After taking into account the background variables, we found that place of residence has a strong influence on culture and museum consumption, i.e. students from larger municipalities are more active consumers of culture and museums. The effect of gender is not significant, but parental cultural consumption has a strong effect on students' cultural and museum consumption attitudes. Our results indicate that online and social programmes are the most important drivers of leisure consumption patterns.

In terms of citizenship, we found that students with foreign and dual Hungarian citizenship have the strongest parental cultural background, while the topic of frequency of museum visits also yielded results contrary to previous studies. Students with dual Hungarian

citizenship were the least active museum-goers - a phenomenon we suspected to be due to the high proportion of students from small settlements in Vojvodina, who find it difficult to access museum institutions. In terms of economic situation, our research indicated a clear preference for students of foreign nationality.

The students interviewed think of the role of public collections in a basically traditional way, but they do not only have a negative image: they also associate positive thoughts with museums and their museum memories. Among the motivating factors for visiting museums, the strongest were found in our research to be recreation, learning new things and learning about the culture of another country or city.

The main reasons why respondents do not visit museums are that they do not have enough free time, do not have anyone to go with, are not interested in the exhibitions and find public collections boring, but they are not deterred by the cost of tickets and by museums being further away from their homes. Only a fraction of the museum information reaches the students surveyed. They access this information mostly through their network of contacts and social media, and posters are also good sources of museum information.

Our research found that childhood experiences of museums were largely positive, so that later museum visits were not typically influenced by negative experiences. At the same time, we found that those who visited museums more frequently in childhood with their families also became more active museum visitors in adulthood.

Among the respondents, those who attended museum classes more often outside of university were also more likely to be frequent museum visitors. The museum courses were positively evaluated by respondents, and even those who had not yet taken a museum course were interested in attending the courses. We found positive attitudes towards both internships and volunteering in museums.

Comprehensive studies and large-scale surveys on students' attendance or absence from museums have not been carried out in Hungary, so we hope that our results and conclusions will be useful in the future for university-museum cooperation in terms of the offer of museums to the university public.

Hivatkozott dokumentumok

1997. évi CXL. törvény a muzeális intézményekről, a nyilvános könyvtári ellátásról és a közművelődésről, 37/A. §. Elérhető: <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=99700140.tv>.
Letöltés időpontja: 2023. január 22.

Cultural Learning Alliance (2011). Elérhető:
<http://www.culturallearningalliance.org.uk/policy-and-practice-round-up-april-2011.aspx>
Letöltés időpontja: 2017. március 22.

Győri Egyházmegyei Kincstár és Könyvtár (2017). Elérhető:
<http://www.gyor.egyhazmegyeikincstar.hu/> Letöltés időpontja: 2017. június 20.

ICOM (International Council of Museums) (1986). *Szakmai etikai kódex*. Buenos Aires.
Elérhető: <http://icom.museum/the-governance/general-assembly/resolutions-adopted-by-icoms-general-assemblies-1946-to-date/buenos-aires-1986/> Letöltés időpontja: 2017. június 2.

ICOM (International Council of Museums) (1990). *ICOM Statues: Code of Professional Ethics*.
Párizs: ICOM.

Instagram statisztikák, 2021 (2023). Elérhető: <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-hungary/2021/01/> Letöltés időpontja: 2023. szeptember 2.

International Student Union Szeged (2023). Elérhető: <http://www.med.u-szeged.hu/fs/international-student/international-student> Letöltés dátuma: 2023. március 21.

KSH (2023). *Külföldi hallgatók száma országok szerint, 2021*. In: ksh.hu Elérhető:
statinfo.ksh.hu/Statinfo/QueryServlet?openLink=28692d139e1791aa954fd5ed7949a4ef864ac3f07b902ea023c39c11f5cb4ef9 Letöltés időpontja: 2023. augusztus 29.

Magyar Múzeumok (2016). *Az év múzeuma 2015: Szent Bertalan-templom Kincstára, Gyöngyös*. Elérhető:
http://archiv.magyar-muzeumok.hu/kiallitas/3295_az_ev_muzeuma_2015_szent_bertalan-templom_kincstara_gyongyos Letöltés időpontja: 2017. június 20.

Memorandum az egész életen át tartó tanulásról (2000). Elérhető: <https://docplayer.hu/400652-Memorandum-az-egesz-eleten-at-tarto-tanulasrol.html> Letöltés időpontja: 2023. szeptember 2.

Móra Ferenc Múzeum (2023a). *Programok*. Elérhető:
<https://moramuzeum.hu/kategoriak/programok/> Utolsó letöltés időpontja: 2023. február 10.

Móra Ferenc Múzeum (2023b). *Kiállítások*. Elérhető:
<https://moramuzeum.hu/kategoriak/kiallitasok/> Utolsó letöltés időpontja: 2023. február 10.

Múzeumi és könyvtári fejlesztések mindenkinek (2023). In: Szabadtéri Néprajzi Múzeum – Múzeumi Oktatási és Módszertani Központ. Elérhető: <https://mokk.skanzen.hu/a-projektrol-roviden.html> Letöltés időpontja: 2023. január 30.

Püspöki KincsTár Pécs (2017). Elérhető: <http://pecsiegyhazmegye.hu/latnivalok/kincstar> Letöltés időpontja: 2017. június 20.

Szeged-Csanádi Egyházmegyei Múzeum és Kincstár (2017). Elérhető: <http://www.szeged-csanad.hu/index/article/a/kozgyujtemenyek#t> Letöltés időpontja: 2017. június 20.

SZTE BTK HÖK Facebook oldala (2022). Elérhető: <https://www.facebook.com/events/7447698138635246> Letöltés időpontja: 2022. október 13.

Hivatkozott irodalom

- Adams, M., & Moussouri, T. (2002). The Interactive Experience: Linking Research and Practice. In: *Interactive Learning in Museums of Art and Design, 17–18 May 2002. Konferenciakötet*. Elérhető: http://media.vam.ac.uk/media/documents/legacy_documents/file_upload/5748_file.pdf Letöltés időpontja: 2023. március 30.
- Akdeniz, H., Simsek, S., Kavi, O., Uzuner, M., & Sekban, G. (2018). Levels of Satisfaction with Leisure Time in Foreign Students. In: *Journal of Education and Training Studies*, 6 (3a), 88–97.
- Allen, S. (2004). Designs for learning: Studying science museum exhibits that do more than entertain. In: *Science Education*, 88(S1), S17–S33.
- Allen, S., & Gutwill, J. (2009). Creating a Program to Deepen Family Inquiry at Interactive Science Exhibits. In: *Curator: The Museum Journal*, 52(3), 289–306.
- Andor, M. (1999). A könyv mint kulturális tőke mutatója. In: *Iskolakultúra*, 9(11), 62–70.
- Andrásné Marton, Zs. (2016). A múzeum mint az egész életen át tartó tanulás kultúraközvetítés bázisa. In: *Tudásmenedzsment*, 16(1. különszám), 172–177.
- Andrássy, M. & Vitányi, I. (1979). *Ifjúság és kultúra: A fiatalok kulturális, művészeti magatartása*. Budapest: Kossuth.
- Anheier, H. K., Gerhards, J. & Romo, F. J. (1999). A tőke és a társadalmi struktúra formái a kulturális mezőkben: Bourdieu társadalmi tipográfiájának vizsgálata. In: Lengyel, Gy. & Szántó, Z. (szerk.), *Tőkefajták*. Budapest: Aula, 177–206.

- Arnold-Foster, K. & Speight, C. (2012). Museums and higher education: a context for collaboration. In: Cook, B., Reynolds, R. & Speight, C. (szerk.), *Museums And Design Education: Looking To Learn, Learning To See*. Surrey: Ashgate Publishing, 1–10.
- Arts Council England (ACE) (2011). *Culture, Knowledge and Understanding: Great Museums and Libraries for Everyone – A Companion Document to Achieving Great Art for Everyone*. London: Arts Council England.
- Árva, L. & Sipos, Z. (2012). Adalékok a posztmodern turizmusmarketing értelmezéséhez. in: *Vezetéstudomány*, 43(6), 32–40.
- Atkinson, R. L., Atkinson, R. C., Smith, E. E., Bem, D. J. & Nolen-Hoeksema, S. (1999). *Pszichológia*. Budapest: Osiris Kiadó.
- Bajzát, T. (2015a). Külföldi hallgatók interkulturális tapasztalatai Magyarországon és a Miskolci Egyetemen. In: *Alkalmazott Nyelvészeti Közlemények*, 10(1), 9–18.
- Bajzát, T. (2015b). Az interkulturális kommunikáció verbális és nem verbális akadályai külföldi hallgatók magyarországi tapasztalatai alapján. In: *Alkalmazott Nyelvészeti Közlemények*, 10(1), 258–269.
- Bauer, B., Pillók, P., Ruff, T., Szabó A., Szanyi F. E., & Székely, L. (2016). *Ezek a mai magyar fiatalok! A Magyar Ifjúságkutatás 2016 első eredményei*. Budapest: Új Nemzedék Központ.
- Bautista, S. S. (2012). *The changing nature of museology in the digital age: Case studies of situated technology praxis in U.S. art museums. Unpublished doctoral dissertation*. Los Angeles: University of Southern California.
- Bazsa, Gy. (2004). 21. századi műveltségkép felsőoktatási tükrében. In: *Educatio*, 13(2), 267–278.
- Beck, U. (2003). *A kockázat-társadalom*. Budapest: Andorka Rudolf Társadalomtudományi Társaság – Századvég Kiadó.
- Beckmann, E. A. (2013). Internships in Museum Studies: Learning at the Interface. In: Boddington, A., Boys, J. & Speight, C. (szerk.), *Museums and Higher Education Working Together. Challenges and Opportunities*. Surrey: Ashgate. 39–54.
- Béla-Csovcsics, A. & Kéri, A. (2017). Különbségek és hasonlóságok a magyar és külföldi felsőoktatásban tanuló hallgatók önkéntes tevékenysége és motivációja között. In: Bányai, E., Lányi, B. & Töröcsik, M. (szerk.), *Tükröződés, társtudományok, trendek, fogyasztás : Egyesület a Marketing Oktatásért és kutatásért (EMOK) XXIII. országos konferencia: Tanulmánykötet*. Pécs: Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar (PTE KTK), 573–583.

- Bell, N. (2011). Gondolatok a tanulásról és a tárgyakról. In: Vásárhelyi, T. & Kárpáti, A. (szerk.), *Múzeumi tanulás*. Budapest: Typotex, 105–111.
- Berács, J. & Malota, E. (2011). Megéri hozzánk jönni tanulni? In: *Educatio*, 20(2), 220–234.
- Binni, G. & Pinna, G. (1986). *A múzeum. Egy kulturális gépezet története és működése a XVI. századtól napjainkig*. Budapest: Gondolat Kiadó.
- Bitgood, S. (2013). *Attention and Value. Keys to Understanding Museum Visitors*. Walnut Creek: Left Coast Press.
- Black, G. (2005). *The Engaging Museum: Developing Museums for Visitor Involvement*. London: Routledge.
- Blaskó, Zs. (1998). Kulturális tőke és társadalmi reprodukció. In: *Szociológiai Szemle*, 8(3), 55–81.
- Blaskó, Zs. (2002). Kulturális reprodukció vagy kulturális mobilitás? In: *Szociológiai Szemle*, 12(2), 3–27.
- Bocsi, V. (2008). A gazdasági és a kulturális tőke hatása a hallgatói időfelhasználásra. In: *Iskolakultúra*, 18(11–12), 118–128.
- Bocsi, V. (2014a). *Felsőoktatásban tanuló fiatalok idő-felhasználási mintázatai*. Elérhető: <https://docplayer.hu/164560-Felsooktatásban-tanulo-fiatalok-ido-felhasznalasi-mintazatai.html> Letöltés időpontja: 2021. április 3.
- Bocsi, V. (2014b). „Hawaii, dizsi, lámpafény”. A buli jelenségek köre a campusok világában. In: Fényes, H. & Szabó, I. (szerk.), *Campus-lét a Debreceni Egyetemen. Ifjúságszociológiai tanulmányok*. Debrecen: Debreceni Egyetemi Kiadó, 215–230.
- Bocsi, V. (2019). Hallgatók értelmiségképe. In: *Szociológiai Szemle*, 29(2), 94–111.
- Bocsi, V. (2022). *Értelmiségképzés és felsőoktatás*. Szeged: Belvedere Meridionale.
- Bocsi, V., Fényes, H. & Markos, V. (2023). A szabadidő-felhasználás és az önkéntesség kapcsolatának vizsgálata a magyarországi fiatalok körében. In: *Önkéntes Szemle*, 3(1), 25–56.
- Boddington, A., Boys, J. & Speight, C. (szerk.) (2013). *Museums and Higher Education Working Together: Challenges and Opportunities*. Surrey: Ashgate Publishing.
- Bodnár, D. (2019). Múzeumi látogatói élmény. In: *Turizmus Bulletin*, 19(3), 38–51.
- Bodnár, D., Jászberényi, M. & Ásványi, K. (2017). Az új muzeológia megjelenése a budapesti múzeumokban. In: *Turizmus Bulletin*, 17(1–2), 45–55.
- Bourdieu, P. (1997). Gazdasági tőke, kulturális tőke, társadalmi tőke. In: Angelusz, R. (szerk.), *A társadalmi rétegződés komponensei*. Budapest: Új Mandátum, 156–177.

- Boys, J. (2012). Creative Differences: Destructing The Conceptual Learning Spaces of Higher Education and Museums. In: Cook, B., Reynolds, R. & Speight, C. (szerk.), *Museums And Design Education: Looking To Learn, Learning To See*. Ashgate Publishing, 43–60.
- Boys, J., Boddington, A. & Speight, C. (szerk.) (2013). Conclusion. Opportunities for the Future. In: Boddington, A., Boys, J. & Speight, C. (szerk.), *Museums and Higher Education Working Together. Challenges and Opportunities*. Surrey: Ashgate, 169–188.
- Böcskei, E., Bács, Z., Kovács, B., Tarnóczy, T. & Fenyves, V. (2019). A nemzetközi diplomamobilitás stratégiai irányvonalai – a Magyarországon tanulmányokat folytató külföldi hallgatók motiváció, valamint a külföldi tanulmányokat befolyásoló tényezők vizsgálata. In: *Competitio*, 18(1–2), 3–38.
- Bradburne, J. M. (2001). A New Strategic Approach to the Museum and its Relationship to Society. In: *Museum Management and Curatorship*, 19(1), 75–84.
- Brida, J. G., Nogare, C. D. & Scuderi, R. (2017). Learning at the Museum. In: *Tourism Economics*, (23)2, 281–294.
- Brown, S. (2013): Learning Activities, Learning Outcomes and Learning Theory. In: Boddington, A., Boys, J & Speight, C. (szerk.). *Museums and Higher Education Working Together. Challenges and Opportunities*. Surrey: Ashgate, 27–38.
- Burány, K. (2014). Múzeumpedagógia. In: *Híd*, 2014(9–10), 60–69.
- Burcaw, G. E. (1997). *Introduction to Museum Work*. Walnut Creek: AltaMira Press.
- Calcagnini, S. (2011). A múzeumok szerepe és a tudomány a társadalomban. In: Vásárhelyi, T. & Kárpáti, A. (szerk.), *Múzeumi tanulás*. Budapest: Typotex, 68–73.
- Camarero, C., Garridoa, M. J. & Vicente, E. (2015). Achieving effective visitor orientation in European museums. Innovation versus custodial. In: *Journal of Cultural Heritage*, 16(2), 228–235.
- Castro, C. M. & Levy, D. C. (2001). Four Functions of Higher Education. In: *International Higher Education*, 2001(23), 5–6.
- Chatterjee, H. J. (2011). *Object-based learning in higher education: The pedagogical power of museums*. International Committee for University Museums and Collections (UMAC) Proceedings 3. Elérhető: <http://edoc.hu-berlin.de/umacj/2010/chatterjee-179/PDF/chatterjee.pdf> Letöltés időpontja: 2017. május 11.
- Chen, J. C. H. (2016). Taiwanese Young Adults' Attitudes Toward Museum Visiting. In: Mastandrea, S. & Maricchiolo, F. (szerk.), *The Role Of The Museum In The Education Of Young Adults. Motivation, Emotion And Learning*. Roma: Roma TrE-Press, 165–172.
- Chen, Y. C. (2004). *Educating art museums professionals: The current state of museum studies programs in the United States*. PhD thesis, Florida State University. Elérhető:

- <http://etd.lib.fsu.edu/theses/available/etd-07132004-121102/> Letöltés időpontja: 2017. február 4.
- Clarke, P. (2001). *Museum Learning on Line*. London: Resource, The Council for Museums, Archives and Libraries.
- Coleman, J. S. (1998). A társadalmi tőke az emberi tőke termelésében. In: Lengyel, Gy. & Szántó, Z. (szerk.). *Tőkefajták*. Budapest: Aula, 11–44.
- Combs, A. A. (1999). Why do they come? Listening to visitors at a decorative arts museum. In: *Curator: The Museum Journal*, 42(3), 186–197.
- Cook, B. & Speight, C. (2012). Bridging Perspectives – Approaches to Learning In Museums and Universities. In: Cook, B., Reynolds, R. & Speight, C. (szerk.), *Museums And Design Education: Looking To Learn, Learning To See*. Surrey: Ashgate Publishing, 29–42.
- Cremin, K. (2013). “*Why museums must start listening*”. The Guardian – Culture Professional Network. Elérhető: <http://www.guardian.co.uk/cultureprofessionals-network/culture-professionals-blog/2013/mar/26/museum-listeningcommunity-radio> Letöltés időpontja: 2016. március 9.
- Cubillo, J. M., Sánchez, J. & Cerviño, J. (2006). International Students' Decision-Making Process. In: *The International Journal of Educational Management*, 20(2), 101–115.
- Czerwionka, L., Artamonova, T. & Barbosa M. (2015). Intercultural knowledge development. Evidence from student interviews during short-term study abroad. In: *International Journal of Intercultural Relations*, 49(1), 80–99.
- Csehné Papp, I. (2012). A hazai felsőoktatásban résztvevő határon túli magyar hallgatók munkaerőpiaci elképzelései. In: *Közép-Európai Közlemények*, 5(2), 188–197.
- Dancs, K. & Kinyó, L. (2013). Az állampolgári aktivitást befolyásoló kulturális tőke személyes dimenziójának indikátorai. Az intézmények iránti bizalom és a bevándorlók iránti attitűdök. In: *Iskolakultúra*, 23(7–8), 17–30.
- Danka, B. (szerk.) (2010). *Migráció a felsőoktatásban. Kutatási tanulmány a magyarországi felsőoktatásban tanuló harmadik országbeli állampolgárokról*. Budapest: Bevándorlási és Állampolgársági Hivatal.
- Davis, G. (1977). Museums In Higher Education. In: *Journal Of Aesthetic Education*, 11(1), 11–114.
- Dawson, J. & Gilmore, A. (2009). *Shared Interest: Developing Collaborations, Partnerships and Research Relationships between Higher Education, Museums, Galleries and Visual Arts Organisations in the North West*. Renaissance North West: eScholar.

- de Botton, A. (2011). „*A point of view: Why are museums so uninspiring?*”. Broadcast on BBC Radio 4. BBC News Magazine, 28 January 2011. Elérhető: <http://www.bbc.co.uk/news/magazine-12308952> Letöltés időpontja: 2016. január 9.
- Dewey, J. (1912), *Az iskola és a társadalom*. Budapest: Lampel R. Kk. Könyvkiadó Vállalata.
- Dewey, J. (1976): Pedagógiai hitvallásom. In: Vágh, O. (szerk.), *A nevelés jellege és folyamata*. Budapest: Tankönyvkiadó, 97–112.
- Diplomás Pályakövetési Rendszer – Hallgatói vizsgálat 2021. Kutatási zárótanulmány (2022). Budapest: Oktatási Hivatal – Felsőoktatási Elemzési Főosztály. Elérhető: https://www.felvi.hu/pub_bin/dload/felsooktatasisimuhely/DPR/hallgatoi_vizsgalat_2021_j_elentes.pdf Letöltés időpontja: 2023. január 09.
- Dobos, G. (szerk.) (2011). *A magyar felsőoktatás nemzetköziesedésének folyamata 2. Bologna füzetek 8*. Budapest: Tempus Közalapítvány.
- Domokos, T., Kántor Z., Pillók, P. & Székely, L. (2021). *Magyar fiatalok 2020. Kérdések és válaszok fiatalokról, fiataloktól*. Budapest: Erzsébet Ifjúsági Alap Nonprofit Kft.
- Dudás, K. & Hunyadi, Zs. (2005). *A hagyományos (színház, hangverseny, kiállítás) és a modern tömegkultúra (mozi, könnyűzenei koncert) helye és szerepe a kulturális fogyasztásban. Találkozások a kultúrával 6*. Budapest: Magyar Művelődési Intézet.
- Dudzinska-Przesmitzki, D. & Grenier, R. S. (2008). Nonformal and informal adult learning in museums: A literature review. In: *Journal of Museum Education*, 33(1), 9–22.
- Dukai, E. (2019). Egyetemválasztás és elégedettségi vizsgálat a Pécsi Tudományegyetemen tanuló külföldi fiatalok körében. In: *Köztes Európa*, 11(1), 93–113
- Durkó, M. (1998). *Társadalmi kihívások és a felnőttnevelés funkciói*. Pécs: JPTE Felnőttképzési és Emberi Erőforrás Fejlesztési Intézete.
- Durkó, M. (1999a). *A felnőttnevelés és népművelés pszichológiai és andragógiai kérdései. Szöveggyűjtemény külföldi szakirodalmakból*. Budapest: Nemzeti Tankönyvkiadó.
- Durkó, M. (1999b). *Andragógia. A felnőttnevelés és közművelődés új útjai*. Budapest: Magyar Művelődési Intézet.
- Dusa, Á. R. (2020). *Hallgatók nemzetközi mobilitása a XXI. század elején*. Debrecen: Debreceni Egyetemi Kiadó.
- Éber, M. Á. (2007). *Élménytársadalom. Gerhard Schulze koncepciójának tudás- és társadalomelméleti összefüggéseiről*. Budapest: ELTE Társadalomtudományi Kar.
- Éber, M. Á. (2008). Túl az élménytársadalmon? – Avagy az élménytársadalom másfél évtizede. In: *Szociológiai Szemle*, 2008(1), 78–105.
- Ébli, G. (2005). *Az antropologizált múzeum*. Budapest: Typotex.

- Egron-Polak, E. & Hudson, R. (2014). *Internationalization of Higher Education: Growing expectations, fundamental values. IAU 4th Global Survey*. Elérhető: <https://www.iau-aiu.net/IMG/pdf/iau-4th-global-survey-executive-summary.pdf> Letöltés időpontja: 2023. február 4.
- Ellenbogen, K.M., Luke, J.J. & Dierking, L.D. (2004). Family learning research in museums: An emerging disciplinary matrix? In: *Science Education*, 88(S1), S48–S58.
- Engler, Á. & Márkus, E. (2016). A formális és nem formális tanulás térségi vetületei. In: *Educatio*, 27(2), 170–183.
- Engler, Á. & Németh, N. V. (2012). Fiatal értelmiségiek művelődési magatartása, In: Buda, A. & Kiss, E., (szerk.), *VII. Kiss Árpád Emlékkonferencia: Interdiszciplináris pedagógia és a felsőoktatás alakváltozásai*. Debrecen: Debreceni Egyetem Neveléstudományok Intézete, 138–151.
- Eőry, M. (szerk.) (1981). *Múzeumpedagógiai segédkönyv*. Budapest: Múzeumi Restaurátor- és Módszertani Központ.
- Erdei, I. (2005). Hallgatói mobilitás a Kárpát-medencében. In: *Educatio*, 14(2), 334–359.
- Falk, J. & Dierking, L. D. (1992). *The museum experience*. Washington: Whalesback Books.
- Falk, J. & Dierking, L. D. (2000). *Learning from Museums. Visitor Experiences and the Making of Meaning*. Walnut Creek: AltaMira.
- Falk, J. & Dierking, L. D. (2002). *Lessons without Limit: How Free-Choice Learning is Transforming Education*. Walnut Creek: AltaMira Press.
- Falk, J. (1993). *Leisure decisions influencing African American use of museums*. Washington D.C.: American Association of Museums.
- Falk, J. (2006). An identity-centered approach to understanding museum learning. In: *Curator: The museum journal*, 49(2), 151–166.
- Featherstone, M. (1991). *Postmodernism and Consumer Culture*. London: Sage.
- Fehér, É. (1998). Múzeumpedagógiai műhelyek. In: *Educatio*, 7(4), 792–797.
- Fejős, Z. (2008). Az egzotikum felé – közelítések, perspektívák. In: Fejős, Z. & Pusztai, B. (szerk.), *Az egzotikum*. Budapest – Szeged: Néprajzi Múzeum – Szegedi Tudományegyetem Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék, 7–22.
- Fekete, M. & Prazsák, G., (2014). Kulturális kasztrendszer: Autonómia és közösségiség szerepe a fiatalok kulturális aktivitásában. In *Másodkézből – Magyar Ifjúság 2012*. Budapest: Kutatópont, 195–218. Elérhető: http://real.mtak.hu/16235/7/jav_fekete_prazsak_kasztrendszer.pdf Letöltés időpontja: 2019. április 3.

- Fényes, H. & Pusztai, G. (2004). A kulturális és a társadalmi tőke kontextuális hatásai az iskolában. In: *Statisztikai Szemle*, 82(6-7), 567–582.
- Fényes, H. (2004). Kárpátaljai és partiumi felsőoktatási hallgatók anyagi és kulturális tőkéi. In: *Educatio*, 13(2), 305–308.
- Fényes, H. (2005). Hallgatók határon innen és túl. In: Pusztai, G. (szerk.), *Régió és oktatás európai dimenzióban*. Debrecen: Doktoranduszok Kiss Árpád Közhasznú Egyesülete, 152–162.
- Fényes, H., (2010). *A nemi sajátosságok különbségének vizsgálata az oktatásban. A nők hátrányainak felszámolódása?* Debrecen: Debreceni Egyetemi Kiadó.
- Fisher, S. (1990). *Bringing History and the Arts to a New Audience*. London: Suzie Fisher Group.
- Foghtúy, K. (1993). Pedagógia, művészetpedagógia, múzeumpedagógia. In: *Iskolakultúra*, 3(21–22), 39–47.
- Forray, R. K., & Juhász, E. (2009). A felnőttkori autonóm tanulás és tudáskorrekciós elköteleződés. In: Forray, R. K. & Juhász, E. (szerk.), *Nonformális – informális – autonóm tanulás*. Debrecen: Debreceni Egyetem, 12–37.
- Friedlaender, L. (2013). Enhancing Observational Skills: A Case Study. Collaboration between a University Art Museum and Its Medical School. In: Boddington, A., Boys, J. & Speight, C. (szerk.), *Museums and Higher Education Working Together. Challenges and Opportunities*. Surrey: Ashgate, 147–158.
- Füstös, L. & Szokolczai, Á. (1994). Értékek változásai Magyarországon, 1978-1993. Kontinuitás és diszkontinuitás a kelet-közép-európai átmenetben. In: *Szociológiai Szemle*, 4(1), 57–90.
- Gabriel, Y. (2000). *Storytelling in Organizations. Facts, Fictions, and Fantasies*. Oxford: Oxford University Press.
- Gálik, M. & Urbán, Á. (2014). *Médiagazdaságtan*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Ganz Blythe, S. (2013). Keeping Good Company: Art Schools and Museums. In: Boddington, A., Boys, J. & Speight, C. (szerk.), *Museums and Higher Education Working Together. Challenges and Opportunities*. Surrey: Ashgate, 83–90.
- Gazsó, O. (2014). Múzeumi kihívások itthon. Szerbiai múzeumi körkép. In: *Híd*, 2014(9–10), 45–59.
- Gellért Albert Múzeum (2023). Elérhető: <http://www.med.u-szeged.hu/anatomy/intezet>
Letöltés időpontja: 2023. március 2.
- Giddens, A. (2006). *Modernity and Self-Identity. Self and Society in the Moderns Age*. Cambridge: Polity Press.

- Glass, S. C. (2014). Perception of Misbehavior: Understanding the Process of Labeling and the Role of Cultural Capital in the Disciplinary Process. In: *The Urban Review*, 46(3), 372–394.
- Gofman, A., Moskowitz, H. & Mets, T. (2011). Marketing Museums and Exhibitions: What Drives the Interest of Young People. In: *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 20(6), 601–608.
- Gombos, Sz. (2011). Kultúra és marketing a 21. században – a múzeumok szerepe az egyetemista hallgatók életében. In: Fojtik, J. (szerk.), *Felelős marketing - A Magyar Marketing Szövetség Marketing Oktatók Klubja 17. országos konferenciájának előadásai*. Pécs: Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar, 879–888.
- Gordos, Á. (2000). A kulturális és a társadalmi tőke szerepe az általános iskolás cigány gyermekek iskolai előmenetelében. In: *Új Pedagógiai Szemle*, 50(7–8), 93–101.
- Gödri, I. (2004). Etnikai vagy gazdasági migráció? Az erdélyi magyarok kivándorlását meghatározó tényezők az ezredfordulón. In: *Erdélyi Társadalom*, 2(1), 37–54.
- Griffin, J. (2004). Research on students and museums: Looking more closely at the students in school groups. In: *Science Education*, 88(S1), S59–S70
- Guo, K., Fan, A., Lehto, X., & Day, J. (2023). Immersive digital tourism: the role of multisensory cues in digital museum experiences. In: *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 47(6), 1017–1039.
- Györfyné Kukoda, A. (2012). Felsőoktatás: a pedagógia és az andragógia határán. In: *Felnőttképzési Szemle*, 6(2), 15–23.
- György, P. (2003). *Az eltörölt hely – A Múzeum*. Budapest: Magvető Kiadó.
- Hadnagy-Portik, P. & Káldy, M. (2019). *Dióhéjban a mintaprojektekről. Múzeumi mintaprojekt útmutató. Staféta füzetek I.* Szentendre: Szabadtéri Néprajzi Múzeum Múzeumi Oktatási és Módszertani Központ.
- Hannan, L., Duhs, R. & Chatterjee, C. (2013). Object-Based Learning: A Powerful Pedagogy for Higher Education. In: Boddington, A., Boys, J. & Speight, C. (szerk.), *Museums and Higher Education Working Together. Challenges and Opportunities*. Surrey: Ashgate, 159–168.
- Hatházi, G. (1991). *Muzeológiai alapismeretek*. Budapest: Magyar Nemzeti Múzeum.
- Hatos, P. (2012). Nemzetközi mobilitási stratégiák és megközelítések, a magyar Campus Hungary program alapjai. In: *“Magyar felsőoktatás 2011.” Hazai vitakérdések - nemzetközi trendek. NFKK FÜZETEK 9.* Budapest: Nemzetközi Felsőoktatási Kutatások Központja.

Elérhető:

<http://nfkk.uni->

- Heath, C. & vom Lehn, D. (2008). Configuring “Interactivity”: Enhancing Engagement in Science Centres and Museums. In: *Social Studies of Science*, 38(1), 63–91.
- Hegedűs, A. & Medgyesi, K. (2014). Hogyan hat a 21. században a Munkácsy-imázs? A 2012-es szegedi Munkácsy-kiállítás kommunikációja. In: Bárkányi, I. & F. Lajkó, O. (szerk.), *A Móra Ferenc Múzeum Évkönyve*, Új folyam, 1. Szeged: Móra Ferenc Múzeum, 572–592.
- Hegedűs, A. & Wilhelm, A. (2019). „Évmilliók urai” – A szegedi dinoszaurusz-kiállítás kommunikációs és múzeumpedagógiai módszertana, tapasztalatai. In: Bárkányi, I. & F. Lajkó, O. (szerk.), *A Móra Ferenc Múzeum Évkönyve*. Új folyam, 6. Szeged: Móra Ferenc Múzeum, 427–445. p.
- Hegedűs, A. (2015). A fáraók Egyiptoma. Egy nagyszabású időszak kiállítás kommunikációjának és látogatói összetételének tanulságai. In: Bárkányi, I. & F. Lajkó, O. (szerk.), *A Móra Ferenc Múzeum Évkönyve*. Új folyam, 2. Szeged: Móra Ferenc Múzeum, 459–473.
- Hegedűs, A. (2016a). Egyetemisták és kultúrafogyasztás. Intézményi szintű kultúrakínálat a vidéki egyetemek tekintetében. In: *Tudásmenedzsment*, 17(1), 99–108.
- Hegedűs, A. (2016b). Egyetemisták és/vagy múzeumok? Az egyetemi hallgatók múzeumképe. In: Juhász, E. (szerk.), *A népműveléstől a közösségi művelődésig*. Debrecen: KultúrÁsz Közhasznú Egyesület, Debreceni Egyetem Bölcsészettudományi Kar, Nevelés- és Művelődéstudományi Intézet, 351–361.
- Hegedűs, A. (2016c). Egyetemisták a terepen. Két időszak kiállítás látogatói elégedettségmérésének tanulságai az egyetemi hallgatók szemszögéből. In: Bárkányi, I. & F. Lajkó, O. (szerk.), *A Móra Ferenc Múzeum Évkönyve*. Új folyam, 3. Szeged: Móra Ferenc Múzeum, 337–360.
- Hegedűs, A. (2017a). Blockbuster-kiállítás a Vezúv árnyékából: A szegedi Pompeji-tárlat kommunikációs és látogatottsági aspektusai. In: Bárkányi, I. & F. Lajkó, O. (szerk.), *A Móra Ferenc Múzeum Évkönyve*. Új folyam, 4. Szeged: Móra Ferenc Múzeum 379–393.
- Hegedűs, A. (2017b). 21. századi múzeumpedagógia az egyetemisták szemével. In: *Veritatis Imago*, 1(2), 25–34.
- Hegedűs, A. (2018). Múzeumok a felsőoktatás szolgálatában: Hogyan találhat egymásra a tudományos tanulmányírás módszertana és Munkácsy Mihály? In: Kriston-Vízi, J., (szerk.), *Múzeumi örökség-közösség: Múzeumandragógiai tanulmányok, esszék magyar és nemzetközi nézőpontból*. Kecskemét – Budapest: Katona József Múzeum – Pulszky Társaság Magyar Múzeumi Egyesület Múzeumandragógiai Tagozata, 354–366.

- Hegedűs, A. (2023). Multilingualism, culture, museum learning. In: *Hungarian Educational Research Journal*, 13(3), 443–456.
- Hegedűs, A. (2022, megjelenés alatt). Egyetemista múzeumkép. In: *Veritatis Imago*.
- Hegedűs, Sz. (2014). A kulturális tőke szerepe az olvasóvá nevelésben: Olvasásvizsgálat egy városi és egy falusi iskolában. In: *Könyvtári Figyelő*, 60(3). Elérhető: <http://ki.oszk.hu/kf/2014/10/a-kulturalis-toke-szerepe-az-olasova-nevelésben/> Letöltés időpontja: 2015. november 16.
- Hein, G. H. (1998). *Learning in the Museum*. London: Routledge.
- Henry, C. (2004). The Art Museum And The University In Preservice Education. In: *Art Education*, 57(1), 35–40.
- Hetesi, E. & Kéri, A. (2019). Miért jönnek Magyarországra és mit várnak tőlünk a külföldi hallgatók? Magyarországon tanuló külföldi hallgatók motivációi és elvárásai. In: *Marketing és Menedzsment*, 52(1), 47–65.
- Hooper-Greenhill, E. (1991). *Museum and Gallery Education*. Leicester: Leicester University Press.
- Hooper-Greenhill, E. (2004). Measuring learning outcomes in museums, archives and libraries: The Learning Impact Research Project (LIRP). In: *International Journal of Heritage Studies*, 10(2), 151–174.
- Hooper-Greenhill, E. (2007). *Museums and Education. Purpose, Pedagogy, Performance*. London – New York: Routledge.
- Horváth, D., Nyirő, N. & Csordás, T. (2016). *Médiaismeret*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Höge, H. (2016). Visiting Museums: Some Do and Some Do Not. In: Mastandrea, S. & Maricchiolo, F. (szerk.), *The Role Of The Museum In The Education Of Young Adults. Motivation, Emotion And Learning*. Roma: Roma TrE-Press, 95–120.
- Hsin, J. C. N. (2007). *A Typology Consumption Practices in Museums: Implications for Market Communications of Museums. Paper for ICOM General Conference and MPR Annual Conference*, Vienna. Elérhető: https://icom.museum/fileadmin/user_upload/minisites/mpr/papers/2007-Hsintxt.pdf Letöltés időpontja: 2023. szeptember 21.
- Hubard, O. (2014). Concepts as Context: Thematic Museum Education and its Influence on Meaning Making. In: *International Journal of Art & Design Education*, 33(1), 105–115.
- Huff, E. B. (2010): A kulturális tőke értékéről. In: *Economica: Szolnoki Főiskola tudományos közleményei*, 3(1), 56–69.
- Iguchi, H. (1995). *Environmental education through museums : A case study of the ecology exhibition in the Natural History Museum, London*. London: University of London.

- Elérhető: <http://ethos.bl.uk/OrderDetails.do?uin=uk.bl.ethos.307253> Letöltés dátuma: 2016. március 10.
- Illés, A. & Bodor, P. (2016). Patterns Of Museum Perception In Hungarian University Students. In: Mastandrea, S. & Maricchiolo, F. (szerk.), *The Role Of The Museum In The Education Of Young Adults. Motivation, Emotion And Learning*. Roma: Roma TrE-Press, 185–202.
- Kagan, S. (2001). *Kooperatív tanulás*. Budapest: Ökonet.
- Káldy, M. (2004). 99 múzeum, 99 kérdés. A közművelődési, múzeumpedagógiai szakfelügyelet három éve. In: *Múzeumi Közlemények*, 2004(1), 44–54.
- Káldy, M. (2011). A magyar múzeumi közművelődés és múzeumpedagógia történetéről röviden. In: Vásárhelyi, T. & Kárpáti, A. (szerk.), *Múzeumi tanulás*. Budapest: Magyar Természettudományi Múzeum – Typotex, 30–34.
- Káldy, M. (2020). Partnerségben a felsőoktatással. Múzeum – köznevelési intézmény – felsőoktatási intézmény partneri kapcsolatának rendszere. In: Bereczki, I. & Nagy, M. (szerk.), *Érték, hatás, változás. Írások A mi múzeumunk kiemelt projekt eredményeiről. Múzeumi Iránytű* 29. Szentendre: Szabadtéri Néprajzi Múzeum, 227–250.
- Kántor, Sz. (2019). A kulturális programkínálat megítélése a kultúrafogyasztás tükrében- vizsgálatok Debrecen, Győr és Veszprém egyetemistái körében. In: *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 2021(3), 76–91.
- Kárpáti, A. (2009). Tanuláselméletek és múzeumi tanulás. In: Vásárhelyi, T. & Kárpáti, A. (szerk.), *A múzeumi tanulás kézikönyve*. Budapest: Magyar Természettudományi Múzeum – ELTE PPK Multimédiapedagógiai és Információtechnológiai Központ, 75–80.
- Kárpáti, A. (2011). Az andragógia esélyei a magyar múzeumokban – egy országos múzeumpedagógiai vizsgálat tanulságai. In: Kurta, M. (szerk.), *II. Országos Múzeumandragógiai Konferencia, Budapest, 2011. előadásai*. Elérhető: http://www.hermuz.hu/muzeumandragogia/adatok/hirek/2014/Karpati_Andrea_Andragogia_eselyei_2012_04_03.pdf Letöltés időpontja: 2017. május 14.
- Kasza, G. (2010). Helyzetkép a nemzetközi hallgatói mobilitásról. In: Garai, O. & Horváth, T., Kiss, L., Szép, L. & Veroszta, Zs. (szerk.), *Diplomás pályakövetés IV. Frissdiplomások 2010*. Budapest: Educatio Társadalmi Szolgáltató Nonprofit Kft.
- Kelly, L. (2007). *Visitors and learners: Adult museum visitors' learning identities*. Kézirat. Elérhető: <http://www.australianmuseum.com/uploads/documents/9316/paper%20ceca%202007.pdf> Letöltés időpontja: 2016. augusztus 2.
- Kéri, A. & Hetesi, E. (2016). Külföldi hallgatói motivációk, elvárások és jövőbeli tervek. Miért fontos ezek ismerete a magyar felsőoktatás számára? In: Fehér, A. & Kiss, V. Á., Soós, M.

- & Szakály Zoltán (szerk.), *Hitelesség és értékorientáció a marketingben*. Debrecen: Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar, 245–255.
- Kéri, A. & Révész, B. (2019). What do international students think after they finished their education in Hungary? Post-studies research with students from the field of economics. In: Kovács, G & Rónay, Z. (szerk.), *In Search of Excellence in Higher Education*. Budapest: Budapesti Corvinus Egyetem, 267–284.
- Kéri, A. (2021). Külföldi hallgatók elégedettségét és lojalitását befolyásoló tényezők feltárása a Szegedi Tudományegyetemen. Kizárólag az egyetemi tényezők számítanak? In: *Vezetéstudomány*, 52(8–9), 48–62.
- Kiss, L. (2012). EUROSTUDENT felmérések – a kutatás és a fejlesztés szolgálatában. In: *Felsőoktatási Műhely*, 2012(3), 99–109.
- Kiss, L. (2014). A nemzetközi hallgatói mobilitás strukturális és társadalmi-gazdasági háttértényezőiről. In: *A felsőoktatás szociális dimenziója. A Eurostudent V magyarországi eredményei*. Budapest: Educatio Társadalmi Szolgáltató Nonprofit Kft., 27–38.
- Kleisz, T. (2009). Tanulásméleti keretek az informális tanulás feltérképezésében. In: Forray, R. K. & Juhász, E. (szerk.), *Nonformális – informális – autonóm tanulás*. Debrecen: Debreceni Egyetem, 91–98.
- Knowles, M. (1980). *The modern practice of adult education, revised and updated*. Englewood Cliffs: Prentice Hall Regents.
- Kolb, D. A. (1984). *Experimental Learning*. New Jersey: Prentice Hall – Englewood Cliffs.
- Kolosai, N. (2022). *Anyá, menjünk ma múzeumba! A múzeum mint innovatív kulturális játszótér kisgyerekeknek és családjaiknak*. Budapest: Társadalmi Innovációs Nemzeti Laboratórium, ELTE Tanító- és Óvóképző Kar.
- Koltai, D. & Koltai, Zs. (2005). Felnőttoktatás és múzeumi képzés. In: *Tudásmenedzsment*, 6(1), 75–83.
- Koltai, Zs. (2005). A múzeumok funkcióváltása. In: Thinesse-Demel, J. & Németh, B. (szerk.), *A múzeumok, mint a tanulás helyszínei*. Pécs: PTK-TTK-FEEFI. 5–19.
- Koltai, Zs. (2010a). *A múzeumi kultúraközvetítés pedagógiai és andragógiai szempontú vizsgálata. Doktori (PhD) értekezés*. Veszprém: Pannon Egyetem. Hozzáférés: http://konyvtar.uni-pannon.hu/doktori/2010/Koltai_Zsuzsa_theses_hu.pdf Letöltés ideje: 2017. január 12.
- Koltai, Zs. (2010b). Helyzetjelentés a hazai múzeumpedagógia eredményeiről és kihívásairól. In: *Iskolakultúra*, 2010(3), 107–123.
- Koltai, Zs. (2011). *A múzeumi kultúraközvetítés változó világa. A múzeumi kultúraközvetítés pedagógiai és andragógiai szempontú vizsgálata*. Veszprém: Iskolakultúra.

- Koltai, Zs. (2012). Innováció a múzeumpedagógiai elméletben és gyakorlatban. In: *Új Pedagógiai Szemle*, 62(9–10), 84–91.
- Koltai, Zs. (2021). Együttműködés a múzeumok és a felsőoktatás között – Fejlesztési lehetőségek a felsőoktatás szempontjából. In: *Tudásmenedzsment*, 22(2. Különszám), 47–64.
- Koltai, Zs., Reisz, T. & Kocsis, M. (2021). *Múzeumpedagógiai mintaprojektek. Eredményességvizsgálat és együttműködés a felsőoktatással. Kutatási jelentés II. Múzeumi iránytű 31/2*. Szentendre: Szabadtéri Néprajzi Múzeum Múzeumi Oktatási és Módszertani Központ.
- Koppen, J. K., Lunt, I. & Wulf, C. (2002). *Education in Europe. Cultures, Values, Institutions in Transition*. Berlin: Waxmann.
- Korek, J. & Fejős, I. (1983). *A Magyar Nemzeti Múzeum története*. Budapest: Népművelési Propaganda Iroda.
- Korek, J. (1988). *A muzeológia alapjai*. Budapest: Tankönyvkiadó.
- Kosztá József Múzeum (2023). *Gyöngyhajú lány – OMEGA Kiállítás, Kosztá József Múzeum, Szentes*. Elérhető: <https://kosztamuseum.hu/2018/10/29/omega-kiallitas/> Letöltés időpontja: 2023. szeptember 2.
- Kotler, N. & Kotler, P. (1998). *Museum Strategy and Marketing: Designing Missions, Building Audiences, Generating Revenue and Resources*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Kotler, N. & Kotler, P. (2000). Can museums be all things to all people? Missions, goals, and marketing's role. In: *Museum Managing Curatorships*, 18(3), 271–287.
- Kovács, K. (2011). Szabadidő és sport a Debreceni Egyetemen. In: *Iskolakultúra*, 11(10-11), 147–162.
- Kovács, K. (2018). Magyarországi és határon túli hallgatók egészséggrizikó-magatartását befolyásoló tényezők. In: *Magyar Pedagógia*, 118(1), 27–54.
- Kristóf, L. (2011). *A magyar elitértelmiség reputációja*. Doktori disszertáció. Budapest: BCE Szociológia és Társadalompolitika Intézet. Elérhető: http://phd.lib.uni-corvinus.hu/573/1/Kristof_Luca.pdf Letöltés dátuma: 2017. január 21.
- Kurta, M. (2010). Múzeumandragógia és múzeummediáció. Innovációs törekvések a múzeumi kultúrákövetítésben. In: Kurta, M. & Pató, M. (szerk.), *Az I. Országos Múzeumandragógiai Konferencia válogatott anyaga. A Magyar Nyelv Múzeuma, Széphalom, 2009. május 11-12*. Miskolc – Szentendre: Borsod-Abaúj-Zemplén Megyei Múzeumi Igazgatóság – Szabadtéri Néprajzi Múzeum, 23–55.
- Kurta, M. (2012). *Múzeumandragógia Magyarországon*. Budapest – Szentendre: Pulszky Társaság Magyar Múzeumi Egyesület – Szabadtéri Néprajzi Múzeum.

- Kuttner, Á. (2022). AR és VR technológia oktatási felhasználási lehetőségei a kiállítási kommunikációban. In *Iskolakultúra*, 32(2), 83–94.
- Lannert, J. (2018). *Nemzetközi hallgatók a hazai felsőoktatási intézményekben*. Budapest: Tempus Közalapítvány.
- Laurillard, D. (2002). *Rethinking University Teaching: A Conversational Framework for the Effective Use of Learning Technologies*. London – New York: Routledge Falmer.
- Lencse, M. (2010). Módszertani kérdések a felsőoktatásban. Kooperatív tanulás az egyetemen. In: *Taní-tani: Alternatív iskolai folyóirat*, 52(1), 37–42.
- Liu, W. C. (2008). Visitor Study and Operational Development of Museums. In: *Museology Quarterly*, 22(3), 21–37.
- Locher, P. J. (2016). Comparison of the Perception and Evaluation of Paintings Viewed in the Original versus Reproduction Formats. In: Mastandrea, S. & Maricchiolo, F. (szerk.), *The Role Of The Museum In The Education Of Young Adults. Motivation, Emotion And Learning*. Roma: Roma TrE-Press, 27–34.
- Lopez, L., Daneau, D., Rosoff, S. & Congdon, K. (2008). The individual video experience (iVE): The iPod as an educational tool in the museum. In: *Art Education*, 61(1), 13–18.
- Lord, B. (2007). What is Museum-Based Learning? In: Lord, B. (szerk.), *The Manual of Museum Learning*. Lanham: AltaMira Press, 13–19.
- M. Császár, Zs., Teperics, K. & Köves, K. (2021). Nemzetközi hallgatói mobilitás a magyar felsőoktatásban. In: *Modern Geográfia*, 2021(2), 67–86.
- Mackenna, T. & Janssen, E. (2013). Artist-Led Curatorial Practice: Mediating Knowledge, Experience and Opinion. In: Boddington, A., Boys, J. & Speight, C. (szerk.), *Museums and Higher Education Working Together. Challenges and Opportunities*. Surrey: Ashgate, 103–122.
- Manfredi, L. & Reynolds, R. (2013). Tales from the Coalface. In: Boddington, A., Boys, J. & Speight, C. (szerk.), *Museums and Higher Education Working Together. Challenges and Opportunities*. Surrey: Ashgate, 135–146.
- Markos, V. (2021). Kik a nyertesei az Iskolai Közösségi Szolgáltatnak? Az Iskolai Közösségi Szolgálat iránti pozitív attitűdöket befolyásoló tényezők vizsgálata. In: *Önkéntes Szemle*, 1(1), 69–82.
- Márkus, Zs. (2014). Eljönni. Itt lenni. És visszamenni? A határon túli magyar hallgatók a magyarországi munkaerőpiacon. In: *Educatio*, 24(2), 312–319.
- Marosán, G. (2019). Információstop a külföldi hallgatók felé. A Debreceni Egyetem külföldi hallgatóinak korlátai a kulturális események látogatásakor. In: *Kulturális Szemle*, 2019(1), 132–137.

- Maróti, A. (2014). A pedagógiától távolodó andragógia. In: *Felnőttképzési szemle*, 8(1), 5–13.
- Mastandrea, S., Maricchiolo, F., Bove, G., Carrus, G., Marella, D. & Perucchini, P. (2016). Psychological Aspects Of Museum Visits for Undergraduate Italian Students. In: Mastandrea, S. & Maricchiolo, F. (szerk.), *The Role Of The Museum In The Education Of Young Adults. Motivation, Emotion And Learning*. Roma: Roma TrE-Press, 141–164.
- Máté, A. (2016). Fiatal felnőttek múzeumlátogatási attitűdje a szekszárdi Vármegyeháza példáján. In: *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 1(1), 67–81.
- McMahon, M. (1992). Higher education in a world market: A historical look at the global context of international study. In: *Higher Education*, 24(4), 465–482.
- Medgyesi, K. & Kovács-Krassói, A. (2014). Mi van a fejekben? Múzeum, imázs és az Y-generáció. In: Bárkányi, I. & F. Lajkó, O. (szerk.), *A Móra Ferenc Múzeum Évkönyve*. Új folyam 1. Szeged: Móra Ferenc Múzeum, 551–572.
- Mihály, I. (2003). Felnőttek tanulása és gyakorlati tapasztalatok. In: *Új Pedagógiai Szemle*, 53(10): 121–132.
- Miklós, B., Nagy, Gy. & Karl Máté János (2018). A külföldi egyetemisták szabadidő-eltöltési és térhasználati mintázatai Szegeden. In: *Közép-Európai Közlemények*, (11)2, 54–66.
- Miklósi, M. (2009). Nonformális és informálistanulás elismerése. In: Forray, R. K. & Juhász, E. (szerk.), *Nonformális – informális – autonóm tanulás*. Debrecen: Debreceni Egyetem, 64–69.
- Miotto, E. (2002). Museums and Schools: The case of the National Museum of Science and Technology „Leonardo da Vinci” of Milan. In: Xanthoudaki, M. (szerk.), *A Place to Discover*. Milano: Fondazione Museo Nazionale della Scienza e della Tecnologia Leonardo da Vinci, 43–50.
- Moussouri, T. (1997). *Family Agendas and Family Learning in Hands-on Museums*. Leicester: University of Leicester.
- Mrva, M. & Beke, Zs. (2022). A kulturális ízlés társadalmi összefüggései a szlovákiai magyarok körében. In: *Regio*, 30(1), 94–110.
- Mucsi, A., Malota, E. & Török, A. (2020). Kulturális sokk és pozitív szájreklám – a felsőoktatásban tanuló külföldi hallgatók körében. In: *Vezetéstudomány*, 51(2), 23–31.
- Murányi István (2010). Egyetemisták szabadidős tevékenysége és mentális státusa. In: *Educatio*, 19(2), 203–213.
- Nagy, A. (2001). Kulturális tőke és internethasználat - középiskolás szemmel. In: *Könyv és Nevelés*, 3(3), 14.

- Nagy, M. (2019). Szolgáltató múzeum és minőségmenedzsment. In: Bereczki, I., Nagy, M. & Szu, A. (szerk.), *Szolgáltató Múzeum. Múzeumi Iránytű 19*. Szentendre: Szabadtéri Néprajzi Múzeum Múzeumi Oktatási és Módszertani Központ, 11–28. p.
- Nagy, M. (2020). Minőségi múzeumi szolgáltatások – közönségbarát múzeum. In: Nagy, M. (szerk.), *Fókuszban a közönség – Útmutató a család, gyermek és iskolabarát múzeumi működéshez, a múzeumpedagógia, az önkéntesség és az IKSZ minőségmenedzsmentjéhez*. Szentendre: Szabadtéri Néprajzi Múzeum – Múzeumi Oktatási és Módszertani Központ, 11–30.
- Nagy, M., Pacsika, M. & Szu Annamária (2021). *Múzeum és felsőoktatás. Kutatási jelentés I. Múzeumi iránytű 31/1*. Szentendre: Szabadtéri Néprajzi Múzeum Múzeumi Oktatási és Módszertani Központ.
- Németh, N. V. (2013). Olvasni jó? Egyetemi hallgatók viszonya az olvasáshoz. In: *Metszetek. Társadalomtudományi Folyóirat*, 2(4), 33–53.
- Nielsen, J. K. (2014). *Museum communication: Learning, interaction and experience*. St. Andrews: University of St. Andrews. Elérhető: <https://research-repository.st-andrews.ac.uk/handle/10023/5770> Letöltés dátuma: 2016. március 21.
- Packer, J. & Ballantyne, R. (2005). Solitary vs. Shared: Exploring the Social Dimension of Museum Learning. In: *Curator: The Museum Journal*, 48(2): 177–192.
- Palotainé Simon, I. (2013). A múzeumpedagógiai elmélet alapjai. In: Foghtűy, K. & Szepesházyiné Kurimay, Á. (szerk.), *Múzeumpedagógiai tanulmányok I*. Budapest: ELTE PPK Oktatásmódszertani Központ, 11–18.
- Papházi, J. (2016). A Habsburgok "Kunst- und Wunderkammere" – Százhuszonöt éves a Kunsthistorisches Museum. In: *Múzeumcafé. A múzeumok magazinja*, 10(52), 172–187.
- Pavluska, V. (2014). *Kultúramarketing. Elméleti alapok, gyakorlati megfontolások*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Pavluska, V., Jakopánecz, E. & Töröcsik, M. (2018). *Kultúra. A magyar lakosság kultúrával kapcsolatos beállítódása és követett magatartása generációs szemléletű vizsgálattal*. EFOP-3.6.1-16-2016-00004. Pécs: PTE KTK. Elérhető: https://ktk.pte.hu/sites/ktk.pte.hu/files/images/tudomany/rendezvenyek/fogyasztas/efop_generaciok_alaptanulmany_kultura_2018_0.pdf Letöltés időpontja: 2023. április 3.
- Pekarik, A. J. & Mogel, B. (2010). Ideas, objects, or people? A Smithsonian exhibition team views visitors anew. In *Curator: The Museum Journal*, 53(4), 465–482.
- Pekarik, A. J., Schreiber, J. B., Mogel, B. & Doering, Z. (2011). *IPO, a new way to design for visitors*. Paper presented at the Museum Computer Network Conference, Atlanta, GA.

- Peterson, R. A. & Kern, R. M. (1996). Changing Highbrow Taste: From Snob to Omnivore. In: *American Sociological Review*, 1996(5), 900–907.
- Peterson, R. A. (2005). Problems in Comparative Research: The Example of Omnivorousness. In: *Poetics*, 2005(5–6), 257–282.
- Pfau, C. (2014). Egyetemisták szabadidőspont szokásai a Debreceni Egyetem Agrártudományi Központjában. In: *Agrártudományi Közlemények*, 2014(58), 155–162.
- Ponsignon, F. & Derbaix, M. (2020). The impact of interactive technologies on the social experience: An empirical study in a cultural tourism context. In: *Tourism Management Perspectives*, 35(2), 1–12.
- Pöggeler, F. (1999). Az ifjúsági és felnőttképzés fő különbségei. In: Durkó, M. (szerk.), *A felnőttnevelés és népművelés pszichológiai és andragógiai kérdései. Szöveggyűjtemény külföldi szakirodalmakból*. Budapest: Nemzeti Tankönyvkiadó, 25–29.
- Pusztai, G. & Nagy, É. (2005). Tanulmányi célú mobilitás Magyarország keleti határvidékein. In: *Educatio*, 14(2), 360–384.
- Pusztai, G. (2001). Az oktatási esélyegyenlőség a felekezeti középiskolákban. In: *Educatio*, 10(1), 181–186.
- Pusztai, G. (2009). *A társadalmi tőke és az iskola. Kapcsolati erőforrások hatása az iskolai pályafutásra*. Budapest: Új Mandátum.
- Pusztai, G. (2011): *A láthatatlan kéztől a baráti kezekig. Hallgatói értelmező közösségek a felsőoktatásban*. Budapest: Új Mandátum.
- Reisz, T. (2019). A pedagógusjelöltek múzeumpedagógiai tapasztalatai. In: *Tudásmenedzsment*, 20(1), 31–41. Elérhető: https://btk.pte.hu/sites/btk.pte.hu/files/files/tudasmenedzsment_xx1szam.pdf Letöltés időpontja: 2019. augusztus 12.
- Rennie, L. J. & Johnston, D. J. (2004). The nature of learning and its implications for research on learning from museums. In: *Science Education*, 88(S1), S4–S16.
- Róbert, P. (2000). Bővülő felsőoktatás: ki jut be? In: *Educatio*, 9(1), 79–94.
- Sandell, R. & Janes, R. R. (2007). *Museum Management and Marketing*. Oxon: Routledge.
- Schreiber, J., Pekarik, A. J., Hanemann, N., Doering, Z. & Lee, A-J. (2013). Understanding Visitor Engagement and Behaviors. In: *The Journal of Educational Research*, 106(6), 462–468.
- Schultz, É. & Szalók, Cs. (2021). A múzeum, mint vonzerő az egyetemista korosztály szemszögéből. In: *Marketing És Menedzsment*, 56(1), 43–53.
- Schulze, G. (1992). *Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart*. Frankfurt am Main – New York: Campus Verlag.

- Schulze, G. (2003). A Német Szövetségi Köztársaság kulturális átalakulása. In: Wessely, A. (szerk.), *A kultúra szociológiája*. Budapest: Osiris Kiadó-Láthatatlan Kollégium, 186–204.
- Sheng, W. S. & Chen, M. C. (2012). A Study of Experience Expectations of Museum Visitors. In: *Tourism Management*, 33(1), 53–60.
- Simon, N. (2010). *The Participatory Museum*. Santa Cruz: Museum 2.0. Elérhető: <https://participatorymuseum.org/chapter6/> Letöltés időpontja: 2017. február 10.
- Smith Bautista, S. & Balsamo, A. (2013). Understanding the Distributed Museum: Mapping the Spaces of Museology in Contemporary Culture. In: Boddington, A., Boys, J. & Speight, C. (szerk.), *Museums and Higher Education Working Together. Challenges and Opportunities*. Surrey: Ashgate, 55–70.
- Smith, L. F., Smith, J. K. & Mastandrea, S. (2016). Attitudes, Motivations, and Emotions Toward Museum Visits for Undergraduate University Students in New Zealand. In: Mastandrea, S. & Maricchiolo, F. (szerk.), *The Role Of The Museum In The Education Of Young Adults. Motivation, Emotion And Learning*. Roma: Roma TrE-Press, 173–184.
- Sommerfeld, A. K. & Bowen, P. (2013). Fostering Social and Cultural Capital in Urban Youth: A Programmatic Approach to Promoting College Success. In: *Journal of Education*, 193(1), 47–55.
- Sorathia, K. & Servidio, R. (2012). Learning and Experience: Teaching Tangible Interaction & Edutainment. In: *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 64, 265–274.
- Sörös, A. (2009). A kulturális fogyasztás csoportképző szerepe. In: *Kultúra és Közösség*, 13(3–4), 11–26.
- Speight, C. (2012). Museums and Higher Education: A New Specialists Service? In: Cook, B., Reynolds, R. & Speight, C. (szerk.), *Museums And Design Education: Looking To Learn, Learning To See*. Surrey: Ashgate Publishing, 11–28.
- Speight, C., Boddington, A. & Boys, J. (2013). Introduction. In: Boddington, A., Boys, J. & Speight, C. (szerk.), *Museums and Higher Education Working Together. Challenges and Opportunities*. Surrey: Ashgate, 3–25.
- Stanziola, J. (2008). Developing a model to articulate the impact of museums and galleries: another dead duck in cultural policy research? In: *Cultural Trends*, 17(4), 317–321.
- Stefán, K. (2009). *A pécsi egyetemisták kulturális fogyasztási szokásai és annak térbeli lenyomata. A pécsi egyetemisták kulturális fogyasztási szokásai, Geográfus Doktoranduszok IX. Országos Konferenciája, Szeged*. Elérhető: <http://old.foldrajz.ttk.pte.hu/tarsadalom/otka/pdf/fogyaszas.pdf> Letöltés időpontja: 2017. június 11.

- Szabó, A. (2012). A magyar egyetemisták és főiskolások társadalmi helyzete. In: Szabó, A. (szerk.), *Racionálisan lázadó hallgatók I.: Apátia – radikalizmus – posztmaterializmus a magyar egyetemisták és főiskolások körében*. Szeged: Belvedere Meridionale, 25–43.
- Szabó, J. & Durkó, M. (1999). Az ezredforduló kihívása: az integráló andragógia. In: *Magyar Pedagógia*, 99(3), 307–321.
- Szabó, J. & Hires-László, K. (2018). Régi és új kultúra. In: Székely, L. (szerk.), *Magyar fiatalok a Kárpát-medencében. Magyar Ifjúság Kutatás 2016*. Budapest: Kutatópont Kft. – Enigma 2001 Kiadó és Médiaszolgáltató Kft., 315–348. Elérhető: https://www.academia.edu/62943933/Magyar_fiatalok_a_K%C3%A1rp%C3%A1t_medenc%C3%A9ben_Magyar>Ifj%C3%BAs%C3%A1g_Kutat%C3%A1s_2016 Letöltés időpontja: 2019. szeptember 3.
- Szabó, J. (2010). A múzeumok új kihívása: a múzeumandragógia. In: Kurta, M. & Pató, M. (szerk.), *Múzeumandragógia. Az I. Országos Múzeumandragógiai Konferencia válogatott anyaga*. Miskolc – Szentendre: Borsod-Abaúj-Zemplén Megyei Múzeumigazgatóság – Szentendrei Szabadtéri Néprajzi Múzeum, 85–95.
- Szabó, J. (2016). Múzeumandragógiai és kultúrandragógiai kutatások a Debreceni Egyetemen. In: *Tudásmenedzsment*, 17(1. különszám), 58–67.
- Szabó, J. Z. (2014). *A fesztiváljelenség*. Budapest: Typotex.
- Takács, A. (2013). A művészeti nevelés jó gyakorlatai hazai múzeumokban. In: *Gyermeknevelés*, 1(2), 48–56.
- Takács, T. (2006). Határon túli magyarok a debreceni és a nyíregyházi felsőoktatásban. In: *Educatio*, 15(1), 182–188.
- Taylor, P. G. (1996). Reflections on students' conceptions of learning and perceptions of learning environments. In: *Higher Education Research and Development*, 15(2), 223–237.
- Tóth, E. & Kiss, M. (2017). A külföldi hallgatók elégedettségi felmérése a Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Karán. In: *Debreceni Szemle*, 25(4), 499–511.
- Tóth, E. & Weiszbürg, T. (2011). A múzeumok szerepe a felsőoktatásban. In: Vásárhelyi, T. & Kárpáti, A. (szerk.), *Múzeumi tanulás*. Budapest: Magyar Természettudományi Múzeum – Typotex, 104–106.
- Trevelyan, V. (szerk.) (1991). *Dingy Places With Different Kinds of Bits*. London: London Museums Consultative Committee.
- Vásárhelyi, T. (2009a). *Bevezető*. In: Vásárhelyi, T. (szerk.), *Múzeum és iskola 2009. Múzeumok a közoktatás szolgálatában. Kutatási jelentés*. Szentendre: Múzeumi Oktatási és Képzési Központ, 5–15.

- Vásárhelyi, T. (2009b). *Az egész életen át tartó tanulás, az iskola és a múzeumok*. In: Vásárhelyi, T. (szerk.), *Múzeum és iskola – Múzeumok a közoktatás szolgálatában*. Szentendre: Szabadtéri Néprajzi Múzeum, 146–162.
- Vásárhelyi, T. (2011). A múzeumi tanulás környezete. In: Vásárhelyi, T. & Kárpáti, A. (szerk.), *Múzeumi tanulás*. Budapest: Typotex, 130–136.
- Vilatte, J-C., Gottesdiener, H. & Vrignaud, P. (2016). Art Museum Attendance: The Influence of Personality. Comparison of Two Surveys Conducted in France (2005-2013). In: Mastandrea, S. & Maricchiolo, F. (szerk.), *The Role Of The Museum In The Education Of Young Adults. Motivation, Emotion And Learning*. Roma: Roma TrE-Press, 121–140.
- Villeneuve, P., Martin-Hamon, A. & Mitchell, K.E. (2006). University In The Art Museum: A Model For Museum-Faculty Collaborationauthor(s). In: *Art Education*, 59(1), 12–17.
- Virilio, P. (1991). *The Aesthetics of Disappearance*. Paris: Semiotext.
- Virilio, P. (1994). *The Vision Machine*. London: British Film Institute.
- Wallace-Crabbe, M. (1993). *Guidelines for Internships*. Art Museums Association of Australia. Fitzroy: Victoria.
- Watermeyer, R. (2013). Learning at the Interface: The Museum as Public Laboratory. In: Boddington, A., Boys, J. & Speight, C. (szerk.), *Museums and Higher Education Working Together. Challenges and Opportunities*. Surrey: Ashgate, 71–82.
- Williams, R. (1983). *Culture and Society: 1780 – 1950*. New York: Columbia University Press.
- Winkle-Wagner, R. (2010). Cultural Capital: The Promises and Pitfalls in Education Research. In: *ASHE Higher Education Report*, 36(1).
- Winstanley, C. (2013). ‘Museums and Galleries? No Thanks, Not For Me.’ A Critical Review of Attitudes to Museum and Gallery Visits among University Students on an Education Degree Programme. In: Boddington, A., Boys, J. & Speight, C. (szerk.), *Museums and Higher Education Working Together. Challenges and Opportunities*. Surrey: Ashgate, 123–134.
- Yu Gil, A. (2014). Features and Modern Trends in the Development of Museums within the System of Higher Education. In: *Humanities & Social Sciences*, 10(7), 1743–1750.
- Zarycki, T. (2007). Cultural Capital and the Accessibility of Higher Education. In: *Russian Education and Society*, 49(7), 41–72.
- Zrinszky, L. (2005). Egy tudományág láthatóvá válik: az andragógia szerepnövekedése. In: *Iskolakultúra*, 15(2), 103–107.

Publikációs jegyzék



**DEBRECENI
EGYETEM**

**DEBRECENI EGYETEM
EGYETEMI ÉS NEMZETI KÖNYVTÁR**

H-4002 Debrecen, Egyetem tér 1, Pf.: 400
Tel.: 52/410-443, e-mail: publikaciok@lib.unideb.hu

Nyilvántartási szám: DEENK/447/2023.PL
Tárgy: PhD Publikációs Lista

Jelölt: Hegedűs Anita
Doktori Iskola: Humán Tudományok Doktori Iskola
MTMT azonosító: 10052776

A PhD értekezés alapjául szolgáló közlemények

Magyar nyelvű könyvrészletek (2)

1. **Hegedűs, A.:** Múzeumok a felsőoktatás szolgálatában: Hogyan találhat egymásra a tudományos tanulmányírás módszertana és Munkácsy Mihály?
In: Múzeumi Örökség-közösség: Múzeumandragógiai tanulmányok, esszék magyar és nemzetközi nézőpontból. Szerk.: Kriston-Vízi József, Pulszky Társaság : Magyar Múzeumi Egyesület, Budapest-Kecskemét, 354-366, 2018, (Múzeumandragógia, ISSN 2061-7615 ; 7)
ISBN: 9786158004350
2. **Hegedűs, A.:** Egyetemisták és/vagy múzeumok?: Az egyetemi hallgatók múzeumképe.
In: A népműveléstől a közösségi művelődésig. Szerk.: Juhász Erika, Debreceni Egyetem BTK NI : KultúrÁsz Közhasznú Egyes., Debrecen, 351-361, 2016, (Acta andragogiae et culturae, ISSN 0209-9608 ; 27.) ISBN: 9786158022644

Magyar nyelvű tudományos közlemények hazai folyóiratban (9)

3. **Hegedűs, A.:** A kulturális és gazdasági töke jellegzetességei a Szegedre járó, magyar állampolgársággal is rendelkező szerbiai hallgatók körében.
Educatio. közlésre elfogadva (-), 1-10, 2023. ISSN: 1216-3384.
4. **Hegedűs, A.:** Kinn vagy benn?: A szegedi egyetemisták múzeumképe egy kvalitatív vizsgálat alapján.
Veritatis Imago. közlésre elfogadva (-), 1-11, 2022. EISSN: 2559-9836.
5. **Hegedűs, A., Wilhelm, A.:** "Évmilliók urai": A szegedi dinoszaurusz-kiállítás kommunikációs és múzeumpedagógiai módszertana, tapasztalatai.
Móra Ferenc Múzeum évkönyve. 6, 427-445, 2019. ISSN: 2064-8480.
6. **Hegedűs, A.:** 21. századi múzeumpedagógia az egyetemisták szemével.
Veritatis Imago. 1 (2), 25-34, 2017. EISSN: 2559-9836.
7. **Hegedűs, A.:** Blockbuster-kiállítás a Vezúv árnyékából: A szegedi Pompeji-tárlat kommunikációs és látogatottsági aspektusai.
Móra Ferenc Múzeum évkönyve. 4, 379-395, 2017. ISSN: 2064-8480.





8. **Hegedűs, A.**: Egyetemisták a terepen: Két időszaki kiállítás látogatói elégedettség-mérésének tanulságai az egyetemi hallgatók szemszögéből.
Móra Ferenc Múzeum évkönyve. 3, 343-364, 2016. ISSN: 2064-8480.
9. **Hegedűs, A.**: Egyetemisták és kultúrafogyasztás.
Tudásmenedzsment. 17 (1), 99-108, 2016. ISSN: 1586-0698.
10. **Hegedűs, A.**: A fáraók Egyiptoma: Egy nagyszabású időszaki kiállítás kommunikációjának és látogatói összetételének tanulságai.
Móra Ferenc Múzeum évkönyve. 2, 459-476, 2015. ISSN: 2064-8480.
11. **Hegedűs, A.**: Hogyan hat a 21. században a Munkácsy-imázs?: A 2012-es szegedi > Munkácsy-kiállítás kommunikációja.
Móra Ferenc Múzeum évkönyve. 1, 572-592, 2014. ISSN: 2064-8480.

Idegen nyelvű tudományos közlemények hazai folyóiratban (2)

12. **Hegedűs, A.**: Multilingualism, culture, museum learning.
Hung. educ. res. j. 13 (3), 443-456, 2023. ISSN: 2062-9605.
DOI: <http://dx.doi.org/10.1556/063.2022.00154>
13. **Hegedűs, A.**: Book Review: P. Gyorgy: Museum, The Learning House.
Hung. educ. res. j. 2016 (3), 127-130, 2016. ISSN: 2062-9605.

Magyar nyelvű absztrakt kiadványok (22)

14. **Hegedűs, A.**: A határon túli magyar hallgatók kultúrafogyasztási szokásai.
In: Az oktatás határdimenziói : Absztraktfüzet : Hungarian Conference on Educational Research HuCER 2023. Szerk.: Juhász Erika; Kattein-Pornói Rita, ELTE Savaria Egyetemi Központ, Szombathely, 261, 2023. ISBN: 9786155657139
15. **Hegedűs, A.**: SZTE-s egyetemisták a múzeumokban?: Magyar, külföldi és kettős magyar állampolgárságú hallgatók múzeumképe.
In: MUKUCSOM Konferencia - Múzeumi Kutatások Csongrád-Csanád Megyében 2022. : Program- és absztraktkötet. Szerk.: Hegedűs Anita, Medgyesi Konstantin, Móra Ferenc Múzeum, Szeged, 21-21, 2022.
16. **Hegedűs, A.**: Tanulási tér és múzeumok: Szegedi egyetemisták a közgyűjteményekben.
In: Oktatás egy változó világban : Kutatás, innováció, fejlesztés : Absztraktfüzet. Szerk.: Juhász Erika; Kattein-Pornói Rita, Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem, Budapest, 114-115, 2022. ISBN: 9786155657115
17. **Hegedűs, A.**: A múzeum mint tanulási tér. Egyetemi kurzusok múzeumi lehetőségei.
In: Múzeumok határok nélkül : Válogatott tanulmányok a 2019. szeptember 9-10-ai VIII. Országos és IV. Nemzetközi Múzeumandragógiai Konferencia előadásából.. Szerk.: Kriston-Vízi, József; Antal, József; Babolcsi, Andrea, Pulszky Társaság-Magyar Múzeumi Egyesület, Nyíregyháza, 29-30, 2021. ISBN: 9786155619236





18. **Hegedűs, A.:** Múzeumok a szegedi egyetemisták szemszögéből: haszontalan lehetőség vagy segítő kéz?
In: HuCER 2021: Tanuló társadalom. Oktatókutatás járvány idején = Learning society. Educational research during an epidemic. Szerk.: Juhász Erika, Kattein-Pornói Rita, Magyar Nevelés- és Oktatókutatók Egyesülete, Debrecen, 247, 2021. ISBN: 9786155657092
19. **Hegedűs, A.:** Szegedi hallgatók a múzeumban: Egy kvantitatív kutatás első eredményei.
In: MUKUCSOM Múzeumi Kutatások Csongrád-Csanád Megyében 2021 : Program- és absztraktkötet. Szerk.: Hegedűs Anita; Medgyesi Konstantin, Móra Ferenc Múzeum, Szeged, 21, 2021. ISBN: 9789639804685
20. **Hegedűs, A.:** A digitális múzeumandragógia lehetőségei.
In: Tanulás és innováció a digitális korban : Absztraktkötet. Szerk.: Kozma Tamás, Juhász Erika, Magyar Nevelés- és Oktatókutatók Egyesülete, Budapest, 70, 2020. ISBN: 9786155657085
21. **Hegedűs, A.:** Újjászületett közművelődés az egyetemista hallgatók szemével.
In: aMuKuCsom : Múzeumi Kutatások Csongrád Megyében 2020 : Program- és absztraktkötet. Szerk.: Hegedűs Anita; Medgyesi Konstantin, Móra Ferenc Múzeum, Szeged, 20-20, 2020. ISBN: 9789639804654
22. **Hegedűs, A.:** A felsőoktatás és a múzeumok kapcsolódási lehetőségei: "múzeumba járás": Egy múzeumi egyetemi kurzus hatása, eredményei.
In: Prevenció, intervenció és kompenzáció : HuCER 2019 Absztraktkötet, Magyar Nevelés- és Oktatókutatók Egyesülete, Budapest, 51-51, 2019. ISBN: 9786155657078
23. **Hegedűs, A.:** A felsőoktatási intézmények és a múzeumok kapcsolódási lehetőségei.
In: Múzeumi Kutatások Csongrád Megyében (MUKUCSOM) 2019 : Program- és absztraktyűjtemény. Szerk.: Hegedűs Anita; Medgyesi Konstantin, Móra Ferenc Múzeum, Szeged, 26, 2019. ISBN: 9789639804630
24. **Hegedűs, A.:** Felsőoktatás a múzeumban: Külföldi hallgatók egyetemi kurzusainak módszertani lehetőségei.
In: Múzeumi Kutatások Csongrád Megyében 2018. : Program- és absztraktkötet. Szerk.: Hegedűs Anita; Medgyesi Konstantin, Móra Ferenc Múzeum, Szeged, 22, 2018. ISBN: 9789639804593
25. **Hegedűs, A.:** (Be)vonzó múzeumok: múzeumi programkínálat az egyetemista hallgatók tekintetében.
In: A felnőttek múzeumi tanulásának hatalma és öröme (2017 a felnőttoktatás éve Európában) : VI. Országos Múzeumandragógiai konferencia, Múzeumok és Látogatók Alapítvány, Budapest, 9-9, 2017. ISBN: 9789638949424
26. **Hegedűs, A.:** Kulturális tanulás a makói kistérségben: esettanulmány.
In: XVII. Országos Neveléstudományi Konferencia : Program és absztrakt kötet. Szerk.: Kerülő Judit, Jenei Teréz, Gyarmati Imre, MTA Pedagógiai Tudományos Bizottság, Nyíregyházi Egyetem, Nyíregyháza, 167, 2017. ISBN: 9789635088638





27. **Hegedűs, A.:** Látogatói elvárások a múzeumban: Egy látogatói felmérés eredményei.
In: Múzeumi Kutatások Csongrád Megyében 2017. Program- és absztraktkötet. Szerk.:
Hegedűs Anita; Medgyesi Konstantin, Móra Ferenc Múzeum, Szeged, 24, 2017. ISBN:
9789639804586
28. **Hegedűs, A.:** Múzeumpedagógiai hatások az egyetemisták szemszögéből.
In: Innováció, kutatás, pedagógusok. HuCER 2017 : Absztrakt kötet, Magyar Nevelés- és
Oktatáskutatók Egyesülete (HERA), Budapest, 81, 2017. ISBN: 9786155657023
29. **Hegedűs, A.:** "Kívülről érdes, nehéz bejutni": Az egyetemista hallgatók múzeumképe
fókuszcsoporthozos interjúk alapján.
In: MUKUCSOM 2016 - Múzeumi Kutatások Csongrád Megyében : Absztraktgyűjtemény.
Szerk.: Hegedűs Anita; Medgyesi Konstantin, Móra Ferenc Múzeum, Szeged, 10, 2016.
30. **Hegedűs, A.:** Egyetemisták a múzeumban?: Egyetemista múzeumkép a Szegedi
Tudományegyetem tekintetében.
In: A tanulás új útjai HuCER 2016 : Absztrakt kötet, Magyar Nevelés- és Oktatáskutatók
Egyesülete, Kaposvár, 55, 2016.
31. **Hegedűs, A.:** Egyetemisták és/vagy múzeumok?: Az egyetemi hallgatók múzeumképe.
In: A népműveléstől a közösségi művelődésig : A művelődés és a felnőttkori tanulás
szervezésével foglalkozó képzések 60 éve : Tudományos Konferencia és Szakmai Találkozó
Durkó Mátyás emlékére : Absztrakt kötet, Debreceni Egyetem Bölcsészettudományi Kar,
Nevelés- és Művelődéstudományi Intézet, Debrecen, 29, 2016. ISBN: 9786158022620
32. **Hegedűs, A.:** Múzeumok vs. egyetemisták: A felsőoktatásban tanulók múzeumlátogatási
szokásainak, múzeumképének aspektusai.
In: V. Országos Múzeumandragógiai Konferencia : "Új kihívások a felnőttkori múzeum-
használatban", Eszterházy Károly Főiskola Kulturális Örökség és Művelődéstörténeti
Tanszék és Pulszky Társaság ; Magyar Múzeumi Egyesület, Múzeumok és Látogatók
Alapítvány, Eger, 4-4, 2016.
33. **Hegedűs, A.:** Múzeumpedagógia és múzeumok az egyetemisták szemszögéből.
In: XVI. Országos Neveléstudományi Konferencia : A tanulás és nevelés interdiszciplináris
megközelítése. Szerk.: Zsolnai Anikó; Kasik László, MTA Pedagógiai Tudományos Bizottság,
Szegedi Tudományegyetem Neveléstudományi Intézet, Szeged, 328, 2016.
34. **Hegedűs, A.:** Az egyetemisták kultúrafogyasztási szokásai a debreceni és a szegedi egyetem
tekintetében.
In: Pedagógusok, tanulók, iskolák : az értékformálás, az értékközvetítés és az értéktérítés
világa : tartalmi összefoglalók. Szerk.: Tóth Péter, Holik Ildikó, Tordai Zita, Óbudai Egyetem,
Budapest, 251, 2015. ISBN: 9786155460531





35. **Hegedűs, A.**: Egyetemisták és kultúrafogyasztás: Intézményi szintű kultúrákínálat a vidéki egyetemek tekintetében.
In: A múzeum mint a felnőttkori tanulás színtere : Trendek, tendenciák, aktuális kérdések és jó gyakorlatok : IV. Országos Múzeumandragógiai Konferencia, PTE-FEEK, Pulszky Társaság Múzeumandragógiai Tagozat, Pécs, 23, 2015.

Idegen nyelvű absztrakt kiadványok (2)

36. **Hegedűs, A.**: Cultural consumption of foreign and Hungarian university students, their attitudes towards museums, the use of museums as learning spaces.
In: International online research-workshop "Education and Diversity". Ed.: Fehérvári Anikó, Óhidy Andrea, Pedagogical Committee of the Hungarian Academy of Sciences/Subcommittee on Sociology of Education, Jean Monnet Chair Freiburg for European Education of the University of Education Freiburg, online, 3-4, 2023.
37. **Hegedűs, A.**: Foreign students in the museums?: Museums as "cultural assistance" from the perspective of foreign students = Külföldi diákok a múzeumokban? : A múzeumok mint "kulturális mankók" a külföldi hallgatók szemszögéből.
In: Múzeumi tükröződés: társadalom és környezet : X. Országos és VI. Nemzetközi Múzeumandragógiai Konferencia. Szerk.: Tóth Arnold, Pulszky Társaság ; Budapest : Magyar Múzeumi Egyesület és Herman Ottó Múzeum, Miskolc, 16-17, 2023.

További közlemények

Magyar nyelvű könyvek (9)

38. Szerk. **Hegedűs, A.**, Medgyesi, K.: MUKUCSOM Konferencia - Múzeumi Kutatások Csongrád-Csanád Megyében 2022.: Program- és absztraktkötet. Móra Ferenc Múzeum, Szeged, 51 p., 2022. ISBN: 9789639804715
39. Szerk. **Hegedűs, A.**, Medgyesi, K.: A szegediség változásai. Móra Ferenc Múzeum, Szeged, 204 p., 2021. ISBN: 9789639804647
40. Szerk. **Hegedűs, A.**, Medgyesi, K.: MUKUCSOM Múzeumi Kutatások Csongrád-Csanád Megyében 2021. Program- és absztraktkötet. Móra Ferenc Múzeum, Szeged, 47 p., 2021. ISBN: 9789639804685
41. Szerk. **Hegedűs, A.**, Medgyesi, K., Sólyom, P.: Pillanatképek az egykori Csongrád megye mindennapjaiból: Válogatás Enyedi Zoltán fotóhagyatékából. Csongrád-Csanád Megyei Önkormányzat, Szeged, 151 p., 2021. ISBN: 9789637193620
42. Szerk. **Hegedűs, A.**, Medgyesi, K.: MUKUCSOM: Múzeumi Kutatások Csongrád Megyében 2020: Program- és absztraktkötet. Móra Ferenc Múzeum, Szeged, 42 p., 2020. ISBN: 9789639804654





43. Szerk. **Hegedűs, A.**, Medgyesi, K.: Múzeumi Kutatások Csongrád Megyében (MUKUCSOM)
2019: Program- és absztraktyűtemény. Móra Ferenc Múzeum, Szeged, 57 p., 2019. ISBN:
9789639804630
44. Szerk. **Hegedűs, A.**, Medgyesi, K.: Múzeumi Kutatások Csongrád Megyében 2018: Program- és
absztraktkötet. Móra Ferenc Múzeum, Szeged, 59 p., 2018. ISBN: 9789639804593
45. Szerk. **Hegedűs, A.**, Medgyesi, K.: Múzeumi Kutatások Csongrád Megyében 2017. Program- és
absztraktkötet. Móra Ferenc Múzeum, Szeged, 58 p., 2017. ISBN: 9789639804586
46. Szerk. **Hegedűs, A.**, Medgyesi, K.: MUKUCSOM 2016 - Múzeumi Kutatások Csongrád
Megyében: Absztraktyűtemény. Móra Ferenc Múzeum, Szeged, 10 p., 2016.

Idegen nyelvű, hazai könyvrészletek (2)

47. **Hegedűs, A.**: Cultural and Community Learning in Földeák.
In: Learning Communities and Social Innovations. Szerk.: Kozma Tamás, Márkus Edina,
Debreceni Egyetemi Kiadó, Debrecen, 83-93, 2019, (Régió és Oktatás = Region and
Education, ISSN 2060-2596 ; 12) ISBN: 9789633187852
48. **Hegedűs, A.**: The role of cultural and community learning in the development of the Makó
township: Cultural and community learning in Földeák.
In: Learning in Adulthood. Szerk.: Márkus Edina, Máté-Szabó Barbara, Takács-Miklósi Márta,
Nullpont Kulturális Egyesület, Debrecen, 15-26, 2019. ISBN: 9786150052304

Magyar nyelvű tudományos közlemények hazai folyóiratban (4)

49. **Hegedűs, A.**, Bene, V., Kiss, A., Kotroczó, K.: Gyógyítás kommunikálva: Szegedi orvosi
magánpraxisok Public Relations tevékenysége.
Veritatis Imago. 4 (1), 59-74, 2020. EISSN: 2559-9836.
50. **Hegedűs, A.**: A Makói járás helyzete a kulturális és a közösségi tanulás tekintetében ? Földeák.
Kult. Köz. 10 (1), 51-66, 2019. ISSN: 0133-2597.
DOI: <http://dx.doi.org/10.35402/kek.2019.1.6>
51. Bene, V., **Hegedűs, A.**, Kiss, A., Pusztai, B.: Bűn és bűnhődés: Az egészség társadalmi
konstrukciója szegedi fiatalok körében.
Móra Ferenc Múzeum évkönyve. 6, 387-399, 2019. ISSN: 2064-8480.
52. **Hegedűs, A.**, Polónyi, I.: Az egyetemvezetés hazai útvesztői.
Köz-Gazdaság. 10 (2), 67-86, 2015. ISSN: 1788-0696.

Magyar nyelvű tudományos közlemények külföldi folyóiratban (2)

53. Bene, V., **Hegedűs, A.**, Pusztai, B.: Laikus szakértők, fórumok, influencerek. Az egészséggel és
egészségüggyel kapcsolatos információk mediális forrásai.
ME.dok. 15 (2), 67-87, 2020. ISSN: 1842-2438.
54. **Hegedűs, A.**: Az egészség társadalmi és mediális konstrukciója időskorúak esetében.
ME.dok. 14 (3), 59-73, 2019. ISSN: 1842-2438.





**DEBRECENI
EGYETEM**

**DEBRECENI EGYETEM
EGYETEMI ÉS NEMZETI KÖNYVTÁR**

H-4002 Debrecen, Egyetem tér 1, Pf.: 400
Tel.: 52/410-443, e-mail: publikaciok@lib.unideb.hu

Magyar nyelvű absztrakt kiadványok (1)

55. Márkus, E., Máté-Szabó, B. É., **Hegedűs, A.**: A kulturális és a közösségi tanulás szerepe egy-egy térség fejlesztésében.

In: Innováció, kutatás, pedagógusok. HuCER 2017 : Absztrakt kötet, Magyar Nevelés- és Oktatókutatók Egyesülete, Budapest, 140, 2017. ISBN: 9786155657023

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

Debrecen, 2023.10.02.



Ábrák és táblázatok jegyzéke

Ábrák

1. ábra. A múzeumlátogatás gyakoriságára ható tényezők az állampolgárság és a szülők kulturális fogyasztásának tekintetében. Forrás: saját adatbázis. 151
2. ábra. A múzeumlátogatás gyakoriságára ható tényezők a lakhely és a szülők kulturális fogyasztásának tekintetében. Forrás: saját adatbázis. 152
3. ábra. A múzeumlátogatás gyakoriságára ható tényezők az állampolgárság és a lakhely tekintetében. Forrás: saját adatbázis. 153
4. ábra. A leggyakrabban említésre került múzeumokkal kapcsolatos kifejezések szófelhőben ábrázolva. Forrás: saját adatbázis, a Wordclouds használatával. 165
5. ábra: A hallgatók múzeumi információszerzési forrásai (N=450). Forrás: saját adatbázis. 183
6. ábra. Társas és egyéni múzeumlátogatási szokások (N=347). Forrás: saját adatbázis. ... 188
7. ábra. A múzeumlátogatási helyszínek kedveltsége (N=347). Forrás: saját adatbázis. 190

Táblázatok

1. táblázat: A pedagógia és az andragógia között legfontosabb különbségek. Forrás: Saját szerkesztésű táblázat Knowles (1980, idézi: Maróti, 2014: 7) alapján. 53
2. táblázat. A karok-karcsoportok megoszlása (N=450). Forrás: saját adatbázis. 114
3. táblázat. A megkérdezett hallgatók megoszlása karcsoport, képzési szint és finanszírozási forma alapján. Forrás: saját adatbázis. 115
4. táblázat. A hallgatók finanszírozási formája az állampolgárság függvényében (Sign.=0,000). Forrás: saját adatbázis. 116
5. táblázat. A hallgatók neme, kora, lakhelye, középiskoláinak fenntartója, középiskoláinak típusa, vallása. Forrás: saját adatbázis. 117
6. táblázat. Szociodemográfiai adatok az állampolgárság függvényében. (N=450) Forrás: saját adatbázis. 119
7. táblázat. A szülők végzettsége. Forrás: saját adatbázis. 119

8. táblázat. A szülők végzettsége az állampolgárság tekintetében (N=450). Forrás: saját adatbázis.	120
9. táblázat. A hallgatók szüleinek végzettsége, foglalkoztatottsága, saját és családi szubjektív anyagi helyzete (N=450). Forrás: saját adatbázis.	121
10. táblázat. A hallgatók szülői háttere az állampolgárság függvényében (N=450). Forrás: saját adatbázis.	122
11. táblázat. A hallgatók családi objektív anyagi helyzete (N=450; Sign.=0,000): Forrás: saját adatbázis.	123
12. táblázat. A hallgatók egyéni objektív anyagi helyzete (N=450; Sign.=0,000). Forrás: saját adatbázis.	124
13. táblázat. A családi objektív anyagi helyzet a lakhely alapján (N=450). Forrás: saját adatbázis.	124
14. táblázat. A szülők magaskultúra-fogyasztási szokásai (N=450). Forrás: saját adatbázis.	126
15. táblázat. A szülők magaskultúra-fogyasztási szokásai az állampolgárság függvényében (N=450). Forrás: saját adatbázis.	127
16. táblázat. A szülők kulturális fogyasztásának mértéke (N=450). Forrás: saját adatbázis.	128
17. táblázat. A szülők kulturális fogyasztása az állampolgárság függvényében (N=450; Sign.=0,10). Forrás: saját adatbázis.	128
18. táblázat. A hallgatók szabadidős tevékenysége (N=450). Forrás: saját adatbázis.	131
19. táblázat. Szabadidő-eltöltési szokások a nem alapján. Forrás: saját adatbázis.	135
20. táblázat. Szabadidő-eltöltési szokások a lakhely alapján. Forrás: saját adatbázis.	136
21. táblázat. Szabadidő-eltöltési szokások a szülők kulturális fogyasztása alapján. Forrás: saját adatbázis.	137
22. táblázat. Szabadidő-eltöltési szokások a hallgatók objektív anyagi helyzete alapján. Forrás: saját adatbázis.	137
23. táblázat. A szabadidős tevékenységek alapján kialakított klasztercsoportok. Forrás: saját adatbázis.	139

24. táblázat. A szabadidős tevékenységek alapján kialakított klasztercsoportok az állampolgárság függvényében (Sign.=0,000). Forrás: saját adatbázis.	141
25. táblázat. A szabadidős tevékenységek alapján kialakított klasztercsoportok a szülők kulturális fogyasztásának függvényében (Sign.=0,000). Forrás: saját adatbázis.	142
26. táblázat. A szabadidős tevékenységek alapján kialakított klasztercsoportok a képzési szint függvényében (Sign.=0,014). Forrás: saját adatbázis.	143
27. táblázat. A szabadidős tevékenységek alapján kialakított klasztercsoportok a karcs csoportok függvényében (Sign.=0,005). Forrás: saját adatbázis.	144
28. táblázat. A múzeumlátogatás gyakorisága a megkérdezett hallgatók körében. Forrás: saját adatbázis.	145
29. táblázat. A múzeumlátogatási gyakoriság alapján kialakított múzeumlátogatói csoportok megoszlása. Forrás: saját adatbázis.	147
30. táblázat. A hallgatók múzeumlátogatási gyakorisága a szülők kulturális fogyasztásának szintje függvényében (Sign.=0,000). Forrás: saját adatbázis.	148
31. táblázat. A hallgatók múzeumlátogatási gyakorisága az állampolgárság függvényében (Sign.=0,000). Forrás: saját adatbázis.	149
32. táblázat. A múzeumlátogatás gyakoriságára ható tényezők. Forrás: saját adatbázis.	150
33. táblázat. Az oktató által javasolt kulturális rendezvények kedveltsége a karcs csoport függvényében (Sign.=0,001). Forrás: saját adatbázis.	156
34. táblázat. Az oktató által javasolt kulturális rendezvények kedveltsége az állampolgárság függvényében (Sign.=0,000). Forrás: saját adatbázis.	157
35. táblázat. A múzeum feladatai a hallgatók véleménye alapján. Forrás: saját adatbázis. .	159
36. táblázat. A hallgatókban élő múzeumlátogatási emlékek az állampolgárság függvényében. Forrás: saját adatbázis.....	169
37. táblázat. A hallgatókban élő múzeumlátogatási emlékek a múzeumlátogatási gyakoriság függvényében. Forrás: saját adatbázis.....	169
38. táblázat. A hallgatókban élő múzeumpedagógiai emlékek a múzeumlátogatási gyakoriság függvényében. Forrás: saját adatbázis.....	171
39. táblázat: A múzeumi kiállításokról alkotott hallgatói véleményekre ható tényezők. Forrás: saját adatbázis.	173

40. táblázat: A múzeumi kiállításokról alkotott hallgatói véleményekre ható tényezők a múzeumlátogatás függvényében. Forrás: saját adatbázis.....	173
41. táblázat. A múzeumi kiállításokról alkotott hallgatói véleményekre ható tényezők a nem függvényében. Forrás: saját adatbázis.....	174
42. táblázat. A kiállítási kínálat kedveltsége a megkérdezett hallgatók körében a múzeumlátogatási gyakoriság függvényében. Forrás: saját adatbázis.....	176
43. táblázat. A kiállítási kínálat kedveltsége a megkérdezett hallgatók körében a nem függvényében. Forrás: saját adatbázis.....	176
44. táblázat. A múzeumi tartalmak kedveltsége a nem függvényében. Forrás: saját adatbázis.	177
45. táblázat. A múzeumi programok kedveltsége a megkérdezett hallgatók körében. Forrás: saját adatbázis.	179
46. táblázat. A múzeumi programok kedveltsége a megkérdezett hallgatók körében a múzeumlátogatási gyakoriság függvényében. Forrás: saját adatbázis.....	180
47. táblázat. A múzeumi programok kedveltsége a megkérdezett hallgatók körében az állampolgárság függvényében. Forrás: saját adatbázis.	180
48. táblázat. A múzeumi programok kedveltsége a megkérdezett hallgatók körében a nem függvényében. Forrás: saját adatbázis.....	181
49. táblázat. A hallgatók múzeumi információszerzési forrásai az állampolgárság függvényében. Forrás: saját adatbázis.....	185
50. táblázat. A hallgatók múzeumi információszerzési forrásai a múzeumlátogatás gyakoriságának függvényében. Forrás: saját adatbázis.	186
51. táblázat. A múzeumi információszerzés forrásai a nemek tekintetében. Forrás: saját adatbázis.....	187
52. táblázat. A hallgatók múzeumlátogatási motivációja. Forrás: saját adatbázis.	193
53. táblázat. Az utolsó múzeumlátogatás hallgatókban élő emlékei. Forrás: saját adatbázis.....	195
54. táblázat. Az utolsó múzeumlátogatás hallgatókban élő emlékei az állampolgárság függvényében. Forrás: saját adatbázis.....	196
55. táblázat. Az utolsó múzeumlátogatás hallgatókban élő emlékei a múzeumlátogatási gyakoriság függvényében. Forrás: saját adatbázis.....	196

56. táblázat. Az egyetemi szervezésű múzeumlátogatás jellemzői. Forrás: saját adatbázis. .	198
57. táblázat. Az egyetemi szervezésű múzeumlátogatás jellemzői a karcsoportok függvényében. Forrás: saját adatbázis.....	199
58. táblázat. Az egyetemi szervezésű múzeumlátogatás jellemzői a múzeumlátogatási gyakoriság függvényében. Forrás: saját adatbázis.....	200
59. táblázat. A múzeumot nem látogató hallgatók távolmaradásának okai. Forrás: saját adatbázis.....	203
60. táblázat. A múzeumi órák keretében végzett tevékenységek. Forrás: saját adatbázis.	206
61. táblázat. A múzeumi órák hallgatói értékelése. Forrás: saját adatbázis.	206
62. táblázat. A múzeumi órától távol maradó hallgatók véleménye a múzeumi órákról. Forrás: saját adatbázis.....	208
63. táblázat. A múzeumi órától távol maradó hallgatók véleménye a múzeumi órákról a karcsoport függvényében. Forrás: saját adatbázis.	209
64. táblázat. A múzeumi órától távol maradó hallgatók véleménye a múzeumi órákról a múzeumlátogatási gyakoriság függvényében. Forrás: saját adatbázis.....	209

Mellékletek

1. melléklet. A kettős magyar állampolgárságú és külföldi állampolgárságú hallgatók megoszlása. Forrás: saját adatbázis.

Kettős magyar állampolgárok (N=150)	
Állampolgárság	N
amerikai	3
görög	1
iráni	1
német	1
román	4
spanyol	1
szerb	136
szlovák	1
ukrán	2
Összesen	150

Külföldi állampolgárok (N=150)	
Állampolgárság	N
amerikai	1
azerbajdzsáni	1
belga	1
brazil	2
brit	1
dél-afrikai	2
dél-koreai	9
francia	1
Fülöp-szigeteki	1
holland	1
indiai	4
indonéz	2
iráni	18
izraeli	5
japán	11
jordániai	2
kanadai	2
kazah	4
kenyai	4
kínai	7
kirgiz	1
laoszi	2
libanoni	3
marokkói	1

mongol	1
német	37
nigériai	1
norvég	1
olasz	1
osztrák	1
pakisztáni	1
palesztin	2
spanyol	1
Sri-lankai	1
svéd	2
szír	1
tajvani	3
thaiföldi	2
török	5
ukrán	1
vietnámi	3
Összesen	150

2. melléklet. A hallgatók szabadidős tevékenysége az állampolgárság függvényében (N=450).

Forrás: saját adatbázis.

Szabadidős tevékenység	sign.	Magyar állampolgár (N=150)	Kettős magyar állampolgár (N=150)	Külföldi állampolgár (N=150)	Összesen (N=450)
		átlag	átlag	átlag	átlag
Chat, online videózás, e- mailezés barátokkal***	0,00	5,83	5,64	5,22	5,56
TV-nézés, internetes TV-nézés*	0,03	5,22	4,90	4,93	5,02
Találkozás barátokkal*	0,03	4,65	4,93	4,80	4,79
Sportolás*	0,06	4,63	4,41	4,26	4,43
Társasjátékozás, kártyázás***	0,00	3,82	3,63	3,11	3,52
Szórakoztató irodalom- olvasás***	0,00	3,80	3,39	3,04	3,41
Szakirodalom-olvasás	0,42	3,69	3,46	3,50	3,55
Kocsmába járás***	0,00	3,64	4,07	3,41	3,71
Bulizás***	0,00	3,43	3,81	2,96	3,40
Plázázás, shoppingolás***	0,00	3,33	3,59	3,89	3,60
Játék konzolos, PC- játékokon	0,19	3,18	3,40	3,00	3,19
Moziba járás*	0,02	2,98	3,18	2,91	3,02
Klasszikus zenehallgatás	0,62	2,97	3,14	3,11	3,08
Utazás**	0,01	2,91	3,19	3,19	3,10
Könyvtárba járás***	0,00	2,71	2,95	3,75	3,13
Szépirodalom-olvasás	0,54	2,65	2,57	2,75	2,66
Könnyűzenei koncertre járás	0,35	2,44	2,59	2,57	2,54
Színházba járás	0,38	2,35	2,50	2,39	2,42
Művészfilmnézés***	0,00	2,25	2,41	2,74	2,46
Önkéntes tevékenység***	0,00	2,24	2,39	2,81	2,48
Komolyzenei koncertre járás	0,01	1,70	1,97	2,09	1,92
Részvétel hallgatói klubokban***	0,00	1,69	1,85	2,13	1,89

3. melléklet: Egyetemi kötődésű kulturális rendezvények ismertsége, kedveltsége 1. Forrás: saját adatbázis.

		N	%
Hallott-e az Egyetemi Tavaszról vagy az Őszi Kulturális Fesztiválról?	Igen	131	29,1%
	Nem	319	70,9%
	Összesen	450	100,0%
Részt vett-e valaha az Egyetemi Tavasz vagy az Őszi Kulturális Fesztivál bármelyik rendezvényén?	Igen	24	5,3%
	Nem	426	94,7%
	Összesen	450	100,0%
Részt vett-e valaha a HÖK által szervezett kulturális rendezvényen?	Igen	57	12,7%
	Nem	393	87,3%
	Összesen	450	100,0%
Részt vett-e valaha a kar által szervezett kulturális rendezvényen?	Igen	58	13,0%
	Nem	391	87,0%
	Összesen	449	100,0%
Részt vett-e oktató által javasolt kulturális rendezvényen?	Igen	49	10,9%
	Nem	401	89,1%
	Összesen	450	100,0%

4. melléklet: Egyetemi kötődésű kulturális rendezvények ismertsége, kedveltsége 2. Forrás: saját adatbázis.

	N	Átlag
Milyen gyakran szervez a Hallgatói Önkormányzat kulturális programot?	450	2,38
Milyen gyakran szervez a kar kulturális programot?	450	2,34
Milyen gyakran ajánlanak az oktatók kulturális programot?	450	2,11

5. melléklet. A múzeumlátogatás gyakorisága a háttérváltozók függvényében. Forrás: saját adatbázis.

Változó	Sign.	Átlag	N
Állampolgárság	0,000		
Magyar állampolgár		1,93	150
Kettős magyar állampolgár		1,79	150
Külföldi állampolgár		2,07	150
Karcsoport	0,73		
Humán tudományok		1,99	92
Orvostudományok		2,01	144
Segítő szemiprofessziók		1,81	52
Reál-mérnök karok		1,86	162
Lakhely	0,001		
Főváros		2,16	57
Megyeszékhely, megyei jogú város		1,99	126
Kisebb város		1,90	175
Falu		1,75	92
Nem	0,66		
Nő		1,94	265
Férfi		1,91	185
Anya végzettsége	0,25		
Alapfokú		1,83	450
Felsőfokú		1,90	450
Középfokú		1,99	450
Apa végzettsége	0,19		
Alapfokú		1,76	450
Felsőfokú		1,91	450
Középfokú		1,99	450
Középiskola fenntartója	0,4		
Állami, önkormányzati		1,88	344
Egyházi		2,08	40
Alapítványi		2,15	13
Magán		2,06	51
Középiskola típusa	0,174		
4 osztályos gimnázium		1,83	179
6 osztályos gimnázium		2,04	24
8 osztályos gimnázium		1,81	16
szakközépiskola/szakgimnázium		1,79	61
egyéb		2,1	20
Képzési szint	0,03		
BA/Bsc		1,83	226
MA/Msc		2,05	44

Osztatlan		2,02	180
Évfolyam	0,312		
1		1,96	48
2		1,88	187
3		1,91	129
4		2,10	51
5		1,93	27
6		2,13	8
Finanszírozási forma	0,83		
Önköltséges		1,99	162
Magyar állam által támogatott		1,89	280
Származási ország ösztöndíjasa		2,25	8

6. melléklet: A múzeumlátogatás gyakoriságára ható tényezők az állampolgárság és a szülők kulturális fogyasztásának tekintetében. Forrás: saját adatbázis.

A szülők kulturális fogyasztása	Állampolgárság	A múzeumlátogatás gyakoriságának átlaga	Szórás	N
Magas	Magyar állampolgár	2,21	0,63	19
	Kettős magyar állampolgár	2,24	0,55	34
	Külföldi	2,19	0,59	32
	Összesen	2,21	0,58	85
Közepes	Magyar állampolgár	2,10	0,54	60
	Kettős magyar állampolgár	1,70	0,51	47
	Külföldi	2,17	0,49	46
	Összesen	2,00	0,55	153
Alacsony	Magyar állampolgár	1,71	0,57	69
	Kettős magyar állampolgár	1,62	0,64	69
	Külföldi	1,95	0,64	74
	Összesen	1,76	0,63	212
Összesen	Magyar állampolgár	1,93	0,60	148
	Kettős magyar állampolgár	1,79	0,63	150
	Külföldi	2,07	0,59	152
	Összesen	1,93	0,62	450

7. melléklet: A múzeumlátogatás gyakoriságára ható tényezők a lakhely és a szülők kulturális fogyasztásának tekintetében. Forrás: saját adatbázis

A szülők kulturális fogyasztása	Lakhely	A múzeumlátogatás gyakoriságának átlaga	Szórás	N
Magas	Főváros	2,25	0,62	12
	Megyeszékhely-megyei jogú város	2,23	0,59	26
	Kisebb város	2,12	0,54	34
	Falu	2,38	0,65	13
	Összesen	2,21	0,58	85
Közepes	Főváros	2,19	0,60	21
	Megyeszékhely-megyei jogú város	2,00	0,40	51
	Kisebb város	1,96	0,65	57
	Falu	1,92	0,50	24
	Összesen	2,00	0,55	153
Alacsony	Főváros	2,08	0,65	24
	Megyeszékhely-megyei jogú város	1,86	0,68	49
	Kisebb város	1,77	0,61	84
	Falu	1,53	0,54	55
	Összesen	1,76	0,63	212
Összesen	Főváros	2,16	0,62	57
	Megyeszékhely-megyei jogú város	1,99	0,57	126
	Kisebb város	1,90	0,62	175
	Falu	1,75	0,62	92
	Összesen	1,93	0,62	450

8. melléklet: A múzeumlátogatás gyakoriságára ható tényezők az állampolgárság és a lakhely tekintetében. Forrás: saját adatbázis.

Állampolgárság	Lakhely	A múzeumlátogatás gyakoriságának átlaga	Szórás	N
Magyar állampolgár	Nagyváros, megyeszékhely	1,96	0,58	54
	Kisebb város	1,95	0,62	61
	Falu	1,85	0,62	33
	Összesen	1,93	0,60	148
Kettős magyar állampolgár	Nagyváros, megyeszékhely	1,93	0,56	42
	Kisebb város	1,81	0,66	67
	Falu	1,61	0,63	41
	Összesen	1,79	0,63	150
Külföldi	Nagyváros, megyeszékhely	2,15	0,60	87
	Kisebb város	1,98	0,57	47
	Falu	1,89	0,58	18
	Összesen	2,07	0,59	152
Összesen	Nagyváros, megyeszékhely	2,04	0,59	183
	Kisebb város	1,90	0,62	175
	Falu	1,75	0,62	92
	Összesen	1,93	0,62	450

I. DEMOGRÁFIAI ÉS TANULMÁNYI HÁTTÉRVÁLTOZÓK

1. Jelenlegi tanulmányaid kara:
 - a. ÁJTK
 - b. ÁOK
 - c. BBMK
 - d. BTK
 - e. ETSZK
 - f. FOK
 - g. GTK
 - h. GYTK
 - i. JGYPK
 - j. MGK
 - k. MK
 - l. TTIK
2. Milyen szakon tanulsz?
3. Évfolyam:
 - a. 1
 - b. 2
 - c. 3
 - d. 4
 - e. 5
 - f. 6
4. Képzési szint:
 - a. BA/Bsc
 - b. MA/Msc
 - c. osztatlan képzés
5. Képzési forma:
 - a. nappali
 - b. levelező
 - c. távoktatás
6. Finanszírozási forma:
 - a. önköltséges
 - b. a magyar állam által támogatott
 - c. Stipendium Hungaricum ösztöndíjas
 - d. Származási ország ösztöndíjasa
7. Milyen típusú középiskolában szerezted az érettségit?
 - a. 4 osztályos gimnázium
 - b. 6 osztályos gimnázium
 - c. 8 osztályos gimnázium
 - d. szakközépiskola/szakgimnázium
8. Milyen fenntartású volt a középiskolád, amikor érettségiztél?
 - a. állami, önkormányzati

- b. egyházi
- c. alapítványi
- d. magán
- e. egyéb

Amennyiben az előző kérdésnél az "egyéb" opciót választottad, kérlek, fejtsd ki!

9. Nemed:

- a. nő
- b. férfi

10. Életkorod:

11. Állampolgárságod:

12. Rendelkezel kettős magyar állampolgársággal?

- a. igen
- b. nem

13. Állandó lakhelyed:

- a. Főváros
- b. Megyeszékhely/megyei jogú város
- c. Kisebb város
- d. Falu

14. Jelenleg milyen vallásfelekezethez tartozol?

- a. Római katolikus
- b. Görög katolikus
- c. Református
- d. Evangélikus
- e. Zsidó, izraelita
- f. Ortodox
- g. Unitárius
- h. Baptista
- i. Egyik sem
- j. Egyéb

Amennyiben az előző kérdésnél az "egyéb" opciót választottad, kérlek, fejtsd ki!

15. Mi az édesanyád/nevelőanyád legmagasabb iskolai végzettsége?

- a. Kevesebb, mint 8 osztály
- b. Befejezett 8 osztály
- c. Szakmunkásképző, szakiskola (érettségi nélkül)
- d. Szakközépiskola, technikum (érettségivel)
- e. Gimnázium
- f. Főiskola
- g. Egyetemi diploma
- h. Tudományos fokozat

16. Mi az édesapád legmagasabb iskolai végzettsége?

- a. kevesebb, mint 8 osztály
- b. befejezett 8 osztály
- c. szakmunkásképző, szakiskola (érettségi nélkül)
- d. szakközépiskola, technikum (érettségivel)

- e. gimnázium
- f. főiskola
- g. egyetemi diploma
- h. tudományos fokozat

17. Édesapád/nevelőapád dolgozik?

- a. igen
- b. nem

18. Mi a jelenlegi/utolsó foglalkozása?

19. Amennyiben nem dolgozik édesapád/nevelőapád, miért?

- a. a háztartásban van rá szükség
- b. munkanélküli
- c. rokkant nyugdíjas
- d. öregségi nyugdíjas
- e. gyermeket gondoz
- f. elhunyt
- g. egyéb

Amennyiben az előző kérdésnél az "egyéb" opciót választottad, kérlek, fejtssd ki!

20. Édesanyád/nevelőanyád dolgozik?

- a. igen
- b. nem

21. Mi a jelenlegi/utolsó foglalkozása?

22. Amennyiben nem dolgozik édesanyád/nevelőanyád, miért?

- a. a háztartásban van rá szükség
- b. munkanélküli
- c. rokkant nyugdíjas
- d. öregségi nyugdíjas
- e. gyermeket gondoz
- f. elhunyt
- g. egyéb

Amennyiben az előző kérdésnél az "egyéb" opciót választottad, kérlek, fejtssd ki!

II. ANYAGI HELYZET

23. Van-e a családotd (nem a tiédben) tulajdonában...

- a. saját lakás, családi ház
- b. nyaraló, hobbitelek
- c. plazma Tv, LCD Tv
- d. asztali számítógép vagy laptop
- e. mobilinternet (telefonon vagy tableten)
- f. okostelefon
- g. táblagép, e-book olvasó
- h. mosogatógép
- i. klíma
- j. 5 évnél fiatalabb személyautó

24. Milyen családotd anyagi helyzete a csoporttársaid családjához képest?

- a. Az átlagosnál sokkal jobb.

- b. Az átlagosnál valamivel jobb.
- c. Nagyjából átlagos.
- d. Az átlagosnál valamivel rosszabb.
- e. Az átlagosnál sokkal rosszabb.

25. Jelöld be azokat a tárgyakat, amelyekkel te (nem szüleid!) rendelkezel jelenleg!

- a. Saját lakás, saját ház
- b. Saját használatú személyautó
- c. Átlagnál drágább telefon (pl. iPhone)
- d. Átlagnál drágább laptop/PC (pl. MacBook)
- e. Tablet, e-book olvasó
- f. Lakáskassza megtakarítás

26. Milyen jelenleg saját anyagi helyzeted?

- a. Mindenem megvan, jelentősebb kiadásokra is telik (pl. utazás, elektronikai eszközök vásárlása, márkás ruhák vásárlása).
- b. Mindenem megvan, ami szükséges, de nagyobb kiadásokat nem engedhetek meg magamnak.
- c. Néha előfordul, hogy a mindennapi kiadásaimat (élelem, helyi utazás) nem tudom fedezni.
- d. Gyakran előfordul, hogy nincs pénzem a mindennapi szükségletek fedezésére.

III. KULTURÁLIS TŐKE

27. Hány könyve van otthon a családnak?

- a. kevesebb, mint 1 polcnyi (0-50 db)
- b. egy polcnyi (kb. 50 db)
- c. 2-3 polcnyi (max. 150 db)
- d. 4-6 polcnyi (max. 300 db)
- e. 7-10 polcnyi (max. 500 db)
- f. több (min. 501 db)

28. Milyen gyakran végzi a következőt édesanyád/nevelőanyád? (naponta, hetente, havonta, évente néhányszor, ritkábban, soha)?

- a. komolyzenei koncertre
- b. színházba
- c. moziba
- d. könyvtárba
- e. múzeumba, kiállításra

29. Milyen gyakran végzi a következőt édesapád/nevelőapád? (naponta, hetente, havonta, évente néhányszor, ritkábban, soha)

- a. komolyzenei koncertre
- b. színházba
- c. moziba
- d. könyvtárba
- e. múzeumba, kiállításra

30. Szoktál könyvet olvasni? És a családod/ barátaid/ csoporttársaid? (A kötelező olvasmányokat leszámítva.) (igen, nem)

- a. Te
- b. Édesapád/nevelőapád
- c. Édesanyád/nevelőanyád

- d. Testvére(i)d
- e. Barátaid
- f. Hallgatótársaid többsége

31. Mivel szoktad tölteni a szabadidődöt? Milyen gyakran? (naponta, hetente, havonta többször, havonta, évente néhányszor, ritkábban, soha)

- a. tv-nézés, vagy filmek nézése a neten
- b. konzolos vagy PC-s játékok
- c. kártyázás vagy társasjáték (pl. Monopoly, sakk stb.)
- d. találkozás a barátokkal (pl. kávézóban, cukrászdában, pizzériában stb.)
- e. chatelés, e-mailezés a barátokkal, rokonokkal
- f. közösségi oldalak látogatása
- g. részvétel könnyűzenei koncerteken
- h. kocsmába járás,
- i. bulizás
- j. shoppingolás/plázázás
- k. moziba járás
- l. színházba járás
- m. könyvtárba járás
- n. részvétel komolyzenei koncerten, hangversenyen
- o. szépirodalom olvasás
- p. szakirodalom olvasás
- q. szórakoztató irodalom olvasása
- r. klasszikus zene hallgatás
- s. művészfilm nézés
- t. önkéntes tevékenység
- u. sportolás
- v. utazás
- w. részvétel hallgatói klubokban

32. Kérlek, osztályozd 1-4-ig, hogy mennyire fontosak az alábbiak az életedben!

- a. belső harmónia
- b. hatalom, ellenőrzés mások felett
- c. szabadság
- d. társadalmi rend, stabilitás
- e. érdekes élet
- f. gazdagság, pénz, anyagi javak
- g. a nemzet, a haza védelme
- h. békés világ
- i. a szokások, tradíciók megőrzése
- j. vallásos hit
- k. családi biztonság
- l. igaz barátság
- m. szerelem, boldogság
- n. a haza biztonsága
- o. egyenlőség
- p. előítéletektől való mentesség
- q. engedelmesség, kötelességtudás
- r. tehetség
- s. (ifjúsági) közösség
- t. műveltség
- u. politika, közélet

IV. EGYETEMI SZERVEZÉSŰ KULTURÁLIS KÍNÁLAT

33. Hallottál-e már az Egyetemi Tavaszról vagy az Őszi Fesztiválról?

- a. igen
- b. nem

34. Voltál-e már valaha az Egyetemi Tavasz vagy az Őszi Fesztivál valamelyik rendezvényén?

- a. igen
- b. nem

Ha voltál, akkor sorold fel az utolsó rendezvényeket, melyeken jártál:

35. Milyen gyakran szokott a Hallgatói Önkormányzat kulturális programokat ajánlani, szervezni a hallgatóknak? (nem szerveznek ilyen, félévente 1-2 alkalommal, havonta, hetente, naponta)

36. Részt vettél már ilyen programon?

- a. igen
- b. nem

Ha igen: mi volt az utolsó ilyen program, melyen részt vettél?

37. Milyen gyakran szokott a kar, ahová jársz, kulturális programokat ajánlani, szervezni a hallgatóknak? (nem szerveznek ilyen, félévente 1-2 alkalommal, havonta, hetente, naponta)

38. Részt vettél már ilyen programon?

- a. igen
- b. nem

Ha igen: mi volt az utolsó ilyen program, melyen részt vettél?

39. Milyen gyakran szoktak az oktatóid kulturális programokat ajánlani a hallgatóknak? (soha nem ajánlanak, félévente 1-2 alkalommal, havonta, hetente, naponta)?

- a. igen
- b. nem

40. Részt vettél már olyan kulturális programon, melyet oktatóid javasoltak?

- a. igen
- b. nem

Ha igen: mi volt az utolsó ilyen program, melyen részt vettél?

V. MÚZEUMOKRÓL ALKOTOTT VÉLEMÉNY, EMLÉKEK

41. Szerinted mennyire fontos feladata a múzeumoknak a... (1: egyáltalán nem fontos, 2: nem annyira fontos, 3: inkább fontos, 4: nagyon fontos)

- a. tárgyak gyűjtése, gyűjtemények gondozása
- b. kiállítások létrehozása
- c. oktatási munka
- d. szakmai beszélgetések, előadások tartása
- e. „laza”, szórakoztató programok szervezése (pl.: nyomozós, szabadulószoza, stb.)
- f. a látogató kipróbálhasson dolgokat

42. Mennyire szívesen vennél részt az alábbi múzeumi programokon? (1: biztosan nem mennék el, 2: valószínűleg nem mennék el, 3: valószínűleg elmennék, 4: biztosan elmennék)

- a. könnyűzenei koncert
- b. irodalmi est
- c. kiszabadulás, nyomozós játék
- d. stand up comedy
- e. tárlatvezetés

Saját javaslat, melyet nem soroltunk fel:

43. Szoktál-e hallani múzeumi programokról, kiállításokról?

- a. igen
- b. nem

44. Ha igen: honnan hallasz a múzeumi kiállításokról, programokról? (Több válasz is lehetséges!)

- a. múzeumi honlapokról
- b. egyetemi felületeken keresztül
- c. televízióból
- d. rádióból
- e. újságból
- f. online hírportálokról
- g. blogokról
- h. Facebookról
- i. Instagramról
- j. Twitterről
- k. köztéri reklámokból (pl. plakát, óriásplakát, buszmegálló, stb.)
- l. barátoktól
- m. családtól
- n. egyetemi csoporttársaktól
- o. egyetemi
- p. oktatóktól

45. Mennyire hallgatnál az alábbiak véleményére, ha egy múzeumi kiállításról van szó? (1- egyáltalán nem hallgatok a véleményükre, ha múzeumról van szó; 4-nagyon fontos a véleményük, ha múzeumokról van szó)

- a. családom
- b. barátaim
- c. egyetemi csoporttársaim
- d. tanárain
- e. cikkek, TV/rádió műsorok
- f. közösségi
- g. médiában (Facebook, Instagram, stb.) megjelenő vélemények

Van olyan, akinek hallgatsz a véleményére, de nem soroltuk fel? Ha igen, nevezd meg:

46. Melyik 1-2 szó jut eszedbe először, ha azt hallod: MÚZEUM?

47. Ismersz-e szegedi múzeumot?

- a. igen
- b. nem

48. Ha igen, kérlek írd ide, melyik múzeumot/múzeumokat ismered Szegeden:

49. Mennyire érdekelne egy ilyen témájú kiállítás? (1: egyáltalán nem érdekelne, 2: kevésbé érdekelne, 3: érdekelne, 4: nagyon érdekelne)

- a. régészeti
- b. kiállítás
- c. élővilágról, természetről szóló kiállítás
- d. néprajzi kiállítás
- e. történelmi kiállítás
- f. irodalmi kiállítás
- g. képzőművészeti kiállítás
- h. kortárs kiállítás
- i. fotókiállítás

Van olyan kiállítás, melyet nem soroltunk fel, de érdekelne? Ha igen, nevezd meg:

50. Mennyire szeretnél egy múzeumban... (1: egyáltalán nem szeretnék, 4: nagyon szeretnék)

- a. műtárgymásolatot megtapogatni?
- b. ruhamásolatokat felpróbálni?
- c. számítógépes játékokkal játszani? (pl.: X-Box-os játékok)
- d. egy történelmi alakkal „élőben” találkozni? (színészek korhű ruhában megjelennek a kiállításon az adott személyiségként)
- e. tárlatvezetésen részt venni?
- f. okostelefonos applikációt használni a kiállítás kapcsán?
- g. videókat nézni?
- h. érintőképernyős monitoron játékot játszani?
- i. Kiterjesztett valósággal (AR, VR) kapcsolatos eszközöket használni?
- j. múzeumi étterembe vagy kávézóba beülni?
- k. múzeumi
- l. shopban vásárolni?

51. Szerinted mitől lehet jó egy múzeumi kiállítás? Írj le három jellemzőt!

52. Az alábbiakban múzeumi kiállításokkal, programokkal kapcsolatos hírek címeit olvashatod. Mennyire szívesen mennél el megnézni a kiállítást/programot a hír címe alapján? (4: mindenképpen elmennék, 3: valószínűleg elmennék, 2: nem valószínű, hogy elmennék, 1: biztos, hogy nem mennék el)

- a. A húszszázadik látogatót köszöntik
- b. Travolta már várja Harrison Fordot
- c. Elmebajrt gyógyítani koponyalékeléssel
- d. Ingyenes tárlatvezetések a múzeumban
- e. Kupleráj épül a múzeumban
- f. SZTE-s nap a fáraó-kiállításon
- g. Prostituált lett az államférfi felesége – Bordélyház a múzeumban
- h. Lámpáskészítés a játszóházban
- i. Akadémikusok nyakkendő nélkül

53. Gyermekkorodban vittek múzeumba a szüleid?

- a. igen
- b. nem

54. Általános vagy középiskolás korodban jártatok-e múzeumban az osztályoddal?

- a. igen
- b. nem

55. Ha jártatok: hogyan éreztet magad a látogatás során? Mennyire voltak rád érvényesek az alábbi érzések? (1: egyáltalán nem, 2: inkább nem, 3: inkább igen, 4: teljes mértékben)
- izgalmas volt a kiállítás
 - érdekelt a kiállítás
 - jól éreztet magam
 - sok infó megmaradt bennem a kiállításról
56. Részt vettél-e valaha múzeumpedagógiai foglalkozáson? (múzeumpedagógiai foglalkozás: csoportos interaktív tárlatvezetés, kézműves foglalkozás, szituációs játékok a kiállítások kapcsán, stb.)
- igen
 - nem
57. Ha részt vettél: hogyan éreztet magad a foglalkozás során? Mennyire voltak rád érvényesek az alábbi érzések?
- izgalmas volt a foglalkozás
 - jól éreztet magam
 - jobb lett a múzeumokról a véleményem a foglalkozás miatt
 - sok információ megmaradt bennem a foglalkozásról
58. Hallottál-e már arról a lehetőségről, hogy a múzeumban lehet dolgozni gyakornokként?
- igen
 - nem
59. Érdekelne-e téged a múzeumban gyakornoki munka?
- igen
 - nem
60. Hallottál-e már arról a lehetőségről, hogy a múzeumban lehet dolgozni önkéntesként?
- igen
 - nem
61. Érdekelne-e téged a múzeumban önkéntes munka?
- igen
 - nem
62. Mennyire szívesen vennél részt múzeumi kiállítás létrehozásában? (1- egyáltalán nem érdekelne, 4- nagyon érdekelne)
63. Jártál-e már Múzeumok Éjszakáján?
- igen
 - nem
 - nem hallottam még a Múzeumok Éjszakájáról
64. Milyen gyakran szoktál általában múzeumba járni (saját kezdeményezésedre, azaz „magadtól”, nem kötelező jellegűen)?
- havonta minimum 1 alkalommal
 - félévente minimum 1 alkalommal
 - évente minimum 1 alkalommal
 - ritkábban

- e. soha nem megyek múzeumba

VI. A MÚZEUMBA JÁRÓKRA VONATKOZÓ KÉRDÉSEK

65. Kikkel jársz múzeumba? (Több válasz is lehetséges.)
- a. egyedül
 - b. párommal
 - c. barátaimmal
 - d. csoportosan órai keretek között
 - e. családommal, rokonokkal
66. Milyen típusú múzeumokba szoktál járni?
- a. annak a városnak, falunak a múzeumába, ahol élek
 - b. szegedi múzeumokba
 - c. utazások alkalmával más, magyarországi múzeumokba
 - d. nyaralások alkalmával külföldi múzeumokba
 - e. kifejezetten múzeumi kiállítás miatt utazom el egy másik városba
 - f. egyéb
- Amennyiben az "egyéb" választ jelölte be, írja le, mire gondolt:
67. Milyen gyakran jársz múzeumban Szegeden?
- a. havonta minimum 1 alkalommal
 - b. félévente minimum 1 alkalommal
 - c. évente minimum 1 alkalommal
 - d. ritkábban
 - e. soha
68. A kiállításokon kívül jársz-e más múzeumi rendezvényre (például: Múzeumok Éjszakája)?
- a. igen
 - b. nem
69. Ha igen, milyen programokra? Sorolj fel néhányat!
70. Miért/mely esetben jársz múzeumba általában? Kérlek, jelöld a skálán: 1-emiatt semmiképpen sem járok, 4- emiatt mindenképpen járok
- a. hogy új ismereteket szerezzek a világról
 - b. hogy új ismereteket szerezzek a szakmámról
 - c. hogy kikapcsolódjak, jól érezzem magam
 - d. mert az egyetemi kurzusaimon kötelező elmenni
 - e. mert a családom is megy
 - f. mert a barátaim is mennek
 - g. mert meg akarom ismerni az országnak, városnak a kultúráját, ahol a múzeum található
 - h. megismerni a saját kultúráim történetét
 - i. mert rossz az idő és nincs más programlehetőség
71. Számodra milyen az ideális kiállítás-megtekintés? (Több válasz is lehetséges.)
- a. egyedül: senki se zavarjon, senki se szóljon hozzám
 - b. barátaimmal, családommal, párommal, akikkel közben beszélgetni tudok

- c. hagyományos tárlatvezetéssel: mondják el, melyik tárgyról milyen szakmai információt lehet tudni (pl.: milyen stílus, milyen alkotói korszak, milyen pályatársak, stb.)
 - d. történetekre épülő tárlatvezetéssel: a tárgyakkal, művészekkel kapcsolatban meséljen a tárlatvezető érdekességeket, történeteket
 - e. interaktív (pl.: szeretek számítógépes játékokat használni a kiállításon, ruhamásolatokat felpróbálni, műtárgymásolatokat megérinteni, stb.)
 - f. egyéb
- Ha az "egyéb" lehetőséget bejelölted, kérlek, fejtssd ki:

72. Emlékszel, melyik múzeumban jártál utoljára?

- a. igen
- b. nem

73. Ha igen, kérlek nevezd meg, melyik múzeum melyik kiállítását láttad utoljára!

74. Melyik érzés mennyire volt jellemző az utolsó múzeumi látogatásodra/látogatásaidra? (1-legkevésbé jellemző, 4-leginkább jellemző)

- a. unalmas
- b. felzaklató
- c. kutatásra inspiráló
- d. szórakoztató
- e. emlékezetes
- f. izgalmas
- g. kreatív
- h. interaktív
- i. hasznos
- j. felesleges

VII. A MÚZEUMBA NEM JÁRÓKRA VONATKOZÓ KÉRDÉSEK

75. Milyen okai vannak annak, hogy nem jársz múzeumba? (Több válasz is lehetséges.)

- a. drága
- b. unalmas
- c. nem érdekelnek a kiállítások
- d. nyitva tartási időben nem tudok beérni
- e. nincs időm
- f. nincs a közelben múzeum
- g. nincs kivel mennem
- h. nincs olyan nyelven információ, melyet megértek (pl.: angolul)
- i. nem érdekel Magyarország kultúrája (csak az angol nyelvű kérdőívben)

76. Járnál-e szívesebben múzeumba, ha minden információ angolul is elérhető lenne? (Csak az angol nyelvű kérdőívben feltett kérdés.)

- a. igen
- b. nem

VIII. MÚZEUMOK MINT TANULÁSI TEREK

77. Milyen egyetemi szervezéssel jártál már valamelyik múzeumban? (Több válasz is lehetséges.)

- a. nem jártam egyetemi szervezéssel múzeumban
- b. EHÖK/HÖK szervezés
- c. tanszéki/kari szervezés
- d. egy kurzus keretében
- e. Egyetemi Őszi Fesztivál / Egyetemi Tavaszi Fesztivál keretében
- f. egyéb

Ha az "egyéb" lehetőséget bejelölted, fejtssd ki:

78. Volt-e valaha is egyetemi órád egy múzeumban megtartva?

- a. igen
- b. nem

79. Ha volt órád a múzeumban: melyik kurzuson/kurzusokon jártatok a múzeumban?

80. Ez a kurzus/kurzusok kötelezőek voltak?

- a. kötelező
- b. kötelezően választható
- c. szabadon választható

81. Hány alkalommal volt az óra a múzeumban?

- a. 1
- b. 2-7
- c. 8-13
- d. mindig ott volt

82. Mennyire értesz egyet az alábbi állításokkal? A múzeumi óra... (1: egyáltalán nem, 2: inkább nem, 3: inkább igen, 4: teljes mértékben)

- a. hasznos volt
- b. érdekes volt
- c. más volt, mint egy tantermi óra
- d. hozzáadott a szakmai tudásomhoz
- e. segítette a képességeim fejlődését

83. Hogyan zajlottak a múzeumi órák? (Több válasz is lehetséges.)

- a. műtárgyakkal ismerkedtünk meg
- b. volt csoportmunka
- c. műtárgymásolatokat foghattunk meg
- d. eredeti műtárgyakat foghattunk meg
- e. digitális eszközökkel dolgoztunk
- f. benézhattünk a kulisszák mögé
- g. történeteket hallgattunk a múzeummal, kiállításokkal kapcsolatban
- h. egyéb

Amennyiben az „egyéb” választ megjelölted, fejtssd ki:

84. Közreműködött-e az órán múzeumi munkatárs?

- a. igen
- b. nem

85. Szívesen mennél-e újra múzeumi órára valamelyik kurzusod keretében?

- a. igen

b. nem

86. Mit szólnál ahhoz, ha az egyik kurzusod néhány alkalmát egy múzeumban tartanátok? (1: egyáltalán nem, 2: inkább nem, 3: inkább igen, 4: teljes mértékben)

- a. kíváncsi lennék rá
- b. hasznosnak tartanám
- c. hozzátenne a szakmai tudásomhoz
- d. segítené a kompetencia-fejlődésemet