

Kiállítási kommunikáció

Tudomány – kiállítás – kommunikáció

**Kárpáti Andrea
Vásárhelyi Tamás**

Kiállítási kommunikáció: Tudomány – kiállítás – kommunikáció

írta Kárpáti Andrea és Vásárhelyi Tamás

Bajzáth Judit, Gaul Emil, Joó Emese, Kómár Éva és Szabics Ágnes esettanulmányaival

Szerzői jog © 2013 Eötvös Loránd Tudományegyetem

ISBN 978-963-284-366-7

E könyv kutatási és oktatási célokra szabadon használható. Bármilyen formában való sokszorosítása a jogtulajdonos írásos engedélyéhez kötött.

Készült a TÁMOP-4.1.2.A/1-11/1-2011-0073 számú, „E-learning természettudományos tartalomfejlesztés az ELTE TTK-n” című projekt keretében. Konzorciumvezető: Eötvös Loránd Tudományegyetem, konzorciumi tagok: ELTE TTK Hallgatói Alapítvány, ITStudy Hungary Számítástechnikai Oktató- és Kutatóközpont Kft.

Nemzeti Fejlesztési Ügynökség
www.ujszechenyiterv.gov.hu
06 40 638 638



A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával valósul meg.



Tartalom

1. Bevezető (Kárpáti Andrea és Vásárhelyi Tamás)	1
2. A múzeumok kommunikációs formái, céljai (Vásárhelyi Tamás)	4
2.1. A kommunikáció általános elmélete és a kiállítási kommunikáció	4
2.2. A kiállítások kitüntetett szerepe a múzeumok működési formái között	11
Feladat 1:	19
Feladat 2:	19
Feladat 3:	20
Feladat 4:	20
Feladat 5:	21
3. Múzeumterek egykor, ma és a jövőben (Kárpáti Andrea)	22
3.1. A múzeumi épület kommunikációs értéke	22
A múzeumépület alakváltása	28
Múzeum más célra készült épületben	42
3.2. Klasszikus, elavult és modern kiállítási színhelyek és megjelenítési módok	43
3.3. Különleges kiállítási színhelyek	56
Feladat 1:	62
Feladat 2:	62
4. A küldetésnyilatkozattól a kiállítás üzenetéig és tudományos tartalmáig	63
4.1 Küldetésnyilatkozat – Mission statement (Vásárhelyi Tamás)	63
4.2 Kiállítás-rendezés, mint szellemi alkotás: gyűjtemény és kiállítás (Kárpáti Andrea)	67
4.3 A tudományos eredmények lefordítása közérthető, kiállítási nyelvre (Vásárhelyi Tamás)	73
4.4 Esettanulmány: tudományos eredmények lefordítása a Magyar Természettudományi Múzeumban (Vásárhelyi Tamás)	84
Feladat 1:	95
Feladat 2:	95
Feladat 3:	96
5. Gyűjtemény és kiállítás (Vásárhelyi Tamás)	97
5.1. A kiállítás, mint a gyűjtemény tükré	97
5.2. Kiállítandó tárgyak kiválasztása: presztízs-, biztonsági, műtárgyvédelmi megfontolások (Vásárhelyi Tamás)	109
Feladat 1:	118
Feladat 2:	119
6. Kiállítási típusok és jellemzőik	120
6.1 Technikai jellegű szempontok (Vásárhelyi Tamás)	120
Helyszín	120
Időtartam	128
Terjedelem	134
Néhány egyéb tipizálási szempont	137
Feladat 1:	139
6.2. A látogató-központúság szempontjai (Kárpáti Andrea)	139
A kiállítás tudományos koncepciójának értelmezése a látogatói üzenetek szempontjából	141
Látogatói célcsoportok meghatározása, interpretációs terv készítése	143
A kiállítási tárgyakhoz kapcsolható információs eszközök megtervezése	147
A látogatói utak kialakítása	148
Média elemek kiválasztása, megtervezése	150
Marketing terv készítése	150
Kipróbálási, értékelési, módosítási terv készítése	150
Feladat 2:	151
6.3. A kiállítási koncepció: ismeretektől a narratíváig (Kárpáti Andrea)	152
Feladat 3:	158
Feladat 4:	158
6.4. A tárgyakhoz és az üzenethez illő kiállítási műfaj és kommunikációs stratégia meghatározása (Kárpáti Andrea)	159
7. Kiállítási terv: az üzenet(ek) lefordítása	164
7.1. Kétféle kiállítási terv: projektterv és forgatókönyv (Vásárhelyi Tamás)	164

7.2. Az üzenet lefordítása (Vásárhelyi Tamás)	166
Feladat 1:	181
Feladat 2:	181
Feladat 3:	181
7.3 Együtműködési formák, feladatok az alkotói teamben, kiállítási rész-projektek (Gaul Emil)	182
Példák kiállítási feladatok megoldására	184
Mellékletek	189
A kiállítás-rendező feladatai	189
Az építészeti terv készítésének vázlata	189
A grafikai terv készítésének vázlata	190
A tárgyak elrendezése	190
8. A kommunikációs csatorna elemei (Vásárhelyi Tamás)	191
8.1. Helyszín	191
8.2. Mielőtt belépnénk	192
8.3. Megérkezés a kiállításba	196
8.4. Fények	199
8.5. Színek	203
8.6. Bútorzat	205
8.7. Hangok	207
8.8. Szagok	207
8.9. Szövegek	208
8.10. Interaktív elemek	214
8.11. Informatika a kiállításban	217
8.12. Kényelem	220
8.13. Emberek (személyzet, látogatók, bábuk)	221
8.14. Tárgyak	224
8.15. Hozzáférés	225
Feladat 1:	225
Feladat 2:	225
Feladat 3:	226
Feladat 4:	226
9. Múzeumi multimédia (Kárpáti Andrea)	227
9.1 Informatikai eszközök a kiállításban	227
9.2 Múzeumok a Világhálón	258
9.3 A kiállítás „webkettes” kiterjesztése	272
Feladat 1:	277
Feladat 2:	277
10. A látogató szempontjai	278
10.1. Kiknek készül a kiállítás? Kikhez kell igazítani a kommunikációt? (Vásárhelyi Tamás)	278
Feladat 1:	284
10.2 A látogatóbarát kiállítás (Kárpáti Andrea)	284
Látogatóbarát múzeumpedagógiai módszerek	286
Célcsoportra irányuló kiállítás-rendezés	296
Feladat 1:	297
Múzeumpedagógia, múzeumandragógia: a látogatóbarát múzeum szakemberei	299
Speciális igényű látogatók	306
Feladat 2:	307
Feladat 3:	308
Feladat 4:	308
10.3 A kiállítás dekódolása: a megértett üzenet (Kárpáti Andrea)	308
Feladat 5:	311
11. Kommunikáció a kiállításról	312
11.1 Egy kiállítás múzeumon belüli kommunikációja (Vásárhelyi Tamás)	312
Plakát a falakon és azokon belül	312
Szórólap az épületben	313
Ajándékok	314
11.2 Kommunikáció a múzeum falain kívül (Kárpáti Andrea, Vásárhelyi Tamás)	316
Plakát a közterületeken (Vásárhelyi Tamás)	316

Szórólap (Vásárhelyi Tamás)	318
A reklámozás dinamikája (Vásárhelyi Tamás)	319
Nyomtatott és digitális sajtó (Kárpáti Andrea)	319
Kiállítások a televízióban, rádióban (Kárpáti Andrea)	321
11.3 Pedagógiai kommunikáció: a tárlatvezetéstől az interaktív értelmezésig (Kárpáti Andrea)	321
Feladat:	328
12. Látogatómenedzsment a kiállításban (Vásárhelyi Tamás)	330
12.1. Mi az a látogatómenedzsment?	330
12.2 Egyéni látogatók mozgása	330
12.3 Csoportok mozgatása	330
13. Kiállítás értékelési módszerek	332
13.1 Miért és hogyan értékeljük? (Vásárhelyi Tamás)	332
13.2 Mikor értékelünk? (Vásárhelyi Tamás)	333
Előzetes felmérés	333
Ellenőrzés	334
Értékelés	334
Néhány egyszerű értékelési módszer, látogatók bevonásával:	334
13.3 Egy látogatóbarát értékelési módszer (Kárpáti Andrea, Vásárhelyi Tamás)	335
13.4 Múzeumi multimédia megoldások értékelése (Kárpáti Andrea)	338
13.5 Tehát miért értékeljük? (Vásárhelyi Tamás)	339
Feladat 1:	339
Feladat 2:	340
Feladat 3:	340
Feladat 4:	341
14. Esettanulmányok	342
14.1. Bajzáth Judit: Sokszínű élet – Felfedező úton Magyarország tájain: Egy kiállítás átalakulása	342
14.2 Joó Emese: Kiment a ház az ablakon - Az EtnoMobil 2.0 projekt	354
Üzemen kívül	354
Brand-teremtés	355
Kortárs kultúra? Mozgás!	355
EtnoMobil 2.0 – kiállítás, fotóműterem, archívum	356
Tartalomhoz a formát	357
Lakótérből kiállítótér	357
A harmadik nő	358
Mobilitás fogalmak	358
Egy tárgy, egy történet: a vízpipa	358
Véradó állomás? Lángosos bódé? Aláírásgyűjtés?	359
„Rajta hordom az életemet”	359
Mobil fotóműterem és archívum	360
Interaktivitás 14 +	360
Kommunikáció 2.0	360
Minőségi eredmények	360
Nincs megállás!	361
14.3 Kómár Éva: Médiumok összjátéka. - A Petőfi Irodalmi Múzeum kiállítási kommunikációja a hálózati kultúra korában	361
Bevezető	361
PIM és az új muzeológia	361
A PIM kiállítási kommunikációja	362
Az Infokommunikációs (IKT) eszközök beépülése és szerepe a PIM kiállításában	362
Tervezés	362
14.4 Szabics Ágnes: Múzeumpedagógiai programok Bukta Imre: Másik Magyarország című kiállításán	376
A kiállítás pedagógiai kommunikációja	376
A kiállításához meghirdetett múzeumpedagógiai programok:	383
15. Irodalomjegyzék	384
Önálló kiadványok	384
Könyvfejezetek	386

Folyóiratcikkek	388
Internetes hivatkozás	389

1. fejezet - Bevezető (Kárpáti Andrea és Vásárhelyi Tamás)

„Látod-e, amit én látok?” Ha a kiállítás rendezője feltenné ezt a kérdést, a látogató gyakran adna meglepő feleletet. A kiállításokról nyert visszajelzésekből kiderül, hogy nemcsak a műalkotás, hanem a kiállítás maga is sokféle gondolatot és érzést kelthet, s ezek némelyike éppen ellentétes azzal, ami a rendezők szándéka volt. „*A látogató személyes útja*” – Hugh A. Spencer így nevezi a kiállítás bejárását (Spencer, 2011, 373.). A látogató, aki a közelmúltig elsősorban kutatóhelyként működő intézményekbe manapság belép, immár megbecsült vendég. A gyűjtemények legtöbbje közösségi: azaz adóbevételekből származó költségvetési, illetve esetleg civil szervezetek által nyújtott támogatásból él. A látogató véleménye számít, hiszen ettől függ, ismerősei is eljönnek-e, a helyi döntéshozók és mecénások támogatják-e a gyűjtemény fejlesztését, a ház fenntartását, a munkatársak munkáját. A kiállítási kommunikáció, avagy a kiállításokkal, a kiállításokon keresztül való kommunikáció tudatos tervezése tehát egyre fontosabb eleme a tárlatok készítésének. Ebben a könyvben sorra vesszük, milyen eszközökkel élhet, s milyen hatásokra számíthat a kiállítás kurátora és a múzeumpedagógus. Könyvünk azoknak a személyeknek készült, akik – bárhol dolgozzanak is, nemcsak múzeumban – akár csak egy vitrinben vagy kirakatban is kiállítanak valamit, hogy azzal valakikhez valamilyen információt, üzenetet, látványt eljuttassanak. Miután a kiállítás-készítés hangsúlyosan múzeumi tevékenység, elsősorban a múzeumi kiállítások készítőit tartottuk szem előtt, példáinkat is zömmel múzeumokból vettük.



1.1. kép: A gyűjtemény korából származó kosztümbe öltözött múzeumi interpretátor köszönti a látogatókat. Drezda, 2011. (Fotó: Kárpáti Andrea)

A múzeum a 21. századra tehetős és/vagy elszánt gyűjtők magán-kincseskamrájából nyitott, a köz művelődését szolgáló intézménnyé vált. Könyvünk elméleti modellje az *interpretatív kiállításrendezés*, (Simon, 2010), amelynek középpontjában a látogatói megértés, illetve élmény áll. A kiállítás megjeleníthet új tudományos eredményeket, bemutathat szakmai körökben nagy figyelmet keltő tárgyakat, de ha nem képes elgondolkodtatni, elbűvölni és érdekes, fontos ismeretekkel ellátni látogatóit, nem tekinthető sikeresnek. Könyvünkben ezért először a múzeumok kommunikációs formáiról és a közlemények céljairól szólnunk. Az interaktív kiállítás alapvető feltétele az egyéni és csoportos élményszerzésre és ismeretátadásra egyaránt alkalmas múzeumi tér. A harmadik részben röviden áttekintjük, hogyan változott a múzeum épülete és belső elrendezése az első, a látogatók előtt megnyitott magángyűjteménytől a 21. század közösségi kiállítóteréig.



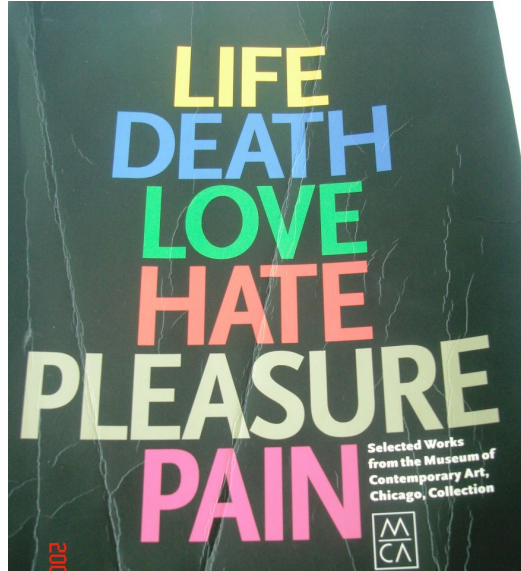
1.2. kép: „Museums are NOW” – a múzeum jelenidejű! a múzeum relevanciájáról szóló kampány része, 2009, Chicago, Museum of Contemporary Art. (Fotó: Kárpáti Andrea)

Hogy mit tartalmazzon és milyen legyen a múzeumi kommunikáció, arról az intézmény küldetésnyilatkozatából és az egyes kiállítások tervéből egyaránt következtetünk. A bemutatók társadalmi üzenete és tudományos tartalma jó esetben szorosan összekapcsolódik, ezért egyszerre szólunk róluk könyvünk negyedik fejezetében. A múzeumi kommunikáció fontos, különleges, az intézménytípust is és magát az adott múzeumot is jellemző, egyedi közege az intézmény birtokában vagy kezelésében lévő gyűjtemény, sajátos formáit pedig a kiállítások határozzák meg. Az ötödik részben bemutatjuk, hogyan befolyásolja a gyűjtés iránya a kiállítási stratégiát, majd a következő fejezetben a leggyakoribb kiállítási típusokat jellemezzük. A gyűjtemény egy-egy részletének bemutatásakor a kiállítás típusának megválasztása az első lépés, ezt követi a kiállítási terv elkészítése, amelyben a bemutató legfontosabb üzeneteit fordítja át a kurátor és a kiállítás tervező, a múzeumpedagógus a látogató számára átélhető és értelmezhető üzenetté. Erről a hetedik részben lesz szó. A múzeumi kommunikáció sokféle csatornán jut célba – ezeket a kifejezőmódokat könyvünk nyolcadik fejezetében vesszük sorra. Mivel kommunikációs környezetünk egyre jelentősebb mértékben virtuális, a kilencedik fejezetben a hagyományos kommunikációs formák mellett bemutatjuk, hogyan működik a múzeum a társadalmi hálón.

Vajon érti-e ezt a sokféle közlést az, akinek szánják? A tizedik rész központi témája a látogató: előzetes ismeretei, elképzelései arról, milyen élményekben lesz része és milyen ismeretekkel gazdagodik a múzeumban; útja a kiállításon, kapcsolatai az intézménnyel a látogatás előtt, alatt és később. Hogy visszatér-e, attól is függ, milyen üzenetekkel találkozik a múzeumról mindennapi környezetében. Erről szól tizenegyedik fejezetünk. A látogatómenedzsment és az értékelés sokszor összekapcsolódik – a tizenkettedik és tizenharmadik rész ezeket a kapcsolatokat is bemutatja. Könyvünket négy esettanulmány zárja, amelyek a Magyar Természettudományi Múzeum, a Mücsarnok, a Petőfi Irodalmi Múzeum és Néprajzi Múzeum egy-egy kiállítását mutatják be, a látogató – tárlat – üzenet háromszöggel a középpontban.

A kötet részletes irodalomjegyzéket tartalmaz, amelyben felsoroljuk a szövegek közötti hivatkozások forrásait. Minden fejezetben feladatok segítenek továbbgondolni a fejezetben felvetett múzeumi kommunikációs problémákat. A feladatokat megoldva, olvasóink szembesülhetnek a múzeumi kommunikáció mindennapi teendőivel és különleges kihívásaival egyaránt. A kötetben a képaláírásokban több esetben nem nevezünk meg a múzeumot, ahol a kép készült. Ezt az eljárást akkor követjük, ha nem egy konkrét tartalomra, hanem egy gyakori jelenségre hívjuk fel a figyelmet. Különösen akkor jogos a név elhagyása, ha valamilyen negatív jelenségről van szó, hiszen nem egyes múzeumok vagy kiállítások kritikája a célunk, egyetlen múzeumot sem akarunk sötét színben feltüntetni.

A szerzők, Kárpáti Andrea és Vásárhelyi Tamás, alapító oktatói az Eötvös Loránd Tudományegyetem Természettudományi Karán működő Tudománykommunikáció a természettudományban MSc mesterszaknak, amelynek egyik szakiránya a Természettudományos múzeumi ismeretterjesztés. Ez a kötet nem jöhetett volna létre a szakra vendég oktatóként érkező kiváló muzeológusok és más múzeumi szakemberek, és a múzeumpedagógia iránt elkötelezett hallgatóink tapasztalatai és gondolatai nélkül. Könyvünkben szerepelnek Bajzáth Judit muzeológus, Joó Emese, Kómár Éva és Szabics Ágnes múzeumpedagógusok és Gaul Emil kiállítás-tervező iparművész, vizuális nevelési szakember írásai is. Köszönjük lektorainknak, Bertáné Varga Juditnak és Sági Ilonának értékes megjegyzéseiket. Reméljük, ez a kötet is hozzájárul ahhoz, hogy a 21. századi magyar múzeum izgalmas és hatékony kommunikációs színhellyé váljék.



1.3. kép: Élet, halál, szeretet, gyűlölet, gyönyör, fájdalom – plakát, a múzeum relevanciájáról szóló kampány része, 2009, Chicago, Museum of Contemporary Art. (Fotó: Kárpáti Andrea)

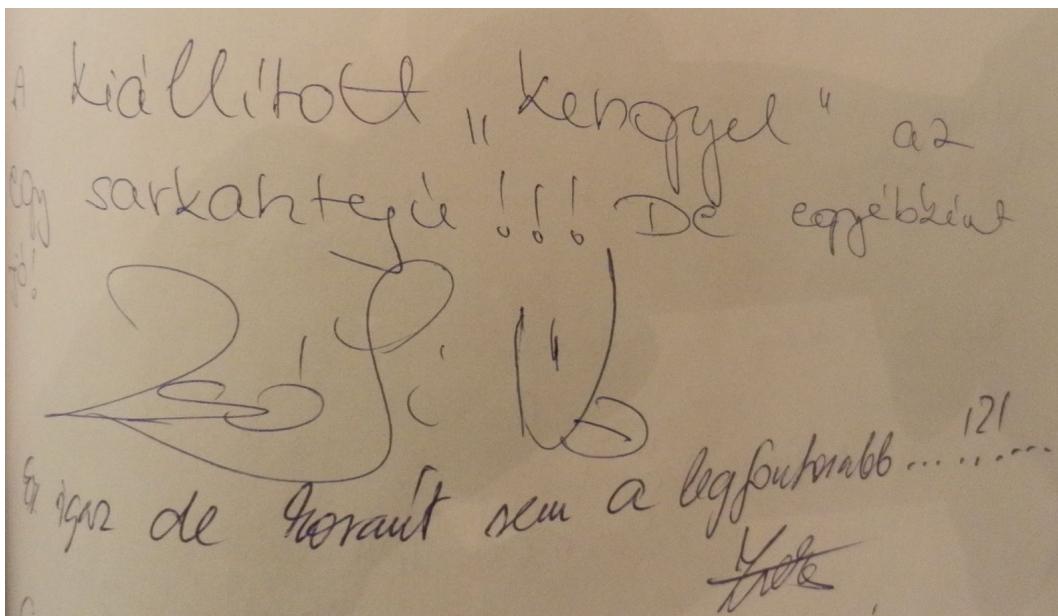
2. fejezet - A múzeumok kommunikációs formái, céljai (Vásárhelyi Tamás)

2.1. A kommunikáció általános elmélete és a kiállítási kommunikáció

Kötetünk a múzeumi kiállítások kommunikációjáról szól. Érdemes először elméleti alapon tisztázni annak a kommunikációs formák közötti helyét, jellegzetességeit, szerepét.

A múlt század közepén, 1948-ban publikálta Claude E. Shannon a kommunikáció matematikai modelljét (N. Wiener elméletét felhasználva, s ezért lehet az, hogy sokan Shannon-Wiener elméletről beszélnek), majd 1963-ban Warren Weaverrel közösen könyv formában is bemutatták a Shannon-Weaver nevével jegyzett modellt, bevezetve a máig használatos fogalmakat: *információforrás, küldő, üzenet, jel, csatorna, zaj, fogadó*.

Az elméletet – melyet dicsérői a „minden modellek anyja” jelzővel is felruháztak – sokan, sokféle oldalról támadták. Ennek dacára lényege, a kommunikáció egy részének leírása változatlanul jól használható, segíti a folyamatok megértését. A kritikák egy része az egyirányúságot kifogásolja, hiszen a kommunikáció legtöbbször, közvetlenül vagy közvetve, kétirányú vagy többirányú folyamat, visszacsatolással is jár. Informatikával átszőtt korunkban a korábbi, merev modell különösen idejétmúltnak tűnhet, bár, ha például akár a közösségi tartalomfejlesztés folyamatát is elkezdjük lépésekre bontani, felismerhetjük benne a modellnek megfelelő elemeket.

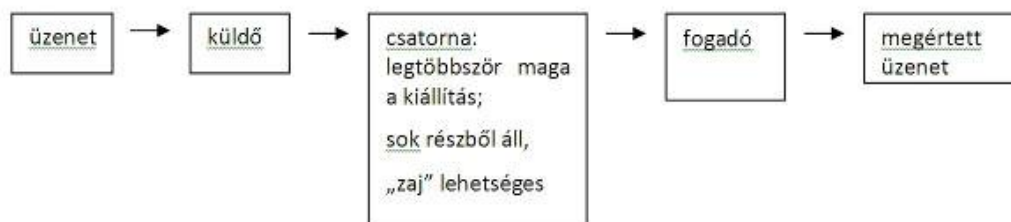


2.1. kép: Visszacsatolás, kétszeresen is: a közönség tagjai párbeszédet folytatnak a kiállítási vendégkönyv lapján.

A kiállítási kommunikáció vizsgálatához, megértéséhez jól használható a modell kissé továbbfejlesztett változata, ráadásul itt sokszor nincs jelen (vagy elhanyagolt) a visszacsatolási elem.¹ Induljunk ki abból a feltevésből, hogy egy kiállító valamit közölni akar kiállításával. Adva van tehát egy *üzenet*, és annak a *küldője*. A küldő (vagy annak képviselőjében megbízottja, a kiállítás-tervező, kiállítás-készítő) az üzenetet *lefordítja* a kiállítás kommunikációs nyelvére, és a kiállítás adta *kommunikációs csatornán* vagy csatornákon keresztül eljuttatja a *fogadóhoz*. A fogadó

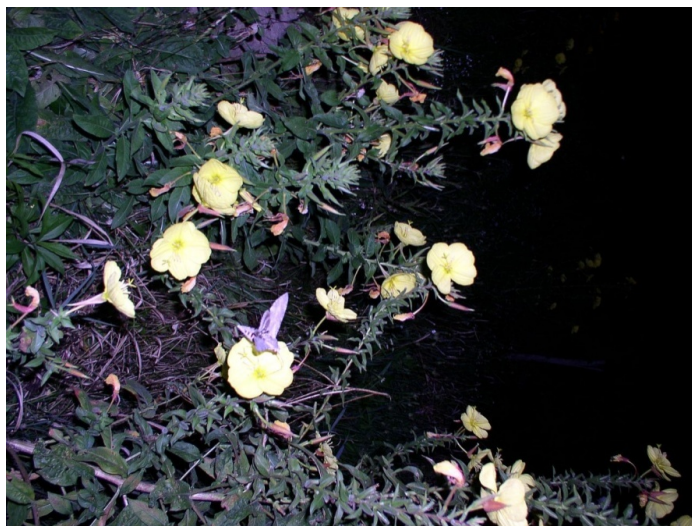
¹ A későbbiekben látni fogjuk, hogy a modern kiállítás-tervezési folyamatban, majd a megvalósítás során is az értékelésnek, azaz a strukturált visszacsatolásnak milyen fontos szerep jutott.

fogadja a kommunikáció során hozzá érkező ingereket, és *vi*sszafo



2.1. ábra: A kiállítási kommunikáció egyszerűsített, általános elmélete (Shannon-Weaver modellje nyomán). A megértett üzenet fogalom alatt a múzeumi élményt és megszerzett ismeretet együttesen lehet értelmezni.

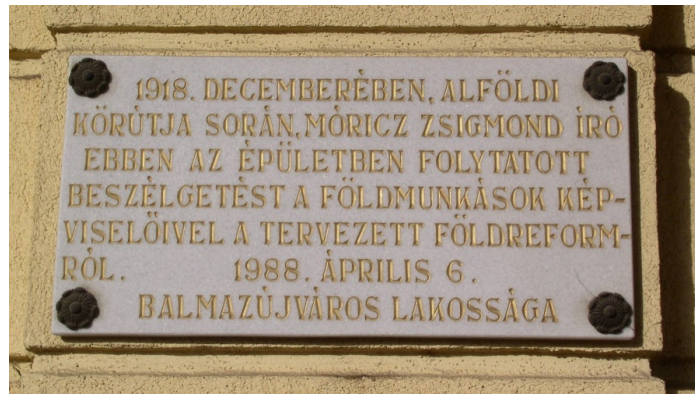
Üzenet: Kereskedelmi kiállítás esetén lehet ilyesmi: „Az én termékem a legjobb, még a személyiségedre is jó hatással van. Szeress bele, vágj rá, vásárolj meg.” EXPO esetén lehet ilyesmi: „Magyarország a komolyzene (vagy akár a szalámi) területén világviszonylatban az élen van.” Múzeumban pedig: „Munkácsy kimagasló festőnk, gazdag életművét sokan szeretik”, vagy „A természet érdekes, szép, sérülékeny, figyelmünkre és védelmünkre érdemes”.



2.2. kép: Az alkonyat után kinyíló parlagi ligetszépe illatának jelentése: „nektárom van”. A szenderlepke (a képen 7 óra felé, egy virág fölött) érzi az illatot, és elvégzi dolgát: a növény beporzását. Úgy tudjuk, ez egy nem tudatos üzenet nem tudatos fogadása – azaz itt nincs szó tudatos kommunikációról (tehát „félrevezetésről” sem beszélhetünk).

Hasonló, sokszor öntudatlan kommunikáció zajlik nonverbális formában emberek között is. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

Küldő: Lehet a kiállítást finanszírozó cég vagy magánszemély, lehetnek kutatók, kiállítás-készítők, általában nem egy személy. Lehet maga a művész is, de leggyakrabban ő is egy galéria vagy múzeum termeiben állít ki, tehát avval, annak személyzetével közösen küldi üzeneteit. Aki az üzenetet megfogalmazza (vagy akik megfogalmazzák), azoknak a fenti modell bal oldalán volna a helyük, s küldő alatt itt az üzenetet a kiállítás nyelvére lefordító személyeket értjük.



2.3. kép: Egyértelmű üzenet, egyértelműen megnevezett küldővel. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



2.4. kép: A villanykapcsoló fölötti kis tablón a készítő intézmények és személyek neve fel van tüntetve, a kiállítók szándéka szerint. A jóakaratiúan, de igénytelenül felerősített újsághír kihelyezője utólag (és névtelenül) csatlakozott az alkotókhoz, így utólag a magáéval hozzájárult a tervezett üzenethez. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

Fordítás: A többé-kevésbé pontosan megfogalmazott (a gyakorlatban igen gyakran ködös vagy csak részben kimondott) üzenethez vagy annak egyes részeihez meg kell találni a megfelelő kommunikációs médiumot és eszközöket. Máshogy kell lefordítani az üzenetet, ha kiállítást terveznek, és máshogy, ha ennek a kiállításnak a katalógusát, vagy a múzeumpedagógiai munkafüzetét tervezik.²

² (http://hu.wikipedia.org/wiki/Kommunikációs_csatorna)



2.5. kép: Mi lehet az üzenete a múzeumnak ezzel a sátorral? A környezeti tudatosságot az újrafelhasznált hulladékokból való barkácsolás sokak felé jobban közvetíti, mint a hátfal szlogenje. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

Kommunikációs csatorna: Elméletileg igen szárazon megfogalmazható: „A kommunikációs rendszerben egy olyan rész, ami összeköti az adat forrást /és/ az adat nyelőt”. A csatorna sokféle, és sokrétűen összetett lehet. Az élő kommunikáció megszokott csatornái a beszéd és a testbeszéd, esetleg eszközhasználattal. A parancsuralmi rendszerek kommunikációs csatornái közé tartozhatnak nyilvános büntetések, vagy rendeletek hirdetményei. A kiállítási kommunikáció összetett műfaj, sok csatornára bontható, vagy a csatorna sok ágra: helyszín, összbnyomás, színek, bútorzat, tárgyak, szövegek, képek a kiállításban, hangok, ritkábban illatok, tapintási ingerek. Ide sorolhatók még a kiegészítő elemek, például katalógus, termékismertető brossúra, feladatlap, tárlatvezetés vagy élő bemutató, és a virtuális kiállítás is.



2.6. kép: A Postamúzeumban sok idősebb látogatóban vált ki nosztalgiát a Mesetelefon, amit régi (régebbi) készülékeken lehet hallgatni. Nosztalgikus kommunikációs csatorna e korosztálynak. A gyerekeknek viszont azt (is) üzeni, hogy ilyen nehéz kagylót kellett valaha tartani telefonáláskor. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

Fogadó: Múzeumi kiállítás esetén beszélhetünk látogatóról, de lehet az a kritikus is, kereskedelmi kiállítások esetén lehet üzleti partnerről, fogyasztóról is beszélni.



2.7. kép: Nagyon nehéz úgy kommunikálni, hogy az egyszerre feleljen meg több korosztálynak is. Nem jelenthetik ezek a lények ugyanazt kisgyerekeknek és felnőtteknek. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

Megértett üzenet: Lesz majd szó arról, mi mindentől függ, hogy a kiállítást látogató elméjében milyen benyomások, ismeretek, új tudáselemek keletkeznek. A fenti üzeneteink egyikével eljátszva ilyesféle megértett üzenetekre gondolhatunk, a rajongó elfogadástól az elutasításig: „Munkácsy kimagasló festőnk, gazdag termését sokan szeretik, én is”, „Munkácsy ismert festőnk, jó sokat festett, jó sokat kereshetett vele”, „Munkácsy a mi festőnk! Az egész világ csodálta.”, „Micsoda szép virágok és élethű emberek, de nekem ez sok, a felét elég lett volna kiállítani.”, „Hagyjanak békén ezzel a sok rikító mázsolmánnyal!” Fontos hangsúlyozni, hogy az üzenet torzulásai nemcsak a nem megfelelő kiállítástól, hanem a körülményektől és a befogatótól is függenek!



2.8. kép: Nyilvánvaló példa egy művészeti alkotásnak sem a művész, sem a felállítók várakozásának nem megfelelő „befogadására”. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

Zaj: A kommunikációs csatorna *zaj* kifejezését az ősi vonalas telefonok korában nevezték el: a telefon torzítja a hangot, serceg, tehát az a hang, ami a végén a kagylóból hallatszik egészen más, mint az elején bele beszélő hangja volt. Mégis érthető a beszéd, csak kevesebb árnyalat jön át, ami miatt a jelentés néha rosszabbul érthető, a beszélgetés tartalma kevesebb, mint élő beszéd esetén lett volna. (Kivéve talán, ha a beszélgetés *nagy zajban* történt volna.) A kiállítási kommunikáció sok csatornájának mindegyikén felléphet zaj. Például a fogadó nem szereti azokat a színeket, amiket használtunk (és tudata bezárkózik); nem érti azt a nyelvezetet, amin a szövegek szólnak (és esetleg letesz arról, hogy olvasson), különben is túl aprók a betűk a szemének (ezért fárasztja az olvasás); eltéved a kiállításban (ezért kihagy részeket); túl nagy a kiállítás, elfárad, sietni kezd (ezért felületesen nézi meg a tárgyakat és alig olvas szöveget). Néhány „zajforrást” képen is bemutatunk.



2.9. kép: Túlzsúfolt, zavaros kiállítás, melynek markáns eleme (a zsiráf egy kölyök csontvázával együtt) mintegy a sarokba lett száműzve. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



2.10. kép: Túlzsúfolt, zavarosan betöltött kiállítási tér, amelyben a félelmetes dinoszaurusz idegenül, majdhogynem nevetségesen hat. (Foto: Vásárhelyi Tamás)



2.11. kép: Helyszűke miatt három különböző tárgytípust zsúfoltak össze a jó szándékú kiállításkészítők, ráadásul az önmagukban is látványos és fontos öntöttvas kályhák itt posztamenssé lettek visszaminősítve. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



2.12. kép: A hibás, kopott, töredezett tárgy látványa (ha nem természetes öregedés eredménye) visszatetszést kelt a látogatókban. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



2.13. kép: Az üvegfelületeken tükröződő fények (vagy itt a padló mozaikkockáinak tükröződése) rontják a látvány egységét, esetleg komolyan nehezíthetik a befogadást. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

A bemutatott példák jól érzékeltetik, hogy a zajok milyen nagymértékben ronthatják a kommunikációs cél elérését. A kommunikációnak ezeket az elemeit, ahogyan a kiállításokban megjelennek, a későbbiekben részletesen is tárgyaljuk majd.

2.2. A kiállítások kitüntetett szerepe a múzeumok működési formái között

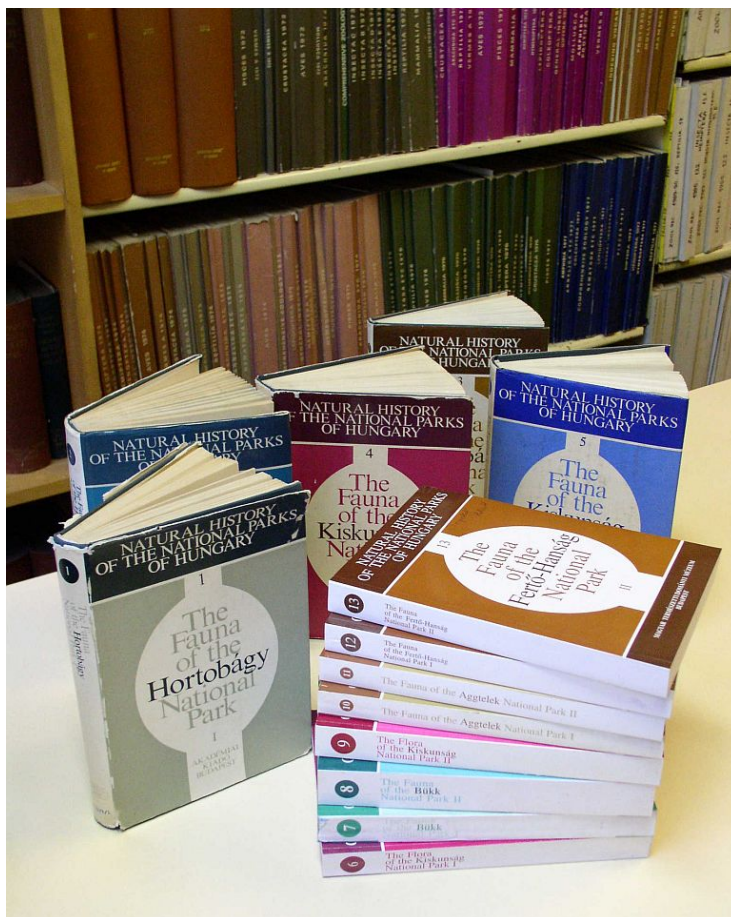
A modern múzeum – és aztán a posztmodern múzeum – múzeumelméleti fogalmáról, a múzeumok jelenkori változásairól már magyar nyelven is sok irodalom olvasható, például Ébli Gábor, Fejős Zoltán, György Péter tollából. Most praktikusabb oldalról közelítünk a múzeumokhoz, és azt vizsgáljuk, tényleges működésükben a kommunikáció, és jelesen a kiállítási kommunikáció praktikusan hol, hogyan jelenik meg, hogyan működik.

Elterjedt szóhasználat a múzeumok hármass feladatairól szokás beszélni: gyűjtés, megőrzés és közzététel. (Nem minden szerző említi így ezt a hármast). Ma már mindhárom tevékenységnek együtt kell járnia intenzív kommunikációval (jó példának lehet a londoni Természettudományi Múzeum Afrikában szúnyogokat gyűjtő munkatársa, aki a múzeum honlapján belül egy blogon számolt be viszontagságos munkájáról. A megőrzés mindenki számára nyilvánosságra hozott bizonyosságai a látványraktárak, vagy a digitális gyűjtemények (képek, a tárgyhoz fűződő metaadatok és leírások). A közzétételnek pedig a neve is sugallja, hogy itt van a lényegi kommunikációs elem elhelyezve. És akkor nem említettük a múzeumi tevékenységnek a nem szaktudományhoz kapcsolódó részét, a vezetést, adminisztrációt, üzemeltetést, gazdálkodást, melyek nem képzelhetők el kommunikáció nélkül. A múzeumok legtöbbjét közpénzekből tartják el (a saját bevételek egyre növekedő kényszere mellett is), és ezek az intézmények a közönség bizalmának fenntartását egyebek között a megfelelő kommunikációval érhetik el. Most azonban nyilván nem a múzeumi működés egészében, hanem a közzététel formái között kell a kiállításokat elhelyeznünk.



2.14. kép: A szentendrei Skanzené volt az első látványraktár Magyarországon. Az egyszerű, fénycsöves megvilágítású, fémszerkezetes környezetben a fehér hátfal előtti faszervezetre felszerelt favillák csak az elrendezésükkel hívják fel magukra a figyelmet. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

A kommunikációs tevékenységeket csoportosítsuk célcsoport szerint: kiknek szól az adott közlés? A legtöbb múzeum magát tudományos intézményként definiálja, ezért kitüntetett célcsoportja a tudományos világ: a rokon területen működő többi múzeum, egyetemek, kutatóintézetek, és számos múzeumi területen az amatőr gyűjtők, szakemberek is jelentős partnernek számítanak. Feljűk a múzeum tudományos könyvekkel (korábban jellemzően monográfiákkal), folyóiratokkal, más folyóiratokban megjelenő közleményekkel, tudományos előadásokkal, katalógusokkal, gyűjteményi adatbázisokkal és élő személyes kapcsolatokon keresztül levelezéssel, élő beszéddel kommunikál. (Látjuk, hogy szükség esetén külön lehet választani az intézményi és a személyes kommunikációt.)



2.15. kép: A tudományos világ felé is egyre színesebb borítókkal fordulnak a kiadók. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

A kiállítások – egyes konferenciák alkalmából készülő kamarakiállítások kivételével – nem a tudományos világnak készülnek, mégis gyakran tetten érhető a szakmai közösség tudását és kritikus hajlandóságát szem előtt tartó, és ezért gondolkodásmódját, nyelvezetét használó muzeológus tevékenységének eredménye a kiállításokban. (Önkritikusan szólva: ez a mondat sem a laikus, szórakozottan olvasgató olvasónak szült.)



2.16. kép: A geológiában járatlan laikus közönség számára nehezen befogadható ennek a – 19. századi vitrinek mintájára nemrégiben legyártott – vitrinek a mondanivalója. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

A szélesebb közönség, avagy a nagyközönség, mai frazeológiával a felhasználók lehető legszélesebb köre manapság egyre több múzeum számára válik tudatosan vállalt kommunikációs célcsoporttá. Nem mindig volt ez így. A modern múzeumok kialakulásának és elterjedésének korában a tanulni vágyó szellemi elitet célozták a múzeumok, magától értetődőnek vélték, hogy a látogatók elfogadják és értik a muzeológusok által közszemlére bocsátott gyűjteményi tárgyakat, és ezt nevezték kiállításnak. Ezekben a kiállításokban szöveg alig volt, inkább csak a tárgyak azonosítására szolgáló információkat tették közzé. A tárlatvezetést tudományos szakférfiak nyújtották, könnyen elképzelhető stílusban.



2.17. kép: A biológus szerző szemének gyönyörű, laikusnak valószínűleg információhiányos kiállításrészlet. De a gondolat meg is fordítható: a laikusnak marad a gyönyörködés, ha nem érti a tudós kiállító üzenetét. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

A nyitás, a demokratizálódás azonban megkívánta, hogy a laikusok megértését is elősegítsék. Megjelentek, nagyjából a 20. században, a didaktikus kiállítási megoldások, a tárgyak mellé kitett magyarázatok, a tárgyakat eredeti környezetükbe helyező bemutatások (enteriőrök, diorámák, vagy legalább makettek).



2.18. kép: Falfestmény és talajszelvény magyarázza (gyereknek és felnőttnek) azt, hogy hogyan kerülnek egykori tengeri óriások csontjai a földbe. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



2.19. kép: Felnőtteknek szánt, magasra tett látvány: egyik készítője mutatja be egy hajókabin készülő makettjét. Eredeti méretében hatalmas helyet kívánna. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



2.20. kép: A dioráma különleges formája. A városi madárvilágot mintegy léghajóból, közöttük repülve figyeljük, s a várost is „madártávlatból” látjuk. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



2.21. kép: Az enteriőrök még bábuk nélkül is segítenek felidézni letűnt korok vagy más kultúrák mindennapjait, szokásait, környezetét. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

A század második felében a tovább fejlődő kiállítási kommunikációs megoldások mellett megjelentek a szélesebb közönségnek szóló kiadványok, a kiállítási vezetők, képes katalógusok, és a mai szóval múzeumpedagógiai kiadványok: feladatlapok, munkafüzetek, felfedező füzetek. A múzeumok, vagy munkatársaik és a közönség találkozása nemcsak a múzeum épületében, szervezésében vált általánossá, hanem harmadik fél, a média is bekapcsolódott: rádió, tévé, folyóiratok, újságok, filmek, népszerű kiadványok mind hozzá tartoznak a múzeumok vagy munkatársaik megjelenési lehetőségeihez.



2.22. kép: Anélkül is, hogy el tudnánk olvasni, érzékelhetjük, hogy a kiadvány melyik fele szól kisgyerekeknek, illetve felnőtteknek. Az alsó felén a gyerekeknek több rajz, kevesebb, nagyobb betűkkel szedett szöveg jár. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



2.23. kép: Ugyanarról a nagy témáról szól a három nagyon különböző borítójú kiadvány.

Az informatikai forradalom a múzeumokat is magával rántotta örvényébe. A statikus majd interaktív honlapok után a számítógépek megjelentek a kiállításokban, a múzeumok pedig az internet legkülönbözőbb szegmenseiben,

és a közösségi oldalakon. Ma már sok múzeum fontosnak tartja a Facebook oldalt és állandó, aktív jelenlétet, és egyre több kiállítás készítését mutatják be a kurátor blogján.



2.24. kép: Ezen a honlapon minden főmenü-pontra kattintáskor megszólal a „barokk kislány hangja”, és kínálja a múzeum szolgáltatásait.

Ilyen széles palettán helyezhetők el a múzeumok kommunikációs formái és lehetőségei. Kötetünkben ebből a kiállítási, avagy kiállításokon keresztül történő kommunikációra koncentrálnunk, és a kiállításokhoz kapcsolódó kommunikációs formákról sem felejtkezünk el.

Feladat 1:

Fogalmazzon meg 3 különböző üzenetet, amelynek kommunikálásához ezt a fotót felhasználhatná. (A valóságban rendszerint fordítva történik, az üzenet közléséhez keresünk vizuális támogatást. Magát a logikai folyamatot azonban ennek a feladatnak a megoldása remekül modellezi.)



2.25. kép: Megkapó találkozás a koppenhágai Állattani Múzeum kiállításában. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

Feladat 2:

Sorolja fel, milyen kommunikációs eszközöket, avagy csatornákat ismer fel, milyeneket tud megkülönböztetni a képen, mely szakmai megbeszélésre érkezett amerikai, holland, kanadai és magyar szakemberek csoportját mutatja a Drents Museum épülete előtt. (A csatornáknak nem kell egyetlen üzenetnek kötődniük.)



2.26. kép: Ünnepi hangulatban. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

Feladat 3:

Keressen legalább 4 olyan pontot az alábbi kiállításrészletben, ahol valamilyen oda nem illő elem megzavarja a kiállítás kommunikációját, zavarja a nézőt abban, hogy átélje a kort és a témát.



2.27. kép: Kiállítás nyilvánvalóan zavaró tényezőkkel.

Feladat 4:

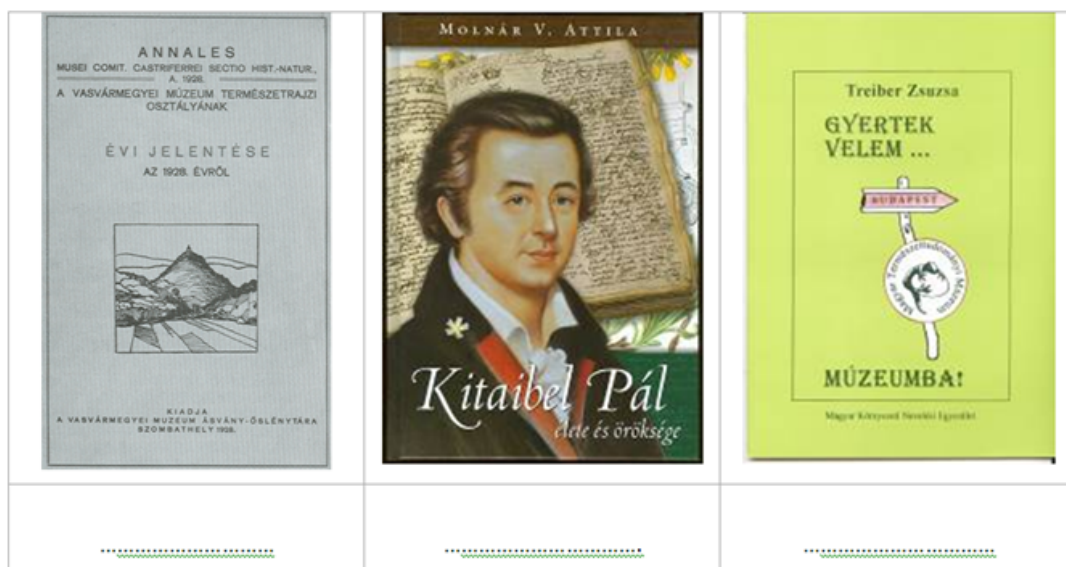
Keresse meg a Szépművészeti Múzeum, a KOGART Galéria, a Magyar Természettudományi Múzeum és a Magyar Mezőgazdasági Múzeum honlapját. Töltse ki a táblázatot arról, milyen és hányféle nyomtatott kommunikációs eszközökkel operál az adott múzeum.

Múzeum neve	Célcsoport	Nyomtatott eszköz	Hány félélt kínál
Példa: Mézeskalács Múzeum	gyerekek	munkafüzet	3
	mézeskalácsosok ill. háziasszonyok	receptkönyv	1
	kutatók	monográfia	2

2.1. Táblázat: Példa a feladat megoldására.

Feladat 5:

Ki lehet a célcsoportja a képeken látható, múzeumokhoz kapcsolódó kiadványoknak?



2.28. kép: Három különböző címlap, nyilvánvalóan különböző olvasóközönség számára. (Az első egyben arra is példa, mennyire másként néztek ki a szakfolyóiratok a múlt század első harmadában.)

3. fejezet - Múzeumterek egykor, ma és a jövőben (Kárpáti Andrea)

3.1. A múzeumi épület kommunikációs értéke

„Identitáspolitika – A múlt felhasználásai és az európai polgár” címmel folyik egy kutatás, melyben múzeumi szakemberek tárják fel nemzeti gyűjteményeik legfontosabb feladatát: a nemzeti örökség árnyalt, tudományosan megalapozott, s ugyanakkor lelkesítő bemutatását. ⁽¹⁾ A projekt eredményei bemutatják, hogyan változott a múzeum, mint kommunikációs forma szerepe az elmúlt másfél évszázadban. Műkincsek és kegyeleti értékű képek, tárgyak gyűjtőhelyéből a nemzeti identitás egyik meghatározó részévé, hazafiságot tápláló büszkeség és másokkal szembe fordító nacionalista indulatok kiváltójává vált. A gyönyörködés és csodálkozás tere a gondolkodás, vita és szemléletformáló belátások színhelye is. Talán ezért változott meg mára alapvetően a múzeumépület hosszú időn át változatlan, patetikus formája is. A kortárs múzeum egyszerre műtárgy és hasznos tér, néha meghökkentő „épület-szobor”, de mindig erős közlés: a megrendelő, tervező és muzeológus üzenete a múzeum szerepéről.



3.1. kép: Santiago Calatrava: Milwaukee Art Museum, Quadracci Pavilion, külső kép 2001, Wisconsin, USA. (Fotó: Kárpáti Andrea)

¹ Identity Politics – The Uses of the Past and the European Citizen). EUNAMUS (European National Museums), projekt rendezvénye. Honlap: www.eunamus.eu



3.2. kép: Santiago Calatrava: Milwaukee Art Museum, Quadracci Pavilion, belső kép 2001, Wisconsin, USA.
(Fotó: Kárpáti Andrea)



3.3. kép: Santiago Calatrava: Milwaukee Art Museum, Quadracci Pavilion, belső kép 2001, Wisconsin, USA.
(Fotó: Kárpáti Andrea)

Klasszikus múzeumépületek

A múzeumépület őstípusai: a templom és a palota. Az első gyűjtőhelyeken a kultikus funkció dominált, a kegyelet és a tárgyi formát öltött gazdagság kiállításait a szentélyekben, kincstárakban igen kevesen és ritkán láthatták. A hadjáratokat és hódító utazásokat követő zsákmányszemléken találkozhattak először nagy tömegek olyan (mű)tárgyakkal – és a szintén kiállított, mert tárgyakhoz hasonlóan egzotikus – emberekkel, amelyek mindennapi környezetükben nem látott anyagok, formák és funkciók megismerésének élményét nyújtották. A gyűjtés tudományának megalapozója, a múzeum szó és fogalom megalkotója I. Ptolemaiosz *Museion*-ja, (Kr.e. 367–283), illetve a pergamoni Athéné templom (Kr.e. 3. sz.), ahol tudatosan felépített gyűjteményekkel (szobrokkal, képekkel, érdekes természeti tárgyakkal) találkozhattak a tudósok és tanítványaik, a politikai vezetők és jeles polgárok. A Római Birodalom oszlopcsarnokos kormányzati épületeiben a zsákmányolt görög műkincsek és híres polgárok (uralkodók, hadvezérek, művészek, tudósok) portréi mellett ereklyéiket – a hírességek emléktárgyait – is őrizték. A gazdag polgárok lakóépületeinek északi részén képek, szobrok kiállítására alkalmas házi galériát rendeztek be. Az első kiállítóhelyek nem különültek el koruk egyéb építészeti alkotásaitól. A gyűjtés néhány társadalmi réteg kiváltsága volt, a gyűjtemény magántulajdon, a bemutatás esetleges.



3.4. kép: G. Waterhouse: Natural History Museum, London. 1928 (Fotó: Kárpáti Andrea)



3.5. kép: Klasszikus művészeti múzeumi kiállító tér. Brüsszel, Nemzeti Múzeum. (Fotó: Kárpáti Andrea)

A múzeum sajátos öse a Csodakamra (*Wunderkammer*; *Kunstkammer*), amelyet nemesi és egyházi vezetői lakhelyeken alakítottak ki. A természet és a művészet értékei itt egymás mellett láthatók, vitrin-szerűen elrendezve és a falakon, mennyezetben lógva, zsúfolva, lélegzetelállító együttesben. Egy szabályos spirálban csavarodó, hatalmas csiga magában éppolyan érdekes és értékes, mint mívés talapzaton, kehelyként. Az ügyesség és a tehetség egymás mellett szerepel: I. Ferenc francia király (1494–1547) Csodakamrájában Leonardo rajzai és makettjei mellett kinyithatatlan ördöglakatok, egymásba forduló, miniatűr elefántesont gömbök álltak a polcon. Erős Ágost drezdai fejedelem (1670–1733) vasalattal megerősített ablaktáblákkal, a palota többi részénél kétszer vastagabb falakkal védett, s ezért Drezda bombázását is túlélte magángyűjteményében az ásványok önmagukban, műtárgyként díszes keretben és megmunkálva, szoborként vagy használati tárgyként egymás mellé kerültek. A Csodakamra üzenete: a természet éppolyan csodálatra méltó alkotó, mint a mesterember és a művész. Az egyéniségnél fontosabb az érdekesség, a mívés megformálás egyenrangú a talált formával. A gyűjtemény a világ teljességéből merít, nincs még témája, társadalmi tartalmú közlendője. Aki látja, gyönyörködik, csodálkozik, és borzad, hiszen a kuriozitások között a tartósítószerben ázó kétfejű borjú, a deformált és elvetélt magzat és a kardfogú tigris rettenetes állkapcsa is ott sorakozik.

A 18. század második felében és a 19. század első felében a gyűjtemények egyre nagyobb része vált szabadon látogathatóvá. A „nyilvános” eszméje itt a „nemzeti” eszméjéhez kapcsolódott. A 19. század második felében, a nemzetállam, mint kívánatos együttélési forma megerősödésével egyre fontosabbá vált az országban uralkodó többség kultúrájának hatásos bemutatása: az ország múzeuma („*Landesmuseum*”, vö. Pearce, 1999). Az első, a mai múzeum funkciójának megfelelő épület Angliában magánadományokból és állami vásárlásokból, jött létre parlamenti döntéssel, 1753-ban. Nemzeti jellegét neve is hangsúlyozta: British Museum. Az építmény megformálása egyértelműen jelzi a szándékot: kiemelni, vagy jobban mondva, lépcsősoron átvezetve, a tágas előtérbe felemelni látogatót a mindennapi életből a kiválóság, az érték és a tudás birodalmába. Magyarországon a 19. század második felében, a gazdasági élet fellendülését és a polgárság megerősödését kísérő közművelődési mozgalom hatására, művelődési egyesületekbe tömörült polgárok alapították az első múzeumokat. Hazánk jelentősebb vidéki városaiban 1867–1914 között, a dualizmus időszakában jöttek létre közgyűjtemények. (Veres, 2009)

Ha áttekintjük, milyen helyiségei voltak a klasszikus múzeumépületnek, nyilvánvalóvá válik, hogy a gyűjtés és kutatás színhelyeiről van szó, ahol a zsúfolt tárlókban vagy sűrű sorokban a falon elhelyezett (mű)tárgyak felmutatása, és nem bemutatása zajlik. A reprezentatív fogadóter, a könyvtár, kutatószoba, restaurátor műhely és raktár ugyanakkora vagy nagyobb teret foglal el, mint a kiállítóter. A látogatók fizikai igényeire kevés figyelem jut: pihenni, enni-inni és vásárolni a klasszikus múzeumban profán cselekedet, melynek kiszolgálására alig jut tér. Az épület üzenete: értéket őrzünk, tudást gyarapítunk. A látogató egy kutatóhelyre lép be, amely a tárgyak alá és a falitáblákra írt, alig olvasható, szárazon tudományos közleményekben jelzi, mi mindent tudnak a tárgyak őrei. A teremőrök feladata, hogy a kiállítást megóvják a látogatóktól. A kiállítást bemutató katalógus a témát jól ismerőknek szánt szakmai publikáció. Az érthető, képes tárlatvezető, a *leporelló* a huszadik század közepének találmánya, tehát több száz évvel az első múzeum megnyitása után veheti majd kézbe a látogató.



3.6. kép: Hagyományos múzeumi tárlók. Párizs, Louvre. (Fotó: Kárpáti Andrea)



3.7. kép: Hagyományos természettudományi múzeumi környezet. (Fotó: Kárpáti Andrea)

A múzeumépület alakváltása

„Nem a börtönt juttatják az eszünkbe ezek az új épületek, inkább öncélú technológiai csodák (de ezt már sokan leírták). Metz (2002) szerint „a múzeumok /lettek/ az új közösségi épületek” – persze a kongresszusi központokkal, irodaházakkal, repülőterekkel, bevásárlóközpontokkal egyetemben. A különleges múzeumépületek nemcsak az új múzeumi kínálat részei, hanem városok marketingjének eszközeivé váltak. (Itt, szerénytelenül, meg kell említenem a Magyar Természettudományi Múzeum új földalatti kiállítóterét, annak látványszámba menő, a bálnacsontváz alatt nem *felfelé*, hanem *lefelé* vezető lépcsője révén továbbgondolkodásra is teret kínáló bejárati épületével, a szűk átjárót bővítő Korallzátonnyal és a látványosan egyszerű kupolákkal.) Tschumi (1999) maximális flexibilitást vár a múzeumtól a jövőben, alkalmazkodást mindenfajta igényhez és lehetőséghez, és ehhez megfelelően flexibilis épületeket. Ilyen nemzetközi hangulatban is örömmel üdvözlendő az Alfa program melynek keretében 2004-2006 között 40 projekt kezdődött: lepusztult vagy alkalmatlan épületek újultak meg és 35 kiállítás valósult meg (Vígh 2007). Remélhető, hogy a klasszikus múzeumépületeket a helyi közösségek örömeire újíttották meg, és ilyen minőségükben is a turizmus szereplőivé válnak.”. (Vásárhelyi, 2009, 6. old.)



3.8. kép: Modern természettudományos múzeum belső tere 1. (Fotó: Kárpáti Andrea)



3.9. kép: Modern természettudományos múzeum belső tere 2. (Fotó: Kárpáti Andrea)

A múzeumépület a 20. században maga is műtárggyá lett.² Néha nem is a gyűjtemény minél hatásosabb bemutatása a cél, hanem egy olyan „épületszobor” létrehozása, amely önmagában is látványosság, nézőcsalogató attrakció. A múzeum immár a látogatóé: ha megéhezett, tágas étterem várja, ha elfáradt, árnyas kávézóból csodálhatja a falak mellett sorakozó köveket. A műtárgyak motívumait ruhadarabokon és ételeken (!) bemutató, szuveníreket és

² Vö. az Octogon c. folyóirat 2001/1 számát a 21. század múzeumépítészetéről.

tudományos műveket egymás mellett áruló boltban böngészhet ajándékot, filmvetítéseken, színpadi bemutatókon és koncerteken vehet részt. A kiállító tér immár tágas és világos (már, amennyire a kiállított tárgyak ezt elviselik), az információs konzolokon képek és nagybetűs szöveg is van (a kötelező tudományos magyarázat mellett). A tárlatvezetés klasszikus formája (a kitüntetett főmű előtt földbe gyökereztető előadás, melyet gyors gyaloglás követ a következő hosszú monológ helyszínéig) mellett interaktív formák is megjelennek – mert van hely, van foglalkoztató szoba és előadóterem is. A modern múzeumépület tehát kutatóhelyből bemutató térré alakult, amelynek kulisszái mögött azért éppolyan intenzív, értékteremtő kutatás zajlik, mint korábban, de ez nem vetül rá kényelmetlenül a néző és (mű)tárgy találkozására.

A múzeumi térélmény is változott. A klasszikus kiállítási helyszíneken összefüggő terem soron hömpölyög át a tárlat, a falak kőből, a mennyezet magas, a termek szögletesek. A kortárs bemutató tér rugalmas: mérete, formája, megvilágítása kevés kötöttséggel változtatható. A múzeumpedagógus és a tárlatvezető mozgástérképet készít, amikor megtervezi a néző korához, érdeklődéséhez igazított útját a kiállításon. Ami úgy tűnik, örök és változtathatatlan: az impozáns fogadóter, amely ma is éppúgy átzilipeli a látogatót a zajos és kusza „való életből” annak csendes, hűvös, hatásosan elrendezett másába. A látogatók kiszolgálására létrehozott terek mérete jelentősen megnőtt: a párizsi Centre Pompidou (1977), a kölni Museum Ludwig (1986), vagy a londoni Tate Modern (2000) belső tereinek közel fele a látogatók közlekedését és ellátását szolgálja. A londoni épület kiállítás-rendezői kihasználják a hatalmas folyosókat: művésznevek és működési évszámok sora mellett kúszik a magasba a mozgólépcső, az egyik kiállításról a másikra sétáló áttekintést kap a múlt század jelentős irányzatairól. A klasszikus múzeumépületekben ez az arány nem lépte túl a 20 százalékot.



3.10. kép: Lisszabon, Modern Művészeti Múzeum, közlekedő tér. (Fotó: Kárpáti Andrea)



3.11. kép: Étterem, San Francisco Museum of Modern Art



3.12. kép: Heureka Science Center, Helsinki: Fogadótér és étterem. (Fotó: Kárpáti Andrea)

A modern múzeumban a nevelés, tanítás egyenrangú az új tudományos eredmények bemutatásával. Néha az intézmény neve is sugallja a kettős missziót, ilyen például a kecskeméti Szórakaténusz Játékmúzeum és Műhely, a múlt század hetvenes éveiben a népi kultúrát újra birtokba vevő „nomád nemzedék” teremtménye, ahol a népzene, a néptánc, a népszokások megismertetése is része mindennapi tevékenységének.



3.13. kép: Játékos családi múzeumpedagógiai foglalkozás a kecskeméti Szórákaténusz Játékműhely és Múzeumban. A fotó a múzeum Facebook oldalán jelent meg.

„Az ide érkező iskoláscsoportok az emeleti galérián és kiállítóteremben látható időszakos tárlatok és a játékgyűjtemény tárgyait csodálhatják meg. Játékos feladatok megoldása során alaposabban megfigyelik a kiállított tárgyakat, új ismeretekre tehetnek szert. Majd a földszinti műhelyben, egy kapcsolódó kézműves foglalkozás során közvetlen tapasztalatokat szerezhetnek egy játéktárgyról és az elkészítés folyamatáról. Végül a maguk által készített játékkal a múzeum legszebb terében, a tágas átriumban, megkezdődhet a valódi játék. A múzeumba helyezett játéktól eljutunk a múzeumban való játékig. A térben is egy szép kört jártunk be: az átriumból (fogadás) a galérián és a kiállítóteremen át (tárlatlátogatás és múzeumpedagógiai tevékenységek) a műhelyig (játékkészítés- műhelymunka) majd végül ismét az átriumba jutottunk (játék). A múzeumpedagógiának a befogadástól az alkotásig, az ismeretektől az alkalmazásig vezető útját is jól érzékelteti ez a térben való mozgás.” (Kovács, 2011, 18. old.)



3.14. kép: Egy történelmi asszociációkat keltő múzeumépület: a párizsi Louvre. A háttérben a palota Pierre Percier és Pierre François Léonard Fontaine terve alapján, 1805-ben, régi épületrészek befoglalásával készült el. Előterében az Üvegpiramist I. M. Pei tervezte, 1989-ben adták át. (Fotó: Kárpáti Andrea)

Vannak olyan épületek, amelyek olyan történelmi eseményeket idéznek, amelyekre a múzeumi kiállítás egyáltalán nem, vagy csak részben reflektálhat. A Petőfi Irodalmi Múzeum például Károlyi Mihály, a reformer földbirtokos

és történelemformáló miniszterelnök kastélyában kapott helyet, amelyben korábban a szabadságharc leverése utáni megtorlást kegyetlen levezénylő Haynau lakott. Később, a reformkor népszerű irodalmi szalonját működtette itt Bártfay László. Járt itt Deák Ferenc és Vörösmarty Mihály is. A kiállítások a történelmi fordulatokra ritkán reflektálhatnak közvetlenül, de a hely szelleme nemcsak az egykori lakoszobákat járó tárlatlátogatókat, de a dísztermekben rendezett előadások, koncertek közönségét is biztosan megérinti.

Ha egy történelmi helyszínen új épületet emelnek, az építész dönthet úgy, hogy saját stílusát ellene feszíti a környezetnek, s így ad hangsúlyt a művészetet és tudományt, az emberi szellem csúcsteljesítményeit bemutató, s ezért jelentős épületnek. Ám dönthet az alázatos tájba simulás mellett is, épületét a város iránti szeretete jeléül pontosan illesztve annak környezetébe. Húsz éves volt korunk egyik legjelentősebb építésze, a párizsi Louvre sokat vitatott, a barokk díszudvarnak az egyszerre modern és időtlen gúlaformával erős építészeti hangsúlyt adó üvegpiramisának tervezője, I. M. Pei, amikor elhagyta Kínát, hogy az amerikai Harvard Egyetemen szerezzon diplomát. A világhírű, idős mester tért vissza, hogy szülővárosa, Sichuan (hagyományos magyar átírással: Szecsuan) városának megtervezze a klasszikus kínai művészet múzeumát. A 2006-ban elkészült épület kívülről belesimul a városrendezési dühöt szerencsésen túlélte régi házsorba, belülről azonban a modern kiállítás-rendezés minden feltételével rendelkezik.



3.15. kép: I. M. Pei: Nemzeti Múzeum, 2006, Sichuan. Kiállítóterek. (Fotó: Kárpáti Andrea)

A tágas, természetes és mesterséges fényekkel változatosan bevilágítható helyiségek egy-egy kicsi kőkeret fognak körül, ahol a klasszikus tusfestmények őszibarackfája, fenyője és peóniái állnak a kínai kultúrában műtárggyal azonos értékűnek tartott, különleges formájú, vízmosta sziklák között. A központi múzeumkertben a vasbeton járdák és acélvázás pavilonok között egy patak vize folyik és bambuszcsoportok állnak. A kijárat közelében buddhista templom sok száz éves épülete áll. I. M. Pei nem retro-épületet tervezett, de fontosnak tartotta megüzenni az épület minden részletével, hogy a hagyományok Kína megkerülhetetlen részét képezik, bárhogy is alakult a nagy átalakulásokat élő és múltjával vitatkozva szembe néző ország története.



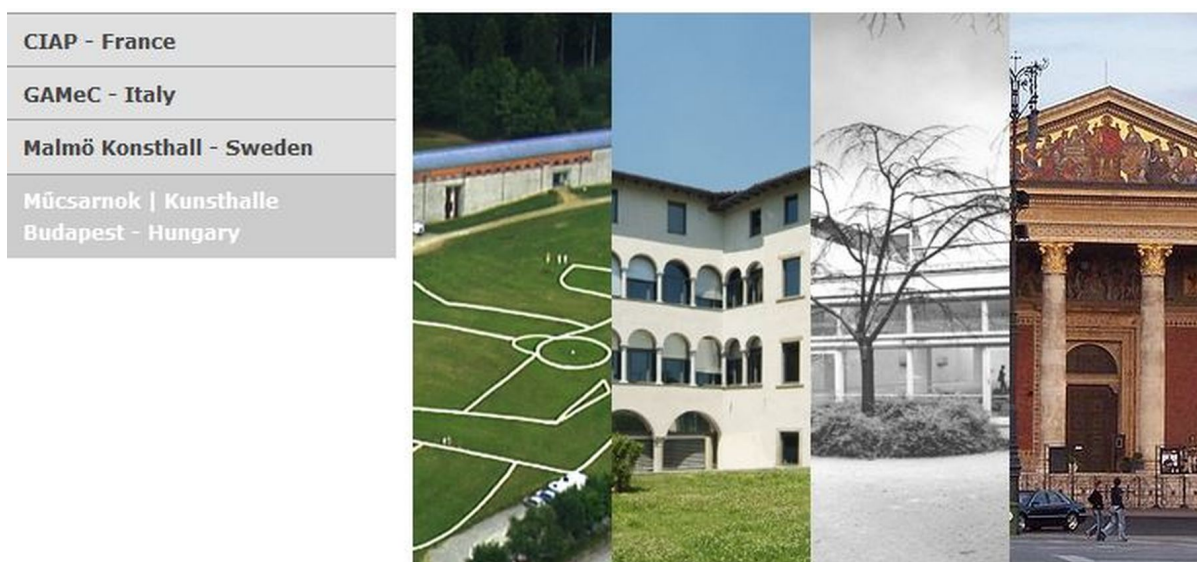
3.16. kép: Modern múzeumépület klasszikus építészeti elemekből: I. M. Pei: Nemzeti Múzeum, 2006, Sichuan, az épület külső képe. (Fotó: Kárpáti Andrea)



3.17. kép: M. Pei: Nemzeti Múzeum, 2006, Sichuan, a belső kert részlete a műalkotásnak számító, különleges formájú sziklával. (Fotó: Kárpáti Andrea)



3.18. kép: I. M. Pei: Nemzeti Múzeum, Sichuan, 2006. A belső kert. (Fotó: Kárpáti Andrea)



ARTools – Art as a tool to understand changes

3.19. kép: Négy múzeum – épületek és arculatok az ArTOOL Projekt honlap-képén: CIAP, Franciaország, GAMEC, Olaszország, Malmö Konsthall, Malmö, Svédország, Múcsarnok, Budapest³

³ ArTOOL Projekt.: Részvevők: CIAP, Centre International d'Art & du Paysage, Ile de Vassiviere, Franciaország, ; GAMEC, Modern and Contemporary Gallery, Bergamo, Olaszország, koordinátor: Malmö Konsthall, Malmö, Svédország ; Múcsarnok, Budapest.

A megszüntetve megőrzés érdekes példája a kasseli Museum Fridericianum, amely Európa első főúri művészeti múzeuma volt, majd 1776-ban megnyitotta kapuit a nagyközönség előtt is. A II. világháborúban megsemmisült épületet az eredeti tervek alapján újraépítették, és ma a világ egyik vezető nemzetközi modern művészeti kiállítása, a négyévente megrendezett *Dokumenta* fő színhelye. A pompás barokk épület nemcsak a kortárs alkotások kontrasztos színhelye, de a társadalmi problémák megjelenítésének hatásos hátere is lehet.



3.20. kép: *Dokumenta*, Kassel, 2012: az egyik főépület, a Fridericianum. (Fotó: Kárpáti Andrea)



3.21. kép: A hajléktalanok jogaiért tüntető művészek és civilek a Dokumenta kiállítás idején, 2012 Fridericianum, Kassel. (Fotó: Kárpáti Andrea)

Ha megújul egy múzeumépület, újra lehet fogalmazni a gyűjteménynek az építészettel kifejezhető üzenetét, s ezzel új látogatói élményeket lehet kínálni. Mikor megnyílt az új athéni *Akropolis Museum*⁴, legnagyobb változás a régivel szemben az elrendezés volt: a múzeum beavató térré vált, amely a történelmi örökség megőrzésére ösztönzi a látogatót. A modern üveggocka-épület laposan elnyúló tömbje alatt ásatási helyszíneket láthatunk. A földszinten az *Elgin-márványok*⁵ restaurálását élőben közvetítő web kamera és az állagmegóvás, helyreállítás fázisait bemutató képek, feliratok és művek a múzeumi színpalak mögé vezetik be a közönséget. A klasszikus görög művészet most, a gazdasági válság idején nemcsak része, de központi tartópillére is a nemzeti identitásnak. Téli, turista-mentes ünnepnapokon is hatalmas sor kígyózik előtte. Családok tartanak befelé, hogy az időtlen szépség márvány- emlékei között a gyerekeknek elmondják: költekezése miatt az Európai Unióban sokat kritizált, sőt, kiutasítással fenyegetett országuk milyen jelentős, alapvető értékekkel járult hozzá Európa kultúrájának formálódásához.

⁴ [Akropolis Museum](#)

⁵ Az athéni Akropolisz épületeinek azon márványból készült szobrai és domborművei, amelyeket az angol Lord Elgin vásárolt meg a Görögországban, 1801-1812 között, az akkor uralkodó törököktől és szállított Londonba. 1816-ban a brit kormány vásárolta meg és ajándékozta a British Museumnak őket.



3.22. kép: Az athéni Akropolis Museum, az épület külső képe. (Fotó: Kárpáti Andrea)



3.23. kép: Az athéni Akropolis Museum, kilátás az Akropolisra. (Fotó: Kárpáti Andrea)



3.24. kép: Az athéni Akropolis Museum, belső kép 1: régészeti leletek in situ kiállítása. (Fotó: Kárpáti Andrea)



3.25. kép: Az athéni Akropolisz Múzeum, belső kép 2: „beavató tér”: a frízt az eredeti elrendezésnek megfelelően állították ki. (Fotó: Kárpáti Andrea)

Múzeum más célra készült épületben

A *múzeumkritika*, amely nem egy-egy kiállítást, hanem a gyűjteménykezelést és a bemutatók sorát, tehát a múzeumi munka egészét értékeli, komoly figyelmet szentel az épületnek. Nem egyszerűen a kiállítóterek, raktárak és közönséget kiszolgáló létesítmények érdeklik, hanem a kapcsolat a „hely szelleme” és a tárlatok között. Ha nincs kapcsolat, a múzeumot nem keretezi és kiemeli, hanem agyonnyomja az épület.

„A Kúria hajdani társadalmi rangját igen határozottan reprezentáló, XIX. század végi high tech megoldásokat alkalmazó hatalmas központi csarnok, a belső lépcsőházak ünnepi hidegsége további problémákat vet fel. Az épület egészéhez mérten is hatalmas, egybefüggő tér az állam előtti hódolat kikövetelésére alkalmas volt, de nem használható a múzeum rotundájaként. Kora délelőtt, délutánokon áthaladni a még vagy már árnyékos, félhomályos, rosszul megvilágított, mindig üres és néma csarnokon, a múzeumban szerzett tapasztalatok megkerülhetetlen része. Így, függetlenül attól, hogy a látogató mit látott vagy láthatott, a Néprajzi Múzeum mindig az elhagyott hely benyomását kelti.” (György, 2007, o. n.)

Mire ez a könyv megjelenik, talán már elkészült a tervpályázati kiírás, amely épület-terveket vár a Néprajzi Múzeum (és még legalább három nagy közgyűjtemény) összeköltözéséhez a Múcsarnoknál kezdődő nagy, üres Felvonulási téren. A Kúria épületébe hamarosan újra jogászok költöznek, és minden remény megvan arra, hogy a magyar múzeumi negyedre kiírandó nemzetközi építészeti pályázat nyertesei a kulturális antropológia, a néprajz és a kortárs tárgykultúra megőrzését egyaránt vállaló gyűjteménynek használhatóbb otthont teremtenek.



3.26. kép: Georgikon Múzeum, Keszthely, a mezőgazdasági iskola egykori épületében.. Fotó: Kárpáti Andrea

A más célra készült múzeumépületek tipikus képviselője az ipari létesítmény, amely alól elkopott az iparág, amelyet szolgált. Ha megszűnik egy bánya, bezárnak egy öntödét, leáll a malom, vagy leépítenek egy másutt olcsóbban előállítható textilt szövő üzemet, és nem jó az épület gazdaságosabb célra, sokszor múzeum lesz belőle. Az *ipari műemlékek* önmagukban is szépek, érdekesek, s ha a kiállítás rendezője ügyesen aknázza ki a helyi adottságokat, az eredmény igazán látványos. A kiállított tárgyak és a falak egymás hatását erősítik. A gépteremben állva könnyű elképzelni, hogy ami most áll, valaha forgott, zúgott, és gyártotta a tárgyakat, amelyeket lehet, hogy már nem is ismerünk, s csak a vitrin felirata igazít el, mire használták őket az őseink. Kortárs divatszavunk, a *narratíva*, itt természetes és hasznos tárlatvezetési forma. Nemcsak a szakképzett múzeumpedagógus, de a családi történeteket jól ismerő szülő és nagyszülő is képes életre kelteni a tárgyakat. Életmódokat, társadalmi osztályokat és népcsoportokat idéz fel ez a kiállítási forma, amely a nem múzeumi célú épületben, nem muzeális hatású élményekkel is megajándékoz.

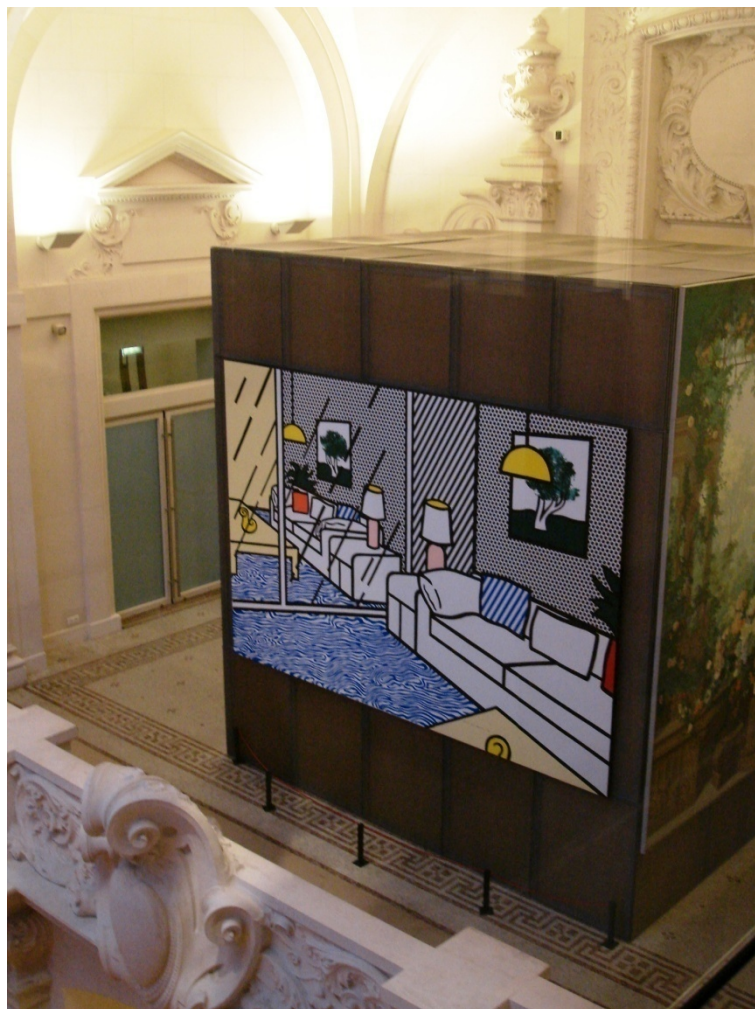
3.2. Klasszikus, elavult és modern kiállítási színhelyek és megjelenítési módok

A múzeumépület jelentős befolyással bír a bemutatókra, amelyeket befogad. Hagyományos térben is lehet formabontó kiállítást készíteni – tulajdonképpen minden tárlat, ami a Múcsarnok patinás falai között történik, erre tesz kísérletet. Mégis, az épület lehetőségei és korlátai, hangulata és stílusa olyan erők, amelyekkel nehéz szembeszállni. A hagyományos – élesebben fogalmazva: elavult – múzeumi kiállítás nem is törekszik erre, inkább belesimul a tradíciókkal megerősített térbe. A kiállítás egyik őse a hadizsákmány-bemutató: különféle, a látogató számára kevésbé követhető rendben felsorakoztatott, nagyszámú tárgy egyenrangú sorba állított tömege, amely egy szellős oszlopcsarnokban, reprezentatív főtéren, szabadon sétálgatva kellemes (és bármikor otthagyható) látvány, de zárt térben, összefüggő teremsorban araszolva, igen fárasztó akkor is, ha minden, ami a falakon és azok előtt elhelyezkedik, vitathatatlan remekmű. A másik ős-kiállítás, a csodakamra vagy kincstár, szintén felsorolás-jellegű, tagolatlan, de már nem hangsúlyok nélküli. A házgazda kedvenc korallja, a híres mester festménye vagy a nagy értékű drágakövekkel díszített ötvösremek, amely egyértelműen jelzi, hogy birtokosa nemcsak tehetős, de az ízlése is kiváló, a középpontba kerül, asztalra vagy állványra, hogy körbejárható legyen. A nemesi és egyházi gyűjteményekben először még minden rendszerező, vagy összehasonlító szándék nélkül halmozták a tárgyakat,

de hamarosan annyi van, hogy rendszerezni és selejtezni kell, érték és érdekesség szerint. Egy csoportban mutatják be a különleges rovarokat, magvakat, leveleket, középkorias, formális analógiákra épülő mikrokozmoszt bemutatva. Előttük nagyító hever, hogy apró részleteiket is megcsodálhassák. Nagyság szerint sorjázna a tojások, mellettük kitömve a madár vagy hulló. Másokról képet őriz a házigazda, melyet a tojások közelében láthatunk. Könyvállványon lehet lapozni a metszeteket, illusztrált kódexeket – megjelennek tehát a bemutatás első kellékei. A tudós és műértő látogatók a 16. századtól a katalógusok alapján kereshetik elő az őket érdeklő tárgyakat és alkotásokat. Az első tematikus kiállítás nem várható soká magára.



3.27. kép: Hagyományos múzeumi térben hagyományosan elrendezett festmények. Párizs, Louvre. (Fotó: Kárpáti Andrea)



3.28. kép: Hagyományos múzeumi térben modern kiállítás: Párizs, Design Múzeum. (Fotó: Kárpáti Andrea)

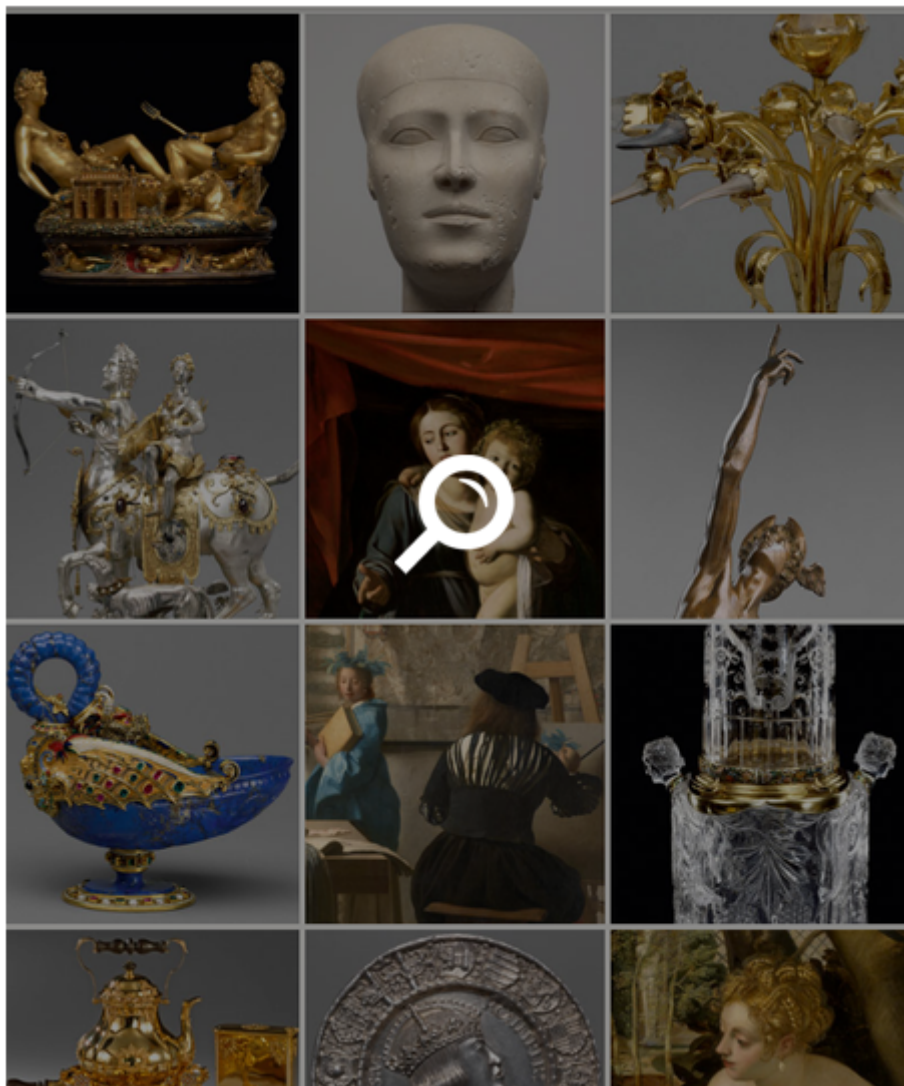
A 16. század első felében, Giovio, orvos, író és humanista gondolkodó megnyitotta a Hírnev Templomát, benne, életük ideje szerinti sorban, mintegy százötven uralkodó, hadvezér és pap, tudós és képzőművész arcképével és a portrékat magyarázó feliratokkal. Az egyes foglalkozások művelői egy-egy csoportba kerültek, így tetteiket és ábrázatukat könnyebb volt összehasonlítani. A szellemtörténeti bemutatót más hasonlók követték, s amikor Samuel Quiccheberg holland orvos 1565-ben, Münchenben leírta az ideális gyűjteményt, ezeket a gyűjtési köröket határozta meg:

- *Történeti*: az ősök galériája (származási táblák, képek; térképek, metszetek városokról, épületek események ábrázolásai)
- *Kincstár* (művészi alkotások, érmek, ötvösmunkák, ásatási leletek, egzotikus eszközök stb.)
- *Természeti tárgyak* (ember és anatómiája, állat- és növényvilág, ásványok)
- *A technika mesterművei* (a mechanika, matematika, asztronómia, muzsika eszközei; gépek, kézművesek szerszámai, orvosok eszközei, vadász- és halászszerszámok stb.)
- *Képtár* (festmények, rézkarcok és azok elkészítéséhez használt eszközök)

Quiccheberg az *általános gyűjtőkörű, kultúrtörténeti és természettudományi múzeum* szerkezetét írta le. Úgy vélte, a műveltséghez valamennyi terület ismerete hozzá tartozik, s egy gyűjtemény sem lehet jelentős, ha nem törekszik az emberi alkotás minden formájának és tartalmi körének bemutatására. Ilyen, valóban általános műveltség megszerzéséhez és karban tartásához annyi idő kellett, amennyivel csak a társadalom legszűkebb, legfőbb rétege rendelkezett, mégis évszázadokra példát adott, hiszen jól illeszkedett a reneszánsz sokoldalúság, az „*uomo universale*”

ideáljához. A 19. században létrejött nagy nemzeti gyűjtemények követték ezt a műveltségsményt, és egy épületben, gyakran egy teremben elhelyezve állították ki a tudomány és a művészet alkotásait.

A *szakgyűjtemények* – egy-egy tárgycsoportra specializálódott, de azt teljességre törekedve, történeti és kortárs alkotásokkal egyaránt illusztráló kollekciók – sajátos, a tárgyakhoz illő kiállítási tereket alakítottak ki. Ezek a terek maguk is muzeális értékűek, s szerencsés módon ma is számos ilyen speciális kiállítási hely látható, benne az eredeti gyűjteménnyel. Tiroli Ferdinánd főherceg (1520–1595) a spanyol és osztrák Habsburg uralkodók és a francia udvar kincseinek egyesítésével alakította ki a bécsi művészeti kincstárat (*Schatzkammer*, 1563), amely több évtizedes felújítás után nemrég újra megnyitotta kapuit. A fémművesség alkotásaihoz illő, nehéz, sötét drapériákkal bevont termekben a különleges formájú és méretű tárgyaknak saját, több évszázados posztamense van. Erős Ágost drezdai porcelángyűjteménye ma is abban az épületben látható, amelyet az edények minél hatásosabb bemutatására, fényárban úszó folyosókkal, tükrös tárlókkal terveztek.



3.29. kép: A bécsi Wiener Schatzkammer blogjának nyitóoldala



3.30. kép: A drezdai Zwinger. (Fotó: Kárpáti Andrea)

A drezdai Zwinger klasszikus múzeum, amelyben a gyűjtemények egy-egy oldalszárnyban helyezkedtek el. Mindegyikhez tartozott egy kupolás középterem, a legértékesebb művek számára. Az épületet kívülről korinthoszi oszlopok díszítették, a középtermeket antik épütelelemekből alkotott homlokzat hangsúlyozta. A tervező arra kérte a fejedelmet, hogy csak a főműveket állítsa ki, s a régiségek közé kortárs alkotásokat is helyezzen el. A kiállító térhez könyvtár és grafikai gyűjtemény csatlakozott, amelyek polcain időrendi sorrendben elhelyezve, a teljes gyűjtemény hozzáférhető volt. Az időrendi sorrend tehát a válogatott alkotások és a teljes körű bemutató esetében is érvényesült, és több száz évre meghatározta a képző- és iparművészeti gyűjtemények elrendezési módját. A *galleria progressiva*, a művészet történetén végigvezető teremsor, a látogatónak fejlődési sort sugalló időrendben mutatta be az alkotásokat, s ezzel hosszú időre, talán a 20. század elejéig meghatározta a művészeti ízlést. A technikai tökéletesedés, az ábrázolás valóságúsége ugyanis a bemutatókon egyre magasabb szinteket ért el, s a teremsort bejárók elégedetten állapíthatták meg: a művészek egyre képzetebbek, ügyesebbek – a világ halad. A hagyományos múzeumi tér tehát közvetlenül befolyásolta a befogadás irányát, megerősítette a művészet fejlődését sugalló tárlat üzenetét.



3.31. kép: Szoborcsarnok, Musée D' Orsay, Párizs. 2007. (Fotó: Kárpáti Andrea)

„A művek már nem versengenek egymással, hanem kötelességtudóan beállnak a fejlődési sorban kijelölt helyükre. A múzeum pedig észrevétlenül átalakul a magától íródó művészettörténet illusztrációjává. Ami benne önmagával azonosként él, az nem az egyes mű – mely keletkezési kora és helye jelévé zsugorodik, hanem az egyes korok állítólagos szellemiségének mintegy a párlataként értelmezett stílusok; ami benne egyetemes és folytonos, az a Művészet egyneműsítő elve, mely felette áll minden történeti esetlegességek, egyéni vagy közös tapasztalatnak és szándéknak, nem tud sem konfliktusokról, elmulasztott lehetőségekről, megoldatlan nehézségekről, sem a művekben élő és a művekhez forduló emberi vágyakról. A múzeum esztétizál és anesztétizál.” (Wessely, 1995, o.n.)

A felvilágosodás korában, 1792-ben államosított francia királyi palota, a Louvre gyűjteménye a művészettörténet korszakait bemutató képeket, szobrokat, bútorokat, szőnyeget, iparművészeti tárgyakat és könyveket tartalmazott. A British Museum viszont megtartotta a klasszikus gyűjtemények sokszínűségét, és természettudományos kollekcója is volt. A múzeumok két nagy csoportja a művészeti és a történelmi gyűjtemény. A *művészeti múzeumok* körében különleges helyet foglal el a Viktória és Albert Múzeum Londonban, amely kultúrtörténelmi bemutatókat is tartalmaz, s a világon az elsők között vállalkozik művészet és élet, tárgy és társadalom összefüggéseinek érzékeltetésére.

A művészeti múzeum lényege az eredeti alkotások őrzése és bemutatása. A gyűjtés korlátai azonban az első múzeumok megalakulásakor már szükségessé tettek egy sajátos kiállítási formát, a *műtárgymásolatok gyűjteményét*, a *glyptotékát*. Kezdetben a görög és római művészet legjelesebb alkotásait őrizték az eredetikkel azonos méretben, gipszöntvény formában, később ezek mellé kerültek a reneszánsz és barokk mesterművek is. A másolatok kiállításának üzenete nem pusztán az alkotók, hanem a koruk, kultúrájuk előtti hódolatnyilvánítás volt.

„(...) addig tartott ennek a múzeumfajtának az érvényessége, amíg a görögség és részben a római hagyomány kultusza nélkül elképzelhetetlen volt a nemzeti kultúra előtti hódolat. A XIX. század számára elképzelhetetlen volt a görögség előtti másolatok, mint zarándokhelyek megteremtése nélküli nemzeti önismeret, az út a nemzetekhez a közös örökségen át vezetett. Ennek megfelelően a gipszmásolatok helyet kaptak egyrészt magukban a nagy gyűjteményekben (mint például a világháború utáni évekig, egyre kisebb területen, a Szépművészeti Múzeumban), illetve önálló formát is kaptak, mint azt az Alte Pinakothekkal nagyjából egy időben épült müncheni Glyptothek is mutatja. (Berlinben a Gipszformerei 1819–1830 között, Koppenhágában a Ny Carlsberg Glyptothek 1888–1899 között jött létre, Londonban a Victoria and Albert falai között állították ki a másolatokat, Párizsban a Louvre gyűjteményéből kerültek ki a másolatok Versailles-ba.)” (György, 2004, o. n.)



3.32. kép: Antik műtárgy-másolatok tára, Ny Carlsberg Glyptotek, Koppenhága. 2011. (Fotó: Kárpáti Andrea)

A 19. század második felében az ismeretszerzési célú utazás kevesek kiváltsága volt, de a másolatok alapján gazdagabb, téri információkhoz juthatott a klasszikus európai művészet iránt érdeklődő, mintha könyvek metszeteit vagy fényképfelvételeket nézegetett volna. A másolat-gyűjtemények egyszerre kapcsolódtak a művészeti és a történelmi kiállításokhoz, hiszen a művek nemcsak egy stílust vagy irodalomból ismert figurát idéztek fel, hanem az európai kulturális identitást is erősítették.

A *történelmi és régészeti múzeumok* sajátossága, hogy nemcsak bemutatják, de értelmezik is egy-egy kor történetét. A budapesti Magyar Nemzeti Múzeum magyarság történetét bemutató kiállításának kritikai visszhangja jól érzékelteti, mennyire nehéz a tárgyakkal, és nem ezek jelentésével foglalkozni, ha egy kor tárgytörténete mellett

eszmétörténetét is fel szeretnék vázolni. (György, 2007/b). A régészeti múzeum sem egyszerűen egy történelmi emlékhely leletanyagát állítja ki, hanem véleményt formál egy nép eredetéről, jelentőségéről egy kultúrtáj megformálásában, végső soron egy nemzet jogáról a földhöz, ahol letelepedett.

A történelmi múzeumok egyik sajátos formája a *hadtörténeli gyűjtemény*, amelyben a régi fegyverek mellett a régi csaták megítélése is a kiállítás tárgya. A hadtörténeli gyűjtemények legtöbbje erődben vagy várban kap helyet, ahol az épület története – ez az újraértelmezhető, de tényeiben változatlan narratíva – foglalja keretbe a bemutatót. A budai Várban elhelyezett gyűjteményből és a bécsi Heergeschichtliches Museum anyagából egyaránt megismerhető az 1848-49-es magyarországi hadjáratok története, a higgadt számbavétel ellenére más és más, nemzeti hangsúlyokkal.

A *néprajzi múzeumok* szintén nem kerülhetik el a politikai interpretációt. A szentendrei Skanzenben például szlovákiai magyar otthonba léphetünk, ahol a falakon a határok áthelyezéséről, a kitelepítésekről szólnak a dokumentumfilmek. A filmkockák életre keltik a körülöttük elhelyezett használati tárgyakat, családi fényképeket. Elképzeljük a háziakat, akiknek két órájuk van arra, hogy egy élet összegyűjtött dolgaiból kiválasszák a batyuba köthetőket.

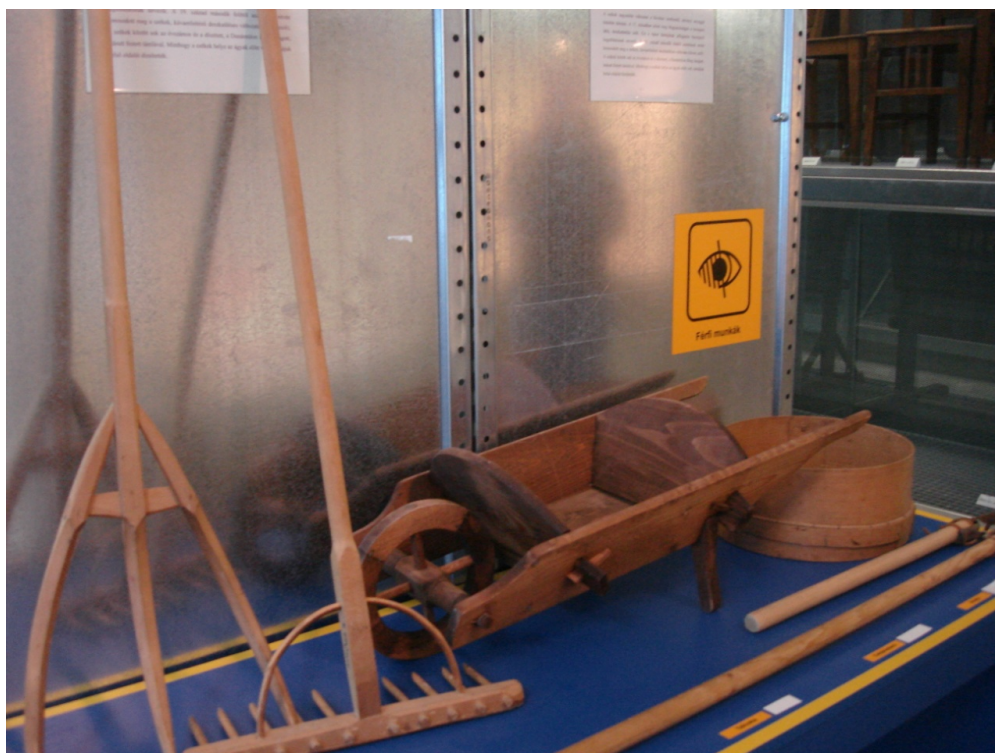


3.33. kép: Képekkel, tárgyakkal, idézetekkel rekonstruált múlt: kiállítás-részlet Robert Koch életéről, Nemzeti Múzeum, Oslo, 2010. (Fotó: Kárpáti Andrea)

A néprajzi múzeum feladata többek között az országban élő nemzetiségek tárgyi örökségének számba vétele és méltó bemutatása. A kulturális kapcsolatok, kölcsönhatások érzékeltetésére, a rokonság átélésére is alkalmas ad egy jó népművészeti bemutató. A stockholmi Nordiska Museet-ben (Északi Múzeumban) például az északi népek szoros szövetségének alapjait: közös kultúrájukat ismerhetjük meg. A párizsi Musée de l'Homme (Az Emberiség Múzeuma) vagy a magyar Néprajzi Múzeum a természeti népek és ősi kultúrák emlékeit is gyűjti életkép-szerűen összeállított vitrinekben. Könnyű belátni, mennyi kulturális sztereotípa forrása lehet egy-egy antropológiai gyűjtemény: a tomahawkját emelő indián, a földön guggolva ebédet készítő, meztelen testén bőroket és durván megmunkált ékszereket viselő afrikai asszony, a jégmezőbe vágott lékből halat kirántó eszkimó egy életforma pillanatképeit rögzíti előítéletté. Szerencsés módon ma már nem csak a kuriózum, hanem a művészetével és történetével reprezentált nép jelenik meg a kulturális antropológia és a néprajz eszköztárát egyaránt felvonultató kiállításokon.



3.34. kép: Népi üvegművészeti tárgyak a Látványtárban, a szentendrei Szabadtéri Néprajzi Múzeumban. (Fotó: Kárpáti Andrea)



3.35. kép: Tárló néprajzi múzeumban 2: nép életmód bemutatása jellegzetes tárgyakkal. (Fotó: Kárpáti Andrea)

A természettudományi és műszaki múzeumok a legrégebb gyűjtemények közé tartoznak. Talán ez az a múzeumtípus, ahol a legkönnyebb nyomon követni a múzeumépület változásait a kutató intézménytől a látogatóbarát bemutatóhelyig. A klasszikus természettudományi gyűjtemény felsorolás-szerűen adja közre például az ásványok vagy a technikai újítások történetét. Asztal-szerű, üvegezett tárlókban és faliszekrényekben, egymás mellett sorakoznak a tárgyak, alattuk cédula néhány adattal. Az ajtó két oldalán, falitáblákon, hosszú szöveg: a gyűjteményrész bemutatása. A szakértőnek csodálatos élmény, a laikusnak először érdekes, de a hatodik hasonló kollekciót látva már nyomasztó. A közönség felé fordulás első jeleként megritkultak a vitrinekben az ásványok, s körülöttük fotók, rajzok, használati vagy műtárgyak mutatták, mi készülhet belőlük. A gépek és berendezések kikerültek az üveg alól és körbejárható, néha megérinthető, működő állapotban vezették be a nézőt készítésük, használatuk módjaiba. Az állatokat, növényeket már nem csak tárlókban, hanem változatos, szabadon álló csoportokban szemlélhetjük.



3.36. kép: Ásványtár, ELTE Természettudományi Kara, Budapest: történeti értékű tárlók. (Fotó a múzeum honlapjáról.)



3.37. kép: Szabadtéri kísérletező eszközök, Heureka Science Center, helsinki. (Fotó: Kárpáti Andrea)

A 20. század utolsó évtizedeiben új múzeumtípus, vagy inkább bemutatási mód jelent meg: a *tudomány múzeuma*, a természettudomány törvényeit kísérletezéssel bemutató „*tudományos játszóház*”. Ebben a környezetben működő modellek, szétszedhető makettek, megállítható és megismételhető szimulációk segítenek megérteni a természet törvényeit. Filmek, infografikák és interaktív számítógépes oktatóanyagok adnak kiegészítő információkat és mutatják be a kiállíthatatlan tudományos eredményeket. A látogatót animátorok segítik, hiszen a tárlatvezetés itt a kísérletezési lehetőségek bemutatása. A természettudományi múzeum szellemi alapján kialakult, a nézőt

kísérletezésre, elmélyült, alapos, saját belátásokon nyugvó megismerésre ösztönző kiállítási forma utat mutat más múzeum-típusoknak is.

„A művek jelként olvasása századunkban a művészeti múzeumok modernizálásának, racionális átrendezésének a követelésébe torkollott. Vége szakadt annak a gyakorlatnak, mely a termek egész terét értékes tárgyakkal töltötte ki, s a festményeket több sorban egymás fölé akasztva valóságos képfalakat hozott létre. A termekből eltűntek a mennyezetfreskók, a díszes csillárok, a súlyos bársonyfüggönyök, a tükrök és a színes kárpitok, a képekkel és szobrokkal váltakozó bútorok, órák, óriási porcelánvázák. Fehérre festett vagy semleges színű, alig díszített felületekre kerültek az egymástól illő távolságot tartó képek, külön termeket kaptak a szobrok. Látszólag minden a műre összpontosító figyelmet szolgálja, az egyéni poétikus látványvilágokban való kontemplatív elmerülést. Igaz, azon az áron, hogy a műnek végleg minden – nem tisztán stílustörténeti – kapcsolata elvágja.” (Wessely, 1995, o.n.)

Napjainkra, a múzeum-templom analógiától eltávolodva, egyértelművé vált, – mind a múzeumi, mind a pedagógiai szakma által deklaráltnak, – hogy „a múzeumok természetes és „legális” terepei a közoktatásnak”. (Kriston Vízi, 2009, 72. o.) A múzeum demokratizálását jelzi a működését szabályozó törvény megfogalmazása is:

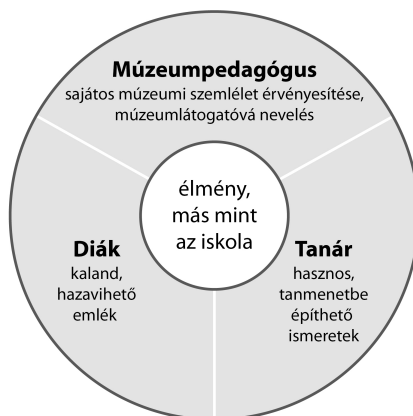
„A kulturális örökséghez tartozó javak múltunk és jelenünk megismerésének pótolhatatlan forrásai, a nemzeti és az egyetemes kulturális örökség egészének elválaszthatatlan összetevői; szellemi birtokbavételük minden ember alapvető joga. Az e fogalomkörbe tartozó értékek különös védelme, megőrzése és fenntartása, valamint a nyilvánosság számára történő széleskörű és egyenlő hozzáférhetővé tétele a mindenkori társadalom kötelezettsége.”⁶

Napjaink múzeumépítészét már nem csak a gyűjtemények, hanem a látogatók igényei is meghatározzák. Az innovatív bemutatási módok együttműködésre: a mű, közönsége és a szakértő bemutató közötti kapcsolatra épülnek. Korunk legnagyobb hatású múzeumpedagógiai szakértője, Georg E. Hein (2005) szerint a múzeumok mindig tanítanak, sőt: központi feladatuk az ismeretátadás. A gyűjteményeknek tehát nem csak tudomány- és művészetszemlélettel, hanem sajátos oktatásfilozófiával is rendelkezniük kell. A négy fő interpretációs forma, amelyeket felsorol, más és más múzeumi környezetet igényel:

- a hagyományos, előadásra és szövegre (*Traditional Lecture and Text*) építő „*szisztematikus múzeum*” tágas kiállító tereket kíván, ahol csoportokban is jól vezethetők a látogatók;
- a felfedezve tanulásra (*Discovery Learning*) építő „*felfedező múzeum*” rugalmasan alakítható kiállító tereket igényel, amelyekhez kapcsolódva, a közönség számára hozzáférhetően, laboratóriumok és foglalkoztató terek is kialakíthatók;
- az inger-válasz mechanizmusra építő „*programozott múzeum*”-ban a kiállító tér és a bemutató tér egymásba ér, egyéni látogatói utakat tesz lehetővé;
- a saját élményeken alapuló tudásalkotás modelljére épülő „*konstruktivista múzeum*” bemutató tere teljes egészében interaktív. A kiállított tárgyak szinte mindegyike megérinthető, vizsgálható, esetleg alakítható is. Művészeti gyűjteményben ilyen típus nehezen elképzelhető, de a természettudományos és műszaki múzeum „mutánsa”, a Csodák palotája éppen ilyen.

A négyből három múzeumi tudásátadó modell a látogató bevonására épít. A múzeumépület, mint sajátos közlés, funkcióváltozásait követő formai megújulása során éppen ezt az utat követi. A látogató elvárásainak megismerésére törekszik, s azokat figyelembe véve érvényesíti saját esztétikai és pedagógiai elveit.

⁶ 1997. évi CXL. törvénya muzeális intézményekről, a nyilvános könyvtári ellátásról és a közművelődésről



1. ábra: A pedagógus, a múzeumi animátor és a gyermek elvárásai a múzeumi látogatással, foglalkozással kapcsolatban (Kovács – Kárpáti, 2011., 273. o.)

3.1. ábra: A pedagógus, a múzeumi animátor és a gyermek elvárásai a múzeumi látogatással, foglalkozással kapcsolatban (Kovács – Kárpáti, 2011., 273. o.)

A múzeumi munka kiterjesztése (*outreach program*, magyarul a „falakon kívüli múzeumpedagógia” kifejezést használjuk gyakran) talán a legfontosabb kortárs pedagógiai modell, amellyel a gyűjtemények gondozói a közösséget szolgálni kívánják. A tárlatvezetéstől a múzeumi tanulásig vezető hosszú úton haladó intézmények úgy érzik, nem érhet véget a tanulási folyamat a kiállítóhely kapujában, s az sem biztos, hogy az élményeket feldolgozó iskolai óra az egyetlen lehetőség arra, hogy az élmények és tapasztalatok tartós tudássá rögzüljenek. A látogatók többsége ugyanis még vagy már nem jár iskolába, vagy ha igen, nem a tanáraival érkezik a múzeumba. Saját terve van arról, mit szeretne kapni a kiállítástól vagy a múzeumtól, mire kíváncsi, mire van szüksége az itt elérhető információkból és élményekből az életében vagy annak egy részében, a munkája során. Amint belép a kiállító térbe, a kérdések és elvárások változnak – bővülnek vagy egyetlen területen sűrűsödnek össze.

Hogyan lehet nyomon követni ezt a folyamatot, és hogyan segíthető a látogató, ha már kilépett a kapun? A jelenleg ismert legkorszerűbb megoldás az egyéni tanulás segítésére a *digitális belépőjegy*, amelyútlevélként szolgál a kiállításon és lehetőséget ad a múzeumpedagógusnak az után-követésre, személyre szabott tanulási programok szervezésére is. (A jegy birtokosa természetesen maga dönt arról, mennyit árul el személyes adataiból, melyeket jól védett környezetben, kizárólag a tulajdonos által engedélyezett tanulási célokra használnak majd fel. Választhatja azt is, hogy teljesen rejtve marad: kitalált e-mail címmel regisztrál, vagy a jegyet a zsebébe süllyeszti, és nem keresi fel az egyes installációknál elhelyezett leolvasókat.) A rendszerhez tartozó szerkezetek, az első információs pontnál bevitt adatok alapján, a használó korosztályának megfelelő játékos kérdéseket és segédleteket kínálnak fel. A válaszokat a számítógépes program értékeli, s elküldi a látogató számára a kiállítás honlapján létrehozott kis weboldalra, ahová maga is küldhet, bőséges kínálatból választva, érdekes képeket, szöveges információkat, melyeket szeretne később, otthon, alaposabban tanulmányozni. A kaland-túrává alakított múzeumi séta után, ha megnyitja személyes oldalát, megtalálja az egyes feladatokra adott válaszainak értékelését (persze a helyes választ is), összpontszámát, ennek értékelését (a többi múzeumi játékoshoz viszonyítva), és meghívást olyan programokra, melyeket a szoftver felhasználói magatartást elemző rendszere számára érdekesnek tart. A program tartalmát tapasztalt múzeumpedagógusok és a kiállítás kurátora állítja össze, tehát a hazaküldött és később felkínált ismeretek, élmények jól kiegészítik a múzeumban tanultakat.

3.3. Különleges kiállítási színhelyek

A múzeum szót hallva épületekre gondolunk. Ebben a részben azonban szakítanunk kell ezzel az elképzeléssel, ahogyan kiléptek az építészeti térből az *utcamúzeumok* létrehozói is. (Ilyen volt az „Utcaképek, 2012” című rendhagyó tárlat). A múzeumi kiállításokon gyakran láthatunk utcarészletet, amely egy, a bemutatott tárgyak szempontjából fontos földrajzi helyszínt idéz fel. A 10. Nemzetközi Építészeti Biennálé magyar pavilonjában a Budapestre érkező kínai bevándorlók város-használati módjait feltáró kutatások eredményeit tükröző installációk, fotók és „utcahasználati tárgyak” töltötték meg. Az utcaművészet (*street art*) alkotásai a nagyvárosokban megszokott látványosságnak számítanak. Ezek közé tartoznak a hazánkban is igen népszerű Banksy konceptuális graffiti munkái vagy a magyar Gerber Pál villamoson, hídfőn vagy házak falán kiállított képzőművészeti üzenetei is.

Új jelenség és múzeumi bemutatást kíván a *nagyvárosi régészet*, amely a városi környezet érdekes, jelentésteli részleteit mutatja be.⁷ A projektet 2010 nyarán a Holdudvarban, egy szabadtéri szórakozóhelyen (úgynevezett romkocsmában) mutatták be, ahol a kiállítóhely maga is a kutatás része lehetett.

Nagyvárosi régészet - kiállításajánló

Két művész és egy régész együttműködéséből született az a ma este, a Margitszigeten nyíló művészeti kiállítás, amely kortárs nyilvános tereket vizsgál a régészet szemszögéből.

A nagyrészt fotókból és néhány tárgyból álló gyűjtemény elsősorban olyan, az átlagos szemlélő számára érthetelenné vált üzenetekkel, jelekkel foglalkozik, amelyek a város élete, tevékenysége során, vagy a természeti folyamatok révén megcsönkáltak, kiszakadtak eredeti környezetükből, vagy újabb rétegek rakódtak rájuk.



3.38. kép: A Nagyvárosi régészet projekt kiállítása, Holdudvar, 2010

A nem múzeumépületben megrendezett kiállításoknak lassan egy évszázados múltja van. Különleges helyszínnek számítanak, bár részleteikben a múzeumi kommunikációt idézik az autóbuszokban megrendezett, mobil kiállítások. Ilyen volt a Néprajzi Múzeum által koordinált *Etnomobil 2.0* projekt⁸, egy lakókocsiban utazó kiállítás, amely tizenhét hazai múzeum együttműködésével jött létre. Célja a mozgás és a kultúra kapcsolatának bemutatása mai tárgyakkal és történetekkel. Ha felszállnak a buszra, a látogatók maguk is gazdagíthatják a bemutatót történetekkel, saját, a mozgáshoz, helyváltoztatáshoz kapcsolódó tárgyaival vagy helyszíni alkotásokkal. A Petőfi Irodalmi Múzeum már több kiállításához készített autóbuzsós tárlatot, amely az országban és a határon túl is ízelítőt nyújt a nagy időségi kiállítás témáiból. A Nyugat 100 busz a folyóirat jubileumi kiállításához, a „Nyelvet öltünk” című pedig a Kazinczy-évfordulóhoz kapcsolódott.⁹ Mindkettőt több ezer látogató kereste fel országszerte – köztük sok olyan, aki először találkozott múzeumi kiállítással.

⁷ A Tökmag Gruppo (Budha Tamás és Tábori András) és Rácz Miklós Nagyvárosi régészet című projektje 2010-es, a Holdudvarban megtartott kiállításának [ismertetője](#). A 2011-es, a Laborban (az egykori Stúdió Galéria budapesti, Képiró utcai kiállítóhelyén, melyet ma a C3 Kulturális és Kommunikációs Központ Alapítvány üzemeltet) megrendezett kiállítás [ismertetője](#).

⁸ A Néprajzi Múzeum az *Etnomobil 2.0*-ról.

⁹ A Petőfi Irodalmi Múzeum Nyugat 100 buszáról: <http://www.pim.hu/object.318f68ec-f325-4826-84cd-25aaa0f26f36.ivy> és egy beszámoló a Nyelvet öltünk! című kiállítását szállító buszának szegedi látogatásáról, a köré szervezett nyelvművelő programokkal: <http://szegedma.hu/hir/szeged/2009/11/pentek-nyelvoltogeto-pim-busz.html>



3.39. kép: Az Erkel Ferenc – kiállítás mobil kiállítóhelye. Petőfi Irodalmi Múzeum, (PIM), Budapest. (Fotó: Gál Csaba, Petőfi Irodalmi Múzeum)



3.40. kép: Az Erkel Ferenc – kiállítás mobil kiállítóhelye, a busz belseje. Petőfi Irodalmi Múzeum, (PIM), Budapest. (Fotó: Gál Csaba, Petőfi Irodalmi Múzeum)

A rendhagyó színhelyeknek éppen ez a varázsa: barátságos (és rövid) ismerkedési lehetőséget kínálnak egy patinás intézménnyel, amely sajnos sokak számára az elavult tudás és az unalmas időöltés szinonimája. Ha azonban az utcán vagy egy parkban találkozunk vele, a műfaj már nem is tűnik olyan életidegennek. Hát még, ha egy tavon, csónakázás közben nézhetünk szobrokat! Művészeti kiállítás egy tavon? Aki ezt hallja, valószínűleg egy olyan, a vízen lebegő építményt képzel el, amelyben képeket, szobrokat láthatunk, az ablakokon becsillogó vízzel a háttérben.

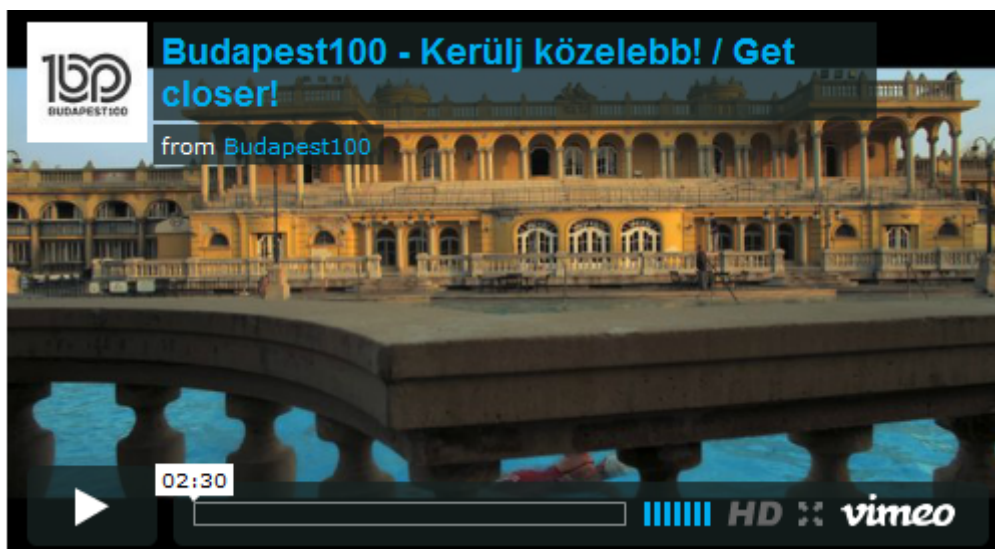
Ennél sokkal izgalmasabb az *Art on the Lake* (Művészet a tavon) kiállítás, amelyet már két alkalommal rendeztek meg a Városligeti tóban és környékén. A 2011-ben másodszor megrendezett tárlat¹⁰ ötletgazdája és kurátora Jerger Krisztina volt. A 35 ezer négyzetméteres vízfelületen elterülő kiállítás az Európai Unió első magyar elnökségi periódusának egyik jelentős rendezvénye volt, amelyre huszonöt alkotó kapott meghívást az Unió tagállamaiból, köztük Magyarországról is. Új alkotások és „vízre adaptált” művek lebegtek a Városligeti tavon, háttérben a magyar állam ezer éves fennállását ünneplő különös épület-mozaikkal, a történeti emlékek részleteiből összeszerkesztett Vajdahunyad várral. A látogatók nemcsak a tavat átszelő hídról és a parti sétányról, hanem az eseményre készült, formatervezett csónakokból, délelőtt 10 órától este 10 óráig közvetlen közletről is megcsodálhatták az alkotásokat. Változó térben, más és más fényviszonyok mellett, a víz illatát érezve olyanok is „sétáltak” a kortárs szobrok és installációk között, akiket egy galériában rendezett modern szobrászati tárlat vajmi kevésé vonzana.



3.41. kép: *Art on Lake*: a városligeti környezet és a művek, csónakázó látogatókkal. (Fotó: Gyuricza János, a kép a művész Pinterest oldalán látható.)

Vannak olyan kiállítások is, amelyek az évnek csak egy szakaszában, vagy csak egyetlen napig láthatók – mások hivatalként, színházként vagy éppen családi otthonként működnek. Évről évre megrendezik a „Budapest 100” akciót, a napot, amikor legalább százéves budapesti házak látogathatók. Nemcsak a lépcsőház és az udvar fogadja egy napig a főváros közelmúltja iránt érdeklődőket, hanem a lakásokba is be lehet pillantani. Megnézhetjük például Róth Miksa szecessziós üvegablakait egy Andrássy úti palotában, verkli hangaira kapaszkodhatunk fel egy gangos bérház padlására, ahol poros ládák őrzik ma is az elfeledett lakók itt feledett holmijait. A tárlatvezetők gyakran maguk az ott lakók, akik büszkén ismertetik hajdani híres lakótársuk életművét és felhívják a figyelmet mindarra, ami az eredeti épületből szépen fennmaradt.

¹⁰ Az első *Art on Lake* kiállításon, az ezredfordulón, 22 magyar alkotó szerepelt, a 2011-es tárlaton 20, az Európai Unió országaiból – köztük hazánkból – származó alkotó egy-egy művét lehetett látni. A 2011-es kiállítás honlapja: <http://www.artonlake.hu/>. Fitz Péter, a Fővárosi Képtár igazgatója, Jerger Krisztina művészettörténész és kiállítás-rendező, valamint dr. Alexander Tolnay, független kurátor 2008–2011 között hozták létre a rendhagyó tárlatot.



3.42. kép: A Budapest 100! című projektről készült video első képe.

Ma már egyáltalán nem szokatlan egy olyan tudományos gyűjtemény, ahol szinte mindegyik kiállítási tárgy egyben kísérleti eszköz is. A „tudományos játszóház” (*science center*) sokszor már elhelyezésében is rendkívüli: egy használaton kívüli gyárépületbe került (mint a ma már másutt látható budapesti Csodák Palotája), egy rakparton áll (Exploratorium, San Francisco),¹¹ vagy új, a kiállításához illően futurisztikus épületben helyezkedik el (Ontario Science Centre, Toronto).¹² A tudományos eredmények alapját képező ismereteket és a lehetséges következményeket egyaránt érzékeltető, a „jövő múzeumának” is felfogható létesítmények sokat tehetnek a természettudományos kultúra beépítéséért a köz-műveltségbe (szerk. Palugyai, 2013). Az épületek közös sajátossága a hatalmas, egybenyitott belső tér, amely – a múzeumokban szokatlan módon – egyáltalán nem törekszik egyetlen látogatói útvonal sugalmazására, hanem szabadon engedi barangolni a látogatót. A kortárs német muzeológia jeles képviselője, Michael Fehr szerint ez az ideális kiállítótér és megismerési módszer.

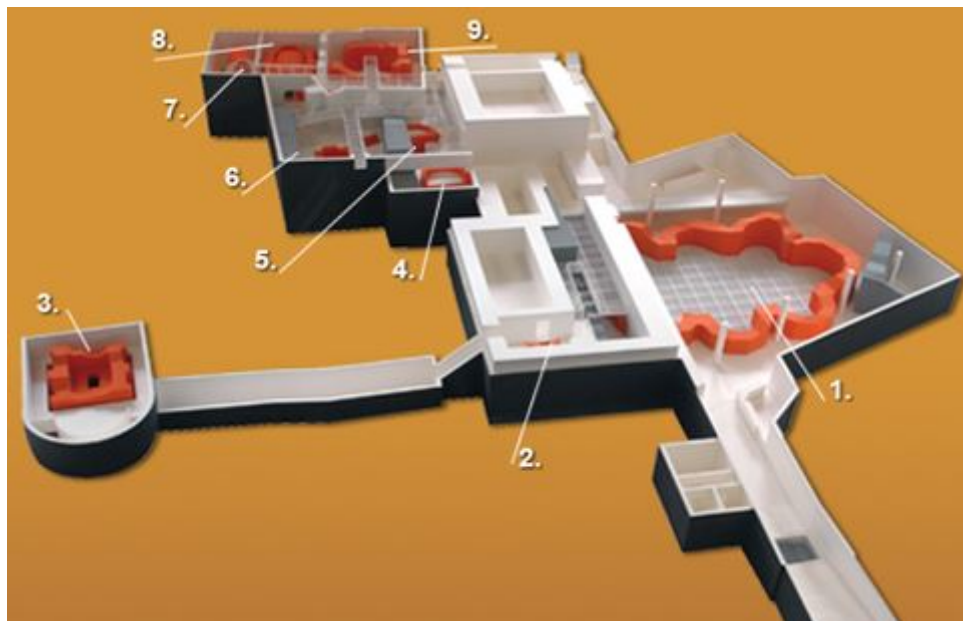
„Egy olyan múzeumot képzelek el (...), amely nem bejárható történelemkönyvként funkcionál, hanem amelyben a látogatók – éppúgy, mint a művészeti alkotások szemlélésénél, produktív viszonyba kerülnek a kiállítási tárggyal, még annak az árán is, hogy eleinte sok dolog idegen és érthetetlen marad, és először csak akkor értik meg, ha átrágták magukat a gyűjteményen, úgy, ahogy azt maguk a tudósok teszik.” (Fehr, 2012, 254. old.)

Különleges helyszíneknek számítanak azok a műemlékek is, amelyeket nem eredeti funkciójuknak megfelelően állítanak helyre, hanem épület-héjuk és a belül megrendezett kiállítás kétféle műemléki üzenet hordozója. A pécsi Cella Septichorához¹³ érve egy ókori katakombát láthatunk, a belső térben viszont a korra jellemző életmód és művészet kiállítása fogad. A múzeumépítész feladata itt az, hogy az eredeti funkciót érzékeltetve adjon új kereteket az új rendeltetéshez.

¹¹ Wikipédia bejegyzés, amely listázza az európai és amerikai tudományos-technikai múzeumokat és *science center*-eket (tudományos játszóházakat): http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_science_museums

¹² Ontario Science Centre, Toronto, Kanada, a tanároknak szóló, „Tantervi kapcsolatok” (Curriculum Connections) honlaprész: <http://www.ontariosciencecentre.ca/School/Resources/Teacher/#curriculum>

¹³ Cella Septichora, Pécs: fejlesztés alatt álló (2013 május) digitális vezető: <http://septichora.hu/>



3.43. kép: Bachmann Zoltán: Cella Septichora, Látogatóközpont alaprajza. A Pécs kulturális örökségét bemutató portál ([Pécsörökség.hu](http://Pecsorokség.hu)) képe.

„Bachman épülete a múlt átélhetőségének nehézségeit egyetlen pillanatra sem tagadja, nem becsüli alá annak az időutazásnak a jelentőségét, amelyet a sírkamrák közé érkező látogatónak meg kell tennie. A betonkapu mögötti sötét folyosón át a fényekkel teli, üvegtetővel megvilágított térbe lépő látogatónak alkalma nyílik arra, hogy megértse: egy pillanatra a holtak birodalmába ér, amikor átlép a múlt kapuján. S ezt a határátlépést Bachman bármiféle külsődleges díszítés, vagy geg használata nélkül, a térrel magával éri el.” (György, 2007e)



3.44. kép: Bachmann Zoltán: Cella Septichora. Épületbelső. (Fotó: Gyimesi Imréné Berzsényi Eszter. Forrás: <http://www.panoramio.com/photo/20898197>.)

A kiállítótér tehát maga is kommunikációs eszköz. Tulajdonosa és használói változnak, de az épület üzenetét nem hagyhatják figyelmen kívül. Az alábbi feladat megoldásával átélheti, milyen kihívásokat jelent a múzeumi tanulás szakembere számára az épület birtokba vétele.

Feladat 1:

Klasszikus és modern múzeumépület és funkciói összehasonlítása

Válasszon ki egy, a 19. században vagy a 20. század első évtizedeiben épült múzeumot, és hasonlítsa össze egy, az utóbbi három évtizedben létrehozott kiállítóhellyel. (Példák: a debreceni Déry Múzeum és a MODEM, a budapesti Magyar Nemzeti Galéria és a Ludwig Múzeum, a szegedi Móra Ferenc Múzeum és a Cifra Palota). Egy-egy fotó-vagy/és rajzsorozattal vesse össze az épületek elhelyezkedését a városokban, építészeti környezetét, alaprajzát, tér szerkezetét, kiállítóterek méretét, formáját, megvilágítását, a múzeumi boltot és éttermet. Képzelve el, hogy múzeumpedagógusként egész napos családi programot kellene szerveznie a két épületben. Írja le, milyen terekben, milyen programokat szervezne a két helyszínen. Hogyan hívná fel a látogatók figyelmét az épületen magán, a múzeum környezetében és az épületen belül a családi napra?

Feladat 2:

Kiállítás tervezése különleges kiállítóhelyen

Sétáljon végig lakóhelyén egy olyan kurátor szemével, aki elhatározta, hogy egy kortárs iparművész részére nem mindennapi környezetben rendez tárlatot. Válassza ki a színhelyet, és fényképezze le minél több oldalról. Készítsen képes ötletsort a kiállításhoz: rendezze PowerPoint vagy prezi¹⁴ szoftver segítségével sorba a felvételeket, és mindegyikhez írjon a kiállítás részleteit jellemző, rövid, frappáns szöveget! Készítsen részletes leírást is a kiállítási hely megválasztásának indoklására a helyszín és a tárgyak összefüggéseiről! (Ez a szöveg PowerPoint szoftverben a diakép alá, illetve a prezi használatakor külön dokumentumba kerülhet). Választhat képzeletbeli iparművészt is, de terve érdekesebb lesz, ha az interneten (például az *Art Portal* oldalon¹⁵) keres egy iparművészt, akinek a tárgyairól eszébe jut egy érdekes színhely, vagy fordítva: akinek munkáit a már kiválasztott helyszínen jól el tudná képzelni. Gondolja végig, hogy kiállításának fenntarthatónak kell lennie (a művek akkor sem sérülhetnek meg, ha esik az eső vagy erős szél fúj), és elegendő hely kell a látogatók fogadására és a kiállítás megtekintésére is.

¹⁴ A prezi magyar fejlesztésű prezentációs szoftver (www.prezi.com), amely kiválóan alkalmas képek, rajzok bemutatására, hiszen előadás közben szabadon nagyítható-kicsinyíthető a bemutatott dia.

¹⁵ Az Art Portal művészeti portál címe: www.artportal.hu/

4. fejezet - A küldetésnyilatkozattól a kiállítás üzenetéig és tudományos tartalmáig

4.1 Küldetésnyilatkozat – Mission statement (Vásárhelyi Tamás)

Magyarországon a rendszerváltás után jelent meg egy új fogalom egyes profitorientált cégek honlapján és marketingkiadványaiban: a kissé keservesen lefordított „küldetésnyilatkozat”. Igényesebb civil szervezetek is elkészítették és megjelenítették „küldetésüket”. Sokan idegenkednek ma is az ilyenfajta megnyilatkozásoktól. A fogalom elfogadása, és magának a konkrét intézményi küldetésnek az elfogadása azonban jelentősen növelheti a munkatársakban az intézményhez tartozás tudatát, az elkötelezettséget, így a teljesítményt is. A – némi nyelvfacsarással (hiszen valakinek elő kell állnia egyszer csak és meghirdetni a célokat) – *kiállási* kommunikációnak nevezhető küldetésnyilatkozatnak a kiállítási kommunikációra nézve is van következménye.



4.1. kép: Amerikai múzeum küldetésnyilatkozata (mission statement) a honlapon.

Egy intézmény, különösen egy jelentős, határozott kulturális misszióval rendelkező intézmény munkahelyi kultúrájának része lehet az ott dolgozó, magasan kvalifikált munkatársak küldéstudata, amit mindenki önzetesen cselekedetekre is kíván váltani. Ha azonban minden fontos munkatársnak másféle és más irányú a saját küldetése, illetve az általa az intézménynek tulajdonított küldetés, akkor abból nehezen születik meg a képességek és akaratok szinergiája. „A *mission statement* arra jó, hogy a múzeumban mindenkinek ugyanabba az irányba álljon az orra” – jellemezte képszerűen a küldetésnyilatkozat fontos szerepét egy holland múzeumi szakember. Egy intézménynek tehát akkor lehet valóban működő küldetése, ha azt legalább a kulcsfontosságú munkatársak, de lehetőleg minden munkatárs ismeri, elfogadja, magáévá teszi, és igyekszik annak szellemében dolgozni (Vásárhelyi 2010a).

A szakirodalom többféle alapvető nyilatkozatot különböztet meg, amely a múzeumok tevékenységét körülírja, például:

- *küldetés* – azt tartalmazza, hogy mi a szándéka és a célja a múzeumnak, azaz a létezésének okát (*raison d'être*),
- *vízió* – azt a hatást írja le, amit a múzeum szeretne elérni,
- *feladat*, mandátum – körülhatárolja azt a gyűjteményi kört (földrajzilag, tudományterületek szerint, korszak szerint), amellyel kapcsolatban a múzeum feladatokat illetve felelősségeket vállal, és azt a felhasználói kört (helyi, nemzeti, nemzetközi, életkor szerinti stb. bontásban) amelyet el kíván érni.

Ebből a hármashból van, amit a hazai múzeumok alapító okirata tartalmaz (a *feladat* első részét), a többit a múzeumok a küldetésnyilatkozatba szokták belefoglalni, vagy más dokumentumokban írnak célcsoportról, szándékról, feladatról, néha felelősségről is.

Kiállítást sokféle célból lehet létrehozni. A legegyszerűbb cél lehet a *munkatársak foglalkoztatása*, készségeik, tapasztalataik gyarapítása. Egy kiállítás lehet egyszerű *befektetés*, ami a belépőjegyekből, a járulékos bevételekből (büfé, bolt), vagy a kiállított tárgyak, illetve (ipari, kereskedelmi kiállítás esetén) a mögöttük álló szériák eladásából térül meg, illetve hoz hasznot. Lehetséges, hogy az intézmény nem anyagi, hanem *egyéb célokat* tűz maga elé, például növelni szeretné a látogatószámot, bővíteni szeretné a kommunikációs formáit, így tágítva azoknak a körét, akik az intézmény által őrzött és bemutatott műtárgyakkal, tudással, kultúrával találkoznak. Lehetséges az is, hogy az intézmény valamilyen *hatást akar elérni* a kiállítással, azaz a látogatókban kíván maradandó változásokat kiváltani, az ő életükre akar hatást gyakorolni. Ugyanezek a célok érvényesek a múzeumokra is.



4.2. kép: Countdown 2010. Visszszámolás 2010-ig, azaz a Biodiverzitás évéig. A természeti turizmusból eredő bevételekre érzékeny Dél-Afrikai Köztársaság természettudományi múzeuma a főlépcső mellett már 2008-ban így hívta fel a figyelmet az élővilág sokféleségének jelentőségére. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

Érdeemes egy múzeumnak nemcsak a törvény, illetve a fenntartója által ráruházott feladatát ellátnia, hanem azzal is foglalkozna, hogy milyen hatást szeretne elérni a felhasználóiban? A múzeum témájába vágó ismeretekre vonatkozó tanuláson és az adott múzeumhoz kötődésen túl számos távolabbi hatást tarthatunk hasznosnak a múzeum látogatóira nézve (pl. különféle készségek elsajátítása, kulturális igények felkeltése, akár a munkaerőpiacon való boldogulás lehetőségének javulása). Egy múzeum hatása jótékony lehet önmagára a múzeumra nézve, és egyre táguló körökben a múzeumi területre általában, illetve a kulturális örökség megőrzésére, tisztelésére, aktív használatára, így a közösség, a társadalom boldogulására vezethet.

Olyan dolgokat láttunk és ismertünk meg, amit csak gyermekkorunk-
ban láttunk vagy ismertünk. Hála a szakembereknek, akik érzelmeket megtapasztaltunk.

Köszönettel

David Jurek

4.3. kép: A vendégkönyvi bejegyzés szerint a Postamúzeum kiállítása nagy hatást tett a látogatóra. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

Itt visszaértünk a küldetés gondolatához. Egy intézmény küldetésének messzemenő hatása lehet arra, mit, hogyan, és főként milyen céllal állít ki. Vegyünk példának egy vegyes profilú városi múzeumot, melynek mondjuk a következő legyen a küldetése:

A múzeum küldetése, hogy a város és környéke régészeti, történeti, néprajzi és természettudományos örökségét gyűjtse, őrizze, feldolgozza és közlétegye, elsősorban a tájegység lakossága, de ezen túl az idelátogató turisták, üdülők, iskolák számára, azért, hogy megismerjék és élvezzék a tájegység történetét, természeti és kulturális gazdagságát, életét, mindazt, amit az itt élőknek és idelátogatóknak kínál.

Ha a múzeum a küldetése szerint kíván működni, akkor tevékenységét a fenti szöveg írja körül. Kiállításaira nézve a következőket levezethetjük belőle:

- a múzeum a tájegységre koncentrálnak,
- 4 tudományágban készít kiállításokat,
- célcsoportjai: a helyi lakosság, a turisták, a környéken üdülők, és iskolai csoportok,
- megszólítja az itt élőket, de nem bennfentes, a vendégekhez is szól valamilyen módon,
- ismereteket közöl, de élvezetes, a nagyközönség számára is emészthető formában,
- nem réved el a múlt kutatásában és bemutatásában, hanem a jelenről is szól,
- kulturális fogyasztásra serkenti a helyieket is és a vendégeket is.

Ezt a hét következményt nézzük kicsit részletesebben. Fentiek nem korlátozzák a múzeumot abban, hogy a tájegységre nézve specifikus ismereteket és tárgyakat ne tágabb kontextusban mutassa be, különös tekintettel a várt látogatókra. Ha a múzeum tudja, hogy honnan várhat nagyobb számban vendégeket, abból a körzetből is vehet összehasonlító példákat, így egyben az onnan jövőket is megszólítja.

Nem kell feltétlenül 4, vagy 4 féle kiállítást rendeznie, hiszen az ismereteket rendszerszemléletű kiállítás(ok)ban is bemutatathatja.

A célcsoportok számára való tervezés segít abban, hogy a szem előtt tartott látogatók valóban találjanak maguknak való prezentációkat a kiállításban. Ebben a példában felnőttek és gyerekek is szerepelnek, helyiek és távolabbról érkezők is, mégsem célszerű egy ködös, szürke népszerűségi gondolni, akik felé nem lehet célzottan kommunikálni. És például külföldiek (vagy határ közelében fekvő múzeum esetében egy bizonyos nép) nincs említve, így az idegen nyelvű feliratok kényszerétől mentesen lehet tervezni. (Az azonban nem árt, ha egy-két világnyelven – vagy a szomszédos nép nyelvén – is van valamilyen leírása, bemutatása, vezetője a kiállításnak.)

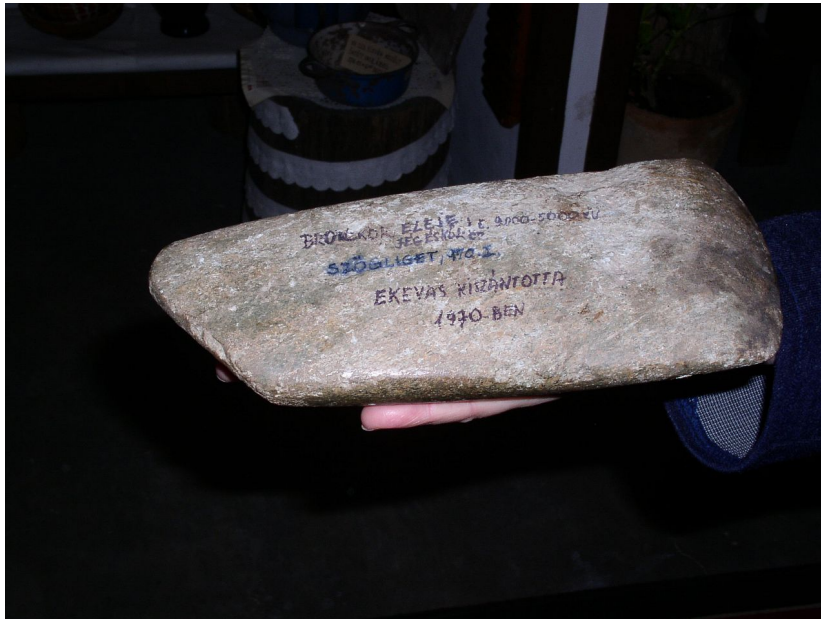
Ha példái csakis helyből vannak, ha sok helyi szófordulat, csak a helyiek által érthető kiszólások vannak a szövegekben, az jó az adott közösségnek, de bizonyos értelemben kirekesztő a vendégek felé, akik ezt meg is fogják érezni.

Bármilyen nagy tudású kutató legyen, bármilyen komoly eredményei vannak a helyi muzeológusnak, a korszerű múzeum a kiállításával nem ezeket a tudományos eredményeket akarja teljességükben bemutatni, „lenyomni a látogatók torkán”. Úgysem értenék meg azt a tudomány nyelvén és fogalomhasználatával. Csak olyan mélységig mennek a tudományos ismeretek bemutatása során, hogy az átlagos műveltségű látogató megértse az eredményeket és azok jelentőségét. Ráadásul gondolnak a különféle tanulási stílusú látogatókra is, ezért többféle módszerrel is operálnak. Erről a kérdéstről az alábbiakban és másutt bővebben is szólnunk.

A közvélekedés a múzeumokat hajlamos a múlttal összekapcsolni. Bármennyire is fontos a múlt megismerése és megértése, az átlagos látogató érdeklődését jobban felkelti, figyelmét jobban bevonja az az ismeret, amit valahogyan a mához, saját életéhez tud kapcsolni. Nem minden tudományterületen lehet ezt könnyen megvalósítani, de még a kőkori régészet területéről is van jó példánk („Ezt a kőbaltát a Kossuth u. 48. sz. ház kertjében találták.” Ez a mondat összekapcsolja a kőkorszakot a jellel: a kőkorszaki emberek talán *tényleg* ugyanitt éltek, ahol mi...)



4.4. kép: A múlt tárgyai egy helytörténeti kiállításon (Bükkzsérc): régi fényképek, dokumentumok, régi üveghutákban készült tárgyak. A személyes kötődés, a törődés megható jeleként pedig kis üvegben friss vágott virág. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



4.5. kép: Bronzkori kőeszköz. Az egyszerű, praktikus felirat szerint „ekevas kiszántotta 1970-ben” Szögligeten. A közlés módja és tartalma is személyes közelséget sugall, ha muzeológiai szakszempontról kifogásolható is (amint az is, hogy kézbe lehetett venni). (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

Sokféle kiállítóhely van, és sokféle múzeum. Valószínűleg mindegyik szeretné, ha hatása maradandó lenne, a látogatók élvezete nemcsak addig tartana, amíg a kiállítóterben vannak, hanem a látottakat fel-felidézni, esetleg hozzáolvasnának, hozzátanulnának. Kevés múzeum van azonban, amelyik szakirodalmat ajánl, vagy amelyik felvállalja a környezetében található további kulturális helyszínek propagálását. Pedig lehetséges, hogy egy közeli műemlék, egy öreg fa, vagy fásor, egy másik múzeum vagy galéria egészségesen kiegészíti a múzeumi kiállítást, ráadásul olyan módon, amit a múzeumban bent nem lehet megvalósítani.

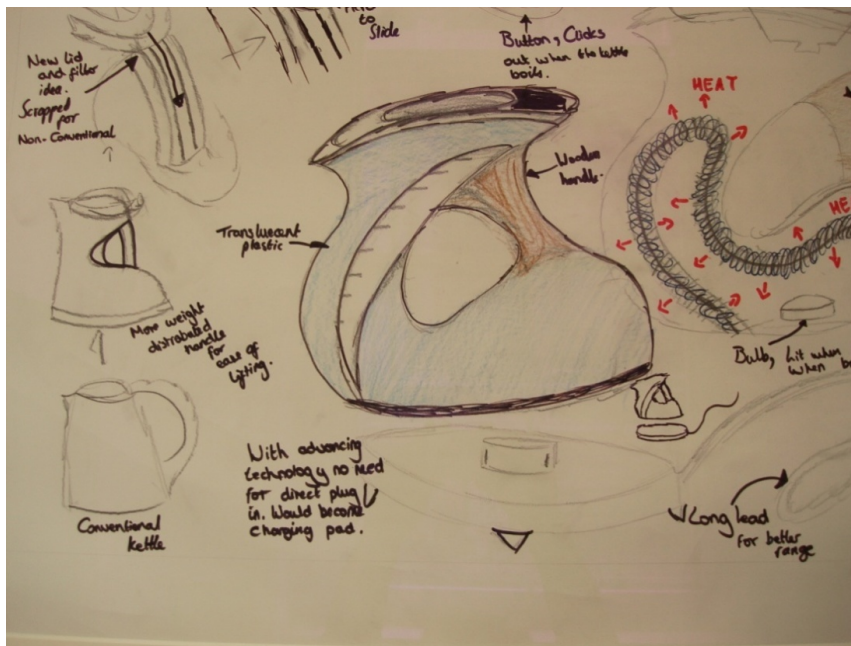
A kiállítás, ha ezeknek a szempontoknak a figyelembe vételével készül, hasonló üzenetet hordoz majd, mint a múzeum üzenete, amit a küldetésnyilatkozatában megfogalmazott.

4.2 Kiállítás-rendezés, mint szellemi alkotás: gyűjtemény és kiállítás (Kárpáti Andrea)

„A valódi utazás nem az, amikor új tájakat fedezünk fel, hanem az, ha új szemmel nézzük az ismerős vidéket.” Marcel Proustnak ezzel a gondolatával kezdődik John H. Falk „Identitás és látogatói élmény” című kötete (2009). Falk ebben a kötetben a látogatók megismerésének fontosságáról ír, hogy számukra érthető és hatásos kiállításokat tudjunk rendezni. A kiállítás alkotóinak meg kell tanulni új szemmel – a látogatók igen változatos csoportjainak tekintetével – nézni a jól ismert alkotásokra. A műben közölt kutatásokra könyvünk 8. fejezetében még visszatérünk, most azért idézzük ezt a nyitó gondolatot, mert a múzeumok állandó és időszakos kiállításai kapcsolatban is relevánsnak tűnik. Az időszakos kiállítás gyakran valóban a gyűjtemény új szempontú számbavétele, hiszen még a vendég-művekben bővelkedő tárlaton is vannak fontos, helyben őrzött alkotások. De ha egyetlen saját mű sem kerül be a vándorkiállítás anyagába, akkor is arra kényszerít a múzeum falai közé érkező kollekció, hogy új szemmel nézzük azt, ami már korábban is ott volt, ami körbeveszi, és ez által értelmezi, értékeli az új, időlegesen jelen való kiállítást. Az állandó és időszakos kiállítás közötti kapcsolat tehát a múzeum küldetésében és arculatában keresendő.



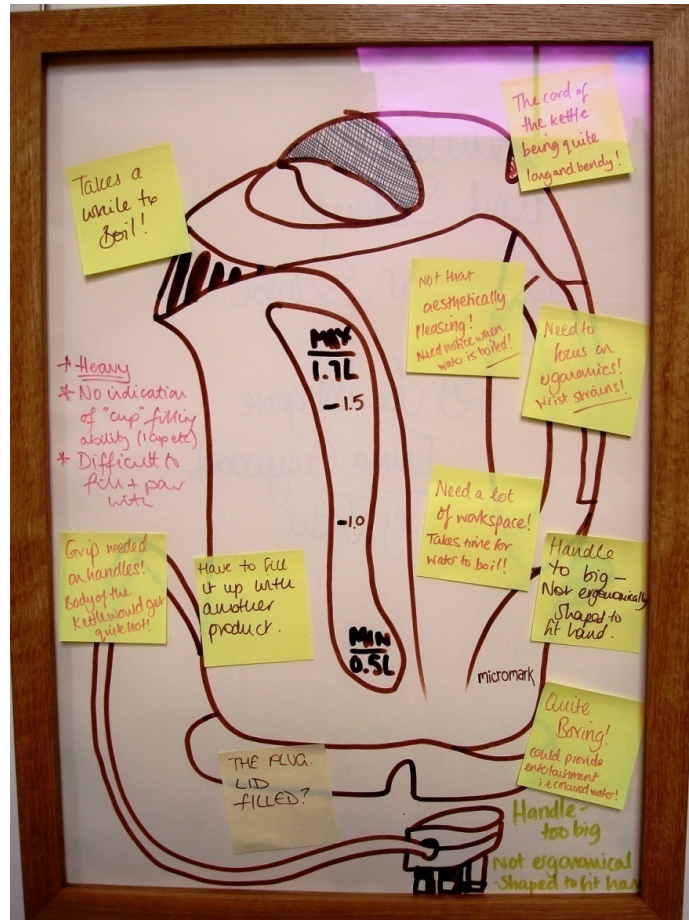
4.6. kép: DesignLab: Designing the Future. (Tervek a jövőnek). Alcím: Kreatív együttműködés a SeymourPowell céggel és a V and A oktatási programjaival. Időszaki kiállítás, a világ egyik legjelentősebb iparművészeti gyűjteményében, a londoni Victoria and Albert Museum-ban, 2011-ben. (Fotó: Kárpáti Andrea)



4.7. kép: Az ötletelés bemutatása folyamatábrán. Victoria and Albert Museum, London, 2011. (Fotó: Kárpáti Andrea)

A múzeum *állandó kiállítása* – az a bemutató, amely legalább öt, de néha ennél jóval több éven át változatlanul vagy csekély módosításokkal várja a látogatókat –, olyan, mint egy névjegy: jelzi, milyen kötődésű és presztízsű helyen járunk. Főművek, ritkaságok, saját leletek, jelentős adományok – az állandó kiállítás pontosan behatárolja a múzeum helyét az országban, a régióban és a világ múzeumai között. A gyűjtemény legalább fele mindenütt a raktárakban várja, hogy egy-egy *időszaki kiállításon* – általában 4–6 hétig, de néha csak egy hétvégén át, vagy

egyetlen múzeumi éjszakára megrendezett tárlaton végre ráterelődjön a figyelem. Az állandó és időszakos kiállítások együtt adják a múzeum tudományos és társadalmi kommunikációjának tartalmát.

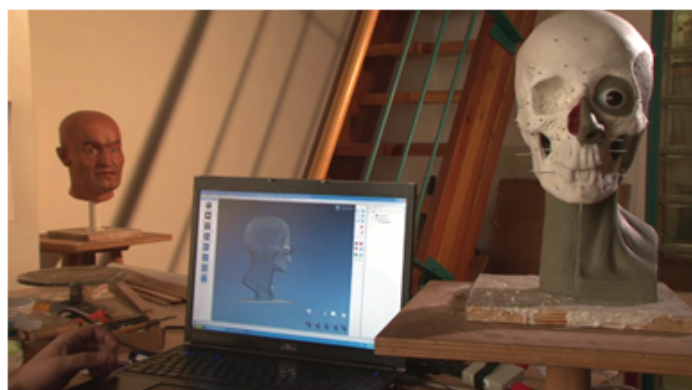


4.8. kép: DesignLab: Designing the Future. (Tervek a jövőnek). Az ötletelés bemutatása jegyzetekkel kiegészített ábrán. Victoria and Albert Museum, London, 2011-ben. (Fotó: Kárpáti Andrea)

Susan Pearce angol múzeumtörténész szerint a kiállítás éppúgy történeti jelenség, mint mindazok a szellemi képződmények, amelyeket a kiállítások bemutatnak (Pearce, 1999). Egy kiállítás, amely megnyitáskor erős kritikai indulatokat váltott ki, vagy lelkesedést, megalapozottságot keltett, egy évtized múlva már senkit sem érdekel. Azt mondják róla, elavult: irreleváns tartalmakat közvetít egy meghaladott kommunikációs kultúra jegyében. Igen kevés olyan állandó kiállítás van, melyet ne rendeznének időnként teljesen újjá, egy új koncepció jegyében, megváltoztatott terekben, legalább részben új tárgyakkal és szövegekkel. A „Ki vagyok én? Nem mondom meg!” című Petőfi-kiállítás a róla elnevezett budapesti múzeumban (melyről Kómár Éva ír könyvünk utolsó részében) jó példa arra, hogy nem szentségtörés modern, életteli értelmezést adni egy klasszikus életműnek. A Magyar Természettudományi Múzeum ebben a fejezetben elemzett, és könyvünk utolsó részében, Bajzáth Judit tollából, esettanulmánnyal is bemutatott új állandó kiállítása a korszerű tudományos eredmények megjelenítésének igényével rendezte át igen sikeres korábbi bemutatóját. Ludwig Múzeum időről időre áttekinti raktárait, és a kurrens művészeti irányzatok és viták szellemében újraválogatja állandó kiállításának egészét vagy egy részét.



4.9. kép: Múmiák. A Szépművészeti Múzeum időszaki kiállítása: részlet a kiállításból. Ez az időszaki kiállítás a múzeumban folyó tudományos munkát mutatta be látványosan, sokféle kommunikációs csatorna összehangolt működtetésével. A fotó a kiállítás weboldaláról származik. Budapesti Múmia Projekt.



4.10. kép: Múmiák. A Szépművészeti Múzeum időszaki kiállítása: kiállítási blog illusztrációja.



4.11. kép: Budapesti Múmia Projekt. A Szépművészeti Múzeum „Múmiák” című időszakos kiállítása: tudományos eredményeket bemutató weboldal részlete: a kiállításhoz kapcsolt tudományos ismeretterjesztés

A Szépművészeti Múzeum ókori tárlatait az új, részben saját régészeti expedíciókból származó leletek és tudományos felfedezések fényében rendezték át, igen népszerű időszakos kiállításai pedig új műfajt teremtettek a magyar múzeumi kommunikációban: a kulturális reklám magas színvonalú alkotásait hozták létre. (A témáról szóló, már említett Múzeumcafé folyóiratszám beszédes címe: *Cézanne – Sztárkiállítás és mindennapi múzeumi munka*, 2012)

Az állandó kiállításon áthaladva érhető el az időszakos bemutató. A gyűjtemény így értelmezi a vendég kollekciót vagy a saját, időszakos válogatást. Ha az időszakos kiállítás nem éri el az állandó bemutató színvonalát, a hatás átsugárzik és az egész gyűjteményt leértékeli. A fordítottja gyakoribb: egy ügyesen megszerzett és nagy médiafigyelem mellett, értőn honosított vándor-tárlat jót tehet az intézmény meg- és elismertetéséért. Jó példa erre a kiváló kortárs gyűjteményéről és tudományos szenzációnak számító, a közönség körében is népszerű bemutatóról ismert debreceni MODEM helyett adott a „profilidegen” Leonardo-rajzok és makettekben kiállított találmányok bemutatójának. Az esemény ikonikus alkotása volt egy média- és közönségcsalogató, a szó szoros és átvitt értelmében egyaránt hatalmas jelentőségű mű: a Leonardo tervei alapján készült, lovat ábrázoló szobor, amely az eredeti tervnek megfelelő, monumentális méretben került kiállításra. A mű hazai vonatkozása, hogy Leonardo egy lovat és lovasát ábrázoló át kispasztikáját a Szépművészeti Múzeum őrzi.¹

¹ „Az igazi da Vinci”, a debreceni MODEM kiállítása, 2007. augusztus 16 – november 30.



4.12. kép: Leonardo terve alapján készült lovas szobor a debreceni MODEM előtt, 2007Forrás_ www.hotdog.hu

Néha előfordul, hogy a valamikor saját, karakteres gyűjteménnyel és ehhez illő kulturális misszióval rendelkező gyűjteményből csak az épület marad. A tárgyak más múzeumba kerülnek, a falakon belül pedig megkezdődik egy új hagyomány kialakítása. Hogy ez egyáltalán nem könnyű, mutatja a tavaly százéves jubileumát ült Ernst Múzeum példája. Az alapító, Ernst Lajos portrékat gyűjtött és állított ki, a nemzeti identitás gazdagítása céljával:

„... egyszerre otthont adni a múltnak, a gyökereknek, és bemutatni a jelent, a modern, európai színvonalú magyar művészetet. (...) Meg van adva a keret, a szellem, mely eddig is vezetett a gyűjtésben és vezetni fog: összegyűjteni, mindazt, ami a magyar kultúrának emléke, hogy az ifjúság megtanulja múltját megbecsülni, hogy a jövőjét szolgálhassa.” (Ernst Lajost idézi Vágvölgyi Busi, 2012, 70. old.)

Az évfordulóra az Ernst gyűjtemény egy részének rekonstruálásával tisztelegni nem illeszkedett volna a kiállítóhely kortárs művészeti programjába, és nem is adott volna többet, mint egy, Ernst korában fontos üzenet, a „híres magyarok”-tematika felmelegítését, a „gondolatok múzeumát”. A gyűjtemény vezetése azonban sikeresen megtalálta azt a formát, amellyel tiszteleghetett a múzeomalapító mecénás előtt, miközben saját modern művészet-bemutató szerepéből sem lépett ki: a korábban már említett, „Tükör által homályosan” című, jelentős kortárs művészek portréit bemutató, nemzetközi tárlattal ülte meg a százéves évfordulót. A jó időszaki kiállítás ugyanis szorosan kötődik anyaintézménye missziójához, de ez a kötődés nem bénító gúzs, inkább szellemi összetartozás. A múzeum történetéhez képest elenyészően rövid ideig tartó időszaki kiállítás akkor hatásos, ha nem tűnik ideiglenesnek, a múzeumra erőszakolt függeléknek.



4.13. kép: Ernst Múzeum: *A Tükör által homályosan* c. kiállítása (2013) honlapjának a kiállítás tartalmát és hangulatát remekül kifejező képe. Forrás: a kiállítást beharangozó hír a múzeum oldalán

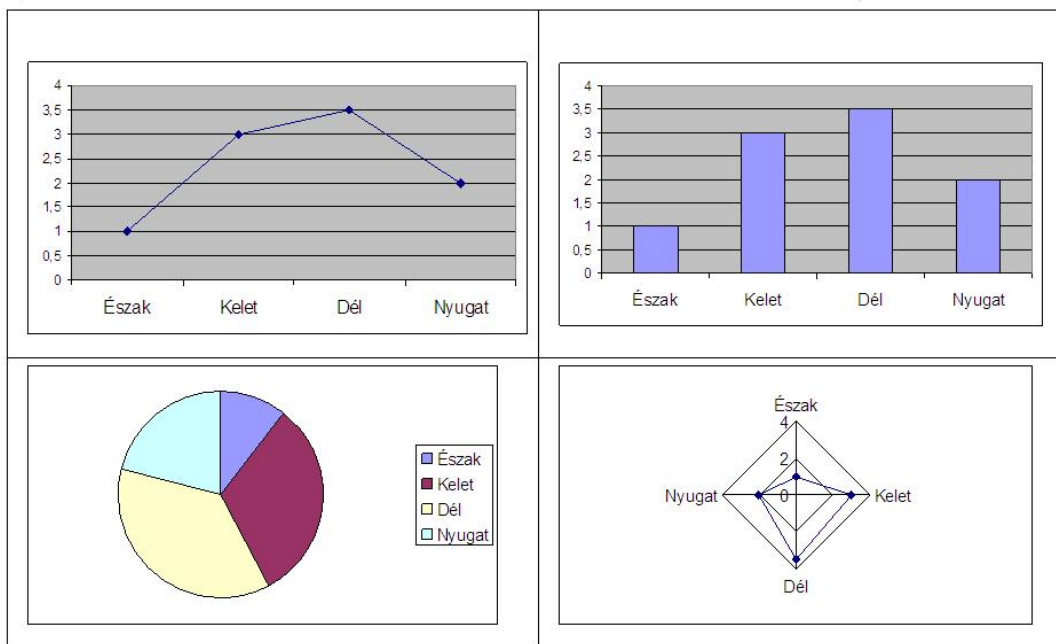
Az alábbiakban felsorolunk néhány, az interneten jól megismerhető (mert kiváló kommunikációval kísért) időszaki kiállítást, amelyek gazdagítják, frissítik, árnyalják a múzeumról alkotott képünket, ahol megrendezésre kerültek:

- Ohnmacht als Situation: Democracia, Revolutie & Polizey. Ausstellungsprojekt mit Diskurslabor. (helyesírás az eredeti cím alapján!), Frankfurter Kunstverein, 2013. június 13 – augusztus 4
- Think Global! Build Social! (Gondolkodj globálisan! Építs társadalmi értékek mentén!) Deutsches Architekturmuseum, Frankfurt am Main, 2013. június 8 – szeptember 1.
- Meilensteine des Wissens – Meisterwerke der Kunst. (A tudás mérföldkövet – A művészet mesterművei.) Zwinger, Mathematisch-Physikalisches Salon (Matematikai-Fizikai Szalon), Drezda, új, 2013. májusában megnyílt állandó kiállítás
- Herod The Great: the King's Final Journey (Nagy Heródes: A király utolsó útja), Izrael Múzeum, Jeruzsálem, 2013. február 13–2014 január 4.
- Juden. Geld. Eine Vorstellung. (Zsidók. Pénz. Egy elképzelés.) Jüdisches Museum, Frankfurt am Main, 2013. április 25–október 6.
- Ice Age Art and the Arrival of Modern Mind. (Jégkorszaki művészet és a modern szellem megérkezése.) British Museum, London, 2013. május 18–június 2.
- Code Breaker. Celebrating a British Pioneer. (Kódfejtő. Tisztelet egy brit úttörőnek). Science Museum, London
- Asztaea bölcsessége – szabadkőművesek a 18. században és a 19. század első harmadában. Goszudarsztvennij Ermitazs, Szentpétervár, 2013. május 18 – szeptember 1.

4.3 A tudományos eredmények lefordítása közérthető, kiállítási nyelvre (Vásárhelyi Tamás)

A tudományos kutatásnak része az eredmények közzététele, hiszen így értesül erről a többi kutató, így teszik az eredményt hozzáférhetővé, ellenőrizhetővé. A kutatók közzétételkor a többi kutatóval kommunikálnak, akikkel – még ha anyanyelvük más is – bizonyos értelemben egy nyelvet beszélnek. A tudományos nyelvezet tömör, szűkszavú, lényegre koncentráló. (A leíró állatban ez odáig ment, hogy az angolban általánosan használt létigét is szinte teljesen mellőzik.) De nemcsak a nyelv, hanem a fogalmak és értelmezésük is ismert minden résztvevő számára, így az érvelés vagy leírás egyszerűsödik, csak a lényegre, csak az újra szorítkozhat.

A tudományos kommunikációban is használnak számos olyan eszközt, ami a mondandót lerövidíti, megértését könnyíti, esetleg kiegészíti. Ilyen eszköz például a szakkifejezések (*terminus technicus*-ok) használata². Ilyen a rövidítés, például hogy a periódusos rendszerben az elemeket csak betűkódjuk képviseli (pl. a foszfor jele P), számos hosszú nevű vegyületet betűkombinációval említünk (pl. adenozin-trifoszfát = ATP, ribonukleinsav = RNS). A matematikai, kémiai képletek, a bennük szereplő sajátos jelekkel együtt, hosszú szövegeket helyettesítenek. A molekulaszervezeti ábrák, gráfok összefüggések megértését segítik a vizualizációval. A grafikonok (pl. vonalas, oszlop, kör, sugár) adatsorok összefüggésének megértésére szolgálnak. Sok adat, többféle adatsor egyidejű ábrázolása már bonyolítja az ábrát. A bemutatott példánál sokkal bonyolultabb grafikus ábrázolásokat is kidolgoztak a különböző tudományterületek kutatói, és egymás ábrázolásait sem feltétlenül értik. A tudományos folyóiratok cikkeiben mindezeket az eszközöket viszonylag visszafogottan, fekete-fehérben használják. Konferenciákon egyre terjed az a módszer, hogy az eredményeket úgynevezett posztereken mutatják be. Ezek plakátszerű, utcai plakát méretű lapok. Ezeket minden kutató maga állítja elő, és itt megengedett, sőt, ha a nagyobb konferenciákon egy időben bemutatott poszter-erdőre gondolunk, akkor megértjük, hogy előnyös is a figyelemfelkeltő, vizualizáló eszközök (nagy méretű, színes, geg-es cím, színek, többféle betűméret, fényképek, grafikonok, ritkán a 3. dimenzió, kisebb tárgyak) használata.



4.1. ábra: Ugyanazon értékek grafikus ábrázolása négyféle módon (csak a módzatok illusztrálására). Fent vonalas és oszlopgrafikon, lent kör- és sugár-diagram.

² Próbáljuk csak ki: írjunk be egy tetszőleges szakkifejezést a Wikipedia keresőjébe, és ámuljunk azon, hogy egyes kifejezéseket milyen hosszan, esetleg több oldalnyi szöveggel magyaráznak meg. A tudományos élet értő szereplői számára a világ minden pontján az egyszerű szó, illetve kifejezés mindezt a háttérudást jelenti.

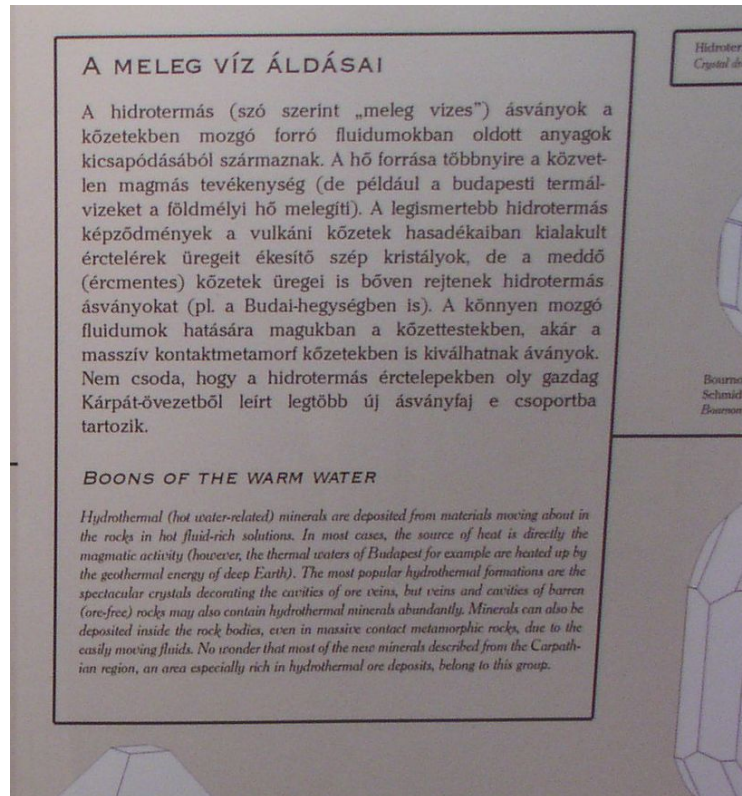


4.14. kép: Tudományos konferenciákon kifüggesztett poszterek három stílusváltozata: hagyományos, sok szöveggel; látványosságra törekvő, kissé modoros a szövegdobozok és a betűtípusok tekintetében; szinte csak figyelemfelkeltést szolgáló (a honlapra csalogat). (Fotók: Vásárhelyi Tamás)

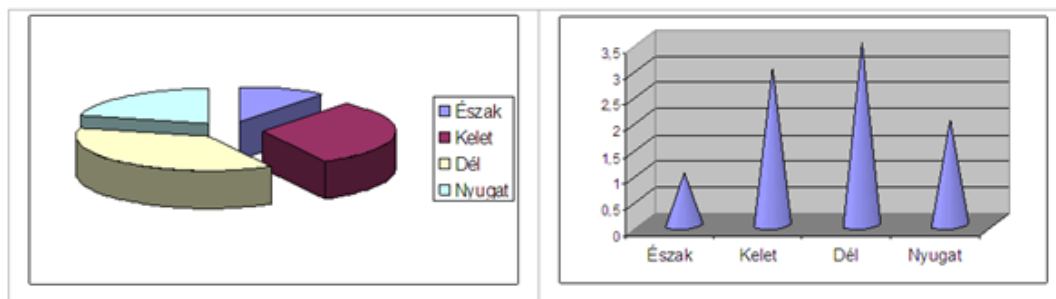
Mi a helyzet akkor, ha a kutatók a laikus közönségnek készítenek kiállítást? Gyakori eset, hogy használnak szakkifejezéseket, rövidítéseket, képleteket, bonyolult grafikus ábrázolásokat. Ennek két oka is lehet. Egyrészt magától értetődően használják ezeket, hiszen számukra ez a természetes kommunikáció, és nem gondolnak arra, hogy ezt az emberiségnek csak egy törpe kisebbsége érti. Másrészt azért élnek például a latin-görög alapú kifejezések használatával, mert azoknak a magyar megfelelői (ha egyáltalán vannak), nem felétlenül jelentik ugyanazt. Sok kifejezést csakis azért fordítottak magyarra, hogy ismeretterjesztő céllal használják őket, és a magyar definiálásuk eleve leegyszerűsítéseket tartalmazott, ezért ezeknek az alkalmazásától is idegenkednek kutatók³.

Pszichológiai vizsgálatok szerint laikus hallgatóság tudományosabbnak, megbízhatóbbnak ítélte azt a kutatót, aki előadásába idegen eredetű szakkifejezéseket is kevert, még ha nem is értették ezeket – akkor, ha ezt mértékkel tette. Mindkét másik esetben, ha a szövegben hemzsegték az érthetetlen szakszavak, és ha mindent lefordítottak a számukra közérthető kifejezésekkel, az előadást és magát a kutatót is hiteltelenebbnek ítélték. Ezen túl, sok tudományos kommunikációs eszköz azért átment a köztudatba, hiszen az előzőekben említett példák a középiskolás tananyagban szerepelnek, grafikonok (gyakran nem száraz, hanem színekkel, viccel ábrákkal „oldott” grafikonok), valamiért felkapott kifejezések (DNS, GMO) még bulvárlapokban is szerepelnek.

³ Sok ismeretterjesztő írásban, és sok természettudományi kiállítási szövegben találkozni azzal a gyakorlattal, hogy a szakkifejezést először a nemzetközi formában említik a magyar szövegben, majd zárójelben megadják magyar fordítását is – helyett, hogy éppen fordítva járnának el, így segítenék a laikusok olvasását, megértését. Ez a sorrend az értőbb olvasóknak viszont élvezetesebb lehet, a beavatottság érzetét táplálhatja, illetve a szöveg (ezáltal a szerző) hitelességét sugallhatja.

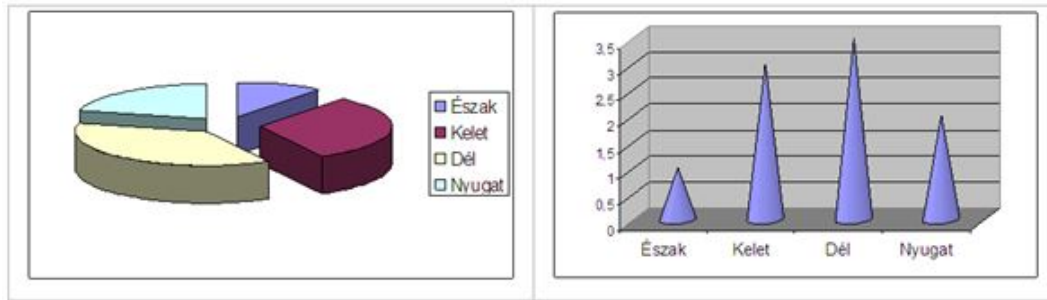


4.15. kép: A tudományos kifejezések használatának látogatóbarát és nem látogatóbarát használata, avagy miért lenne közérthetőbb a fluidum, kontaktmetamorf, illetve érclelér szó, mint a hidrotermás (előbbieket nem fordítja le a szöveg, utóbbit igen). A kiállítási szövegírókra gyakran nagy nyomás nehezedik. (Magyar Természettudományi Múzeum, Budapest) (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



4.2. ábra: A korábbi grafikonok két látványosabb, figyelemfelkeltőbb változata: úgynevezett „torta” és kúpdiagram.

Ezért hát tudományos eredményeket bemutató kiállításokban – ha azokat szeretnénk elérhetővé, hozzáférhetővé, érthetővé, befogadhatóvá tenni a laikus közönség számára is – a lehető legdidaktikusabban építsük fel a mondanivalót, egyszerű nyelvet használjunk, amit csak lehet illusztráljunk is, és mértékkel, de használhatjuk a tudományos kommunikációnak alkalmazott formáit. Nehéz mondanivaló esetén különösen fontos, hogy figyelemmel legyünk a látogatók különböző tanulási stílusára (Kárpáti 2011, Black, 2005), lehetőleg többféle stílusú látogató számára is kínáljunk megfigyelni, kipróbálni, megérteni, emészténivalót (pl. Puczkó-Rátz, 2000, 5. fejezet). Mindenképpen érdemes a figyelemfelkeltés különféle lehetőségeit mérlegelni és használni.



4.16. kép: A humor segíthet a nem könnyű, vagy nem vonzó témák feldolgozásában. Ismert reklámszlogenre utaló szöveg, a rovarok sokszínűségére utal (olaszul Insetta = rovarok) (Róma, Állattani Múzeum). (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



4.17. kép: Humor és komolyság. A különböző rovarok eltérő táplálkozását bemutató kiállításrész, avagy a csótány számára terített asztalra kenyérmorzsa kerül (Magyar Természettudományi Múzeum). A kockás abroszra tett centiméter-skála a tudományos igény jele. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



4.18. kép: Madarakat a legritkább esetben mutatnak kiállításon „bőrbe tömve”, azaz a praktikus gyűjteményi elhelyezés céljainak megfelelően preparálva. Itt azonban ez a megoldás alkalmas arra, hogy a színskála érvényesüljön, más ne vonja el a figyelmet (Állattani Múzeum, Koppenhága). (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

A következő ábrákon az állatok testfelépítését, illetve a kiállításon látható állatpreparátumok készítését különböző didaktikus módszerekkel ábrázoló külföldi kiállításrészleteket mutatunk be.



4.19. kép: Bizarrr állatpreparátumok. Balra: teknős koponyája és végtagscsontjai, a páncéljában természetes helyzetben elhelyezve. Jobbra: az emlőspreparálás folyamata egyetlen bizarrr mókuszpreparátumon keresztül bemutatva. (Fotók: Vásárhelyi Tamás)



4.20. kép: Több példányos „beavató” kiállításrészletek: olyasmint tudunk meg belőlük, amire nemigen gondoltunk volna. Balra: egy sor preparátum – a lenyűzött bőrtől a róka gipsz-testén át az elkészült remekműig – mutatja, hogyan „tömik ki” az emlősöket. Jobbra: a félbe vágott teknős esetében jobban látszik a gerincoszlop és a csontok kapcsolata a páncéllal. (Fotók: Vásárhelyi Tamás)



4.21. kép: Az érdekes, átbillenő tükörrel operáló vitrin azt mutatja, milyen kicsiny testet mekkorára nagyít fel a tollazat. Ugyanannak a madárfajnak két különböző preparátumát látjuk (Koppenhága, Állattani Múzeum). (Fotók: Vásárhelyi Tamás)

Kiállított tárgyak jelentését gyökeresen megváltoztathatja a környezetük, esetleg egyetlenegy melléjük állított egyéb tárgy. Sokszor ez az eljárás hosszú szövegek helyett frappánsan magyaráz valamilyen jelenséget vagy kapcsolatot. Ilyen megoldásokat mutatunk a következő néhány ábrán.



4.22. kép: A lapos, színtelen kőület révén megőrződött állat szinte megelevenedik, ha a rekonstrukciója is mellette van (Jura Museum, Eichstaett). (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



4.23. kép: A városokban egyre gyakrabban megjelenő rókát hogyan lehetne jobban közel hozni a látogatóhoz, mint azzal a jelenettel, amint a szemetesben kutakodik. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



4.24. kép: A néprajzi múzeum (Ljubljana) régi ruhadarabjainak új értelmet ad a modern munkaruha és sisak melléjük helyezése. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



4.25. kép: Önmagában a hód is, az általa megrágott fa is érdekes kiállítási bemutatásra. Így azonban egymást is értelmezik. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

A különféle érzékelési, észlelési és a megértést, tudatos megismerést, tanulást segítő didaktikai megoldásoknak se vége, se hossza. A múzeumok nagyon kreatívan keresik az új, eredeti ötleteket, lehetőségeket, illetve sokszor rajtakaphatók, hogy másolják egymás megoldásait. Az élettelen természet néhány jelenségét bemutató, kreatív megoldásokból adunk ízelítőt a 4.23.-4.26. ábrán.



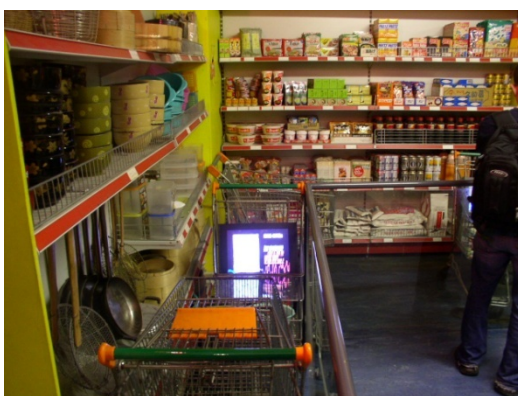
4.26. kép: A természetes kőzetből hasított padlólapok egyenetlenek, rajtuk járva jobban beleéljük magunkat a kőzetan témájába. (Természettudományi Múzeum, London.) (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



4.27. kép: A földtörténeti múltban egymás fölé rétegződött maradványok kormeghatározó szerepét könnyebben értjük a bemutatott újságtorony segítségével: itt is a régebbi lapszámok vannak lejjebb (Természettudományi Múzeum, London). (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



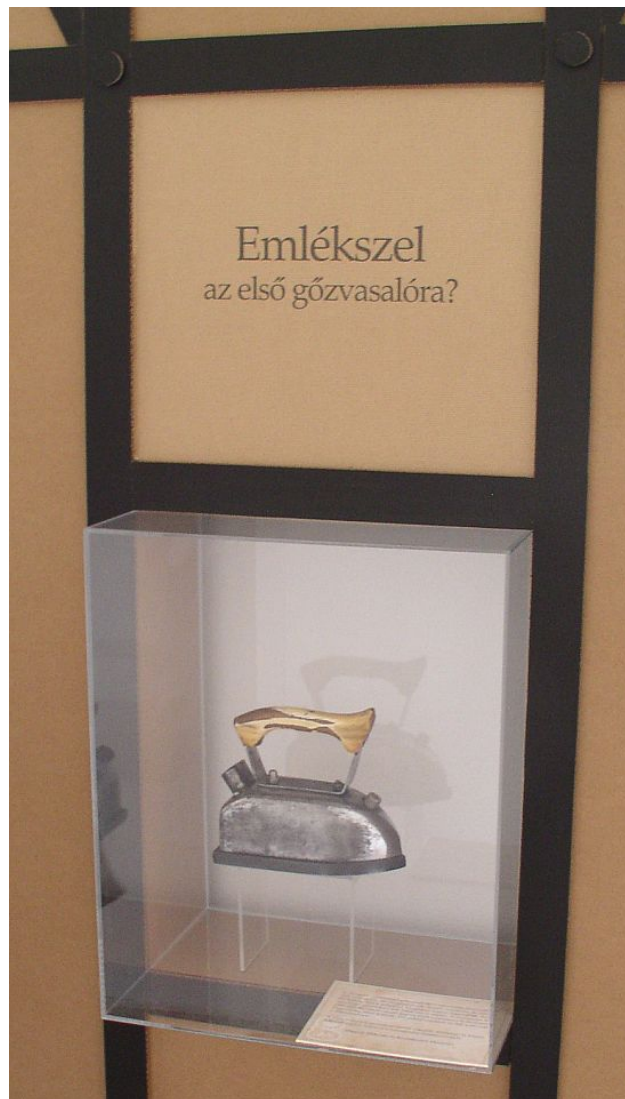
4.28. kép: A vulkánkitörések emberek számára néha katasztrófát jelentenek. Ezt könnyebb átélni, ha közvetlen közletről látjuk a hamuval lepett kocsit, amit az utasok nyilván menekülés közben hagytak ott nyitott ajtóval, égő lámpával (Természettudományi Múzeum, London). (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



4.29. kép: Egyszer egy földrengés hatását egy vegyesbolt biztonsági kamerája rögzítette. A múzeumban berendezték ugyanazt a vegyesboltot. A bevásárlókocsiban elhelyezett monitoron látjuk a biztonsági kamera képeit, és amikor ott a konzervek táncolni kezdenek, itt is megmozdul a szoba, a látogató a talpán keresztül is, a csörömpölés által is érzékeli a földrengés hatását, és valamelyest megéli az élményét (Természettudományi Múzeum, London). (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



4.30. kép: A kérdések alkalmasak arra is, hogy kíváncsiságot ébresszenek, és arra is, hogy vezessék a látogatók figyelmét. A londoni Természettudományi Múzeum dinoszaurusz kiállítása nagyon didaktikus módon épült fel, kérdésekkel és gazdag leletanyag, illetve magyarázatok révén adott válaszokkal vezet végig a hatalmas termen. (Fotók: Vásárhelyi Tamás)



4.31. kép: Hazai jó példa a kérdés használatára, megtoldva azzal, hogy a rövid kérdés megszólít, személyes emlékre kérdez rá, miközben a tárgyra is felhívja a figyelmet, a tárgy megnevezését is tartalmazza (Gőzerő, a Magyar Műszaki és Közlekedési Múzeum vándorkiállítása). (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

4.4 Esettanulmány: tudományos eredmények lefordítása a Magyar Természettudományi Múzeumban (Vásárhelyi Tamás)

Ez a múzeum több mint 200 éves, és szinte létrejötte óta foglalkozik tudománykommunikációval. A Nemzeti Múzeum részeként 1811-től kezdve részt vett annak kiállítási tevékenységeiben. Mai szemmel nézve nem értjük, hogy lehetett olyan népszerű az üvegfalú szekrényben kiállított megannyi érdekesség, az érdekességek mellett zömmel azonban rendszeres gyűjtések eredményeképpen a múzeumba került tárgy, annak latin nevével. De azok más idők voltak, a múzeum céljai is mások voltak, a közönség is mást keresett egy a maitól nagyon különböző „kulturális palettán”. Ugorjunk időben nagyokat előre, és nézzünk néhány kiemelkedő eseményt a szakmai és szélesebb közönségnek szánt produkciókból (akkoriban nem volt olyan széles szakadék a kettő között, mint most).



4.32. kép: Koporsószekrények a Nemzeti Múzeum ásványkiállításában a 19. században. (Forrás: Matskási, 2000)

1865-ben Frivaldszky Imre „Jellemző adatok Magyarország faunájához” című, 275 oldalas, s 13 könyomatos táblával illusztrált kötete magyar nyelven született, és az első részletesebb leírása a hazánkban élő állatoknak. Telis tele magyar (nyelvújítási) és latin/görög tudományos nevekkal, adatokkal. Számos tudós eredményeit szintetizálta. Az emlősök leírása (a medvétől, hiúztól le a peléig, denevérekig) a legnépszerűbb munkákban is szerepelhet ma is, a szenzáció a gerinctelen állatok magyar leírása körül van. A faunánkból korábban ismeretlen, tehát nálunk újként leírt fajok inkább a tudományos irodalomban kapnak ma helyet – és ott is angol nyelven.

A hűsevők (Carnivora) családjából.

A közönséges Medve (*Ursus arctos* Lin.). A kárpátalji rengetegeken, nevezetesen: Trencsén, Liptó, Árva, Turócz, Zólyom, Szepes, Gömör, Máramaros, Ung, Abauj, s Zemplén hegysegeiben még mindig tenyészik, hol évenként nem kis számu példány kerül kézre.

A Hűz Macska (*Felis Linx* L.). Ezen napjainkban Európa erdeiben már igen ritka emlősfaj Zemplén megye felsőrészi erdeiben és Máramaros rengetegeiben még jelenleg is tenyészik, honnan a nemzeti Muzeum gyűjteménye számára 1861-ik évben két szép példány küldetett.

A Vidra Menyét (*Mustela Lutreola* Keis: et Blas,) a menyétek egyik ritkább faja, mely rákokkal s halakkal élőködik, felső Magyarország folyói, és hegyicsermelyei közelében, nevezetesen a Vág, Híbicza, és Garan mentében már néhányszor találtatott.

Az őrlők (Rosores) rendjéből.

A havasi Mormoga (*Arctomys Marmota* Lin.) a központi Kárpátok magaslatain, sziklás helyeken gyakori, hol azt magannak is volt alkalmam észlelni, s átható füttyentéseit hallhatni.

A kerti Pele (*Myoxus nitela* Schr.). Ezen csinos Pele faj főleg Helvetiából s Franciaországból ismeretes; 1863-ban Nógrádmegye alsó részében Jobbágyiban egy egész családöt öt fiattalal volt alkalmam egy fészekben találni, melyeket elevenen Pestre a nemzeti Muzeumba hozván, egy példánya a bécsi császári Muzeumba vitetett fel.

4.33. kép: A nyelvezetben, szóhasználatban és tartalomban is jellemző szövegrészlet Frivaldszky korszakalkotó munkájából.

Herman Ottó egészen különleges helyet foglal el a hazai tudománytörténetben. Ő maga autodidakta volt, de törekedett a lehető legprecízebb tudományosságra. Ugyanakkor sosem veszett el az analitikusan fejlődő tudományágak mélységeiben, mindig szintetizálásra törekedett, és arra is, hogy az eredményeit megossza korának közönségével. Az „A madarak hasznáról és káráról” című könyvét „kedves népének”, még a szántóvetőnek is szánta, s ennek hangvétele, illetve a sok népi madármegfigyelés összegyűjtése és közzététele is ezt a célt szolgálja. Amikor megalapította a Természetrajzi Füzetek című folyóiratot, az első számban nagyhatású szerkesztői üzenetét helyezte el (Herman 1877). Ebből idézzük a természetrajz fontosságára vonatkozó mondatát: „A természetrajzi szakok művelésének fontossága nem szorul indokolásra: egész lételünkkel a természethez vagyunk fűzve, s eszerint a természet ismerése legközelebbi érdekünk”. Szépen fogalmazza meg az új folyóirat küldetését: „Az első közlés a fáklya, vagy legalábbis pislogó mécs, mely az ismeretlen térre veti a világosság első sugarát; e világosság nyomán halad a vizsgálódás; ez éleszti a lángot, s mind jobban világítva, felderíti az ismeretlent. ...mit akarhatnak végtére is a Természetrajzi füzetek? Annyi világosságot kisugározni, a mennyi telik.” Hiszen ez már majdnem egy küldetésnyilatkozat...!

A múzeum klasszikus rendszertani kiállításai után a huszadik század harmincas éveiben nyílnak az első didaktikus kiállítások, és az első világháborút követő évtizedekben csodálatos népszerűsítő könyvek látnak napvilágot. Ezek mindegyikét ma a tudományosság határát súrolónak érezzük, mégis egészen a hatvanas-hetvenes évekig tartotta magát ez a komolyabb stílus. A múzeumnak a II. világháború után épült kiállításai között találjuk a hagyományosabb ásványkiállítást, a kövületek mellett a két dinoszaurusz „csatáját” bemutató hatalmas szobrot vagy a kapafogú őselefánt felállított csontvázát, az állatokat illetően pedig a legnagyobb alapterületen a gerinces állatokat nagy életképekben, kissé mesei diorámákban bemutató Magyarország állatvilága című kiállítást. A kiállításokhoz katalógusok, kiállításvezetők készültek, és igény esetén tárlatvezetést is adott már a múzeum.



4.34. kép: Tudománytörténeti ereklye: Biró Lajos autodidakta zoológus és néprajzkutató fiatalkori rovardoboza, mely iskolai bemutatásra készült. Ilyeneket megélhetési célból, megrendelésre állított elő. A klasszikus rendszertani bemutató mellé egy didaktikus kis életkép is készített, amely (Darwin tanainak szellemében) a környezethez való alkalmazkodást mutatja (a Magyar Természettudományi Múzeum Tudománytörténeti gyűjteményéből). (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



4.35. kép: Jelenet az 1956-ban kiégett, addig azonban nemzetközi figyelmet kideremelt Afrika kiállításból. A dioráma egy válfaja: körüljárható, a csimpánzok természetes környezetükben (ebbe nemcsak a növényzet, hanem a fajtárs is beleértendő), természetes mozgulataik közben láthatók (a múzeum Tudománytörténeti gyűjteményének anyagából).

A hetvenes évek központilag elrendelt közművelődési fejlesztései eredményeképpen előadóterem, foglalkozások, dia- és mozgófilm vetítő, a programok kiejánlására szórólapok, és felkészült múzeumpedagógusok jelentek meg. A múzeum kutatói mind több ismeretterjesztő könyv, folyóirat később filmek szerzői között jelentek meg. A szabadegyetem stílusú előadásorozatok, kevés kivételtől eltekintve, valamiért nem tudtak eredményesek és sikeresek lenni, de az ifjúsági szakkörök közt van, amelyik több mint 3 évtizede működik, és a szakmai utánpótlásunk egy részét ezeknek köszönhetjük.

1992-ben jelentős változás indul: megnyílik a Természetbúvár terem, a hands-on elveit megvalósítva. 1996-ban pedig interaktív elemek egész sorát felvonultató kiállítások nyitják meg a múzeum új kiállítási épületét. Itt a kiállítási szövegeket már pedagógusok is lektorálták, és a szövegek angolul is megjelennek, a külföldiekre is gondolva. Az 1996-ban megnyílt „Ember és természet Magyarországon” című kiállítás négy jellemzőjét mutatják a következő képek.



4.36. kép: A teljes kiállítás átnézete, a háttérben a Bárkával. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



4.37. kép: A Bárka szimbolikusan utalt a természet védelmére, mint az emberiség egyik legnagyobb feladatára.
(Fotó: Vásárhelyi Tamás)



4.38. kép: A vejszés életképben keveredtek a klasszikus dioráma elemek a didaktikus, magyarázó megoldásokkal
(pl. a földbe vájt kunyhó félbe volt vágva, a tárgyakon magyarázó feliratok voltak). (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



4.39. kép: A nagydióra is didaktikus tartalmú: egyetlen életképben a Kárpát-medence négy jellegzetes tája, és egyben a négy évszak van bemutatva. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

A kiállítás-rendezés egyre kifinomultabb tevékenységgé válik. Maguk a kiállítások is, az azokat kísérő kiadványok és a többféle közönség számára kínált programok, kiegészülve az informatikai eszközökkel és az interneten kínált tanulási lehetőségekkel, még tovább bővítik azt a repertoárt, amivel egy korszerű múzeumnak rendelkeznie kell a tudományos eredmények a lehető legszélesebb közönség felé való kommunikációja érdekében. A múzeum kommunikációjába magát az új kiállítóteret is bekapcsolta, az építészeti megoldásokkal, természetes építőanyagok használatával.



4.40. kép: Az új bejáratnál Európa legszebben kiállított bálnacsontváza fogadja a látogatókat. A csarnok mennyezetét és a lépcsőket ennek a kiemelkedő példánynak a méltó befogadására tervezték és építették. Ezt a látványt hatalmas szimbolikus feladattal felruházottként is felfoghatjuk. A hagyományos múzeumépítkezésben ugyanis a közönséget szinte mindig és mindenhol lépcsősoron vezették felfelé a múzeumi, bizonyos értelemben szakrális jellegű terek és magasztos mondanivalók felé, itt viszont lefelé vezető lépcsőkön jutunk a múzeumba. Az emelkedettséghez lehetőleg így is el kell juttatni a látogatókat. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



4.41. kép: Készülnek a Korallzátony egyes elemei az előadóteremben. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



4.42. kép: A kész korallzátony-rekonstrukciót fentről látjuk, mintha a sekély tengeren sétálnánk. Múltán lett népszerű.
(Fotó: Vásárhelyi Tamás)



4.43. kép: Az új kiállítótér megnyitó kiállítása („Tollas dinók”) talán a legnagyobb hatású komplex kiállítás volt. Eredeti, lélegzetelállító kőületek rekonstrukciókkal és művészeti alkotásokkal együtt jelentek meg. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



4.44. kép: A múzeum 200 évvel korábbi alapításának korát többek között egy árnyjáték, egy menüett dallamára forgó pár képe érzékeltette. Gyerekek többször lejtettek tánclépéseket az egyszerű látvány előtt. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

A módszertani fejlődést több európai projektben való részvétel segíti. A tudományos eredmények publikálása szinte kizárólag idegen nyelven (zömmel angolul) történik, egyre többször nemzetközi folyóiratokban – a kétféle tevékenység tehát látszólag élesen elválik egymástól. Ugyanakkor egyre több kutató vesz részt a kiállítások szakmai előkészítésében és bizonyos, a nagyközönségnek szánt programokban személyesen is részt vesznek. A következő képeken olyan pillanatokat mutatunk be, amikor múzeumi dolgozók demonstrátori illetve színész-szerepben vettek részt a tudománykommunikációban.



4.45. kép: „Xántus János” és egy indián lány – mindketten őslénytankutatók – a múzeumok éjszakáján. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



4.46. kép: Az antropológus régészeti feltárási munkát mutat be, majd a honfoglalás kori lelet megelevenedik, és párbeszédükbe szőve mondanak el sok információt. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



4.47. kép: Látványos demonstráció a rovarok színének természetéről. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



4.48. kép: A közönség is megpróbálja és megtapasztalja azt a fizikai jelenséget, amely segíti a rovarok repülését. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

A természet megismerése nemcsak tudományos eszközökkel és módszerekkel történik. Sok látogatóhoz lehet eljutni a képzettársítások révén, vagy más befogadási eszközökkel, például a művészeteken keresztül. Sokan vannak, akiknek egészen más stílus és módszer kedves, vagy egyszerűen csak az idejük eltöltésére vágnak. A következő képek két rendhagyó múzeumi programot idéznek fel.



4.49. kép: Kínai táncosok lépnek fel a Kinából érkezett dinoszaurusz-leletek kiállításának megnyitásán. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



4.50. kép: Hobó „Történelmi szellemidézés” című programját mutatja be a múzeumtörténeti kiállításban. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

És végül, 2013-ban érkezett ez a múzeum oda, hogy gondosan tervezett közös munkával igyekszik saját küldetését újrafogalmazni. A korábbi küldetésnyilatkozatot néhány, a nyilvánosság felé való kommunikációval, PR-ral, marketinggel foglalkozó munkatárs szövegezte, és megjelent itt-ott, de sohasem emelkedett elfogadott, büszkén hirdetett szintre. Most a múzeum minden nagyobb egységéből vesznek munkatársak az együttgondolkodásban és fogalmazásban, minden tudományterületéről, minden markáns foglalkozási körből vannak a csoportban, és a felső vezetésből is többen részt vesznek a munkában. Meghívták a legfontosabb *stakeholderek*, a tudomány, a közoktatás, a felsőoktatás és a média egy-egy képviselőjét is, hogy az ő szempontjaik ki ne maradhassanak a múzeum újonnan megalkotandó küldetésnyilatkozatából. Ennek a munkának nem is az a legfontosabb eredménye, ha egy szép szöveg születik, hanem az, ha annak tartalmát mindnyájan, és még többen, a csoportban résztvevők által képviselt részlegekben vagy foglalkozási ágakban dolgozók is elfogadják. Akkor meglesz a hatása a múzeum által készített valamennyi produkcióra. A kézirat írásának idején még nem lezárult folyamat eredményéről annyit el lehet mondani, hogy mindenki egyetért abban: a Magyar Természettudományi Múzeum küldetése, hogy kivételes adottságait felhasználva segítse a társadalmat abban, hogy a természettel tudományos ismeretek elsajátításán is alapuló, jó viszonyban legyen. Ez a szándék nem új, hiszen két évszázada bukkant fel a csírája, és a változó korok igényeihez, lehetőségeihez is igazodva, egyre inkább tudatosodva, az utóbbi évtizedek kiállításáiban, kiadványaiban, programjaiban már ott munkált. Az lesz más, ahogyan újabb és újabb tartalmakkal tudjuk megtölteni.

A múzeumra érvényesnek érzem Hooper-Greenhill (2007) egy a posztmodern múzeumról szóló megállapítását. Egyre jobban felismerjük, értjük, elfogadjuk a kultúra, a kommunikáció, a tanulás és a személyiség közötti komplex viszonyrendszert, és ennek nyomán megváltozott a múzeumi közönség iránti viszonyunk. Ez magában foglalja a közönség tagjainak egyéniségekként való elfogadását, annak elfogadását, hogy kiállításainkkal és programjainkkal nemcsak tudást adunk át, hanem a közönség minden tagjának tanulását is elősegítjük, személyiséget, identitást is alakítunk. Ez a korábbinál árnyaltabb demokratizmust, társadalmi felelősségérzetet hoz magával.



4.51. kép: Klasszikus, egyben ikonikus múzeumi jelenet: a múzeumi óra során a munkában elmerült gyermekek feladatlapon dolgozzák fel az egyik kiállítás anyagát. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

Feladat 1:

Szövegezze meg saját munkahelyének küldetésnyilatkozatát, úgy, ahogyan az Ön munkahelyi státuszából látja az intézmény tevékenységét, működését. A követendő séma: A (intézmény) küldetése, hogy(mit tegyen), (kinek az érdekében), (milyen célt kíván vele elérni). A nyilatkozat lehet hosszabb is, több mondat is, de akkor jó, ha egyszerű, áttekinthető, és nem árt, ha egyedi megfogalmazású. Legyen őszinte sajátmagával, ha némelyik szempontra nem szép, nem nemes válasz jut eszébe.

Nevezze meg intézményének egy olyan tevékenységét, amely egybevágg ezzel a küldetéssel, beleillik, és nevezzen meg egy olyat is, aminek semmi köze hozzá.

Feladat 2:

Milyen látogatóhoz szól leginkább ez a (kiállításból vett) szöveg (a Semmelweis Orvostörténeti Könyvtár és Múzeum állandó kiállításának szövegéből)? Próbálja meg mennél pontosabban leírni az illetőt:

- származás,
- életkor,
- iskolázottság,
- szakmai terület,
- tapasztalat,

• egyéb:

A szöveg: „Winkler Lajos (1863-1939) Than Károly tanítványa, az analitikai kémia kiemelkedő alakja, a gravimetrikus analízis kidolgozója (emlékérem, magyar, 1954)

A tárgy:



4.52. kép: Winkler Lajos bronz emléklakettja. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

Feladat 3:

Fordítsa le ezt a kiállítási szöveg-részletet egy felső tagozatos gyerek nyelvére. (A Magyar Természettudományi Múzeum, Van új a Nap alatt c. kiállításának szövegéből.) Hány olyan kifejezést, fogalmat talál, amelyeket csak egy-egy rövid, zárójeles mellékmondatban, vagy hosszabb szöveggel, esetleg ábrákkal lehetne megmagyarázni?

„Egy forró érintkezés gyümölcsei

Ha a forró kőzetolvadék, a magma (és a belőle származó fluidumok) egy szilikátos kőzettel érintkezve kristályosodik ki, azt a „határsávban” szaruszirtté alakítja, miközben szegélyén maga is átalakul, legfeljebb néhány méternyi távolságban. Ez a kontaktmetamorfózis, magyarul érintkezései átalakulás. Különösen látványos a folyamat eredménye, amikor a magma egy tőle vegyileg erősen eltérő, könnyen átalakuló kőzettel (például mészkővel vagy dolomittal) érintkezik. A létrejövő átalakult zóna (*szkarnöv*) vastagsága elérheti a több száz, sőt több ezer métert. A Kárpát-övezet klasszikus lelőhelyein három *szkarnos* eredetű új ásványt fedeztek fel.”

(Ugye, milyen nehéz feladat?)

5. fejezet - Gyűjtemény és kiállítás (Vásárhelyi Tamás)

5.1. A kiállítás, mint a gyűjtemény tükré

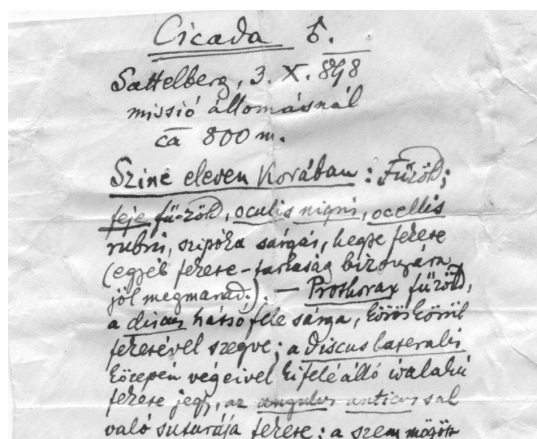
A kiállítás a látvány és információ mellett magától értetődően tárgyakkal operáló kommunikációs forma. Egy gyár, egy mezőgazdasági termelő egyaránt állíthat ki tárgyakat termékbemutató céljából (érdekes példa a müncheni BMW Welt: látványos termékbemutató és múzeum egyszerre). Ha azonban nemcsak egyes, alkalmi, új tárgyakat állítanak ki, hanem gyűjteményből állítanak ki tárgyakat, igen gyakran ott van a kiállítás mögött egy múzeum (sokszor persze magángyűjtemény, vagy más, nem múzeumként besorolt, de hasonlóan működő intézmény, amelynek gyűjteménye is van). Indokolt tehát, hogy ebben a fejezetben a múzeumi gyűjtemények és a kiállítások kapcsolatáról ejtsünk szót.



5.1. kép: A Paksi Atomerőmű látogatóközpontja. Emellett van egy múzeuma is a vállalatnak. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

A gyűjtemények tárgyakkal állnak. A tárgyak emberi tudatunktól független objektumok, írja Hernádi (1982). Egy részük emberi célokra, emberi megmunkálás által válik ki a természeti világ anyagbázisából. (Közéjük tartoznak a természetrajzi gyűjtemények tárgyai is: itt a megmunkálás alatt minimálisan a kiválasztás, a természetből való kiemelés mozzanatát és a tárgyhöz kapcsolódó metaadatok rögzítését kell érteni. Nyilvánvalóbb az eset, ha preparátumról, mondjuk kiállítási célokra kitömött állatról, vagy az alapkőzetből aprólékos munkával kibontott kőületről van szó.)

A tárgyak társadalmi funkciót töltenek be, ezért társadalmi jelentés hordozói. Ugyanakkor téves azt feltételezni, hogy egy tárgynak csak egyetlen jelentése lehet, sőt azt is, hogy van „fő-jelentése”, „lényegi jelentése”. Korek (1998) értekezik a *muzealitásról*, mint olyan jellegről, amely a tárgy különlegességében rejlik. Nem minden különlegesség esik ebbe a kategóriába (hiszen akkor visszalépnénk a kuriozitások gyűjtése felé), hanem a szaktudomány számára való különlegességről van szó. A tárgy gyűjtésének lehet célja a *forráskeresés*, azaz újabb ismeretek szerzése. De cél lehet a *dokumentáció* is, ekkor a meglévő vagy új ismeretek dokumentálására, bizonyítására alkalmas tárgyak kerülnek a gyűjteménybe. Ekkor kétféle tárgyról beszélhetünk: *eredeti* tárgyról és *ismeretközvetítő* tárgyról, utóbbiak a valóságról indirekt úton informálnak. (Példájában egy zászló – anyaga, hímzése – az eredeti tárgy. A róla készült film, hangdokumentum, korabeli fénykép lehet az ismeretközvetítő.) Az ismeretközvetítő tárgyak is lehetnek eredeti tárgyak, a maguk gyűjteményében (pl. fotográfiai gyűjteményben).



5.2. kép: Biró Lajos több mint egy évszázada apró cédulákra jegyezte fel az általa a trópusi Új-Guineán fogott nagy rovarok külsejére vonatkozó információkat. Mire Pestre ért ez a hím kabóca, ami rajta élőben különféle zöld volt, az majdnem minden egyszínű sárgásbarnára változott. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

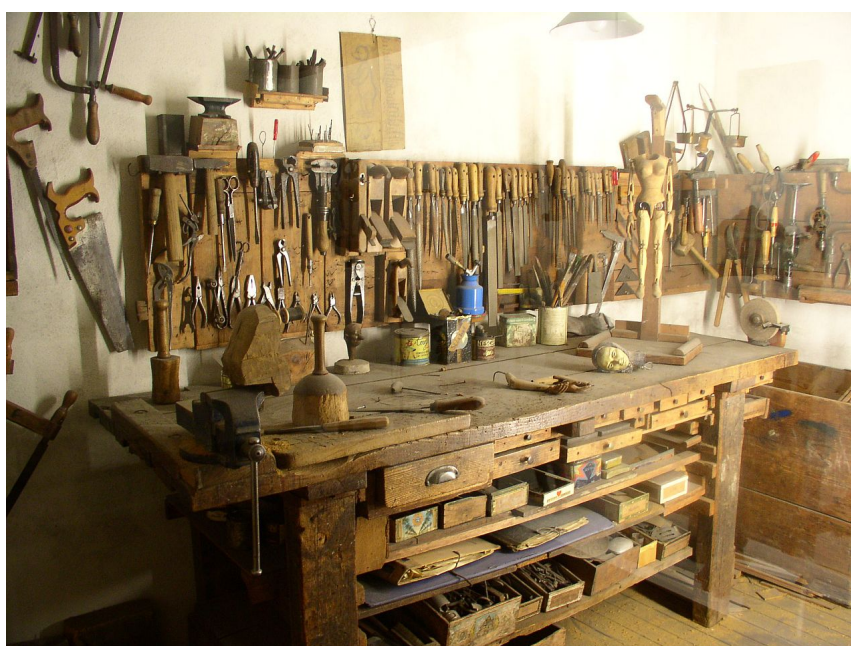
Minden tárgy minden személy számára mást jelent, jelenthet, és a neki tulajdonított jelentés még akkor sem egységes és egyértelmű, ha múzeumban kiállítva, egyértelmű jelentéssel felruházva, hasonlószerű (hasonló tanulmányi háttérrel rendelkező, hasonló érdeklődésű) látogatók szemlélik meg, fogadják be. Képzeltető, mennyire eltérő jelentése van a kiállítási tárgyaknak a különböző háttérű személyek számára (pl. egy bilincs a rendőr és a rab számára). Sok esetben ez vezet oda, hogy a laikus látogatók a múzeumot – ahol a tárgyat *muzealizálásának* megfelelő információkkal ellátva állítják ki – mint nem nekik való intézményt könyvelik el. A modern, nyitott múzeumok már nemcsak megengedik, hogy a látogatók egyes tárgyakkal kapcsolatban saját jelentést alakítsanak ki, hanem egyenesen támogatják, akár kiprovokálják ezt a tevékenységet.

Lord (2001) háromféle tárgyat különböztet meg:

- kiemelkedő tárgyak (pl. egy művész legjellemzőbb alkotásai, a legszebb példányok, egy esemény fontos dokumentumai),
- reprezentatív tárgyak (amelyek valamilyen jelenség vagy folyamat bemutatására alkalmasak, mint pl. egy korban jellemző életforma, egy élőlénycsoport, egy kézművesipar jellemző eszközei),
- sorozatok (melyek az adott tárgy típus minden változatának bemutatására alkalmasak és gyakran látványraktárakban kerülnek bemutatásra).



5.3. kép: A kiemelkedő tárgy egyik tipikus példája. Már csak a méretével is lenyűgöz Dávid lába Rómában, a Capitoliumi Múzeumban. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



5.4. kép: Egy kézművesipar reprezentatív tárgyai: bábkészítő munkaasztala a müncheni Városi Múzeumban. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



5.5. kép: Példa a sorozatra: régi sebészeti eszközök a Wellcome Collections-ben. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

A gyűjtőről szólva Hernádi (i.m.) néhány komoly mondata a komikum felé is ablakot nyit. A gyűjtő tevékenysége nem nyitott, hanem zárt felhalmozás (a gyűjtőkör tárgyainak minél teljesebb felhalmozása). A gyűjtőkör minden szerényebb sugarú kör betelésével menthetetlenül kitágul. „Minden gyűjtő elérhető céllal kezd, de menthetetlenül megbokrosodik.” A korai modern múzeumok – és néha mai múzeumok is – ilyen gyűjtőtevékenység eredményével jöttek létre. Azután az alapítók akarata együtt élt a következő gyűjtők különböző irányban kilengő érdeklődésével, a szaktudományok fejlődése hozta változásokkal és új igényekkel, illetve a múzeum lehetőségeivel. És mára sok óriási, sokféle szempontnak megfelelő gyűjtemény halmozódott fel művészeti, történeti, természettudományi és más muzeológiai területeken egyaránt. Ma már a korszerű múzeumok gyűjteményi stratégia mentén, gondosan mérlegelve gyarapítják anyagukat. Magyarországon a múzeumok gyűjtőkörét az alapító okiratuk rögzíti.

Kiállítás sokféle céllal készülhet. Ha a cél a múzeum ön-reprezentációja, vagy ha nagyon teljes a múzeum gyűjteménye, akkor saját anyagából válogat. Ha egy életművet, egy tudományos tételt, egy közérdeklődésre számot tartó jelenséget akar bemutatni, akkor könnyen lehet, hogy még gazdag gyűjtemény esetén is kölcsönökkel kell kiegészítenie a kiállítandó tárgyak körét. (Nagyobb, elismertebb múzeumnak nagyobb esélye van nagyobb múzeumoktól jelentősebb darabokat kölcsönözni.) Az ilyen kölcsönzések időszakos kiállítások alkalmából gyakoriak, de van rá példa, hogy egy múzeum állandó kiállítás kiegészítésére tartós kölcsönbe vesz más múzeumoktól tárgyakat. Végül olyan – leginkább időszakos – kiállítás is létrejön, amelynek anyaga jellemzően nem egy múzeumhoz kapcsolódik, hanem több múzeum anyaga képezi a magvát, és számos további múzeumból vannak benne reprezentatív vagy kiemelkedő darabok. A következő képeken az Első Magyar Látványtár A rózsaszínről és a nemzet színeiről című kiállításából mutatunk részleteket. Itt jellemzően minden évben készül egy kiállítás, amelyen a Látványtár saját anyagát kortárs képzőművészek anyagaival egészítik ki.



5.6. kép: Dekoratív falfelület a kiállítás témájába vágó dokumentumokkal teletűzdelve. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



5.7. kép: Ezek a tárgyak inkább csak látványelemként szolgálnak. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



5.8. kép: Baktay Parícia: Előre magyarok! (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



5.9. kép: Thuróczy Zoltán: Rend a lelke. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

A kiállított anyag csoportosítása többféle szempont szerint lehetséges. Korek például a néprajzi gyűjtésnek két alapvető irányát említi: horizontális, a tárgyak milyensége alapján való csoportosítás (textil, kerámia, fegyver, és ezeken a kategóriákon belül további csoportosítások). A vertikális gyűjtési módban az idő kiemelt szerepet játszik, a tárgy típusa illetve a társadalom fejlődésének dokumentálása áll a középpontban.



5.10. kép: Horizontális szempontú néprajzi tárgyválogatás, kétszeresen is (Szabadtéri Néprajzi Múzeum, Szentendre). A képeken fából készült tárgyakat látunk, de a válogatás/bemutató szempontja a felirat szerint az, hogy ezeket férfiak készítették. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



5.11. kép: Vertikális szempontú tárgyválogatás: a pelék csapdázására szolgáló készülékek sokféleségét és fejlődését mutatja (Néprajzi Múzeum, Ljubljana). (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

Hasonló logika szerint jellemezhetjük a kiállításoknak két alapvető típusát: vannak egy tárgycsoportot bemutató, alapvetően taxonómiai kiállítások (ilyenkor a tárgyak állnak a középpontban minden tudományterületen), és vannak jelenségeket, folyamatokat bemutató kiállítások (melyekben a tárgyaknak inkább illusztratív szerepe van). A következő képeken taxonómiai, azaz egy tárgycsoporton belüli sokféleséget/hasonlóságot hangsúlyozó bemutatások képeit láthatjuk, s meglepődhetünk azon, hogy ezt a szempontot milyen elterjedten alkalmazzák a múzeumokban.



5.12. kép: Festékek, alapanyagok, melyeket nemcsak a szín, hanem az üvegedények egyformasága is összeköt (Technikatörténeti Múzeum, Firenze). (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



5.13. kép: Különféle kézi nagyítók a Deutsches Museumban, Münchenben. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



5.14. kép: Római portrék, Münchenben a Glyptothek termében. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



5.15. kép: Ásványok, rendszertani rendben az ELTE Természettajzi Múzeumában. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



5.16. kép: A cetfélék, sőt valamennyi vízi életmódra áttért emlős csontvázát bemutató terem Brüsszelben a Királyi Belga Biológiai Intézetben. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



5.17. kép: Seurat festményeinek sora a Neue Pinacothek kiállításán. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

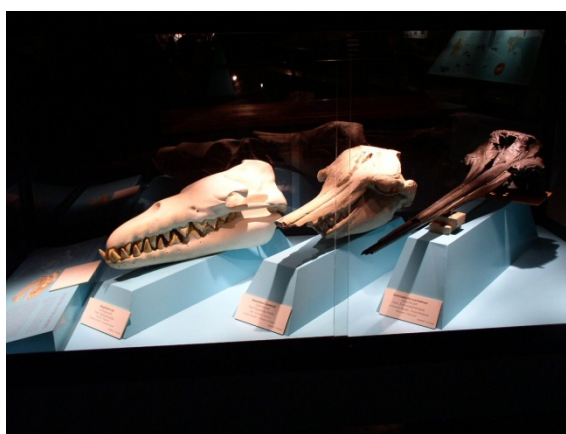


5.18. kép: Pajzsok a hágai Museon kiállításán. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



5.19. kép: A taxonómiai, azaz tipizáláson alapuló elrendezés nem lehet nekünk idegen, hiszen a legtöbb boltban így kínálják az árucikkeket. A Wellcome Collections múzeumi boltjában sincs ez másként. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

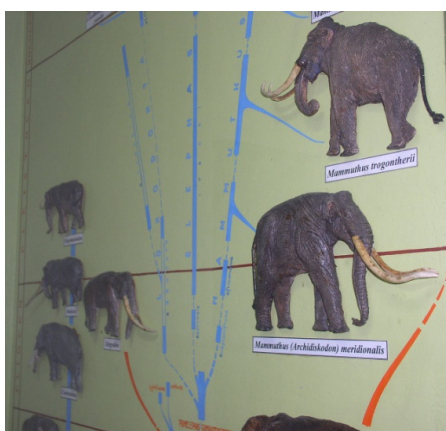
Az alábbiakban a másik domináns szervező elv szerint jelenségeket, folyamatokat (evolúciót) bemutató kiállítások képei következnek.



5.20. kép: A cetek evolúciója koponyájukon bemutatva. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



5.21. kép: A gőzmozdony fejlődésének állomásai, metszeteken. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



5.22. kép: Az ormányosok törzsfája, makettekkel látványosabbá téve. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



5.23. kép: A főemlősök evolúciója csontvázakkal, kitömött állattal és árnyjátékkal bemutatva (Koppenhága, Állattani Múzeum). (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



5.24. kép: A fluoreszcencia jelenségének bemutatása: ásványok természetes és ultraibolya fényben (Gyöngyös, Mátra Múzeum). (Fotók: Vásárhelyi Tamás)

Dean (1994) szemléletes ábrán mutatja be egy kiállítás tárgy- illetve információ-központúságát, ezt egy későbbi fejezetben ismertetjük.

Kiemelkedő, közismert tárgyak esetében talán elhagyható a tárgyhoz fűződő információk közlése. Az a tömeg, amely napról napra megrohamozza a Louvre kapuját és folyosóit, hogy a Mona Lisa-t láthassa, nem akar ott sokat olvasgatni, valamennyit már tud a képről és alkotójáról (és valószínűleg nem tudja, hogy az a legújabb ismeretek szerint igaz, vagy sem). Más esetekben kívánatos lehet, hogy a tárgyak mellett szerepeljen többletinformáció. Ha egy portré-festmény mellett ott van néhány mondat arról, ki az ábrázolt személy, miért ábrázolta őt a művész, netán milyen helyet foglal el ez a kép a művész alkotásainak sorában, attól a kép vonzereje, érdekessége nem csökken. A keret úgysis kiemeli a képet környezetéből, amelybe ráadásul diszkréten lehet belehelyezni az információ-hordozót. Van, aki szerint az olvasó műélvezetét csökkenti, ha közben olvas, meg-megszakítja a képekre figyelmet, más szerint (és szerző szerint) épp ellenkezőleg, némi információ növelheti a kép érdekességét, jelentéstartalmát, ezáltal fokozhatja a figyelmet.

5.2. Kiállítandó tárgyak kiválasztása: presztízs-, biztonsági, műtárgyvédelmi megfontolások (Vásárhelyi Tamás)

Általános gyakorlat, hogy egy múzeumban a rendező elképzelései mentén egy bizonyos gyűjteményért felelős muzeológus kutató ajánl fel tárgyakat egy adott kiállításához. Ő ismeri a gyűjteményt, és sokféle szempont alapján tud válogatni, mérlegelni. Előfordul, hogy személyes vagy szakmai szempontjai felett uralkodnak más szempontok. Ha a múzeum ki akar rukkolni valami igazán nagyszerűvel (mert miniszter nyitja meg a kiállítást), ha annak bemutatása a cél, hogy milyen értékes, milyen egyedí, milyen szép tárgyakat őriz a múzeum (mert a fenntartó képviselőit várja), vagy fontos, hogy milyen sok tárgy van egy tárgytípusból (mert tudományos szakembereknek szánják a kiállítást), akkor ezeknek a szempontoknak kell megfelelni. Általában az tapasztalható, hogy a muzeológusok igényesek, minden célra a lehető legerősebbet, legjobbat szeretnék kiállítani - ha ez nem veszélyezteti a műtárgy állapotát. Sőt, ha csak lehet, a legjobbat is csak restaurálás után állítanák ki, és minden veszély ellen túlbiztosított körülmények között. Ez persze sokba kerül, és ilyenkor előfordul, hogy a becses, a legbecsesebb tárgy a raktárban marad.

Fokozott óvatossággal kell eljárni kölcsönzések esetén is. Ma, értékes tárgyak és igényes intézmények megállapodása esetén, rögzítik a műtárgyak állapotát, biztosítási értékét, a kiállításban elfogadható biztonsági és környezeti viszonyokat, és csak így adnak kölcsön tárgyakat. (Sajnos Magyarországon egyfajta vetélkedés indult, egy-egy nagy kiállítás jelentőségét a biztosítási értékkel is jelzik a média számára.)

A biztonságra fontos gondolni. A műtárgyakban a legtöbb kárt talán emberek okozzák. Restaurátorok, akik szakszerűtlenül nyúlnak hozzá, szállítók, akik sérülést okoznak, kiállítók, akiknek posztamense felborul, látogatók, akik ösztönösen hozzányúlnak, örült módon rongálnak, szívtelen módon rabolnak műkincseket. Előfordul, hogy a biztonsági szempontból kialakított műtárgykörnyezet erősen zavarja a kiállítás kommunikációját vagy a befogadást. A helyiségek sarkában elhelyezett kamerák vagy mozgásérzékelők, a plafonon lévő füstjelzők megszokottak, észrevétlenek. Az üveglapokat könnyen elfogadjuk, de a kordonon szeretünk átlépni, átnyúlni. A mozgásérzékelők, amelyek riasztanak ha valaki túl közel megy vagy odanyúl az értékes tárgyakhoz, undok hangjukkal zavarják a műélvezetet. Ugyanígy zavarnak, esetleg méltóságunkban is sértenek a teremőrök határozott utasításai, tiltásai.



5.25. kép: Kiállításokban megszokott, alacsony kordon. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



5.26. kép: Az emelvény jóval nagyobb, mint amit a bika kívánna: távolságot is tart. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



5.27. kép: A pazar környezetben kirívó a repülőterre való, kék, flexibilis kordon. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



5.28. kép: A korlát egyben kordon is, mely mindkét oldalon távol tart a hajótól. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

Közbevetve megjegyezzük, hogy a teremőrök jelenléte általában riasztó, sok látogató elkerüli azt a tárgyat, amely mellett letanyáztak. Több múzeumban előfordul, hogy a teremőröknek rendszeresített széke van. Ha ekörül kialakítják saját személyes környezetüket (ülőpárna az egyenbútoron, újságok, keresztrejtvény, italos palack, mindehhez szatyor), azzal megzavarhatják a kiállítás arculatát, betolakszanak a mondanivalóba, ráadásul kellemetlen érzéseket ébreszthetnek a látogatókban. (A teremőröknek persze nagyon fontos pozitív szerepe is lehet, mint a frontszemélyzetnek általában, hiszen a látogatókkal való közvetlen kommunikáció szereplői ők, azaz a múzeummal kapcsolatos benyomást, a látogatás hangulatát meghatározhatják.)



5.29. kép: A teremőrök személyes tárgyai távollétükben is megzavarják a kiállítási téma folyamatosságát. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

Amikor a Magyar Természettudományi Múzeumban drágakő-kiállítás volt, látogatóink elfogadták, hogy a bejáratnál fémdetektoros kapun kellett áthaladniuk és ott a nagyobb táskákba belepillantottak az őrző-védő cég egyenruhás biztonsági őrrei. Sőt, ez az eljárás csak fokozta a kövek drágaságának elfogadását, javította a kiállítási élményt az „ennyire fontos és értékes anyagot láttam a pénzemért!” gondolat mentén.

A műtárgyak biztonságát legegyszerűbben vitrinekkel oldják meg. A régi, fából készült, üvegajtós szekrények és üveglapos vitrinek néha nehézkesek, de egyre inkább elfogadottak, mint a „múzeum a múzeumban” elv megtestesítői. Innen indulva egészen a légies, szinte láthatatlan ragasztóval ragasztott, csillogásmentes üvegből készült vitrinekig számtalan változattal találkozunk. Az egyik cél nyilván az, hogy a kiállított tárgyak látványát semmi se törje meg, vagyis a lehető legkevésbé zavarja a bútorzat. Cél lehet az is, hogy a közönség lássa, a tárgyra vigyáznak. Ritkán előfordul, hogy a vitrinek hangsúlyosak, a teljes belsőépítészeti, installációs látvány részei, s ekkor elfogadjuk a vastag keretek jelenlétét is. És van, amikor a költségek csökkentésének szüksége eredményez csúf látványt. Az egységes vitrinek csekély száma nagyon sok esetben limitálta már a kiállításra kerülő tárgyak mennyiségét!



5.30. kép: Klasszikus „koporsóvitrinek” klasszikus múzeumi bútorzat közepette. Az ELTE TTK Természettudományi Múzeuma Ásványtárának védett bútorzata. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



5.31. kép: A vitrin tulajdonképpen robusztus, mégis a piros háttér előtti tárgyak a hangsúlyosak. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



5.32. kép: A vitrinek látványa uralja a teret. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



5.33. kép: A vitrinek hangsúlyosak, mégsem uralkodók, mert az épületbelső nagyszerű látványa uralja a teret (Lisszabon, Tengerészeti múzeum). (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



5.34. kép: A látványos külsőségek közepette észre sem vesszük, hogy az eredeti tárgyak üveg mögött vannak (Lisszabon, Természettudományi Múzeum). (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



5.35. kép: Az épületrész jellegéhez illő, jellegtelen vitrinek. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



5.36. kép: Típusvitrinek egyénivé varázsolva. A vitrinek dupla üvegfalú aljának laza feltöltése megjelenésüket egyedivé tette. Káprázatos kövek, a Magyar Természettudományi Múzeumban. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



5.37. kép: A drágakövek mellett a szabályos belső tér aszimmetrikus, szabálytalan tagolása és a tárgyra adott erős fény végképp elfelejtette, hogy típusvitrinekről van szó. Káprázatos kövek, a Magyar Természettudományi Múzeumban. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

A műtárgyak számára optimális, vagy legalább elfogadható klíma (hőmérséklet, páratartalom) és fénymennyiség elérése, biztosítása különböző, néha nagyméretű eszközök használatát igényli. Ezeknek szintén a kiállítási képbe tolokódó látványa lehet. Általában ezt is elfogadjuk a kiállításokban, de jó, ha nem főszereplők a térben vagy a látványban. A következő képeken a szükséges rossz látszik: műszaki eszközök, klímaberendezések, világítótestek, páratartalom-mérők, egyebek a kiállításban.



5.38. kép: Ügyetlenül, folyosó közepére helyezett klímaberendezés. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



5.39. kép: A vitrinbe durván benyúló három fénykábel. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



5.40. kép: A klímaberendezés észrevétlen maradna, de a szemetes kosárral és a tűzoltó készülékkel együtt hangsúlyos látványt nyújtanak. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



5.41. kép: A vitrin sarkában is hangsúlyos tárggyá válik a digitális kijelzővel ellátott mérőkészülék. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

Természetesnek kell elfogadnunk, hogy nemcsak a szaktudományos vagy esztétikai célok, hanem mindezek a szempontok és megoldások is befolyásolják, hogy hány és milyen tárgy kerül egy kiállításba, ott hogyan van kiállítva és milyen benyomást kelt. Nem ritkán van a kiállítások készítőinek olyan feladata, hogy ugyanazt az üzenetet nem az optimálisnak gondolt, hanem valamilyen más, alternatív tárggyal – és annak megfelelő szöveges vagy környezeti tálalással – kell közvetíteniük.

Feladat 1:

Írjon ehhez a tárgyhoz elképzelt tárgyalírást, ha

1. orvostörténeti,
2. élelmiszeripari, illetve
3. kortárs művészeti múzeumban volna kiállítva. A szövegek címét megadjuk:

A.: Az emberiség jövője?

B.: A nassolással fölösleges zsírokat és szénhidrátokat viszünk be a szervezetbe.

C.: Nő- vagy férfiideál lehet?



5.42. kép: Egy modern művészeti alkotás: elhízás következtében túlbujánczott, már nem is emberi formájú, rózsaszín hájtömegek sokasodnak egy ember még felismerhető, kővér lábán. A Wellcome Collections kiállításán készült kép, John Isaacs „I can't help the way I feel” c. alkotásáról. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

Feladat 2:

Próbálja meg elképzelni (és írja is le), hogy erről a tárgyról mi juthat eszébe (ha egyáltalán) egy olvasni még nem tudó óvodásnak, egy nyolcadikos tanulónak, egy gépészmérnök művezetőnek és egy nyugdíjas óvónőnek.



5.43. kép: Két különleges formájú, nem kerek, hanem szív-alakú fogaskerék, amelyek azonban össze illenek és egymást képesek forgatni. A firenzei Istituto e Museo di Storia della Scienza kiállításából. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

6. fejezet - Kiállítási típusok és jellemzőik

Sokféle szempontból tipizálhatók a kiállítások. A klasszikus muzeológiai szakirodalom *didaktikus, propagandisztikus és asszociatív típusokra* osztja fel a kiállításokat (Gergely István 1979-ben didaktikust, *agitatívot és illusztratívot* ír) az elérni kívánt hatás érdekében használatos megjelenítési formák alapján. Balassa (1964), Swiecimski (1978), Frank (1992), Vasáros (2010) más-más szempontok alapján tipizál. Ugyanaz a típus természetesen többféle felosztásban is szerepelhet. Ez az eljárás hasonlít ahhoz, ahogyan mondjuk a művészeti gyűjteményi tárgyakat is más-máshová soroljuk be, ha az alkotó, ha a korszak, ha az anyag, ha a stílus szerint kategorizáljuk őket egy kiállítás tervezésekor. Az itt következő képek illusztrációk valamely típusúhoz.

6.1 Technikai jellegű szempontok (Vásárhelyi Tamás)

Helyszín

Egy kiállítás helyszíne többféle szempontból is vizsgálható. Vannak például nemzeti emlékhelyek (Múzeumkert, Hősök tere, Budavári Palota), és az itt létező múzeumoknak, itt látható kiállításoknak ez egyes látogatók számára bizonyos érzelmi töltetet adhat – akkor is, ha a rendező erről nem tud, vagy nem vesz tudomást. Egy nagyobb településen lehetnek szigetszerűen elhelyezkedő múzeumi negyedek, központok.¹ Lehet a múzeum és a kiállítás elszigetelt a környezetében, lehet, hogy kisebb településen van, és maga a település is elszigetelt.



6.1. kép: A magyar Nemzeti Múzeum főhomlokzata. Minden év március 15-e körül elötte kerül a kertnek és a múzeum lépcsőinek történelmi szerepe. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

¹ A rendszerváltás után néhány évig kiadták a budapesti múzeumok kalauzát. Ebben a Várban lévő múzeumok, a Hősök tere és a Városliget, a Belváros múzeumai ilyen csoportosításban szerepeltek, s a Nagykörúttól egy metrómegállóra lévő Természettudományi Múzeum már önálló, magányos blokknak számított. Mennél kevesebb valahol a múzeum, és mennél kisebb az, amelyik ott van, általában annál kisebb a hely vonzereje (a mi szempontunkból), vagy annál nagyobb szenzációval kell kirukkolni.



6.2. kép: A Mezőgazdasági Múzeumnak otthont adó Vajdahunyadvár szokatlan nézetből. Az épület önálló hírnevet is kivívott magának, rengetegen a történelmi hangulatot árasztó udvart keresik csak fel. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



6.3. kép: Zelnik István Délkelet-ázsiai Aranymúzeumának hátsó kertje a megnyitáskor. A keleti hangulat felkészít a látogatásra, vagy utóbb felkeresve tartósítja a látogatás hangulatát. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



6.4. kép: A Königsplatz Münchenben, három különböző ókori építészeti stílusban megépített épülettel. Jobbra az ókori szobrászatnak rendelt Glyptothek homlokzata. Ide csak a téren átsétálva lehet megérkezni, s az hagy felkészülési időt. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

Kiállítás nemcsak múzeumban van, még muzeális kiállítás sem feltétlenül csak múzeumban, hiszen pl. a Múcsarnok, a VAM Design Center nem múzeumok. De a kiállítás helyszínének még csak nyilvánosnak sem kell lennie. Lehet kiállítás korlátozottan nyilvános, mint az ELTE TTK Természetrizsi Múzeumának kiállításai, vagy teljesen zárt, mint a magángyűjteményeké. Lehet, hogy a helyiség kiállításnak készült (vagy kiállítási célra alakították át, mint oly sok használaton kívül került középületet), és lehet, hogy nem, de most mégis kiállítás készül benne. Ezeknek a szempontoknak megvannak a maguk következményei a kiállítás-tervezésre, rendezésre nézve.



6.5. kép: Az ELTE TTK „Földgömb-aulája” az egyetemi polgárok és látogatóik számára válik láthatóvá. Funkciója nem világos: fogad, feleml vagy legalábbis bemutat, miközben lerakat és pihenőhely is. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



6.6. kép: Az ELTE Természettudományi Múzeumának Biológiai és Őslénytani Tárát látjuk. A kiállítási csarnok egy magas épületbe ágyazott négyzet alakú udvarban emelkedik. A sok ablak látványa nappal zavar, esti kivilágításban pazar. A széksorból látszik, hogy nemcsak kiállítási funkciója van. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



6.7. kép: Müncheni őslénytani kiállítás az egyetem épületében. A tériség a hallgatók tartózkodásának is megfelelne, így csak kiállítási funkciója van. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



6.8. kép: Egy oktatási intézmény folyosói számos alkalmi kiállítás vagy legalábbis kiállítási vitrin lelőhelyei szoktak lenni. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



6.9. kép: A régi stílusú múzeumi vitrin feltűnőbben közvetíti a kiállítási szándékot, mint az előző képen látott lapos, üvegfalú dobozok. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

Különleges kiállítási helyszínekről a harmadik fejezetben már volt szó, itt technikai szempontok alapján beszélünk a kérdésről. Mi tesz egy kiállítási helyszínt különlegessé? Lehetséges, hogy a térbeli elhelyezkedése: barlangban vagy más földalatti térben van, mint például a Sziklakórház a budai Várhegy gyomrában. Sőt, még víz alatt is lehet, mint Pistyur Imre szoborkiállítása volt Szentendrén az uszodában 2012-ben. Vízen úszó, vízből kiálló, és legjobban csónakból nézhető kiállítást sem sokat láthatunk: ilyen volt a Jerger Krisztina rendezte nemzetközi kiállítás a Vajdahunyad vár körüli tavon 2011-ben. (Erről a 3. fejezetben már volt szó.) Még a köztéri szobrok esetében is előfordulnak extrém helyzetek (mint a zuhanó kövek egy békés utcán, azaz a köztéri szobor nem talapzaton, hanem a levegőben van).



6.10. kép: Úszó szoborkiállítás a Városligeti-tavon, 2011-ben².



6.11. kép: Hulló kövek Ljubljánában. Rossz érzés alájuk sétálni. Szorongásunk humorban oldódik föl: íme, a zuhanó kő a kőhullást mutató útjelző táblát is maga alá temette! (Fotók: Vásárhelyi Tamás)

A térbeli szokatlansággal párosulhat a szokásostól eltérő társadalmi környezet is. Találunk kiállítást, vagy legalább kiállítási vitrint bevásárlóközpontban (mint a mamutsontokat a Mamut Bevásárlóközpontban), szobormásolatokat egyes nagyvárosokban egy-egy jelentős múzeum alatti metrómegállóban, vagy kiállítóteret szállodában (itt példaként a hét éves kísérletként felfogható, már bezárt Las Vegas-i *Guggenheim Hermitage Museum* említhető). Működik

² Cikk a kiállításról az origo portálon.

muzeális intézmény tájház pajtájában állandó kiállításként (az ország valószínűleg legkisebb múzeuma, illetve kiállítása a Míves tojás gyűjtemény Zengővárkonyban), illetve láthatunk kiállítást pajtában néhány napos attrakcióként (mint például Kapolcson a Művészetek Völgye nevű kulturális fesztivál keretében, ahol egyébként padláson-pincében is botorkál a sok ezer látogató a néha nagyon kreatívan kiállított alkotások között, egyben a népi építészet tárgykörében is szerevve élményeket). Szélsőséges esetként említhetjük a mozgó helyszíneket, mint például a Petőfi Irodalmi Múzeumnak a Nyugat jubileuma alkalmából indult Nyugat 100 buszát, amely országos turnét tett, vagy a Néprajzi Múzeum interaktív lakókocsiját (Etnomobil 2.0), amelyet Joó Emese esettanulmánya mutat be ebben a kötetben.

A különleges helyszíneken való kiállításkészítés technikai problémákat vet fel, ezek között muzeológiai szempontból a műtárgyvédelmi problémák előtérben vannak, és gyakran limitálják a kiállítható tárgyak körét, fajtáját, méretét, értékét. Természetes, hogy a különleges helyszínek kommunikációs problémákat is okozhatnak, ilyen lehet a fény hiánya vagy túlzott bősége, vagy a tárgyakhoz, a meglévő bútorzathoz nem illő környezet, amely így a tervezett hatást leronthatja. Máskor az extrém környezet éppen a hatást fokozza, hiszen például a vízből kiálló szobrok felületén a hullámok és a napfény játéka különleges, mozgó fényhatásokat eredményez. Az sem véletlen, hogy olyan sok korábbi ipari létesítményt alakítottak át úgy művészeti múzeummá, hogy a termeléshez kialakított tereket, a fém szerkezeteket, esetleg feketére mázoltva s így még jobban hangsúlyozva őrizték meg, a művészi könnyedség bizarr ellenpólusaként. Néhány képen a római *Centrale Montemartini* ilyen kontrasztos megjelenését mutatjuk be.



6.12. kép: Leégett és félig újjáépített múzeum szokatlan vállalkozása. Amíg lesz pénz az építkezés befejezésére, addig is kiállításokkal mutatkozik be az intézmény. (Lisszabon, Nemzeti Természettudományi Múzeum). (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



6.13. kép: Partizánok egykori rejtkehelyén berendezett kiállítás (Szlovénia). A helyszín és a történelem emeli az egyszerű, magában is kiállítási tárgyként tekinthető épületet kiállítóterré. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



6.14. kép: A fekete ipari létesítmény és a fehér márványszobor, illetve a szögletes és gömbölyű formák kontrasztjára épített látvány Rómában (Centrale Montemartini). (Fotók: Vásárhelyi Tamás)

A különleges helyszínek a látogatói élményt, a befogadást is befolyásolják. Más várakozásokkal, benyomásokkal és közérzettel érkeznek ilyen helyre a látogatók. Az élményt alapvetően befolyásolja, ha számukra a szokatlan környezet elfogadható, esetleg tetszésükkel találkozik, vagy ha nem tudják elfogadni a rendellenességet. Lehetséges, hogy a barlang sötét bezártsága elrettentő, a padláson való botorkálás a bizonytalanságérzet miatt gátolja a befogadást. A bevásárlóközpont nyüzsgése, a vásárlási szándék megakadályozza a komoly odafigyelést, esetleg eltereli a figyelmet, ha kisméretű kiállított tárgyról van szó. Nagy kiállítások, mint például a *Tropicarium* vagy a *Csodák Palotája* önálló látogatási szándékot feltételeznek, azaz aki ide betér, az át is adja magát az élménynek. Gergely István beszédes című könyve (*A helyek világa – a világ helyei*, 1983) a szerző világszerte szerzett tapasztalatait mutatja be igen szemléletes leírásokban.

Időtartam

Időtartam szerint többféle kiállításról beszélhetünk.

- Kamarakiállítás (néhány óra vagy nap). Ilyesmi ünnepi alkalomra, egy tudományos konferencia idejére, vásárra, termékbemutatóra készül.
- Időszaki kiállítás (néhány hét vagy hónap). Az időtartam sok tényezőtől függhet, pl. a kiállítóhely szabad kapacitása, a műtárgyak kölcsönözhetősége, a műtárgyak időállósága, a kiállítási költségek megtérülése, költség-haszon aránya.
- Állandó kiállítás (néhány év). A szakmai közvélemény szerint minden kiállítás előregszik 5-10 év alatt, elkopik, nemcsak fizikailag, hanem vonzerejében is, mondanivalója elavul, tartalmán a tudomány haladása már átlépett, más kommunikációs, kiállítási stílus válik divatossá. Mégis találkozni 20-30 éves kiállításokkal is Magyarországon, és meglátjuk nagyobb örömmel, mintha egyáltalán semmi nem volna a helyükön. Sőt, néha úgy gondolhatunk rájuk, mint „a múzeum múzeumára”: van, aki ezt szereti igazán. Bizonyos nagy hatású kiállításrészeket, kiállítási exponátumokat gyermekkori emlékeik alapján szívesen mutatnak meg saját gyermekeiknek is a szülők. És el sem tudnánk képzelni a civilizációt úgy, hogy a Mona Lisa nem látható a Louvre-ban.

- Vándorkiállítás. Átmenet az utóbbi két típus között: több évig is létezhet, miközben egy-egy helyen néhány hétig vagy hónapig van csak nyitva, mint időszakos kiállítás. Tartalma viszonylag változatlan lehet (pl. a Titanic bemutató), de lehetséges, hogy minden helyszínen máshogy egészül ki a befogadó múzeum(ok) anyagával.



6.15. kép: A rövid ideig álló kamarakiállítás jellemző példája: Szőnyi István olaszországi útjáról készült kiállítás egy műtárgyszállító kocsiban a Múzeumok Majálisán. Két napig állt. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



6.16. kép: A Szőnyi kiállítás tartalmilag ugyanolyan igénytelően épült, mintha kőépületben lett volna: a képek, az aláírások, néhány esetben a helyszínen készült fotók mind a szokásos rendben vannak. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



6.17. kép: A kocsiban még videovetítés is ment. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



6.18. kép: A sokáig álló állandó kiállítás egy jó példája. Az anyag a megnyitás idején formabontó és úttörő volt, így könnyebben élte túl azt a 3 évtizedet, amennyi alatt minden kiállítás elavul. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



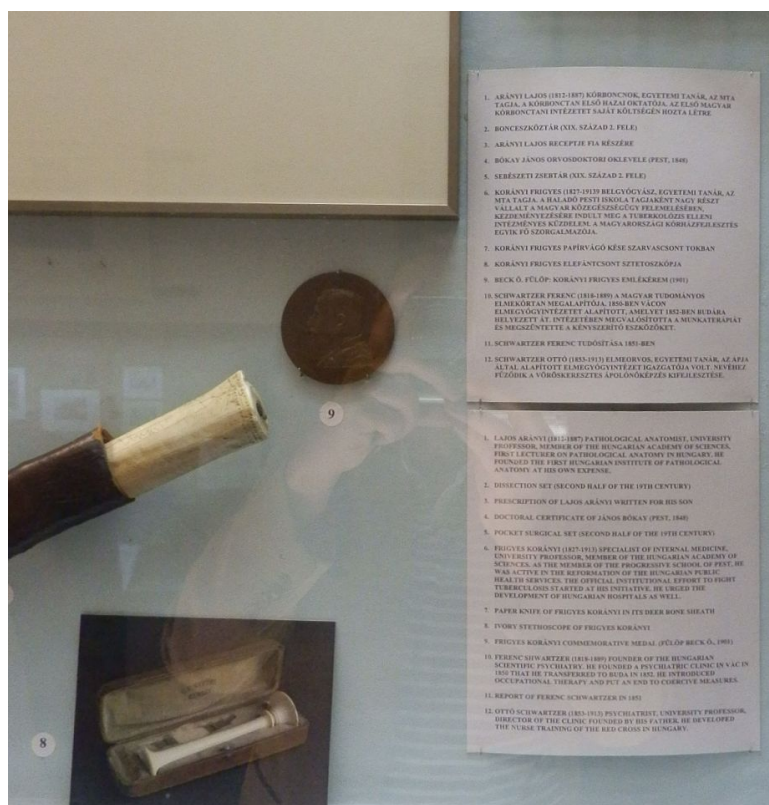
6.19. kép: Ma már nemigen terveznénk ilyen falat, merev mértani rendben elhelyezett sok szöveggel és ábrával. A karosszék jól utal a készülés korára. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



6.20. kép: Három évtizednél rövidebb idő alatt is kifakulnak a préselt levelek, ettől kopottá válik a vitrin látványa. Ilyen helyen ma már valószínűleg színes fotót alkalmaznánk. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

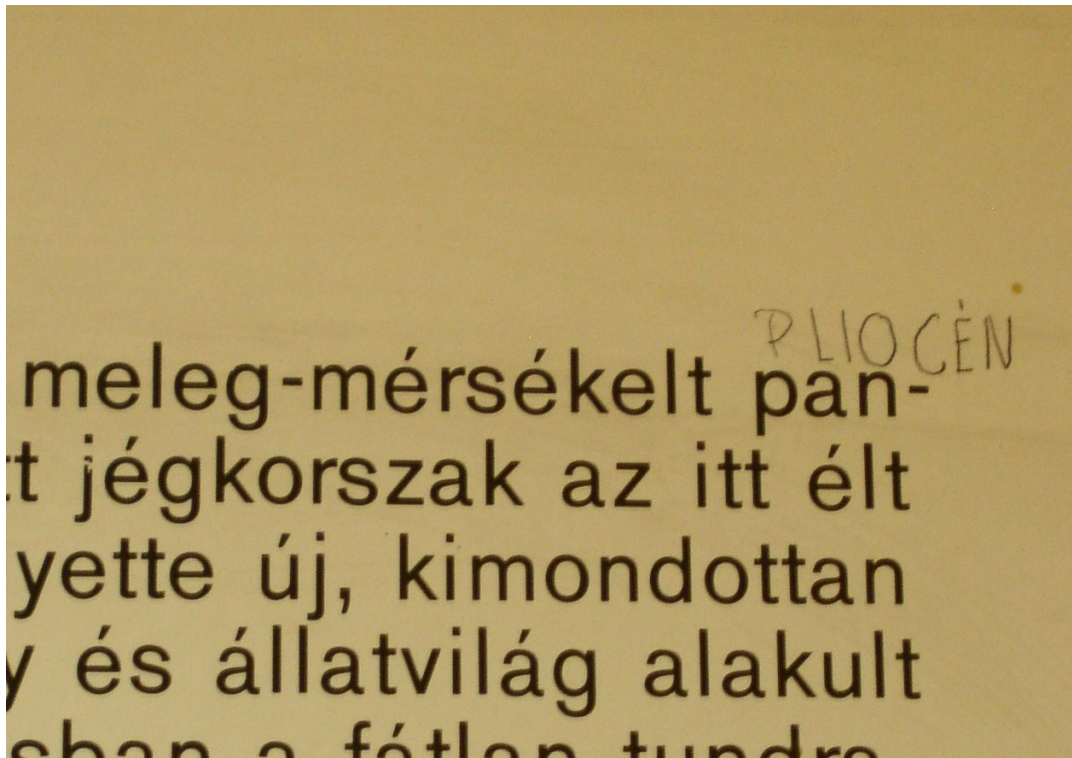


6.21. kép: Egy másik állandó kiállítási matuzsálem, a Semmelweis Orvostörténeti Múzeumban. A divatból kiment bútortárat, s a kiállítás egyszerűségét láthatólag ellensúlyozza az eredeti tárgyak érdekessége, jelentősége, mert a látogatók élénk figyelem jeleit mutatják. Szerző ennek az egyszerűségnek egyáltalán nem ellensége, de mostanában szofisztikáltabb látványok vannak divatban. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



6.22. kép: A divatból kiment vitrinszövegre többszörösen is példa, amit látunk. Sem a feldomborodó kasírozás, sem a hosszabb és csupa nagybetűvel szedett szövegek nem kívánatosak a mai múzeumi kiállításokon. A nagybetűs szedés ráadásul az olvashatóságot is rontja. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

A kiállítási időtartammal is összefügg az állandóság kérdése. Az állandó kiállítások is változnak, kérdés, mennyi időnként. Egy kiállítás időnkénti frissítése lehet cél és betervezett folyamat is. Interaktív kiállításokat ezen túl, az elhasználódás, meghibásodás miatt terven kívül is gyakran kell frissíteni. Sajnos elkönnyelhetjük, hogy Magyarországon még akkor is nehezen változtatnak egy kiállításon, ha a megnyitő után azonnal kiderülnek benne hibák, vagy ha már húsz éve nézik nap mint nap ugyanazt a problémát. Ennek számos oka lehet az objektív nehézségektől (forráshiány) a munkatársak alulmotiváltságáig.



6.23. kép: Vajon mennyi ideig állt így ez a panel, látogatói korrekcióval, egy állandó kiállításban? (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

Terjedelem

A kiállítás kiterjedése, azaz területe illetve mérete szerint beszélhetünk egyetlen tárgyról (exponátumról), aminek általában szimbolikus szerepe van pl. egy fogadócsarnokban. Kamarakiállítás lehet egyetlen vitrin, egy sarok, egy vásári bemutató fülke, egy kis terem. Sok múzeumnak van egyetlen időszak kiállítási terme, ekkor itt egytermes, gyakran könnyen átlátható kiállítások épülnek. Természetesen egyetlen teremben vagy nagyobb, egybefüggő kiállítási térben is lehet bonyolult alaprajzú, a látogatók áramlását rafinált útvonalon megoldó kiállítást építeni. Ha több, vagy sok termen át vezet a látogatói útvonal, akkor már kézenfekvően lehet a termekre, mint tematikus egységek alapjára is építeni. A több szinten, esetleg nem egybefüggő térben elhelyezett nagy kiállítások (pl. *Az idő a Néprajzi Múzeumban*) próbára teszik a látogatók tájékozódási képességeit, akkor is, ha a rendezők szerint, akik a helyszínen jól kiismerik magukat, jól ki van táblázva az útvonal. Amíg egyik emeletről a másikba, egyik épületrészből a másikba átjutnak, sok minden terelheti el a figyelmüket, zökkentheti ki őket a hangulatból, gondolatvilágból. Ha a múzeumnak kertje is van, arra is építhet (szerencsés például a Magyar Földrajzi Múzeum, vagy az Öntödei Múzeum kertje az odaillő szoborparkkal). Végül a szabadtéri múzeumokat kell említeni, pl. emlékparkokat, szabadtéri néprajzi múzeumokat, melyek a fedett és nyitott területek és terek sajátságos kombinációi.



6.24. kép: A Szlovén Műszaki Múzeum nagy területen, több épületben van elhelyezve, s területén üde patak is átfolyik. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



6.25. kép: Az épületek egy része eredeti funkcióját megőrizve mutatja be a technikatörténet emlékeit. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



6.26. kép: A modern bemutatásoknak jó helye van a feltehetően toldalékként megépült folyosón. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



6.27. kép: A régi faszervezetű gépek interaktív makettjei jó helyen vannak a régi, gerendavázás épületben. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



6.28. kép: Az interaktivitásnak egyszerű, minden látogató által kedvelt formája a vízzel való játék. A vízelérésre szolgáló Archimédész-csavar természetes helyszíne a patakpart. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

Néhány egyéb tipizálási szempont

A tervezők, készítők száma, hierarchiája, munkamegosztása azért fontos tényező, mert mennél többen tervezik, annál nehezebben készül egy kiállítás, de annál kiegyensúlyozottabb lehet mondanivalójában, megjelenésében, gazdálkodásában. A kis múzeumok, galériák „egyszemélyes” kiállításai még elkészülhetnek rutinfeladatként, de több intézmény (esetleg köztük külföldi partnerek is) nagyobb kiállítását csak jól definiált és vezetett projekt formájában érdemes készíteni, hivatásos tervező, kivitelező partnerek illetve alvállalkozók bevonásával.

Gazdaságossági szempontok szerint is tipizálhatjuk a kiállításokat. Vannak, amelyek támogatás nélkül sosem jöhetnének létre, vannak magukat eltartó, és vannak busásan jövedelmező kiállítások. Utóbbiak közt vannak, amelyeket pont erre a célra találtak ki és hoztak létre. Ezt meg kell különböztetnünk attól, ha olyan kiállítást készít valaki, amelybe tódulnak a látogatók. A nézettség a bevételtől függetlenül is pozitív tényező. Hiszen minek a sok erőlködés, ha nincs, aki látná az eredményét.

Tudományos jellegük szempontjából nézve, egy-egy kiállítás lehet egyetlen szűkebb vagy tágabb tudományterületen mozgó. Előbbi esetben – felbomlóban ugyan, de – vannak bizonyos hagyományai a művészeti, néprajzi, természettudományi kiállításoknak. Az utóbbi évtizedekben megjelentek a multidiszciplináris, vagy holisztikus kiállítások is (kulturális kísérletnek is érdekes volt pl. a Néprajzi Múzeum említett, *Az idő* kiállítása). Nagy kérdés, hogy ezek a kiállítások milyen műveltségi kört szolgálnak ki: annak figyelembe vételével kell tervezni a mondanivalót, megjelenést, szöveget. Részben ez szabja meg azt is, mennyire lesz *didaktikus* a kiállítás. Egyetlen útvonalat kínál-e, vagy a látogatóra bízta, hogy melyiket válassza, esetleg hogy magának hozzon létre útvonalat. Szájba rágó (bizonyos témák esetében a *propagandisztikus*, vagy az *agymosás* kifejezések is felmerülhetnek), vagy töprengésre készítő, vagy esetleg csak az érdeklődés felkeltését tűzi ki célul? Már az is jó, ha csak mély benyomásokat, erős emlékeket hagy a látogatókban, amelyek nyomán tartós érdeklődés alakulhat ki.



6.29. kép: Az ásványtan történetével foglalkozó kiállítás tudományos igényűek számára készült. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



6.30. kép: A mindannyiunk által ismert posta történetét bemutató kiállítás kevesebb tárggyal, kevesebb információval, többféle történetet is bemutat. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

Feladat 1:

Keressen egy jó ismerőst, akivel más dolgokban is jól megértik egymást. Kérje meg, hogy legyen partnere ennek a feladatnak a megoldásában (esetleg egy jó óra alatt közösen elfogyasztott sörök ígéretével győzze meg). Tervezzenek el egy kiállítást, amelyet egy vidéki, alternatív kulturális fesztiválon mutatnának be egy 30 négyzetméteres pajtában. A témát találják ki közösen, tervezzenek hozzá tárgyakat, bútorzatot, megnyitót, *performanszot*, amit helyesnek gondolnak az adott helyen. Írjanak belőle szinopszist, vagy rajzoljanak szemléletes alaprajzot, tehát legyen írásos nyoma a közös munkának. Ezután üljön le másvalakivel, aki az előbbi baráttól nagyon különbözik, és kezdjék el tervezni ugyanezt a kiállítást (amelyet egy vidéki, alternatív kulturális fesztiválon mutatnának be egy 30 négyzetméteres pajtában, de most már a téma adott). Ne mondja meg előre neki, hogy másvalakivel már tervezgettek, hanem csak a végén árulja el. Azután egyedül értékelje a kétféle emberrel való együttműködés különbözőségét, és a két elkészült terv különbségeit. Vajon mindkettő egyformán alkalmas lenne a téma bemutatására? És végül: gazdagodott-e önben ennek az elképzelt kiállításnak a képe azáltal, hogy ilyen különböző emberek véleményét ismerte meg?

6.2. A látogató-központúság szempontjai (Kárpáti Andrea)

Az *interpretatív*, többé-kevésbé pontos fordításban: *értelmező tervezés*, amint neve is utal rá, nem csak bemutatja, de értékeli, magyarázza is a kiállított tárgyakat. A tervezés lényege a megértés elősegítése. Az ilyen kiállítás legfőbb célja, hogy a látogatók ne csak ismeretekkel és élményekkel, de új, vagy új rendszerbe foglalt tudással távozzanak a kiállítóhelyről. Az értelmező tervezést megnehezíti, hogy a múzeumi szakembernek ritkán vannak részletes ismeretei intézménye látogatóiról. Elképzelései vannak, s ezek gyakran szebbek, mint a valóság. Úgy véli, hogy

aki belép egy múzeum kapuján, elkötelezetten törekszik a bemutatott tárgyak megértésére, végigolvassa, és meg is érti az ismertető feliratokat. Valójában az igen különböző kulturális háttérű és élettapasztalatú látogatók zöme csak szórakozni szeretne: bámulni, meglepődni, gyönyörködni vagy borzongani. Nem szívesen tesz erőfeszítést azért, hogy a kiállítás üzenetét befogadja, bár erre is hajlandó, ha sikerül felkelteni az érdeklődését. (Puczko, 2006, ld. részletesen a 11. fejezetben).



6.31. kép: Ismertető videó, amely a teremben kiállított tárgyak restaurálását mutatja be. Egy lépésre tőle műhely sarok, ahol mindjárt ki is lehet próbálni egy-egy műveletet. Így sokkal könnyebb megérteni és megjegyezni, amit látunk, olvasunk a kiállításon. Szabadtéri Néprajzi Múzeum, Szentendre, Látványtár, 2013. (Fotó: Kárpáti Andrea)

Az értelmező tervezés módszerével dolgozók ezért integrálják a tudományos és kommunikációs szempontokat. A nagyobb múzeumokban kommunikációs és múzeumpedagógiai osztályok, a kisebbekben a közönségkapcsolatokért felelős munkatársak együttműködésével készül ilyen program. *A tervezés lépései* (Spencer, 2001 alapján):

1. A kiállítás tudományos koncepciójának értelmezése a látogatói üzenetek szempontjából
2. Látogatói célcsoportok meghatározása, interpretációs terv készítése
3. A kiállítási tárgyakhoz kapcsolható információs eszközök megtervezése
4. A látogatói utak kialakítása
5. Média elemek kiválasztása, megtervezése
6. Marketing terv készítése
7. Kipróbálási, értékelési, módosítási terv készítése
8. Fenntartási terv készítése

Az alábbiakban röviden ismertetjük az értelmező tervezési munka fontosabb állomásait.

A kiállítás tudományos koncepciójának értelmezése a látogatói üzenetek szempontjából

Az értékelő tervezés legfontosabb lépése. A múzeumi kommunikáció és múzeumpedagógia szakemberei a kurátorral választják ki azokat a lényeges tárgyakat, kiállítás-részleteket, amelyek a tudományos és társadalmi üzenet közvetítése szempontjából a legfontosabbak. A Múcsarnok nemrég zárult kiállításán, amely Bukta Imre életművét³ mutatta be, ilyen kiemelt interpretációs tárgy volt például a korábban önálló kiállítás témájaként is szereplő GM kukorica, amely a génmódosítás kérdéseivel foglalkozó társadalmi vitához, a vidéki életmód változásához és a 20. század hetvenes éve óta jelen lévő művészi kifejezési forma, az installáció a látogatók nagy részének még mindig szokatlan műfajához egyaránt kapcsolódott. A szintén nemrég zárult „Cézanne és a múlt” című kiállítás a Szépművészeti Múzeumban⁴ a művészettörténet egy igen jelentős alakjának műveit felvonultatva a családi nevelés, az iskolai oktatás, kortársak, a történelmi események hatását mutatta be az életműre. A múzeumi kommunikációnak tehát nem csak a művész és a nevéhez kapcsolható stílusirányzatok, hanem a kiállítás központi elemző módszerei: a kultúrtörténeti, kulturális antropológiai és szociológiai módszerek bemutatására is vállalkoznia kellett.



6.32: Tárgyakkal, képekkel, fotókkal megidézett történelem: Andersen kortársainak tablója, Lyngby, Andersen Museum, 2012. (Fotó: Kárpáti Andrea)

³ Bukta Imre kiállítása a budapesti Múcsarnokban, 2012. november 10 – 2013. március 17, [Interjú a művésszel](#) a GMO kukoricáról a YouTube-on.

⁴ Cézanne és a múlt, kiállítás a Szépművészeti Múzeumban, 2012. október 26 - 2013. február 17.



6.33. kép: Művészek és stílusok nevei mellett a hozzájuk kapcsolódó érzelmek, hangulatok, fontos fogalmak vezetik át a látogatót egyik kiállítás-részből a másikba a londoni Tate Modern múzeumban, 2012. (Fotó: Kárpáti Andrea)

Látogatói célcsoportok meghatározása, interpretációs terv készítése

Ritka az a múzeum, amely csak egy jól körülhatárolható célcsoportot vonz, amelynek megnyerésére egyszerűen kiválaszthatók a kiállítási műfajok, kommunikációs és pedagógiai módszerek. Még a Mesemúzeumban⁵ is számítanunk kell rá, hogy a szülők, nagyszülők műveltsége és tájékozódási igényei alapvetően különböznek. Minden kiállításnak vannak azonban kiemelt látogatói célcsoportjai, akikre a tervezésnél különösen figyelni kell. Egy példa: a chicagói Természettudományi Múzeum⁶ 2009-ben megrendezett „YOU – The Experience” (TE – Az élmény) című kiállítását (melyről könyvünk 3. részében már szóltunk) elsősorban a 14-18 éves korosztálynak szánták, nekik mutatták be az emberi test és lélek működését.

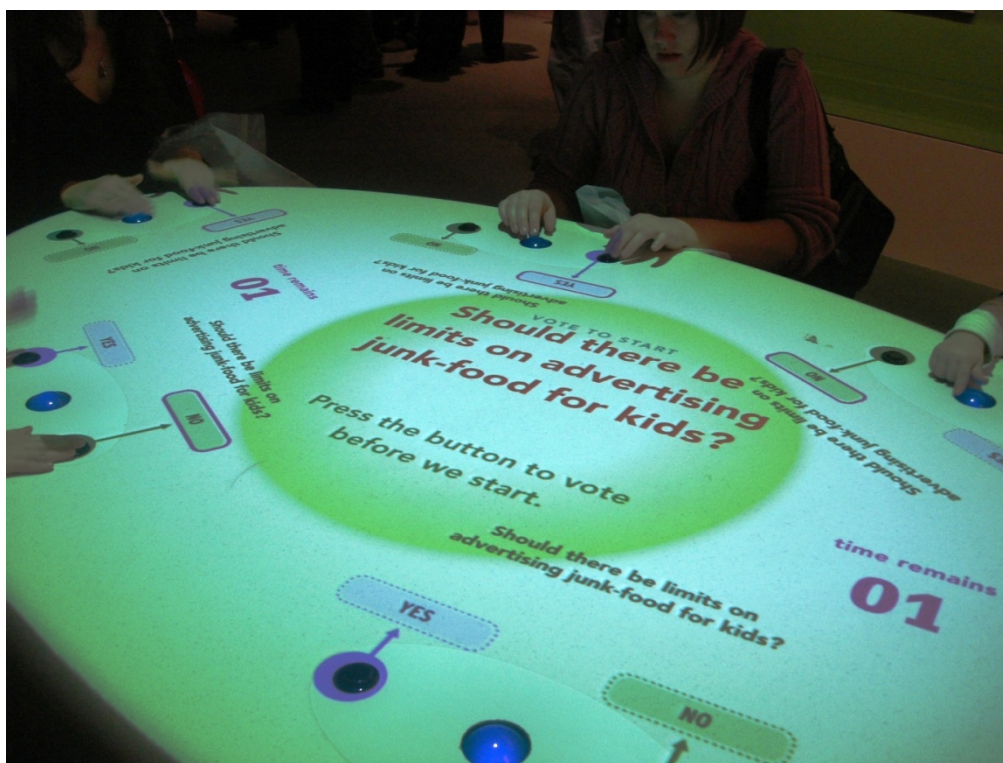


6.34. kép: „A rágcsák támadása! Nassolni vagy nem nassolni? Még egy süti vagy egy marok csipsz olyan sokat jelent?” Interaktív kiállítási tárgy. A poszter alatt az egy év alatt egy tinédzser átlagosan elfogyasztott sütemény, kóla és csoki-mennyiség súlyával egyenlő nehezékekkel megterhelt étel-makettek. A feladat: felemelni, amit lenyeltünk! „YOU – The Experience” (TE – Az élmény) kiállítás, 2009, Természettudományi Múzeum, Chicago. (Fotó: Kárpáti Andrea)

A kommunikációs eszközök túlnyomó többsége interaktív multimédia megoldás volt, a számítógépes játékokon edzett, közösségi portálokon nevelkedett nemzedékhez illő módon, a technológia legmagasabb színvonalán. Láthattunk a beteg emberi test működését utánzó, különféle tünetek megjelenítésére programozható szimulációs robotot, amelyet (akit) megvizsgálva, a fiatalok egy diagnózis-listából kereshették ki, mi baja lehet a betegnek. Szinte minden bemutatott jelenséghez tartozott kipróbálható eszköz: pszichológiai tesztek kitöltve, táplálkozási szokásaikat értékelve, érzékszerveik működését vizsgálva szerezhettek alapos és hiteles biológiai ismereteket.

⁵ Mesemúzeum, Budapest: www.mesemuzeum.hu/ A kiállításához kapcsolódó [múzeumpedagógiai foglalkozások](#) leírása.

⁶ Chicago, Science Museum, „YOU – The Experience” kiállítás, 2009 szeptember-2010 február, információs füzet [diákoknak](#): és segédlet [tanároknak](#).



6.35. kép: Látogatói vélemény-gyűjtő eszköz: „Jó-e, ha ennyi hirdetés népszerűsíti a gyerekek körében a hizlaló ételeket?” Az eszköz a témához kapcsolódó állításokról gyűjti az igen-nem szavazatokat. A válaszadók egy kerek asztal mellett ülnek, látják egymás válaszait. Az interaktív eszköz lényege: közösségi diskurzust indít el, melyet az egyéni vélemény megfogalmazásának lehetősége tesz érdekessé. YOU - The Experience (TE – Az élmény) kiállítás, 2009, Természettudományi Múzeum, Chicago. (Fotó: Kárpáti Andrea)

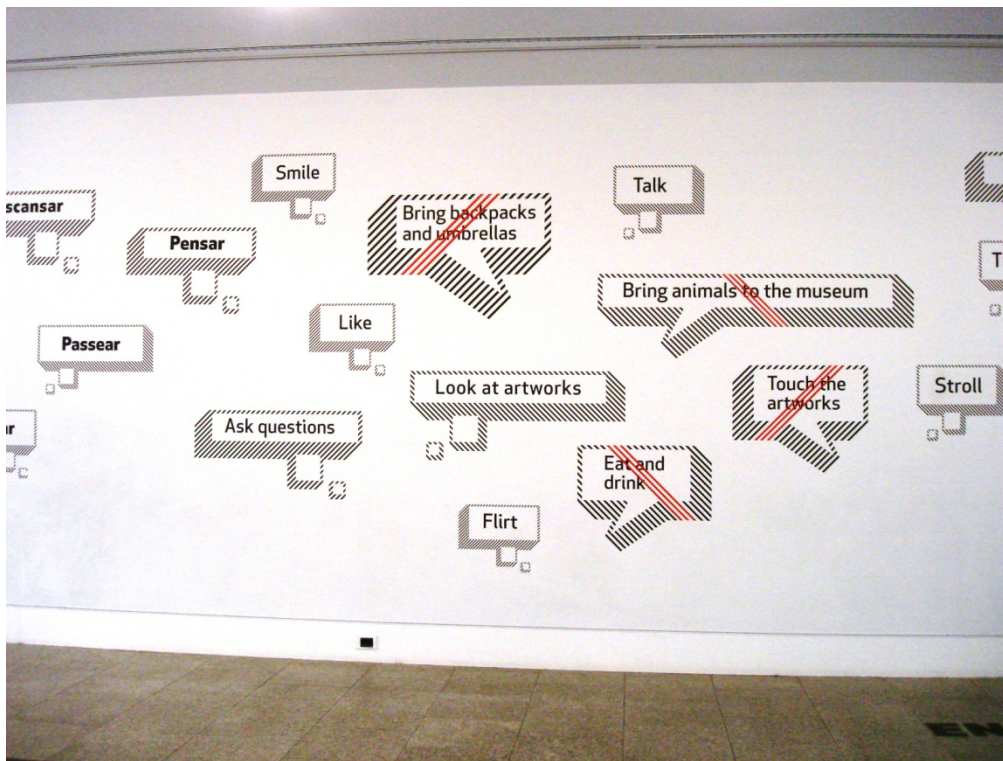
Gyakran nem a kiállítás, hanem a látogató érdeklődése a kiindulópont, ahonnan a tárlatig kell elvezetnie az útnak. A londoni Tate Britain⁷, a régebbi, művészettörténeti gyűjteményt bemutató bejáratánál, a gyűjtemény gyors áttekintését ígérő, élénk színes tárlatvezetők címlapjára nem egy művészeti korszak, hanem egy hobbi vagy lelki állapot van írva: Virágkedvelőknek, Szerelmeseknek, Könyvmolyoknak, Természetjáróknak... A kiállított művek közül olyanokhoz kalauzsolnak el ezek a barátságos brosrák, amelyekhez biztosan tudunk kapcsolódni – ha másként nem, úgy, mert ráismerünk a megfestett növényekre!

Az interpretációs terv elemei:

- tudományos közlemények (katalógus, szakkikkek)
- népszerűsítő közlemények (tárlatvezető füzet, családi foglalkoztató füzet, leporelló)
- sajtóközlemények
- tájékoztató feliratok és táblák
- hangos tárlatvezető eszköz szövege, zenéje
- média elemek szövegei, zenéi, képei (köztük: a kiállítás megjelenése a múzeumi honlapon és egyéb weboldalon)
- média elemek működtetése (állandóan vagy időszakosan, önállóan vagy csak múzeumi munkatárssal használható alkalmazások)
- kulturális program a kiállítás ideje alatt (konferencia, ismeretterjesztő előadás, társművészeti rendezvény, filmvetítés, vita, stb.)

⁷ Tate Britain, London [honlapja](#). Tárlatvezető [brosúrák](#).

- pedagógiai program a kiállítás ideje alatt (szervezett ifjúsági csoportoknak, családoknak, felnőtt látogatóknak)
- visszajelzések rendszere (a látogatók véleményének begyűjtése)



6.36. Kívánatos és tiltott Látogatói viselkedések ábrázolása műalkotáson. Amit szabad: gondolkodni, nézni, gyönyörködni, kedvelni, kérdezni, nézelődni, flörtölni, beszélgetni, mosolyogni. Ami tilos: hátizsákkal, ernyővel belépni, enni-inni (mármint a kiállító térben), állatokat behozni, megérinteni a műtárgyakat. A spanyol és angol és spanyol nyelvű, tréfásan komoly felirat a liszaboni Modern Művészeti Múzeumban volt látható 2011-ben. (Fotó: Kárpáti Andrea)

A múzeumi élményt meghatározó hatáselemekről ebben a kötetben vagy már szóltunk, vagy a továbbiakban fogjuk bemutatni őket. Mindegyiknek kapcsolódnia kell a választott kiállítási típushoz. Ha egy társadalmi problémát feldolgozó kampány-kiállítást rendezünk, sokkal több média-elem kerül a tervbe, mintha a „szóljanak önmagukért a művek” típusú alkotói oeuvre-bemutató a cél.



6.37. kép: Természeti környezet bemutatása: akvárium, előtte az élőhelyet jellemző tárgyak vitrinjei. 2009. Rockford, Illinois, USA, Burpee Museum of Natural History. (Fotó: Kárpáti Andrea)



6.38. kép: A kiállítás arculata: a tárgyakhoz színben, formában, stílusban illeszkedő ábra, kép, felirat. Design Museum, Madison, Wisconsin, USA, 2009. (Fotó: Kárpáti Andrea)

A kiállítási tárgyakhoz kapcsolható információs eszközök megtervezése

Az információs eszközök tervezésekor először a nyomtatott és online dokumentumok és interaktív megoldások listája készül el. A megrendeléskor a kiállítás arculati kézikönyve – a betűtípusok, színek, logók és tipográfiai megoldások meghatározása – alapján készülnek el a szövegek és képek a kommunikációs eszközökön. A kiadványok tervezése és kivitelezése szakemberek dolga, a kiállítási kommunikáció felelősének csak a részletes munkaleírások betartására kell ügyelnie. Kínai múzeumokban figyeltük meg, milyen kevés figyelmet fordítanak a kiállítások rendezői laikus nézőikre. A szakembereknek szóló, vaskos katalóguson túl csak a pedagógusoknak készült kivonatokat lehetett látni, melyeknek szövege a rövidítések miatt talán még szikárabb és tudományosabb volt, mint a katalógusoké. A másik végletre példák a múzeumi gyermekkönyvek, amelyek éppen olyanok, mint a mesekönyvek. Ezekben a műalkotásokat vicces vonalrajzok egészítik ki, a művek témájuk illusztrációivá válnak: az ABC betűit festmények részletei illusztrálják.⁸ Szerencsés módon léteznek olyan sorozatok is, amelyek egyszerre hitelesen és élvezetesen közvetítik a tudományos ismereteket. Ilyenek például a Szépművészeti Múzeum Családi füzetei, melyeket az állandó kiállítások mellett szinte minden időszak kiállításához elkészítenek.

A *népszerűsítő kiadványok típusai*, melyek egy kiállítás élményeit és tudásanyagát segítenek befogadni és megőrizni:

- információs leporelló (általában ingyenes)
- képes tárlatvezető (a katalógus népszerű kivonata)
- foglalkoztató füzet, amely gyermekeknek, fiataloknak, gyermekkel érkező családoknak, nagy ritkán érdeklődő felnőtteknek szól
- feladatlap-sorozat iskolásoknak, érdeklődő felnőtteknek
- múzeumpedagógiai segédlet tanároknak: a kiállítást összekapcsolja az iskolai tananyaggal
- fejtörő, a hátlapon a megoldással
- rejtvény, amelynek helyes megfejtésével díjakat lehet nyerni
- ismertető lap, amely egy-egy teremben kiállított tárgyakat mutat be

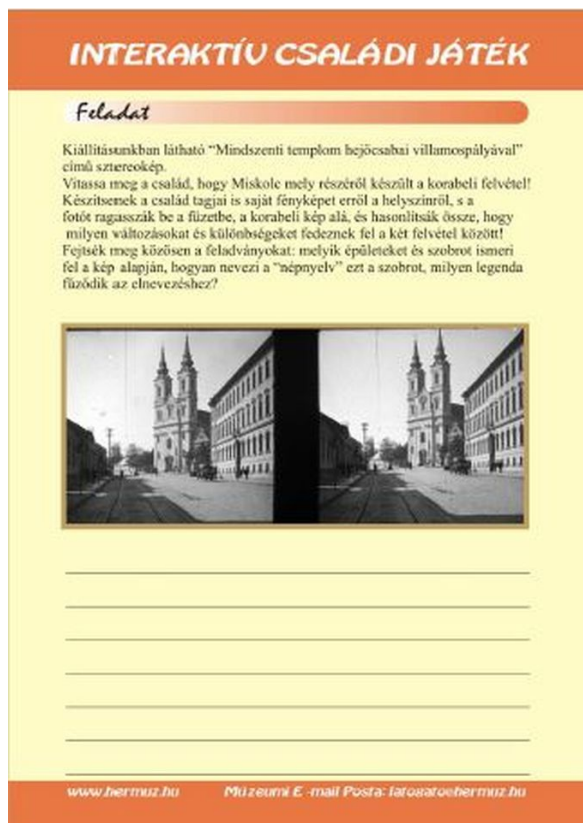
⁸ Példák múzeumi gyermekkönyvekre:

A New York-i Metropolitan Museum [gyermekkönyv-sorozata](#).

Juhász Litza (2009): *É mint égbolt. Művészeti ABC. 40 betű és 40 szó a Szépművészeti Múzeum 40 műalkotásával. Gyerekfoglalkoztató könyv.* Szépművészeti Múzeum, Budapest (A szerző múzeumpedagógus.)

Jánosi-Halász Rita, Entz Sarolta, Fekete-Horváth Erikaművészettörténészek „*Két egér*” sorozata, Aula Kiadó, Budapest

A Csongrád megyei Múzeumok Igazgatósága Múzeumi füzetek gyerekeknek sorozata



6.39. kép: A miskolci Hermann Ottó Múzeum családi foglalkoztató füzetének lapja. A füzetet készítette: Kurta Mihály, 2009

A látogatói utak kialakítása

Az irányjelzők segítik követni a kiállításon végighúzódó művészeti – tudományos gondolatsort, a kurátor elképzelései szerinti helyes útvonalat. A kurátor, a múzeumpedagógus és a kommunikációs szakember mellett a tűzvédelmi felelős és a biztonsági őr is részt vesz abban a munkában, amely végül a látogatókat orientáló leporelló, térkép, haladási irányjelző táblák és feliratok elhelyezésével zárul. A népszerű kiállításokon a tömeg nem enged elkalandozni, ilyenkor biztosan lineáris a közlekedés. A hipertext típusú ismeretszerzéshez, vagyis a szövegekben elhelyezett, más oldalakra vezető hivatkozásokhoz szokott digitális olvasók azonban szívesen választanak egyéni útvonalakat a kiállításokon is. Ha jók az orientációs pontok és eszközök, a látogató visszatál indulási pontjára, ha egy érdekes tárgy másik útra terelte.



6.40. kép: Látogatók útjelzője a szentendrei Szabadtéri Néprajzi Múzeum Látványtárában. (Fotó: Kárpáti Andrea)



6.41. kép: Múzeumi orientációs pont a Getty Centerben. San Francisco, 2013. (Fotó: Kárpáti Andrea)

A megjelenített kiállításon belül alakulnak a látogatók saját válogatásai, a futtában megnézett, a hosszasan csodált és a figyelmen kívül hagyott, „alig létező” tárgyakkal. Jó volna megtudni, hogyan működik ez a szelekció, milyen a „látogatók rendezte” tárlat? A mobil tárlatvezető eszközök segítenek adatokhoz jutni minderről. Ha az autós tájékozódást megkönnyítő GPS eszközzel és mozgásérzékelő időmérővel szerelik fel őket, kirajzolják használójuk útját a termeken át. Hasonló célokat szolgál (és szintén közölni kell a látogatókkal, ha működik) a videokamerás felvétel, amely a terem mennyezetén elhelyezett kamera szemszögéből örökíti meg a tárgyak között vándorlókat. Ha mód van ilyen értékelések készítésére még a kiállítás megnyitása előtt, idejében kiderülhet, mennyire kiesik a látogatók csapásvonalából a szobor-posztamens mögé szorult, fontos festmény, s milyen kevesen másznak fel a nagy teremben felhúzott galériára, hogy ott érmeget nézegessenek. Akinek kétségei voltak, meggyőződhet arról

is, hányan szeretnek hosszú, apró betűs információs táblákat olvasgatni, s mennyien hajlandók leguggolni, hogy szemre vételezzenek egy, távolabbról csak fiatal sasszemeknek hozzáférhető, apró betűs feliratot.

Média elemek kiválasztása, megtervezése

A látogatói utak tervezésekor kerülnek végleges helyükre a multimédia konzolok, installációba épített képernyők, filmvetítő sarkok és más, kiegészítő információkat tartalmazó, de egyes (népes) látogatói csoportok számára túlságosan is vonzó kiegészítők. Ezekről részletesen a 9. részben szólnunk. Most csak annyit, hogy akkor működnek hatásosan, ha a kiállítás tervezésének korai szakaszában számolunk velük, s akkor illeszkednek harmonikusan a kiállítás terébe, ha az installációval azonos esztétikai elveket követnek, kívül-belül.



6.42. kép: Fotófal, mint kiállítási tárgy. Alberto Sampaio Museum, Guimarães, Portugália, 2008. (Fotó: Kárpáti Andrea)

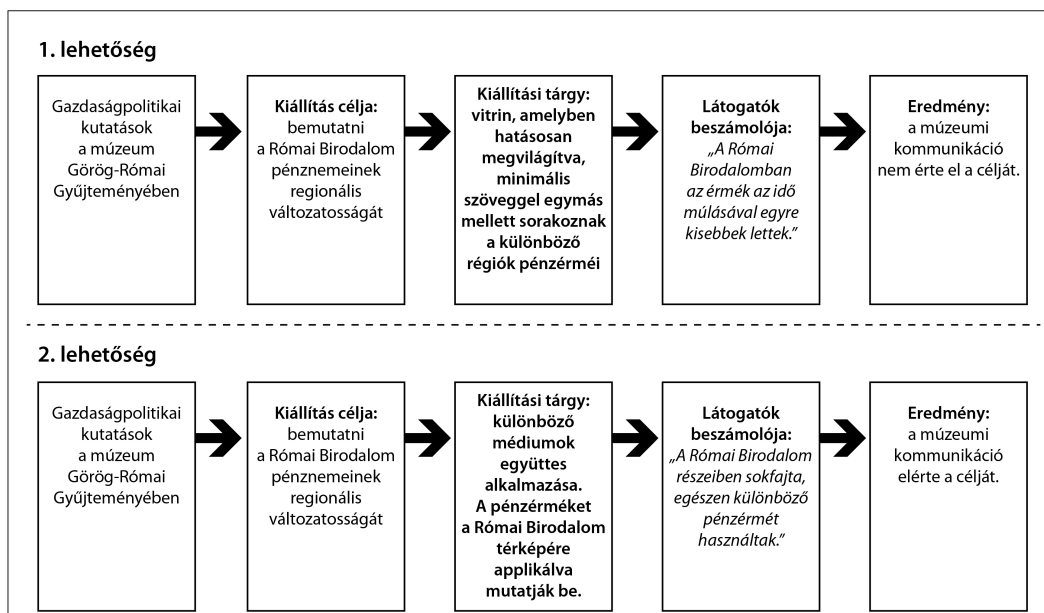
Marketing terv készítése

A marketing terv tartalmazza többek a kiállítás bemutatási tartalmának, média üzenetének meghatározását: a fő témák, jelentős művek, tudományos és köznapi értelemben vett szenzációk kijelölését és népszerűsítésének formáit; a témához vagy társadalmi üzenethez kapcsolható kulturális és termék-reklámok lehetőségeinek feltárását; ezek kapcsolását a kiállított tárgyakhoz; népszerűsítő közlemények és események szervezését. A marketing terv része a kiállítási propaganda arculata, amely jó esetben harmonizál a tárlat megjelenésével, az ott elhelyezett kommunikációs elemek képi világával.

Kipróbálási, értékelési, módosítási terv készítése

Ez terv tartalmazza a kiállítás értékelésének módszereit és idő-tervét. Már a kiállítás építésének egyes szakaszaiban, kipróbáló szakértők és csoportok bevonásával tesztelni szokás a kommunikációs megoldásokat. A megnyitó után folyamatosan zajlik a látogatók megfigyelése, kikérdezése és a felmerülő igények, felhasználói problémák alapján kiállítás eszközeinek áthelyezése, adaptálása. Az értékelésről könyvünk 11. fejezetében részletesen szólnunk, itt csak egy példát említünk annak illusztrálására, milyen hasznos a folyamatos értékelés. Egy-egy kiállítási

kommunikációs megoldás hatásáról ugyanis csak a látogatók megkérdezésével győződhetünk meg. Vannak olyan kisebb változtatások, melyeket a kiállítás elkészülése után, az első visszajelzések alapján is érdemes és lehetséges elvégezni. Az alábbi ábrán Hugh Spencer egy római kori éremgyűjtemény kétféle kiállítási formájának kommunikációs értékét mutatja be. (Spencer, 2001, 375. old.)



8.1. ábra: Példák jó és rossz kiállítási kommunikációra. (Forrás: Spencer, 2001, 375. old.)

6.1. ábra: Példák jó és rossz kiállítási kommunikációra. (Forrás: Spencer, 2001, 375. old.)

Feladat 2:

Tervezzon át egy kiállítást úgy, hogy megérdemelje a „látogatóbarát” jelzöt! Választhat olyant is, amely igazán közel esik ehhez a célhoz, de olyant is, amely nem is lehetne tőle távolabb. A következő lépéseket végezze el. Járja végig a kiállítást, és töltsse ki az alábbi táblázatot három különböző látogató-csoport szempontjából. Vajon mit válaszolnának a kérdésekre: igaz vagy nem igaz illetve mennyire helytálló a megelölegezett pozitív vélemény?

Látogatói vélemény	Kisgyermekes család	Mozgássérült és kísérője	Idős külföldi turista pár
A kiállítás lenyűgöző.			
Minden kiállítás-rész jól megközelíthető			
Mindent értünk.			
A tárgyakat alaposan szemügyre lehet venni, minden jól látható			
A feliratok érthetőek, jól olvashatók			
Könnyű kezelni az információs eszközöket.			

6.1. táblázat: Kiállítás-értékelési szempontok és látogatótípusok: vizsgálati eredmény-rögzítő lap.

6.3. A kiállítási koncepció: ismeretektől a narratíváig (Kárpáti Andrea)

Ennek a fejezetnek a témája a múzeumok forma- és funkcióváltása, társadalmi térnyerése és az ebből fakadó kommunikációs feladatok. A kiállítási koncepcióról szólva meg kell azonban említenünk egy ellentétes folyamatot is: ez a „muzealizálódás”, amelynek lényege, hogy „a gyűjtés és bemutatás régen maga mögött hagyta az intézményt, melyről elnevezték.” (Zacharias, 1990, 57. old.) Egy példa erre Goethe 250. születési évfordulójának megünneplése, amelynek tiszteletére „Ami fennmarad, az a hétköznapiok terméke” címmel a Frankfurter Allgemeine Zeitung a költő személyes tárgyait bemutató fotósorozatot adott közre, a „*musée sentimentale*”, a jelentős személyiségek emléktárgyainak őrzését a középpontba állító múzeum-koncepció jegyében.

A 20. század második felében a tárgyak halmozását és a látogatók elől elrejtett őrzését napjainkban felváltja a mindent bemutató, a *látvány(rak)tár*, amely a látogatót szakértővé avatja, illetve képzi. Míg Brown-Goude 1895-ben még elkülönítette a „tudósok múzeumát” (a jelentős méretű tanulmányi gyűjteményt) az „emberek múzeumá”-tól, Benjamin Gilman 1918-ban már arról ír, hogy a raktárakat is mind meg kell nyitni azok előtt, aki komolyan érdeklődnek a gyűjtemény iránt. (Idézi őket: Mensch és Mensch, 2012, 116-117. old.) Ez a *hárompólusú múzeumi modell*:

1. a közönség számára nyitott *kiállítás*;
2. az érdeklődők számára meghatározott feltételekkel hozzáférhető *tanulmányi gyűjtemény*;
3. a csak a muzeológusok részére fenntartott *raktár*.

Mivel a múzeumok csak az általuk őrzött tárgyak töredékét tudják a nyilvánosság elé tárni, a tanulmányi gyűjtemény és a raktár ötvözetéből a múlt század második felében kialakult egy új, sajátos kiállítási forma. Polcai, szekrényei, mint a raktáré, de a tárgyak érthető rendben, könnyen kezelhető elhelyezésben várják a szakmabeli és laikus érdeklődőket. Szándékosan nem látogatókat említünk, hiszen aki csak betér egy-két órára a gyűjteménybe, az minden bizonnyal visszaretten, ha egy-két szépen elrendezett viselet helyett fogasok százain találja szembe magát egy korszak minden fontos ruhadarabjával. A sanghaji Selyemmúzeum második szintjén ilyen különleges kiállítóhelyre érünk: motívumok, szövés módok történetét követhetjük nyomon anyagminták és szűkszavú leírások segítségével. Ez a kiállítás elsősorban a szakembereknek érdekes, míg a szentendrei Skanzen látványtára⁹ a kevésbé felkészült, de népmeséken, népdalokon felnőtt, s a sűrű rendben sorakozó tárgyakat innen már ismerő és kedvelő nézőnek is élvezetes. A látványtárhoz hasonló, a szakértőt és a téma iránt intenzíven érdeklődő laikust közös térbe terelő kiállítási forma a *tanulmányi kiállítás*, amely nem törekszik a közérthetőségre és a látványosságra, annál inkább a teljességre: egy téma alapos feltárására vállalkozik, a gyűjtemény tárgyainak minél teljesebb bemutatásával.

⁹ Skanzen, Szentendre, Látványtár URL: <http://skanzen.hu/?fm=1&am=1&dd=47>



6.43. kép: Az üveges tárlókban sorakozó tárgyak környezetében gyermek-foglalkoztató asztalok. Látványtár, Szabadtéri Néprajzi Múzeum, Szentendre, 2013. (Fotó: Kárpáti Andrea)



6.44. kép: A tárgyak előtti számok segítségével kikereshetjük a Látványtár online katalógusából az összes fontos adatot. Szentendre, Szabadtéri Néprajzi Múzeum, Látványtár, 2013. (Fotó: Kárpáti Andrea)

A múzeumi gyűjtemény folyamatos feldolgozás tárgya. A művek sokaságából, a kutatók eredményeiből elméletileg bármilyen kiállítás szervezhető, de csak a kortárs „közbeszédre” reagálva alakulhat releváns narratíva. György Péter a szentendrei Szabadtéri Néprajzi Múzeum értékelésekor például nem a kiállított tárgyak elrendezését értékeli, hanem a nemzeti identitás kialakításának kérdését veti fel, amely különösen aktuális egy, a hazánkban élt és élő kisebbségek kultúráját bemutató színhelyen:

„Ahogy előbb-utóbb fel kellene kerülnie a skanzen térképére a magyar roma kultúra, az emigrációs magyarság, végül, de nem utolsósorban a kortárs kisebbségi magyarság életformáit bemutató dokumentációknak is. Attól tartok, hogy a két kihívásnak való megfelelés elképzelhetetlen egymás nélkül. A skanzen - amely vitathatatlanul a legfontosabb magyar múzeumok egyikévé vált - jövője a jelenkorkutatásban való helyállás kérdésén múlik. (...) A skanzen akkor működik jól, ha az elképzelt közösségek élményében részesülő látogatókat végül hazavezeti oda, ahol élnek: a jelenbe, ahonnan nincs ok és mód megszökniük - még a Szentendre határában tett időutazás során sem. (György, 2007c, o. n.)

A 2007-ben írt múzeumkritikában említett kihívásoknak a szentendrei Skanzen újonnan kiépített időszaki kiállításai jól megfelelnek. A „Megragadni a megfoghatatlant” című bemutató témája a hagyományörzés. Az UNESCO szellemi kulturális örökséget védő egyezményének 10 éves évfordulója alkalmából, az Észak-magyarországi falu tájegység Magtárjában látható, és olyan, tárgyakkal és képekkel nehezen közvetíthető élményeket mutat be, mint egy hagyományörző közösséghez való tartozás, vagy egy ősi sport vagy kézműves technika hiteles művelése modern környezetben. Napjainkban a hagyományokhoz való viszony szélsőséges indulatok tárgya. A szervezők sikeresen elkerülték a nosztalgiában rejlő veszélyeket, a vitához ez a pasztellszínekben megrendezett, halk szavú tárlat megfontolandó gondolatokkal csatlakozik

„A hagyományoz(ód)ás csak töredékes formában lehetséges. Ha teljességében akarnánk megőrizni a múltat, az a jelen jogainak elvitatását jelentené, azt, hogy belefojtjuk a múltba. A töredéket azonban el kell rendeznünk, magyaráznunk kell, értelem-összefüggésekbe kell helyezni, ami

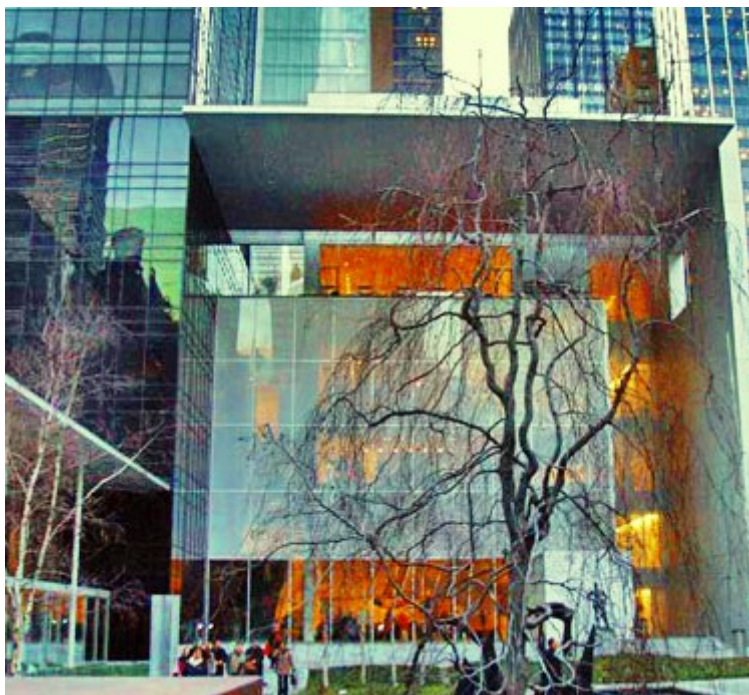
háromdimenziós dolgok esetében azt jelenti, hogy térbeli elrendezést kell adnunk számukra. A töredék a fikció tanítómestere, áll André Malraux *A képzeletbeli múzeum* című írásában. A hagyományozódás töredékességében gyökerező fikció a múzeum esetében nem a kliói idiómában, azaz nem a narrativitásban valósul meg, hanem szemléletességgént, a tárgyak elrendezésében, melyek képekké, hozzáférhető képekké állnak össze. (...) a színre állított jel(zés)világ /*Merkwelt*/ felfokozott, a képzelőerőt tápláló figyelmi állapotot idéz elő a látogatóban, amely eloldja az ént a gyakorlati vonatkozásoktól és eléri, hogy az érzékelés 'megvalósulás-orientált' folyamatában a szubjektumot áthathassa az élmény." (Korff, 2012, 228. old.)



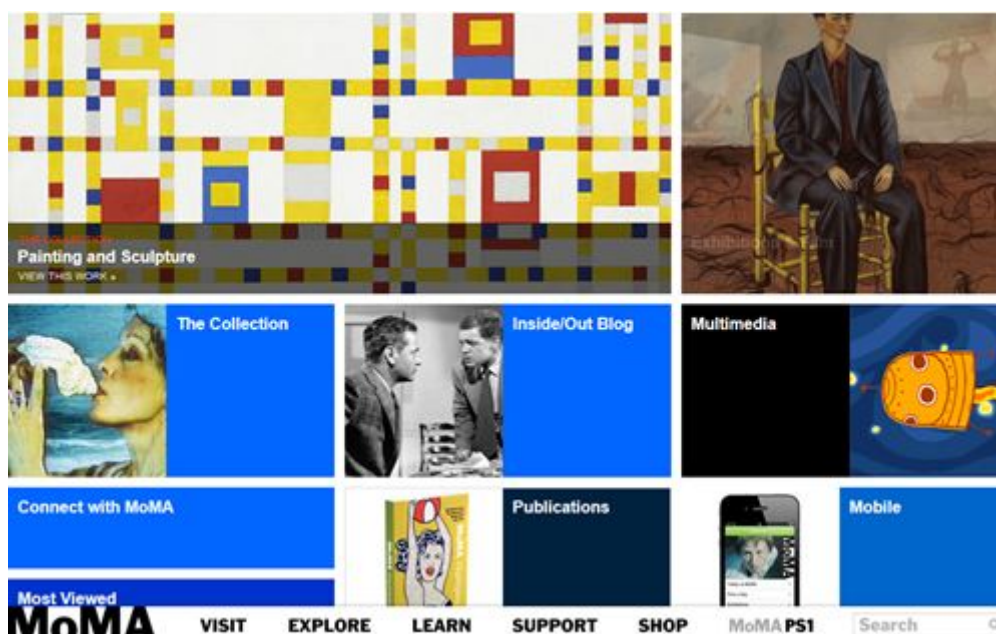
6.45. kép: Malraux: *Képzeletbeli múzeum* – könyvborító. (André Malraux: *Le Musée Imaginaire*, Gallimard, Paris, 1996).

Gottfried Korff javaslatát érdemes megfontolni az ismeretekből kiállítási tematikát összeállító kurátornak és múzeumpedagógusnak egyaránt. Az ismeretekben túltengő, de látványban szegényes vagy értelmezhetetlen kiállítás napjaink *élményközösségnek* nevezett, folyamatos kép- és hangfogyasztásban élő polgárai számára elfogadhatatlan. Ha viszont érzékletes és változatos a bemutató, ha sikerül olyan tárgyakat kiválasztani a rendelkezésre álló, a válogatás kezdetén egyformán fontosnak tűnő darabok közül, akkor a látogató a „muzeális *eseménykultúra*” részesévé válik, és átéli, amit a 19. században Wilhelm von Humboldt a párizsi Musée des Monuments Français történelmi tárlatán: „a képzelőerő hozzájuk szegődik és legalább ily módon valamiféle útmutatóra lel, hogy ama századok képét megrajzolja.” (idézi Korff, 2012, 228. old.)

A gyűjtemény kiállítássá szervezésében jelentős szerepet játszik a tárgyakat értékelő és értelmező szaktudomány. A 20.-21. századi képzőművészet múzeumi reprezentációja például a 20. század végén a *modern művészet múzeum*, mint intézménytípus kialakulásával vált fontos témává. Először a 19. század második felének alkotásai kerültek külön kollektciókba, majd az 1900 utáni „klasszikus modernek”, végül – igen gyakran külön múzeumokban, galériákban – a 20. – 21. század fordulójának alkotásai. Az első, kizárólag kora művészetét bemutató intézmény a New York-i Museum of Modern Art volt (megnyitva 1939-ben, jelentősen kibővítve 1984-ben).



6.46. kép: New York, Museum of Modern Art



6.47. kép: Múzeumi honlap, a kiállított művek stílusában. Museum of Modern Art, New York, 2013. június 23.

Ezt az első, kizárólag a 20. századelőn alapjaiban megújult vizuális művészetek bemutatására alapított múzeumot magánszemélyek hozták létre, mivel úgy vélték, a klasszikus múzeumi kultúra képtelen befogadni az új művészeti nyelvet. Európában nemcsak kortárs gyűjtemények születtek, hanem a 19. századot is kiemelték a művészettörténeti bemutatóból. Az első, szinte kizárólag 19. századi műveket befogadó múzeum a 20. század végén újrendezett berlini *Nationalgalerie* (2001) és a század második felét és a századfordulót, tehát a modern művészet szempontjából fontos alkotókat bemutató *Musée d'Orsay* (1986) volt. Ezek a múzeumok jelentős közgyűjteményekből váltak ki, és remekműveket őriztek, tehát azonnal megteremtették az új gyűjtemény-típus presztízsét. A kortárs vizuális kultúráról felgyűlt ismeretekből egy új narratíva, és ennek talaján egy új értékrend teremtődött meg.



6.48. kép: Berlin, Alte Nazionalgalerie. (Forrás: Wikipedia, szerző: Janericloebe)



6.49. kép: Párizs, Musée d'Orsay. Forrás: Wikipedia, szerző: Vanogho)

Feladat 3:

A moziban, ahová rendszeresen jár, van egy kis kiállító terem. Barátaival elhatározzák, hogy közös hobbijukról kamara kiállítást fognak itt rendezni. A hobbi nem túl közismert, de érdekes és képekkel, tárgyakkal, filmmel jól be lehet mutatni. A mozi levelező listájára kiküldhet egy rövid (10-15 soros – beharangozót és egy képet, a bejáratnál álló, poros vitrinbe kitehet egy-két tárgyat kedvesnálnak, sőt, egy nagy feliratot is megszavaztak a kiállításnak, ami az új filmeket propagáló tábla fölött lesz majd látható. Tervezze meg ezt a három terméket, majd mutassa meg néhány ismerősének, és kérdezze meg: mit gondolnak, miről fog szólni ez a kiállítás? (Nem a téma, hanem az üzenet az érdekes – ehhez persze az kell, hogy mielőtt megtervezi a fentieket, kitalálja, mi legyen a fő mondanivaló.)

Feladat 4:

Legutóbbi turistaútján valószínűleg rengeteg fotót készített. Állítson össze két, 20-20 darabos kollekciót a képekből: az egyiket egy utazási iroda számára, hogy meggyőzze őket, nyugodtan utaztathatnak idős embereket is ebbe a kellemes, pihentető országba, a másikat egy rendőrségi weboldal részére, bemutatva a veszélyeket, amelyek a turistákra leselkednek. Képrészleteket, montázsokat is használhat és feliratokat is készíthet, de csakis a saját fotó-kollekciójából válogathat. A két üzenetet tükröző fotó-sorozatokat ugyanabból a gyűjteményből kell megalkotnia.

6.4. A tárgyakhoz és az üzenethez illő kiállítási műfaj és kommunikációs stratégia meghatározása (Kárpáti Andrea)

A berlini Múzeumtudományi Intézet (Institut für Museumforschung) évről évre közlésezi, mennyit gyarapodtak a német közgyűjtemények az elmúlt esztendőben. A növekedés meghökkentően gyors. Az őrzés, restaurálás és állagmegóvás és a tudományos feldolgozás feladata egyre jelentősebb, ugyanakkor mindezek ellátásához egyre nagyobb mértékben van szükség a múzeumot működtető közösség támogatására. Ez a tény alapvetően befolyásolja a kiállítási műfajok megválasztását, a szerepeltetendő tárgyak kiválasztását, és felerősíti a múzeumi kommunikáció jelentőségét. A kiállítások tervezésekor sokáig az új tudományos ismeretek közvetítése volt a központi cél, minden egyebet ennek rendeltek alá.



6.50. kép: Tudós megjelenítése dolgozószobájában, helytörténeti múzeumban. (Fotó: Kárpáti Andrea)



6.51.kép: Életmód bemutató: tárgyak enteriőrben. San Francisco, Getty Center, 2013. (Fotó: Kárpáti Andrea)



6.52. kép: Diskút és fali csempék a pécsi Zsolnay Múzeumban, 2012. A tárgyakat rendeltetésüknek megfelelő környezetben állítják ki. (Fotó: Kárpáti Andrea)

A látogatóbarát kiállítás igényének megjelenésével ma már általános gyakorlat, hogy a kiállítás tudományos forgatókönyve mellett egy múzeumi kommunikációs terv is készül. Ez a terv tartalmazza a kiállítás műfaját, az ehhez illő, a témát szélesebb tudományos és társművészeti kontextusba helyező előadásokat, művészeti programokat és pedagógiai akciókat. A kiállítási műfaj megválasztása mindegyik további döntésre befolyással van.

A *multimédia megoldások* kiegészítik és erősítik a központi üzenetet, illetve a kiállítás megtekintésének a látogató szándékait követő, interaktív módjait kínálják. Fajtaikat itt csak felsoroljuk, a technikai lehetőségekről könyvünk 9. fejezetében lesz részletesen szó.

- hangkulissza (*soundscape*)¹⁰
- helytől függő információszórás (tárlatvezető eszköz)
- hangzó anyagok bemutatása fülhallgatóval
- interaktív konzol
- filmbejátszás a kiállítási tárgyakba épített képernyőkön vagy vetítő terekben
- kijelzőkkel animált térkép és ábra
- színházi produkció (a kiállítás részeként működő, naponta elérhető bemutató)¹¹
- virtuális valóság: a kiállításhoz kapcsolódó események, személyek megjelenítése 3D animációval, holografikus képpel¹²
- 3D filmszínház a múzeumépületben
- „motorizált” múzeumi séta: a látogató járművön nézheti végig a kiállítást^{13 14}
- szimulátor (valós téri és mozgásos élményeket adó, a múzeumi kiállítás részeként működő környezet)¹⁵

A forgatókönyv alapja egy gondolattérkép vagy folyamatábra, amely bemutatja, hogyan kapcsolódik egymáshoz a kiállított tárgy és információs környezete: az álló és mozgóképek, feliratok és más kommunikációs eszközök. Egy példa: multimédia tervezés egy kiállítás üzeneteinek kifejezésére. Az egyes fázisokról szólunk még könyvünk 9. fejezetében. Itt, a kiállítási műfajokkal foglalkozó részben csak annyit szeretnénk jelezni, hogy a műfaj megválasztása olyan döntés, amely tovább gyűrűzik az egész kommunikáción, meghatározva annak formáit is, nemcsak tartalmát.

¹⁰ A helyhez kötött információszórás a British Múzeum kiállításain mutatja be ez a [videó](#).

¹¹ Példák színjáték elemek bevonására a múzeumi ismeretterjesztésbe: a londoni Természettudományi Múzeumban 19. századi felfedezőnek öltözött színészek az őserdők állat- és növényvilágának első feltáróit jelenítik meg. A chicagói [Shedd Akvárium](#)ban élő állatok közreműködésével mutatnak be az állatok viselkedéséről szóló információkat tartalmazó mesejátékot.

¹² Példák virtuális valóság technológiával megteremtett múzeumi környezetre:

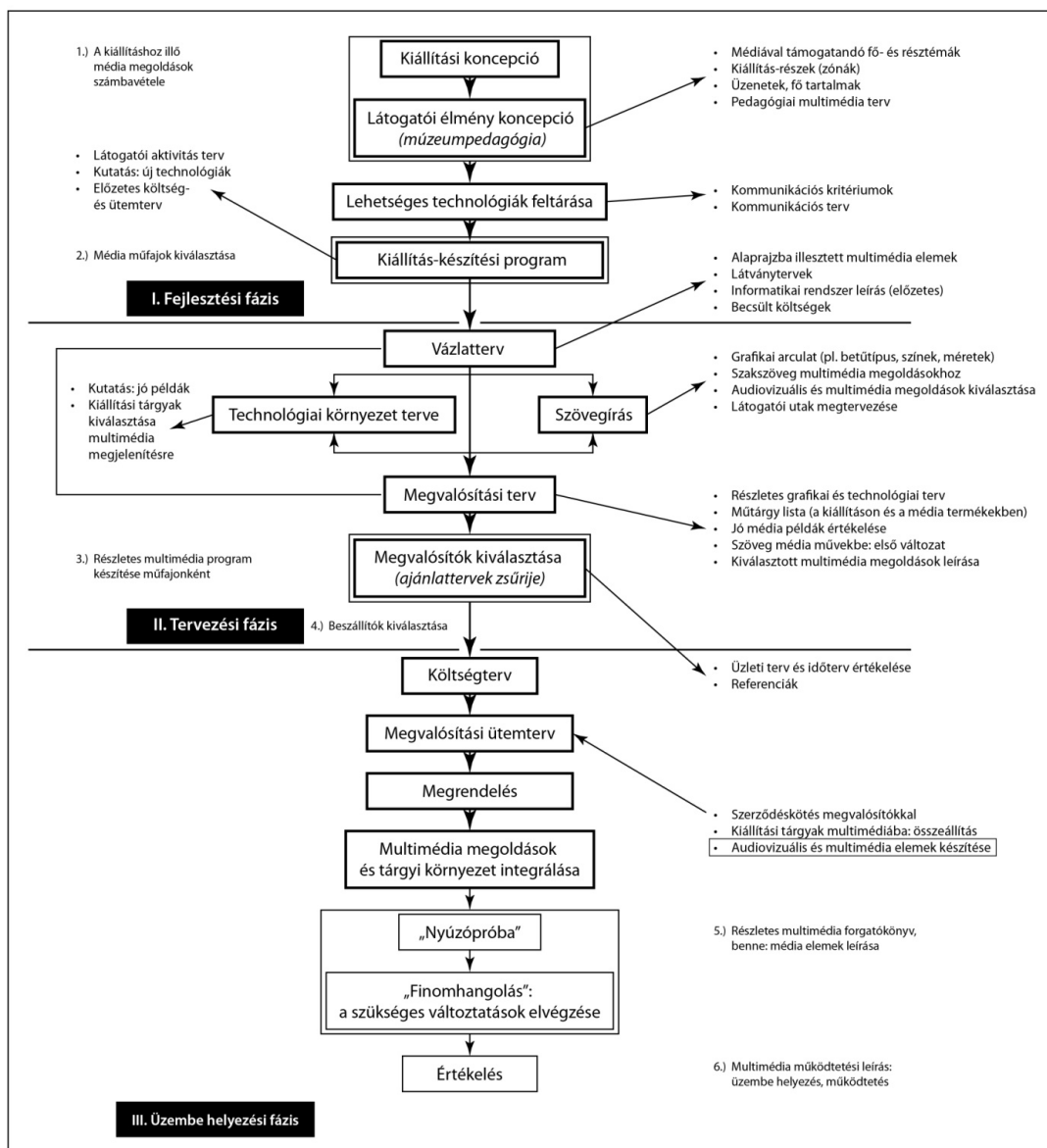
A budapesti Petőfi Irodalomtörténeti Múzeum új állandó kiállításán a párbajozó Petőfiről beszélgetnek hologrammal megjelenített barátai.

A springfield-i [Abraham Lincoln Presidential Library and Museum](#)-ban az Egyesült Államok történetének egyik legjelentősebb elnöke, Abraham Lincoln kel életre utolsó otthona és irodája eredeti tárgyi emlékekkel rekonstruált tereiben

¹³ Los Angelesben az [EPCOT Theme Park](#) látogatói kisvasúton járják be a prototípusként megjelenített új felfedezéseket, melyek közül sokat használat közben is kipróbálhatnak.

¹⁴ Az edinburgh-i [Scotch Whisky Experience Heritage Centre](#) (Skót Whisky Kulturális Örökségi Központban) futószalag viszi körbe a látogatót az ital készítésének hagyományos technológiáját bemutató műhely-tárlaton.

¹⁵ A filmművészet új technikai megoldásait próbálhatják ki – köztük az immár Budapesten is elérhető, mozgásos és hanghatásokkal kísért mozielőadást és a térhatású filmet – a poitiers-i [Parc du Futuroscope](#) (Mozgóképek Kalandpark) látogatói.



6.2. ábra: Egy kiállítás multimédia megoldásainak megtervezése (Van der Donckt és Callebaut, 2001, 7.8. ábra, 255. old. alapján összeállította K. A.)

A kiállítás technikai kiegészítői a tartalomtól függően szerény kísérői a bemutatónak – ilyenek a művészeti tárlatok, ahol az alkotás elé nem tolatkodhat az eszköz – vagy a téma megjelenítésében alapvető szerepet játszanak – ilyenek a történeti és természettudományos kiállítások, ahol a tárgyak önmagukban, a laikus nézőnek keveset mondanak. A múzeumi technológia tervezői egyre intenzívebben törekednek az interneten vagy a televízióban látható, film helyett inkább show-nak nevezhető programok utánzására. Hogy mennyire hitelesek, az a tartalmukat meghatározó muzeológusoktól függ, s hogy mennyire hatásosak, arról a kiállítás értékelésével nyerhetünk adatokat. Szerencsés módon maguk a technológiák is segítik ezt az értékelést, hiszen a látogatók viselkedése a kiállításon segítségével követhető. A digitális tárlatvezető eszköz alkalmas arra, hogy használatáról adatokat gyűjtsön: a látogató *digitális lábnyoma* – haladásának sebessége, a megtekintett (illetve a figyelmen kívül hagyott) tárgyak listája és az előttük eltöltött idő is pontosan dokumentálható.¹⁶ A konzolokból kinyert információkból kiderül, milyen adatok, szövegek és képek érdeklik az aktív látogatókat, akik nem sajnálják az időt a nézelődésen túli tájékozódásra.

¹⁶ A „digitális lábnyom” kifejezést az információs és kommunikációs technológiákkal foglalkozó közleményekben azokra a jelekre, nyomokra használják, amelyeket a felhasználó online jelenléte után maradnak, és amelyekből következtetni lehet a tevékenységére. (Pl. e-mail küldés, chat, blog, videó és képfeltöltő oldal használata stb.) Mi itt ezt a szót azokra a kiállításon végzett látogatói tevékenységekre vonatkoztatjuk, melyeket digitális eszközökkel dokumentálni lehet.

A multimédia megoldások tervezésénél a fontossági sorrend felállítása, a korábban bevált megoldások adaptálása, kísérletezés új megoldásokkal, a látogatói csoportok igényeinek és felhasználói képességeinek figyelembe vétele mellett, a szerzői jogok tisztázása (például a kiállítási anyaghoz kapcsolódó, de nem a múzeum birtokában lévő képek, szövegek felhasználása) és a fenntarthatóság – az eszközök folyamatos frissítése, gondozása – szintén fontos szempontok. A multimédia megoldások alapja a kiállítási tervhez hasonló forgatókönyv, amelyben a kommunikációs célok és a hozzájuk rendelt média elemek típusa, tartalma, és működési módja szerepel.

7. fejezet - Kiállítási terv: az üzenet(ek) lefordítása

7.1. Kétféle kiállítási terv: projektterv és forgatókönyv (Vásárhelyi Tamás)

Ha kiállítási tervről beszélünk alapvetően kétféle tervre is gondolhatunk. Az egyik egy kiállítás megvalósításának terve, a másik a kiállítás tartalmának, megjelenésének terve.

A kiállítás létrehozása (és ha a teljes ciklusra gondolunk, akkor üzemeltetése, bontása) lehet ötletszerű, alkalmi, vagy hosszú időn át gondosan tervezett tevékenység. Manapság egyre többször készítik a kiállításokat projekt formában, hiszen itt adva van a projektek négy alapvető kritériuma:

- adott határidőre (a megnyitó napja, a bontás napja, az elszámolás és jelentés napja is lehet a határidő),
- meghatározott erőforrások igénybevételével (ezen nemcsak a költségvetési kereteket kell érteni, ide tartozik a munkatársak száma, és a projektre fordítható munkaidejük mennyisége is, a már rendelkezésre álló források – tárgyak, bútorzat, fényforrások, printerek stb. – felhasználása is),
- meghatározott minőségű terméket kell előállítani (a minőségről bővebben az értékelésről szóló fejezetben lesz szó),
- és ezt nem a rutin munkahelyi szervezet végzi (rendszerint több részleg munkatársai dolgoznak egy ideig egymással, egymásra utaltan, de gyakori külső szakértő vagy közreműködő intézmény részvétele is).

Kis múzeumokban, házilagos kivitelben a negyedik kritérium nem feltétlenül teljesül, de ettől még lehet gondosan tervezett munkavégzéssel készíteni a kiállítást. A kiállítási projektről bővebben Vásárhelyi (2011), illetve Bereczky és Sággy (szerk., 2010) jegyzetében olvashatunk.

Kiállítási terv alatt tehát nemcsak a megvalósítás projekt-tervét érthetjük, hanem azt a tervet is, aminek alapján kiválogatják a tárgyakat, megírják a szövegeket, elkészítik a bútorzatot, kiépítik a világítást. Ha mindenre kiterjedő forgatókönyv készül, akkor ezek a rész-elemek abban mind szerepelnek. A forgatókönyv kialakulásáig azonban hosszú az út.

Itt meg kell állnunk egy percre. Ebben a könyvben elsősorban a didaktikus kiállítások rendezéséről írunk, amelyek a műszaki-természettudományi muzeológia területén lényegesen gyakoribbak, mint pl. az illusztratív kiállítások. Némely itt közölt elv és módszer jól beválik a társadalomtudományi és művészeti szakágakban is (legalábbis sokszor azt láthatjuk, hogy elemi kiállítási kommunikációs ismeretek elfogadó és következetes alkalmazása a befogadást sok néző számára megkönnyíthette volna), de nem állítjuk, hogy mindegyik. A kurátor egyben művész is lehet, nagyfokú autonómiával bírhat, a kiállítás egyben művészeti alkotás is, és még a „reál” területen készülő kiállítás rendezése sem didaktikus megoldások alkalmazása csupán. Nem vitathatjuk el Frank János igazságát, aki azt mondja „Mindenesetre a rendezést sehol sem tanítják: képesség kell hozzá, és nagyon nagy gyakorlat.” E kis kitérő után térjünk vissza az intézményes keretek között készülő kiállítások gyakorlatához.

Egy-egy új kiállítás valakinek vagy valakiknek az ötletével kezdődik. Az ötlet nem feltétlenül légből kapott. Kialakul egy koncepció. Amit már leírnak, az lehet először egy cím, vagy munkacím, vagy tematikai körülírás, de lehet mindjárt a koncepció, avagy tématerv is. A kifejezéseket keverten használják a szakirodalomban (és a múzeumi közbeszédben). A Magyar Természettudományi Múzeumban a szinopszis kifejezést vezettük be. Korek (1988, 184. old.) szerint a tématervnek tartalmaznia kell a kiállítás címét, helyét, a termék számát, annak meghatározását, milyen réteg számára készül a bemutató, illetve helyi vagy idegen érdeklődés kielégítését óhajtja-e, mondanivalót, a nevelési célt, a tartalmi tagolást, kivitelezési szempontokat (művészi és didaktikus vonatkozásaikkal együtt). Az általa javasolt melléklet, ami a teendőkre és időzítésükre vonatkozik, már átvezet a projekt-leírás elkészítése felé.

Vasáros (2010) a következőket javasolja a koncepció kidolgozásakor feltétlenül figyelembe venni:

- Az adott témafelvetés újszerűsége,
- a feldolgozási lehetősége, a téma befogadhatósága,
- az aktualitás kérdése,
- műtárgy és interpretáció aránya,
- potenciális helyszínek elemzése,
- a megvalósítás tervezett ideje,
- lehetséges partnerek, többhelyszínes koncepció felvetése,
- nemzetközi pozicionálás – tudományos érdeklődés,
- közreműködő szakemberek itthon és külföldön,
- bemutatható műtárgyállomány: hazai és/vagy külföldi kölcsönzések.

Miután napjainkban sok kiállítás csak pályázati úton szerzett támogatás révén valósulhat meg, tudomásul kell vennünk a pályázatot által megadott szempontokat, és oda aszerinti koncepciót kell készítenünk. A számítógépes szerkesztés egyik előnye, hogy az elkészült mű tetszés és szükséglet szerint alakítható, bővíthető, amíg el nem érkezünk a megfelelő változatig. Ugyanez érvényes a forgatókönyvre is.

A kiállítás egészét leíró forgatókönyv több lépésben készül, különböző szereplők hozzájárulásával. Van olyan múzeum, és van olyan kiállítás, ahol a tárgyak elsődlegesek, a tárgyak kiválogatása az első lépés. Muzeális intézmény esetén evvel terjedelmes dokumentációs munka járhat. Másutt először egy rövid tematikus vázlat készül (story-line), és a sokféle szereplő ehhez teszi hozzá azt, amit a saját lehetőségei, felkészültsége alapján várható tőle. Van, ahol az adott méretű időszaki kiállítási helyiség betöltése a feladat, és ennek rendelődnek alá a további lépések. Korek (1988) a forgatókönyv lényegét a következő módon mutatja be: „A kiválasztott tárgyi anyag, a tartalmában összeállított szemléltető anyag (fénykép, grafika, kiadvány stb.) összegyűjtése után kerül sor a forgatókönyv megírására. Használata a múzeumi területen a felszabadulás után honosodott meg, és szerkezetében a film forgatókönyvére hasonlít. A forgatókönyv a kiállítás tartalmi vezérfonala, amely magába foglalja a tárgyi anyag teljes felsorolását, a kiállításához felhasználandó segédletet, a mondanivaló megértéséhez szükséges teljes szöveget, a kiviteli elképzeléseket olyan formában, amint azt az író megjegyzései jelzik a rendezőnek egy jelenet beállításánál. A forgatókönyv tematikai egységekben kerül megírásra, formájára hasábos beosztást használnak. ... Az első hasáb tartalmazza az eredeti tárgyakat, legyen az két- vagy háromdimenziós. Szükséges a méretek közlése, hogy a kivitelezésnél számíthassunk a tárgy terjedelmére. A második hasábra a kiállítási segédletek kerülnek: így a témakörhöz tartozó valamennyi fénykép, térkép, vázlat csakúgy, mint a különböző grafikák... Ide, vagy a következő hasábra kerülnek a téma kivitelezésére vonatkozó utalások, gondolatok, utasítások. A harmadik hasábra kerül a felirat...” Számítógépes korunkban már máshogy gondolkodunk erről a szerkezetről, de a lényeg nem változik. A fenti alapstruktúrát tekintjük logikai vázlatnak. A forgatókönyv tagolására, formájára nézve sokféle helyi gyakorlat ismert. Vasáros (2010) a három hasábos forgatókönyvet tartja megfelelőnek, de nála az első hasábra vannak a tematikai egységek címei és a hozzájuk tartozó szövegek, a másodikban a tárgyak megnevezése és legfontosabb adataik (pl. méret, leltári szám, őrzési hely stb.), a harmadikban pedig a különféle instrukciók (pl. műtárgyvédelem, kiállítási pozíció, multimédia-támogatás). Az MTM-ben az egyes tartalmi egységeket decimális számozással látjuk el, és ez egyszerűsíti a róluk való kommunikációt, a különböző helyszíneken, különböző időpontokban dolgozó személyek munkájának összehangolását. Nagy kiállítások esetén ez lehetővé teszi, hogy kétféle leírás is szülessen, egy technikai forgatókönyv, utalásokkal a sok tárgyi információra és szövegre, és egy teljes.

<p>1.1.2. A rovarok egyedfejlődése – általánosságban Puskás G. <i>Leírás:</i> Az előző fejezet rész mellett kialakított interaktív egység, amelyen bemutatjuk a rovarok 3-féle egyedfejlődési típusát 3 grafikán, jelezve, hogy a rovarok nemcsak az imágója "rovar".</p> <p><i>Játék:</i> A rovarok egyedfejlődése [227] Vizszintesen 3 részre osztott forgatható henger vagy háromszöghasáb, melynek egy-egy oldala egy-egy fejlődéstípus. A három osztott rész összeforgatható (a rajzok összepasszolnak).</p> <p><i>Installáció:</i> posztamens <i>Karikaúra:</i> A rovarok 3-féle egyedfejlődése</p> <p>Tárgyszöveg (a rovarok sajátos fejlődéséről általában)</p> <p>Tárgyszöveg</p> <p>Tárgyszöveg</p>	<p>A megtermékenyített nőtény petét rak, ebből lárva bújik ki, ami táplálkozik és többszöri vedlés során növekszik. Ha alakja és életmódja a kifejlett rovarehöz (imágo) hasonló és csupán a szárnyak és ivarszervek fejlettségében különbözik attól (pl. a sáskák, szöcskék, csótányok, filbmászók, kabócák, poloskák, tetvek esetében), az egyedfejlődést <i>kifejlődés</i> nevezük.</p> <p>A megtermékenyített nőtény petét rak, ebből lárva bújik ki, ami táplálkozik és többszöri vedlés során növekszik. A kérészek, alkerészek, szitakötők lárvái az imágóktól eltérően vízben élnek és lárvális szerveket (pl. kopoltyúk, szitakötők fogóalcaja) hordoznak, fejlődésük <i>árvízis</i>.</p> <p>A megtermékenyített nőtény petét rak, ebből lárva bújik ki, ami</p>
--	---

7.1. kép: Forगतókönyv részlete. Az adott kiállításrészben megjelenő minden lényeges elemet tartalmaz.

A nagyon kis múzeumok és intézmények kivételével a kiállítás mindig több szereplő közreműködésével készül. A nagy kiállítások jó része projekt formában valósul meg, és ez eleve feltételezi a több közreműködőt, többféle hozzájárulást. Mit jelenthet ez egy több múzeum által készítenő időszakos kiállítás esetén? Igazán nagy projekteknél általában megbíznak egy projektvezetőt, akinek csak az a dolga, hogy a közreműködők munkáját szervezze, irányítsa, és mellette van szakmai vezető is, aki a kiállítás tudományos tartalmának szakértője. A muzeológusok tudják, hogy milyen tárgyak vannak a gyűjteményekben, amikkel a kiállítás mondanivalóját alá lehet támasztani. A restaurátorok, preparátorok rendbe, kiállítható állapotba hozzák ezeket a tárgyakat, esetleg másolatokat, makettekét készítenek. A művészeti tervező kidolgozza a látványtervet, esetleg a kiviteli tervet is. A közművelődési szakemberek végzik az előzetes felméréseket a várható (vagy megcélzott) közönség körében, és figyelmük van arra, hogy a kiállítás a célközönség számára befogadható legyen, a kiállításban lehessen majd közművelődési munkát végezni. Sokszor ők tervezik a kiállításvezetőt, a foglalkoztató kiadványokat is. A marketingesek dolga arra figyelni, hogy a kiállítás növelje az intézmény ismertségét, javítsa vagy támogassa imázsát, és sok látogatója legyen. Utóbbi szempontból a cím, és a reklámokban is megjelenő grafikai arculat korántsem közömbös. A bútorzat tervezése, kivitelezése, a világítás tervezése és kivitelezése más-más szakértelmet és kapacitást kíván. Kiállításokként változik, hogy milyen szereplők, milyen felhatalmazással (befolyásolási képességgel) vesznek részt ebben az összetett folyamatban. Minderről a közönség általában nem sokat tud, amikor megérkezik, és elmerül „a múzeumban”¹.

7.2. Az üzenet lefordítása (Vásárhelyi Tamás)

Nem közömbös, hogy a múzeumi gyűjteményben finom ezüsttárgyak vagy működőképes lokomobilok, gőzgépek, traktorok vannak-e, ősnymotatványok vagy plakátok, orvosi műszerek vagy asztalos-szerszámok, madártojások vagy *Fabergé*-tojások. A múzeumok természete már olyan, hogy a tárgyak jellege némileg megszabja azoknak az üzeneteknek a körét, amelyeket az ott dolgozó szakemberek kiagyalhatnak, és viszont, egy eltervezett üzenet közvetítését a rendelkezésre álló tárgyakkal akarják majd megvalósítani.

A második fejezetben láttuk, hogy egy tárgy, aszerint, hogy milyen tárgykörnyezetbe helyezük, illetve milyen kiegészítő információval látjuk el (képek, grafikák, szövegek), más-más jelentésű lehet. Erre nézve szerző legmegragadóbb élménye Nagy Judit textilművész kiállításának megnyitása volt. A művésznő nagyméretű, állatokat, reneszánsz tájakat is ábrázoló gobelineket állított ki a Magyar Természettudományi Múzeumban, és a megnyitóhoz egyszerű ételekkel megrakott, de reneszánsz pompát idéző asztalokat rendezett be barátaival. Az asztalon kitömött madarak, díszes fécánok is voltak dekorációul. És elkérte azt az óriáskígyót, azt a kockás pitont, ami kiállításunk egyik nagy becsben tartott darabja. A hatalmas példányt Xántus János természetvizsgáló és néprajzkutató gyűjtötte a 19. században, Öry Sándor kitűnő állapotpreparátor készítette el látványosra a 20. században. Az ilyen példányokat minden természettudományi múzeum nagy becsben tartja a tudományos és az oktatási értékük, jelen esetben a tudománytörténeti és esztétikai érték miatt is.

¹ Gyakori, hogy még a nem múzeumi intézmények kulturális bemutatóit is „múzeumként” élik meg, említik a hátteret nem ismerők.

Nagy Judit a kígyó egyik görbületébe egy szép piros almát helyezett. Ettől a példány jelentése azonnal és teljes egészében megváltozott: bibliai szereplővé vált, az Ószövetség szerint az emberiség sorsát alapvetően megfordító szörnyeteg megtestesítőjévé. Mindezt egyetlen almával érte el.



7.2. kép: Egyetlen különbség van a két kép között. Megtalálja? Ugye, hogy jelentésváltozást okoz ez a kis változtatás? Ugyanezt egy citrom nem tenné. (Fotók: Vásárhelyi Tamás)

Az alábbiakban több képet bemutatunk, amelyek tárgyaknak más tárgyak általi jelentésváltozását ábrázolják.



7.3. kép: Egy léghajó kosara önmagában is érdekes lehet, de még egy gipszbábú is emberi kontextusba hozza. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



7.4. kép: Nehéz elképzelni ennek a parányi lényeket bemutató életképnek a valós dimenzióját, még a lóhere levele sem igazán segít, mert nem ilyenek ismerjük, de a söröskupak – az igen. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



7.5. kép: A bogarak sokféleségét bemutató szokványos vitrinbe helyezett, és ott a látványt hatalmasan uraló autógumi. A szöveg azt magyarázza, hogy bizonyos bogarak teste olyan kemény, hogy az autó alatt sem lapulnak el. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



7.6. kép: A Duna part kagylóit bemutató vitrint „megbolondítja” az otffelejtett lila strandpapucs. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



7.7. kép: A csontváz, ölében az anatómia könyvvel, az alaktani avagy csonttani jelentőséget hangsúlyozza. A Magyar Természettudományi Múzeumban kiállított csontváz, nagyjából Rodin Gondolkodójának pózában egészen más jelentést hordoz. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



7.8. kép: A herbáriumi lapok elvont tudományosságába a készítő személyét, a herbáriumokkal való foglalatosság módját hívja be a kézi nagyító. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



7.9. kép: A félig felfűrészelt rönkfa minden szövegnél egyszerűbben magyarázza ennek a fűrésznek a működését. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



7.10. kép: Dino-fog, cápa fog, fűrészfogas kés. A tárgyak közösen generálnak jelentést. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



7.11. kép: Nem szándékos jelentésvesztés. Az izgalmas és szép kerékpár látványába beleront a túl közel helyezett poroltó készülék. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

A tárgyak környezete is súlyosan befolyásolja jelentésüket. A terembe zárt vitorlás hajó vagy repülőgép, a mozaikkockákon nyugvó tengeralattjáró említhető az egyik oldalon, a bársonnyal borított emelvényre helyezett ékszer, díszes talpazatra helyezett, csúcsfényel megvilágított szobor a másikon.



7.12. kép: A fáraóhangya nagyított makettjét a kockacukor halom helyezi konyhai kontextusba. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



7.13. kép: A hangszer kiállítás vitrinjének üveg mögötti statikus tárgyai mintegy megelevenednek azáltal, hogy némelyiket a nagyzenekar háttérfotójába helyezik be. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

A vitorlás hajó zárt téri bemutatását több tényező indokolhatja: az, hogy nincs a múzeum mellett olyan víz, amin úszna, és ahová kiköthető lenne, az, hogy így tartósan védve van a korhadástól, időjárástól, az, hogy így nincs szükség külön személyzetre. Mindezek ára azonban, hogy az árbc messziről hívogató integetése, a hajó fensége, az imbolygás izgalma elvész. A muzealizált tárgyak jelentésvesztéséről, jelentésváltozásáról könyvtárnyi irodalom született már, érdeklődőknek ajánlható pl. Fejős Zoltán Tárgyfordítások c. könyve (Fejős, 2003).



7.14. kép: A nagyszerű vitorlás a tengeren a suhanó elegancia szimbóluma lehet, itt azonban, börtönbe zártan, kiállítási tárggyá, sőt, demonstrációs eszközzé minősül vissza. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



7.15. kép: A vitorlás hajó árboca és vitorlája a felső szint repülőgépei közé nyúlhat fel, valamennyit megőrizve a széllel haladás illúziójából. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

A kiállítási környezet meghatározó jellegére nézve érdekes példa lehet a bécsi Naturhistorisches Museumé. Az épületet eleve természettudományi múzeumnak építették, sőt, egyes nagy termek díszes freskóinak témája az ott bemutatni kívánt témákkal kapcsolatos. A berendezés a 19. század első felének tipikus bútorzata: sötétbarna fávázú, üvegezett vitrinek, a legkülönbözőbb méretekben, hogy apró kristályok vagy nagy krokodilok is védetten, rendszertani besorolás szerint pihenhessenek bennük, és jól láthatóak is legyenek a nappali világosságban. (Az ásványtani kiállításba csak nemrég vezették be a villanyt!) Az épület is, a bútorzat is műemlékvédelem alatt áll. A 20. század végén az a feladat állt a múzeum előtt, hogy az egészen más viselkedési szokásokkal és elvárásokkal érkező ősök számára tervezett külsőségek közepette látványos, modern, didaktikus, aktivizáló, sőt, több elemében interaktív kiállításokat rendezzen be. Az ilyen stílusú bútorzat, nem kötelezi a készítőket, hogy korabeli legyen a kiállítás stílusa is. Sikerült mai értelemben lebilincselővé varázsolniuk a klasszikus tereket.



7.16. kép: A bécsi Naturhistorisches Museum ásványkiállítása igazi „múzeum a múzeumban”. Néhány éve vezették be a villanyt. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



7.17. kép: Hiába szépek, tarkák a lepkék, ez a bemutatás sok látogató számára unalmas. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



7.18. kép: A kígyók termében a vitrinek fölött a falakon óriáskígyó-csontvázak tekeregnek, a vitrinekben pedig a kígyók kultúrtörténetéből is kapunk ízelítőt. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

Az ELTE Ásvány- és Kőzettáranak klasszikus múzeumi belsőként megépült berendezése ugyancsak védettséget kapott, és a Múzeum körútról való átköltöztetés úgy történhetett, hogy a Lágymányosi épület mellett megépítették számára a korábbi folyosó mását, amely teljes egészében befogadja a gyönyörű, muzeális értéket.



7.19. kép: Az ELTE TTK Természettudományi Múzeuma Ásványtárának védett bútorzata a 19. századból. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

A bécsi Naturhistorisches Museum 19. századi bútorzatáról vette a mintát a gyöngyösi Mátra Múzeum a 21. században. A szakmai vélemények megoszlanak abban a tekintetben, hogy ez helyes volt-e. Év Múzeuma díjat kapott a múzeum, miközben elmarasztaló kritika is született, amely ezekről a kérdésekről kicsit bővebben is ír (Vásárhelyi 2010). Itt a 21. századi geg, az épületbe épített, 3 emelet magas, lombozatos tölgyfa és a klasszikus bútorzat kontrasztja nagyon érdekessé teszi az összehatást. Ugyanakkor az előző üzenete (alapvetően ökológiai jellegű, a talajsínt illetve a lombkoronaszint élővilága más) és a vitrinek üzenete (az állatok klasszikusan rendszerbe illeszthetőek) üti egymást. A következő négy kép ezt a kiállítást mutatja.



7.20. kép: Izgalmas látvány az áttört mennyezeten át az „égbe” nyúló tölgyfa. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



7.21. kép: A harmadik emeleten akár át is sétálhatunk a lombkoronán, beleshetünk a madárfészekbe. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



7.22. kép: A 19. századi vitrinek mintájára legyártott új bútorzat idegenül is hat, és magassága figyelmen kívül hagyja a gyermeklátogatók szemmagasságát. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



7.23. kép: Az előző vitrin anyaghasználatával és színvilágával készített modern, körbejárható vitrin remek, látványos eleme lett a kiállításnak. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

Nagyon szerencsések azok a bemutatások, ahol az épület, a bútorkészítés, a tárgyak együttesen, egymást erősítve vagy kiegészítve hordozzák az alkotók üzenetét. Egy természetbarát és egy techno megoldást mutatunk be képeken: a Nemzeti Botanikus Kert (Vácrátót) Berkenye Házát és a BMW Welt (München) kiállítását.



7.24. kép: Eklektikus, de kisméretű, emberléptékű épület fogadja be a természetről, ökológiáról szóló kiállítást. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



7.25. kép: A tájékoztató információ egy része stilizált fán, annak levelein van elhelyezve. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



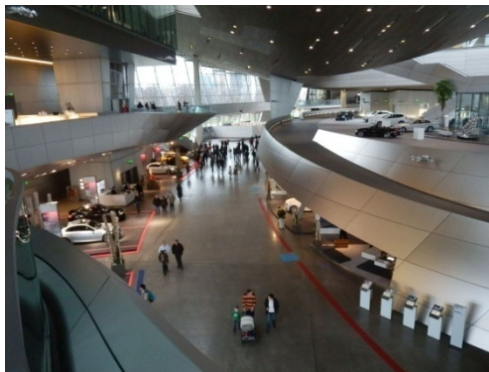
7.26. kép: Az egyszerű, nyers színű, lakkozott fa bútorok a nemes nyersanyagot mutatják be nekünk. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



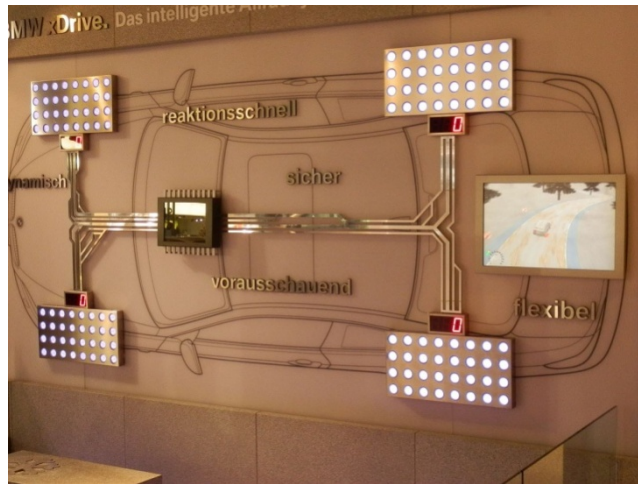
7.27. kép: Az interaktív egységek, a játékok általában szintén természetes anyagokból készülnek. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



7.28. kép: Ez a panel is közvetíti a Berkenye Ház üzenetét: ugye te leszel majd a biológiai sokféleség őre? A fedél felnyitásakor a tükörben a gyermek önmagát látja, a többi híresség: Kitaibel, Durrell mellett. (Fotók: Vásárhelyi Tamás)



7.29. kép: Az előző sorozatban bemutatott épülettel és kiállítással szemben a „BMW Világ” épülete hatalmas, impozáns, egy autóiipari nagyhatalom reprezentatív területe. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



7.30. kép: Már a pusztá szavak is súlykolják belénk a márka tiszteletét: reakciósebesség, biztos, rugalmas, előrettekintő, dinamikus. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



7.31. kép: A csillogó, precízen megmunkált fémek, a bonyolult szerkezetek újra és újra a szemünk elé kerülnek. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



7.32. kép: A kiállítás egyik üzenetét ez az ál-enteriőr közvetíti: a fekete hatalmas autó mögött kandalló, oldalt nagy, polgári zongora, és itt halk klasszikus zene is szól. Az üzenetet szerző így dekódolta: „BMW-t birtokolni nagyszerű élekezés, a gondtalan gazdagság tudata és élvezete”. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

A kiállítások tervezésénél az üzeneteket befolyásolják a fent említett tényezők, és mintegy keretet adnak az üzenetek lefordításának is. Még a frissen festett, hófehér vagy tört fehér falú, üres galéria is jelentős vizuális hatást jelenthet. A tervező vagy egyre inkább tervező team felkészültségén, kreativitásán is múlik, hogy a kötöttségek közepette hogyan birkózik meg a feladattal. És nemcsak a feladatra kell gondolniuk, hanem a leendő látogatóra is. Ami a

készítők számára adottság, esetleg évtizedek óta megszokott körülmény, merőben új, tetsző vagy ellenszenves lehet az először érkező látogatók számára, így máshogyan befolyásolhatja a *megértett* üzenetet.

Feladat 1:

Állítsa időrendi sorrendbe a kiállítás-készítési projekt során felmerülő feladatokat, írja a lépések elé a sorszámukat.

- Forgatókönyv készítése
- Bútorzat építése
- Szövegek lektoráltatása
- Tárgyak behelyezése
- Megnyitó szervezése
- A kiállítás bontása
- Bútorzat terveztetése
- A bútorzat minőségellenőrzése
- Költségvetés elfogadása
- Kiállítási javaslat elfogadása
- Szövegírás

Feladat 2:

Beszélgessen legalább három kívülállóval arról, mit tudnak egy nagyobb, általuk látott kiállítás készítőiről. (Nem kell ugyanannak a kiállításnak lennie, és nem árt, ha a kérdező a fenti elméleti háttéren túl tud valamit a konkrét, a beszélgetés tárgyát képező kiállítás háttéréről, bár neki a kérdezés a szerepe.) Néhány szempont:

- Hány, milyen intézmény áll a kiállítás mögött, mi volt a szerepük?
- Ki volt a rendezője? Ki vagy kik tervezték? Vajon hogyan folyik a tervezés?
- Ki az a kurátor, és mi a feladata? (A kifejezés néhány éve harapódzott el a hazai kiállítás-készítési gyakorlatban.)
- Mit jelentett, milyen munkafolyamatokat kívánt a kivitelezése, azaz az adott teremben való felállítás?

Feladat 3:

Tervezze meg ennek a 3 m hosszú, 1,5 m széles, 3,6 m magas tárgynak a helyét egy beltéri kiállításban. Készítsen vázlatrajzot a tervhez.

Milyen teherbírású födém szükséges hozzá, és hogyan lehet bevinni a terembe? Talapzatra állítja? Mekkora teret szán neki, hogy jól érvényesüljön (mindhárom dimenzióban)? Milyen háttérrel szán neki (ha nem körüljárható)? Hogyan világítaná meg, mekkora fényerővel, milyen irányokból? Mit írna mellé? Milyen közel engedje a közönséget, és azt hogyan jelzi? Használna plakáton is a képét?



7.33. kép: Mamut szobra a brüsszeli Királyi Belga Biológiai Intézet (múzeum) előtt. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

7.3 Együttműködési formák, feladatok az alkotói teamben, kiállítási rész-projektek (Gaul Emil)

Az együttműködésről és a tervezésről

A kiállítás létrehozásában számosan vesznek részt. A mai műbefogadási felfogás szerint a legfontosabb közreműködő maga a *néző*, aki a fejében újra felépíti a saját olvasatát, a saját kiállítását. Érdekes szakmai kérdés, hogy ez a képzeletbeli kiállítás, ez a *musée imaginaire* (André Malraux, 1947) milyen mértékben tér el a kiállítást megálmodó alkotócsoport elképzelésétől. Hogy továbbra is a végéről fejtsük vissza a közreműködők sorát, következzenek a *kiállítás kivitelezői*, építői, az asztalosok, lakatosok, villanyszerelők festő-tapétások, és nyomdászok. Ha úgy is nevezzük őket, hogy „kivitelezők” tudnunk kell, hogy ezer ötlet kell egy-egy újszerűbb elképzelés megvalósításához. És ha éppen rutin feladatról van is szó, akkor is fontos, hogy érezze a kivitelező a tervezők szándékát, mert ha nem, akkor az üzenet csorbát szenved. Ha mondjuk, mediterrán hangulatot akarunk kelteni, és azt kérjük a kőművestől, hogy rusztikusan dobja fel a habarcsot, hát nem mindegy, hogy kínzott felületet, vagy virtuóz frissességűt kapunk. Nos, ezért jól válogassuk meg a csapatunkat, és ha már összeállt, akkor minden egyes tagot becsüljünk meg. A jó csapatszellem át tud segíteni a nehézségeken, a bizalom légkörében mindenki a lehető legjobbat hozza ki magából.

A kiállítás alkotói, hasonlóan a reklámügynökségek munkájához, több szakterület tudását birtokolják. Az alap gondolat, legyen az tudományos közlemény, művészi mondanó, vagy hétköznapi ismeret, az adott szakterületnek megfelelő megfogalmazásban áll rendelkezésre. Az alkotók feladata ezt úgy átfogalmazni, hogy a célközönség számára közérthető legyen, sőt élményt nyújtson, a felfedezés, az újra alkotás érzését keltse, vagy például olyan élmény kerítse hatalmába a nézőt, hogy lám, milyen ügyesek is vagyunk mi emberek. Ha szét lehet választani az alkotók feladatát, akkor „tanári” és művészi alkotóelemeket különböztethetünk meg. A jó tanár tudja, hogy mit tud a diák, esetünkben azt, hogy milyen meglévő tudással érkezik a látogató, és a magyarázatot és bemutatást ott kezdi ahol a látogató biztos tudása véget ér. És az is tudja a kiállítást kommunikáló szakember, hogy mi az a beszédmód, ami a legközelebb áll a látogató észjárásához. A kommunikáció módját, csatornáinak kombinációját, árnyaltságát (Bernstein²) tehát a befogadó közeg kommunikációs stílusának megfelelően választjuk meg (lásd: kommunikáció című fejezetünk). A kommunikáció stílusa a szociológiai osztályozáson túl, szakterületenként is eltérő lehet, mint ahogyan ezt Christopher Alexander építész és teoretikus egy munkájában³ látjuk, amikor a háztető szerkezetének három kommunikációs formáját mutatja be: az egyik a bölcsész, akinek a folyó szöveg az eleme, a másik a természettudós, akinek a képletekkel és egyenletekkel megszakított szöveg a jól érthető, a harmadik a mérnök, akinek szavakkal és számokkal tarkított metszetrajz áll kézre. A kiállítás nagyon ritkán készül szűk célcsoport számára, ezért a nyelve, megformálása közérthető kell legyen.

A tény közlése, amit egy nyomtatvány szövege biztosít, elemi lehetőség. Ennél a kiállítások általában többet tudnak, hiszen rendelkezésükre áll egy bizonyíték, a tényhez kapcsolódó tárgy bemutatása. A tárgy, vagy annak képe elhithető erővel rendelkezik: „ezt nem csak mondják, létezik is”. A közölt tény és a bizonyításul bemutatott tárgy megértéséhez és beépítéséhez képzelőerő és nem kis energia kell. A felismerést, a közleményben rejlő többlet információ megértését segíti elő, ha azt tipikus környezetbe ágyazva mutatjuk be. Helytörténeti gyűjteménynél

² Bernstein, B., (1971): Társadalmi osztály, nyelv és szocializáció. *Valóság*, 11, 47–57

³ Christopher Alexander (1977): *Pattern language*. Oxford University Press

ilyen például a korabeli szoba összeállítása, ami az akkori életet idézi meg. Vagy ilyen egy tudományos kísérlet bemutatása, esetleg technológiai eljárás felidézése. A lényeg abban áll, hogy a közölni kívánt tény már részben ismert tények és összefüggések környezetébe kerül és így, azok hálójában könnyebb megérteni. Olyan ez, mint amikor egy mondatban találunk egy idegen szót, és a többi szó és az ismeretlen kifejezés mondatbeli helyzetéből kitaláljuk a jelentését. A kontextus megadásán kívül lehetőségünk van arra is, hogy ne pusztán tényt közöljünk, hanem azt metaforikus, művészi formába öntsük. A forma ereje élménnyé teszi a találkozást, és mint tudjuk az élmény az, ami utat talál a fejünkhöz és a szívünkhöz, és az, amin keresztül a tényekre is emlékezni tudunk. A művészi forma valamennyi ágát igénybe vehetjük: a költőt, a zeneit, a képzőművészetit és az építészetit is.

A művészi eszközök hatásos felhasználására egy példát mutatunk be. A Terror háza (Budapest) egyik hosszú terme a száműzés, a deportálás felidézését szolgálja. A padlószőnyegbe beleszőtték a Szovjetunió térképét, azon haladunk (kiállítás látogatóként önszántunkból) Európa felől Szibéria felé. A két oldalfalon egymással szemben ablakok nyílnak, mintha egy vonat vagonjában lennénk, és odakinn „elsuhan” az orosz táj, először a lakott vidék, aztán a lakatlan szibériai erdők. A teremben fel-felerősödik a vonat kattogása, de sohasem szűnik meg: állandóan zakatol, állandóan távolít otthonról és visz a lágerbe. Amint látjuk, a térforma, a mozgás a térben, a képek, mozgóképek, hangok mind a száműzésre utalnak a rabszállító vagon metaforájával. A teljes kiállításról készült fotódokumentáció a tervező honlapján érhető el.⁴



7.34. kép: A Terror háza. Gulág. Kiállítás tervező: F. Kovács Attila építész, 2001.
(<http://www.iranymagyarorszag.hu/kepek/kep/nagy/307821i4.jpg>)

Visszatérünk a kiállítás alkotócsoportjának együttműködésére. A kiállítás terveinek elkészítése előtt szerencsés esetben rendelkezésre áll a kiállítás *szakmai (tudományos) koncepciója*, benne a megjelenítendő gondolat szövege, a gondolat alátámasztására szolgáló tárgyak és egyéb bizonyítékok: képek, adatok, valamint a célközönség megnevezése. Többnyire adottságként szerepel a helyszín, azaz az épület, annak világítása, a berendezési tárgyak: vendégfalak, tárlók, vitrinek. Ismeretes a kiállításra fordítható összeg is. Mindezek figyelembe vételével készül el a kiállítás terve. A legfontosabb, hogy az alkotó csoport, vagy annak egy tagja fel tudjon idézni egy *víziót*, amiben a lényeges mondanók konkrétan megjelennek, és elrendezésük, a megformáltság hangulata, üzenete alapvetően megfelel a látogatók befogadási feltételeinek. Olyan ez, mint egy álom, valószerűnek tűnik és erős érzelmi hatása van. Akár közösen szülik meg a víziót, akár egy valaki álmodja meg, ellenőrizni kell, hogy az alapkövetelményeknek megfelel-e (alapgondolat, tér, berendezés, világítás, feliratok, exponátumok, látogató, és a másik oldalon a költségvetés). Ha igen, akkor e víziót kell részleteiben megalkotniuk az egyes szakembereknek.

- Az építész építészeti tervet készít: az adott épületben kialakítja a látogatók útvonalát és elhelyezi a gondolatokat.
- A grafikus grafikai tervet készít: a szövegek könyv fejezeteit az építész által kialakított térbe helyezi, a vízió hangulatának megfelelően.

⁴ <http://www.attilafk.com/site.html>

- A tudós és az árurendező elhelyezési tervet készíti a tárgyaknak és egyéb exponátumoknak.
- Az építész gondoskodik a megfelelő világításról.
- A szakmai koncepció kidolgozója a vízióhoz és a térbeli adottságokhoz igazítja a szöveget

Amint elkészültek az egyes tervek, össze kell ülni, egyeztetni. Az alapgondolat hiteles megjelenítése, a vízió felidézése, az értelmi, hangulati egység megteremtése érdekében az építészeti, tárgyelrendezési, grafikai, világítási terveket egyben kell látni. Előfordulhat, hogy az előbbi szakaszban külön dolgozó szakemberek a saját eszközeikkel túlhangsúlyoztak, vagy figyelmen kívül hagytak valamilyen hatástényezőt. (Például a lényeges tárgy előtérben áll, és csak rá esik fény, így elszakad a környezetétől.) A megjelenítésnek ebben a szakaszában az építész játssza a fő szerepet, mert ő tartja fejen az összes követelményt és ő látja egyben a látogató szeme elé táruló térfolyam dinamikáját, és az egyes pontokon a hatótényezők együttesét. A gondolati, érzelmi, formai egység tulajdonképpen a kiállítás arculatát jelenti. Így, ha rátaláltunk, akár rögzíthetjük is, meghatározhatjuk formai elemeit, az emblémáját, a használt anyagokat, színeket, a betűtípust és annak méreteit. A szövegek stílusa is az arculathoz igazodik, továbbá a rendezők jelvénye, vagy esetleg formaruhája.

A nagy kiállítások rendezése során ajánlatos egyeztetési alkalmak az alábbiak:

1. A koncepció megbeszélése.
2. Térrelrendezés, építészeti terv.
3. Tárgyak elhelyezési terve, szövegek grafikai terve.
4. Kapcsolódó tennivalók: meghívó, meghívandók névsora, sajtóhír, sajtótájékoztató.

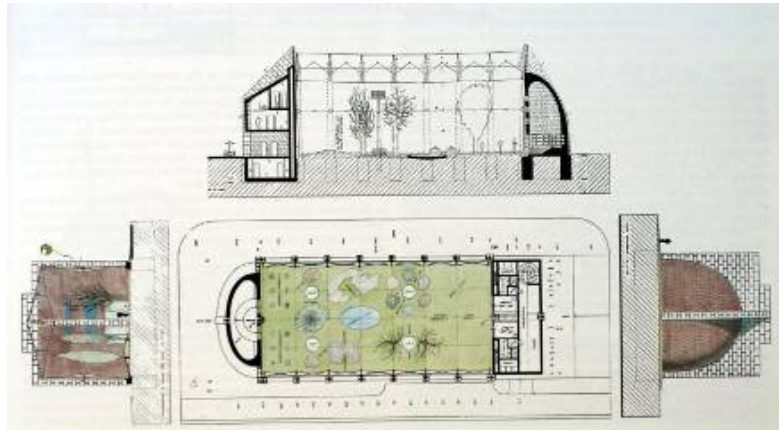
Kis kiállítások esetén előfordul, hogy egy személy látja el az összes rendezői, tervezői feladatot. Ekkor az elképzelések „összehangolása” természetesen nem jelent gondot, annál inkább a szerteágazó tervezői tudás megszerzése. Biztos ítélőkészség kell továbbá a kivitelezők javaslatainak elbírálásához is. És adott esetben egy tervrajz, vázlat alapján kell felidézni egy tér hangulatát. A kiállítás rendezőinek kicsit részletesebb feladatleírását mellékletben adjuk közre.

Mivel kiadványunk elsősorban a kisebb léptékű kiállítások rendezőinek szól, akiknek többnyire nincs lehetőségük felkészült építész, grafikus tervező megbízására, segítséget kívánunk nyújtani ahhoz, hogy jobban tudják ellátni szép munkájukat. Arra persze nincs módunk, hogy akár az építészeti, akár a grafikai tervezés alapjaival megismertessük az olvasót. Ezért néhány példát mutatunk be, kiemelve a megjelenítendő gondolat és a kiállítás-rendezés eszköztárához való kapcsolatát.

Példák kiállítási feladatok megoldására

Világkiállítás

A világkiállításokon a megjelenő nemzetek az alkalomhoz illően mutatják meg a témába vágó eredményeiket. Tehát ezek a kiállítások mindig a teljes nemzet reprezentációját jelentik, persze az azt képviselő vezetés, és a kiállítási szakemberek közvetítésével.



7.35. kép: Az 1992-es Sevillai Világkiállításra az Amerika felfedezésére induló hajók 500 éves évfordulója alkalmából került sor. A Magyar pavilon díjnyertes pályaműve a Lepkeház. Az építész Janáky István egy hatalmas röpdét álmódott, amit mindig megtöltenek a folyton kikelő lepkék. A költői látomás a szabadság és gyönyörködtetés érzését éppúgy felkelti, mint a természet és ember harmóniája iránti igényt, ami éppen az 1492-ben kezdődő újkor pozitívista filozófiája miatt bomlott meg. Végül egy másik terv valósult meg. (<http://epiteszforum.hu/galeria/lepke-ev-1991-es-cikk-kozvetlenul-a-lepkehas-fiaskoja-utan/43035>)⁵



7.36. kép: A Sevillai Világkiállítás Magyar pavilonja végül Makovecz Imre tervei alapján készült el, ami a mesés magyar népi hagyományra épül, külsejében egy héttornyú várat idéz. (http://m.cdn.blog.hu/he/hetibeton/image/miamagyar_sevilla.jpg) Benn a magyar történelem büszkeségei sorakoznak. A „gyökerek” fontosságát az üvegpadló alá helyezett fagyökér is aláhúzza.

Helytörténeti kiállítás

Egy helytörténeti kiállításon – a világkiállítással szemben – sokkal kisebb teret kell betölteni, például egy szobát. Szellemi téren is kisebb a feladat: itt egy kultúrkör világát, egy korszak életét kell felidézni holt tárgyakkal, a kort nem ismerő emberek számára, ami persze nem könnyű dolog. Ha csak egyes tárgyakat tudnánk kirakni, nehezebb lenne a dolgunk, de a tárgyakból összeállított együttesnek, valószerű szobaberendezésnek, üzletberendezésnek az életet megidéző ereje, hangulatteremtő képessége van, ami korabeli fotókkal és magyarázó szövegekkel együtt már elegendő élményt és ismeretet nyújt.

⁵ http://meonline.hu/wp-content/uploads/2011/11/Makovecz_Sevilla.jpg



7.37. kép: Helytörténeti Gyűjtemény, Bakonya(http://pecsikisterseg.hu/wp-content/uploads/2011/09/DSC_0688-2.jpg)



7.38. kép: Jánossomorjai Helytörténeti Gyűjtemény <http://janossomorja.hu/data/upload/muzeum02.jpg>

Didaktikus kiállítás

A kiállításoknak gyakran ismeretterjesztő feladatuk van, és ennek keretében nem elegendő csak kiállítani a tárgyat, mert az nem beszél önmagáért, a nyelv a félreérthetetlen kommunikációs mód. Esetenként az sem elég, ha a tárgyhoz feliratot készítünk annak főbb adataival, ki kell egészítenünk a számunkra fontos tudnivalókkal, sőt néha a szempontunkból fontos értelmezéssel is. Az alábbiakban egy olyan példát mutatunk be, ahol egy formatervezési kiállítás szép tárgyait a formatervezés céljának és értelmének magyarázatával is ellátták a rendezők, az Iparművészeti Múzeumban megrendezett Ipari formák a lakásban kiállításon, 1977-ben⁶.



7.39. kép „Világítás egykor...” Az előcsarnokban álló tárlóban gyertyák, mécsesek, távolban a sötét bejárat.

⁶ Rendező: Péter Márta, építész: Gaul Emil, grafikus: Kara György



7.40. kép: A sötét folyosó állomásainak az a szerepe, hogy megmagyarázza design szükségességét és előnyeit:

„Hogyan világítunk ma?” – UV lámpával életre keltett fluoreszkáló felirat. A csupasz villanykörte fényétől káprázik a szemünk. Jó fényű, gyönyörű iparművészeti lámpa, ami sajnos drága. Jó fényű és elfogadható áru formatervezett lámpa.



7.41. kép: A sötét folyosót követő fényárban úszó terem a kor magyar formatervezett bútoraival.

A megjelenítés módja

Magától értetődő követelmény, hogy a kiállított tárgyat jól lehessen látni. Ennek érdekében hozzák közel az apró tárgyak vitrinét, és világítják meg az exponátumokat. (A műtárgyvédelmi szabványok korlátozzák a szerves anyagú tárgyakat rongáló túl erős fényt.)



7.42. kép: Beatrix hozománya – Az itáliai majolikaművészet és Mátyás király udvara. Iparművészeti Múzeum, Budapest, 2008. március 26–június 30. (<http://www.imm.hu/files/images/1074.jpg>)

A megjelenítés egyik leghatásosabb módja a megelevenítés, amikor élő emberek idézik fel az adott kort. A megelevenítés, másik módja az interaktivitás, vagyis a kiállítás látogatók aktivizálása, hiszen tevékenység közben lehet valamit a legjobban megtapasztalni, elsajátítani. A müncheni Deutsches Museumban a közlekedési eszközök között repülőgépek is ki vannak állítva. A rendezők érzékelteni akarták, hogy mitől olyan erős a hatalmas terhet hordó vékony szárny. Ennek szemléltetésére a félbe vágott szárny elé félméteres, de egyforma vastagságú alumínium

csöveket, L, U, T metszetű rudakat helyeztek oly módon, hogy a látogatók hajlíthatták, csavarhatták kedvük szerint és így érzékelték, melyik profil a legerősebb.



7.43. kép: Főúri életmód a XVII–XVIII. században. Nagytétényi kastély múzeum 2012. március 17–május 21. (<http://www.imm.hu/files/images/1034.jpg>)



7.44. kép: Elektrotechnikai Múzeum, rendhagyó fizikaóra 2012. (<http://images.magyarmuzeumok.hu/fizikaora.jpg>)

A történeti hitelesség kérdése

A közgyűjteményeinkben gyakori az a helyzet, hogy a műtárgy összetört, és csak darabjai állnak rendelkezésre. Ám a kiállítás látogató nem a pusztulására, hanem az életére és virulására kíváncsi. Nincs problémánk, ha egyértelműen rekonstruálható a darab, mert a rekonstrukció tényét feltüntetve kiállítjuk a másolatot. Ám mit tegyünk, ha nem tudjuk bizonyosan, hogy miként is nézett ki? Ilyen helyzet állt elő Mátyás Visegrádi palotája kapcsán is, nem maradt fenn hiteles ábrázolás a Herkules kutat körülvevő épületről. A muzeológusok végül úgy döntöttek, hogy egy olyan udvart építtetnek meg, ami akár állhatott is, vagy valószínűleg ehhez hasonló állt.



7.45. kép: A visegrádi Herkules kút (1484. Giovanni Dalmata) és a „rekonstruált” palota udvara.
(http://www.museum.hu/photo/visegrad/matyaskiraly/images/0559_p0828_maxi.jpg)

Mellékletek

A kiállítás-rendező feladatai

1. A kiállítás koncepciójának elkészítése.
2. A közreműködő szakemberek felkérése.
3. A kiállítás helyszínének kiválasztása, a műszaki rajzok beszerzése.
4. Kiállítandó tárgyak listájának elkészítése méretekkel, egyéb tudnivalókkal.
5. Kiírandó szövegek összeállítása: kiállítás címe, impresszum, bevezető, alcímek, leírások, tárgyfeliratok.
6. Kiállítandó képek összeállítása.
7. Közreműködés a vízió kialakításában.
8. A tervegyeztetések megszervezése.
9. A tervek alapján a hiányzó elemek beszerzése, legyártatása.
10. A kiállítás megépíttetése, a grafikák felhelyeztetése, a tárgyak elrendeztetése.

Az építészeti terv készítésének vázlatja

1. Az épület alaprajzának megszerzése, elkészítése $m = 1:50$ léptékben (a valóság 1 métere 2 cm a rajzon).
2. A kiállítandó tárgyak, alaprajzának elkészítése $m = 1:50$ léptékben.
3. A tárgyak „beprobálása” vázlatos elhelyezése az alaprajzon, annak felderítésére, hogy elfér-e, vagy sem az adott területen.
4. A kiállítás koncepciója alapján a vízió megálmodása. (Itt nem csak térelrendezésre vonatkozik a vízió, hanem a teljes környezet komplex hatására, anyagokkal, fényekkel, színekkel, képekkel, tárgyakkal, mozgással, mindennel együtt.)

5. A legtalálhatóbb vízió kiválasztása a kiállítás rendezőjével, grafikusával.
6. Alaprajzi változatok készítése a kiválasztott elképzelésre.
7. A legjobb változat kiválasztása.
8. Építészeti (falak, ajtók), tárgyelrendezési, grafika elhelyezési és világítási elemeket tartalmazó terv alaprajzban és falnézetekben $m = 1:50$ léptékben.
9. Tervegyeztetés a rendezővel, grafikkussal.
10. Kiviteli tervkészítés alaprajzzal, falnézetekkel, továbbá $m = 1:10$, $1:5$ léptékű részletrajzokkal a kivitelező számára.

A grafikai terv készítésének vázlata

1. A kiállítás koncepciója alapján a grafika stílusának, világának kitalálása, javaslat az ábrázolásmódra, színek használatára, betűtípusra.
2. A vízió egyeztetése a rendezővel, építésszel.
3. Az elfogadott építészeti terv és szövegfordatókönyv alapján a grafika megtervezése.
4. A grafika kivitelezésének művezetése.
5. A grafikák elhelyezése a kiállítás helyszínén.

A tárgyak elrendezése

1. Az elfogadott építészeti terv alapján tárgy-elrendezési terv készítése.
2. A tárgyak bemutatásához szükséges kellékek kitalálása, elkészítése az építésszel együttműködve.
3. A tárgyak elrendezése a kiállítás helyszínén.

8. fejezet - A kommunikációs csatorna elemei (Vásárhelyi Tamás)

Az első fejezetekben volt arról szó, hogy a kommunikáció során a küldő az üzenetet a kommunikációs csatornán keresztül küldi, azon keresztül jut el a fogadóig, és néhány tényezőt is említettünk már, amelyek a kommunikáció részét képezik. Nagyon képszerű ez a csatorna kifejezés, láttuk azonban, hogy valójában a kommunikációs csatorna nem egyszerű vályú vagy cső, hanem nagyon összetett képlet, annyira, hogy még a „multiszenzuális” kifejezés sem írja le teljességében. Most megpróbáljuk szálaira, összetevőire bontani, szétszedni, és az egyes elemeit röviden, külön-külön bemutatni, hogy lássuk, mi minden hat abban a folyamatban, amelynek során kialakul „a múzeumi élmény”. A témával kapcsolatos ismereteket olvashatunk Korek (1988) munkájának 180–203. oldalán, Frank (1992) több fejezetében, Puczkó és Rátz (2000) könyvének leginkább a 184–190. oldalán, Vasáros (2010) könyvében több helyen, Lord és Lord (2001) kötetében pedig elszórtan különböző fejezetekben találunk a kiállítás, mint kommunikációs csatorna elemeire vonatkozó információkat.



8.1. kép: *Communicating the Museum – Múzeumi kommunikációval foglalkozó konferenciák poszterei. Különböző oldalokról közelítik a múzeum és a látogató közötti kommunikációt.*

8.1. Helyszín

A látogató várakozásait nagyban befolyásolja, ha ismeri (pláne ha respektálja) a helyszínt, ahová ellátogat majd, és az is, amilyenek látja, ha ismeretlen, számára új helyszíntre érkezik. Más élmény, ha az először óvodáskorban, nemzetiszín papírszszlóval látogatott, majd azután is többször felkeresett, emblemikus Magyar Nemzeti Múzeumba indul valaki, vagy ha az ELTE modern Lágymányosi kampuszának Déli épülettömbjében az Ásványtani Tanszéken keresztül haladva találja meg az Ásványtárat (amely ugyanazt a 19. századi hangulatot árasztja, mint a Magyar Nemzeti Múzeum épülete). Nagy várakozást ébreszthet az, ha valaki nagyobb távolságra utazik (Leonardo da Vinci után Debrecenbe, vagy Brueghel után Bécsbe – ami egyébként térben közelebb van Budapesttől Debrecennél, lélektanilag több generáció számára sokkal messzebb).



8.2. kép: Két múzeum egymás közvetlen szomszédságában, egész más a látvány, más előérzettel vagy várakozással lépünk be. Jüdisches Museum és Stadtmuseum Münchenben. (Fotók: Vásárhelyi Tamás)

8.2. Mielőtt belépnénk

A kiállítás nem elszigetelt produkció, nem tud az lenni és nem is akar. Sok minden tartozik hozzá, ami befolyásolja, hogy hogyan érkezünk első termébe, és hogyan távozzunk az utolsóból, majd hogyan beszélünk róla barátainknak, szomszédjainknak, munkatársainknak.



8.3. kép: A manchesteri Imperial War Museumnak már az épülete is felkészít a benti hatalmas hatásokra, amelyek között az esendő ember – mint a háborúban – elveszettnek érzi magát. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



8.4. kép: A londoni Science Museum zászlói a kíváncsiság felébresztésére készültek. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

Nem mindegy, hogyan szerzünk a kiállításról tudomást. Ha barátunk, jó kollégánk ajánlja, az jobb, mint hogyha újsághirdetésben vesszük észre. Ha mindenhol ki van plakátozva, ha „a vízesapból is az folyik”, az általában jobb, mint hogyha véletlenül csíptünk el egy riportot a rádióban, amelyben erről beszéltek. A lényeg: az a jó, ami várakozást, kíváncsiságot ébreszt bennünk a kiállítással kapcsolatban. Máshogyan fog hatni a kiállítás, ha érdeklődéssel megyünk oda, mint hogyha visznek, ha csak a sznobériánk visz, vagy ha az eső elől menekültünk be. Itt most egy kis kitérőt kell tennünk, és Falk és Dierking (2000) ún. kontextuális tanulási elmélete mentén közelítjük meg a múzeumi élményt. Az ő, széles körben idézett elméletük (*contextual learning*) szerint a tanulás folyamatát, eredményét három tényező (három kontextus) alapvetően befolyásolja:

- személyes tényezők (*personal context*): pl. a látogató kora, neme, iskolázottsága, érdeklődése, tapasztalatai, várakozása a kiállítással kapcsolatban,
- szocio-kulturális tényezők (*social context*): azok a társas körülmények, amelyek között a kiállításlátogatás történik (pl. egyénileg, partnerrel, baráti vagy családi társaságban, turistacsoport tagjaként, meghirdetett tárlatvezetésre idegenekkel együtt véletlenszerűen összeverődött, de érdeklődő csoportban, de ide tartozik, és nagyban befolyásolja élményeinket a múzeum személyzete is),
- fizikai tényezők (*physical context*): az épület maga, az eligazodást segítő információs rendszer, és végül a megcélzott kiállítás, tereivel, színeivel, fényeivel, bútorzatával, tárgyaival, szövegeivel.



8.5. kép: Példa a személyes körülmények jelentőségére. A múzeumok éjszakáján felnőttek is szívesen vesznek részt rejtvényjátékokban, ugyanez napvilágnál ritkábban fordul elő. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



8.6. kép: Példa a társas körülményekre. Egészen más úgy megérkezni egy múzeumba, hogy ott a belépésre várakozó tömeg kavarog, mint egy üresen kongó fogadócsarnokba. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



8.7. kép: Példa tárlatvezetéskor a vitrin előtt tolongó emberek hatására. Akik nem férnek közel, hajlamosak nem figyelni, mással foglalkozni, egymással beszélgetni. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



8.8. kép: Ritka pillanat: a tárlatvezetőnek (kék kardigánban) mindenki figyelmét sikerült megragadnia. Ehhez az kellett, hogy az emberek körben álljanak. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

Az első tényezőcsoport kialakulása alig van kapcsolatban egy most meglátogatott kiállítással, csak annyiban, hogy a kiállítást bemutató intézménynek milyen várakozásokat sikerült ébresztenie a látogatóban.

A második tényezőcsoportra már nagy hatása van a múzeumnak, bár nagyobb részt a látogatók alakítják, a látogatásra készülve. A harmadik pedig teljes mértékben a múzeumtól függ. Miután a három tényező egyidejűleg, és egymással összefüggésben hat a kiállítás látogatása során, helytelen, ha a kiállító nem vesz tudomást az első kettőről.

Az épület mérete, stílusa, egyes építészeti elemei, azon túl, hogy a pszichére hatnak, a látogató kulturális ismeretei révén orientálják őt, hogy milyen kiállításra készüljön. Ugyanezt teszik az épületen és az épületben elhelyezett információs anyagok, és bizonyos mértékig az az útvonal (és közben az a lélektani haladás, változás, folyamat) amelynek révén eljut a kiállítás bejáratáig. Minderről bővebben a 2. fejezet szól.



8.9. kép: Aki a kis emlékház bezárt ajtaján ezeket a cédulákat olvassa, nem professzionális, de valószínűleg barátságos fogadtatást vár. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



8.10. kép: Sokszintű kódrendszerrel megoldott, háromnyelvű eligazító tábla rendszer Szentendrén, a Skanzenben. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



8.11. kép: A következetesen alkalmazott színek és formák megnyugtatóan vezetnek a célig. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

8.3. Megérkezés a kiállításba

Vasáros (2010) hat alapvető, az érzékelésen alapuló tervezési szempontot nevez meg:

- sötétség-világosság,
- szín,
- textúra,
- vizuális egyensúly,
- linearitás-centralitás és tér,
- forma.

Ezek közül több is érzékelhetően befolyásolja az első benyomásunkat, ami akkor ér, amikor belépünk a kiállításba, első benyomásaink pedig a befogadás egészét befolyásolják. Vannak kiállítási kommunikációs elemek, amelyek azonnal feltűnnek (pl. a sötétség-világosság, a színek) és vannak, amelyeket a látogatók nem fogalmazznak meg magukban, észrevétlenül mégis hatnak rájuk (átláthatóság, vizuális egyensúly).



8.12. kép: Nem tudjuk, tényleg a Néprajzi Múzeum Tárgyas ragozás című kiállításának bejáratához érkeztünk-e, hiszen címtabló nincs, a paraván a 6-os sorszámot viseli. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



8.13. kép: Az előző képen látható kiállítás bejáratánál a padlóra ragasztott figyelmeztetés alapján (mely szerint ez nem egy szokványos kiállítás) belépünk a helyiségbe, nem keressük tovább a kiállítás elejét. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

A kiállítás-látogatás fontos eleme a mozgás. Gergely (1978) három markánsan különböző társas időtöltést hasonlít össze abból a szempontból, hogy milyen a résztvevő viszonya a mozgáshoz. A színházban a néző egy helyben ül, és a színpadon zajlik a mozgás. A kiállításban a tárgyak vannak egy helyben, és a látogató mozog közöttük. Végül a korszón a sétáló is mozog, és a többi korszózó is mozog körülötte.

Ez a fontos és frappáns háromszög csak addig érvényes, amíg valaki egyedül tartózkodik a kiállításban (vagy ha képes kizárni tudatából a többieket). Legtöbbször azonban többen vagyunk, és – különösen ha ismerősökkel mentünk oda – a korszózás elemei is gazdagítják a kiállítási élményt. A kiállítási mozgás fontos eredménye az a szelekció, amit segítségével a látogató – ösztönösen vagy tudatosan – elvégez: olyik tárgyhoz odamegy, másokhoz nem. Ez sokszor a maga szándéka szerint történik, máskor a tervezők rafinált munkájának is eredménye.



8.14. kép: Ekkora tömegben már nem lehet szabadon mozogni a vitrinek és tárgyak között. A kép a Múzeumok éjszakáján készült, amikor a Magyar Természettudományi Múzeumban is több ezer látogató fordul meg egyetlen este. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

8.4. Fények

Mayrand (in Lord és Lord, 411. old.) három tételben sorolja a fény szerepét:

- a fény teszi lehetővé, hogy a látogató egyáltalán lásson,
- a fény színessé és kontrasztossá teszi azt, ami látható,
- és a fény drámaian változtathatja a környezetet.

A természetes fény használata természetes gondolat, vonzó is, mert szemünknek általában jólesik, ráadásul nem igényel külön energiát, de korántsem problémamentes. A természetes fény napsütés idején erős, és igen nagy az UV tartalma, ami a szerves anyagokból és egyes műanyagokból készült tárgyakra nézve ártalmas, számos festéket is fakít.¹ Nem mindegy, honnan érkezik természetes fény a kiállító terembe. A felülről érkező fény a szabad ég alatti érzetet kelt, egyenletesen világíthatja meg a termet, ha a mennyezet nagy felülete üveg. Ha azonban csak kis területre (általában a terem közepére) esik fény, akkor a falak árnyékban, sötétben vannak, aminek érzetét csak növeli a világos középponttal való kontraszt. Ugyanez érvényesülhet akkor is, ha oldalról, ablakokon keresztül jön be a fény. Szemünk nehezen alkalmazkodik az erős külső fény mellett a műtárgyak visszafogott megvilágításához. A természetes fényvel való megvilágítás mellett gondoskodni kell mesterséges megvilágításról is, borult idő, rövid nappalok esetére. Beeső napfény esetén a hőmérséklet megfelelő értéken tartása külön feladat lehet, és feltétlenül érdemes UV szűrést alkalmazni. Frank János szenvedélyes mondatokban tesz hitet a természetes megvilágítás mellett, ami a 19. században és a 20. század elején volt természetes a muzeológiában.

¹ A múzeumokban, különösen az állandó kiállításokon, egyre inkább védeni igyekeznek a műtárgyakat az erős fénytől, bármilyen forrásból származzon is. Ezért érzi úgy, és panaszkodik sok látogató, hogy újabban a múzeumokban sötétebbek a tárlatok, a kiállítások.



8.15. kép: Példa lámpák nem szerencsés elhelyezésére. Az ablakok közötti falon van a kiállítás bevezető szövege, de a lámpák a szemközti (az ablakokon keresztül is fényt kapó) falat világítják meg. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

A mesterséges megvilágításnak sokféle lehetősége van, alkalmazható egy egész teremre, vagy csak egy részére, vagy csak egy vitrinre, vagy csakis egy tárgyra. A fontos tárgyra eső fény kiemeli azt (mint a talapzat is), ez kétségtelen előny. Az egyenletes megvilágítást adó fénycső, bár olcsó, a fény mellett unalmat is sugároz. Sokféle lámpa fénye gazdag UV sugárban, mások forróak, tehát melegítik a tárgyakat, de ma már komoly előrelépések történtek a múzeumok igényeinek megfelelő világítási rendszerek kifejlesztésében.



8.16. kép: A zirci Bakony Múzeum nemrégén felfedezett mamutcsontvázait sejtelmes, izgalmas megvilágításban mutatják be. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

A lámpáknak, rendszereknek sokfélesége miatt érdemes szakember segítségét igénybe venni, ha új világítási megoldásra van lehetőség. Az áramforrástól a lámpáig vezető kábel és a lámpák elrejtése, hogy látványuk ne uralja, ne rontsa a kiállítás látványát, nehéz feladat lehet, akkor is, ha a közönség nagy része nem figyel fel ezekre a mellékes elemekre. Ha már ott kell lennie a lámpáknak szem előtt, akkor megjelenésükben lehetnek akármilyenek, csak ne akarjanak vetélkedni látványban a tárgyakkal.



8.17. kép: A hatalmas teremben elhelyezett, sétálóutcákra tagolt kiállítás megvilágítását a műszaki korlátok miatt a plafonra irányított nagy erejű reflektorokkal oldották meg. Ettől minden tárgy és felirat azonos, szürkeséget, hangsúlytalanságot árasztó megvilágítást kapott. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



8.18. kép: A kiállítási terem sötét. A feketére festett falba mélyedő vitrin erős, egyenletes megvilágítása nagy hangsúlyt jelez, kiemelkedő műtárgyakat sejtet a Néprajzi Múzeum (M)ilyenek a finnek c. kiállításában. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



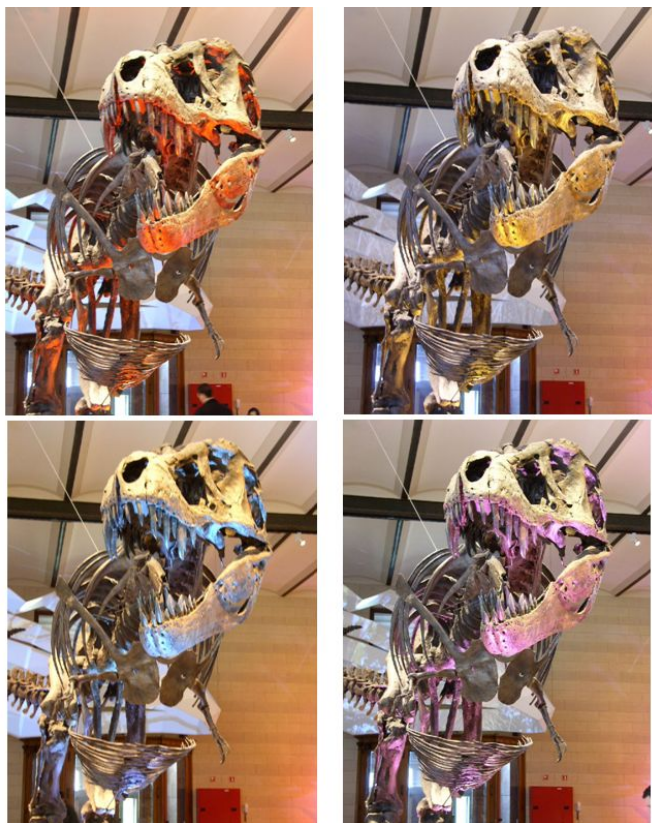
8.19. kép: A szekrények fölé és mögé rejtett erős mennyezetvilágítás is jelzi, hogy itt nem régi patikát, hanem annak kiállítását látjuk a Semmelweis Orvostörténeli Múzeumban. A hatás azonos, mint a 8.16. képen. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

8.5. Színek

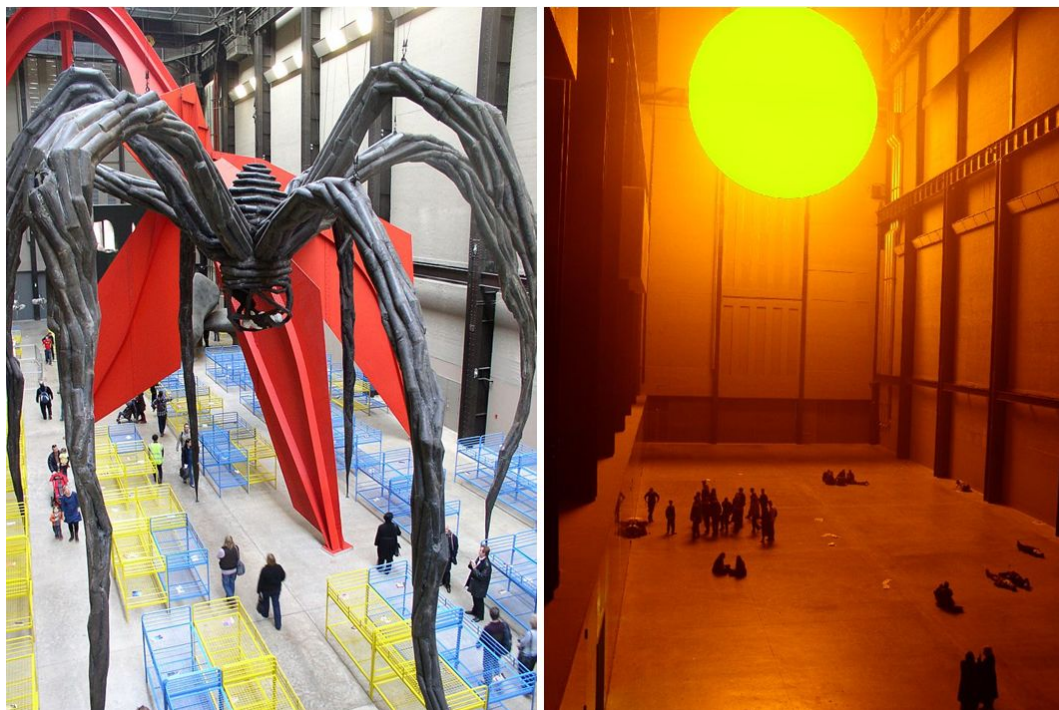
Közismert, hogy a színek milyen nagymértékben hatnak ránk, nemcsak a hangulatunkat befolyásolják (vagy jelzik), hanem gondolkodásra, képzelődésre serkenthetnek. Nagyon sok tényező befolyásolhatja, hogy egy kiállításnak milyen a színvilága. Korek (1988, 197. oldal) szerint a színek bátrabb használata „a tengeren túlról hatolt Európába, ahol sokáig tartotta magát, sőt tartja ma is a múzeumi konzervativizmus. A kiállítások régi falszíne a tört fehér, az okkersárga, esetleg a szürke világos árnyalata volt, míg a vitrineknél a zsákszín, illetőleg a szürke váltakozott.” Ma már sokkal bátrabb színhasználattal is találkozunk a hazai kiállítási gyakorlatban. Művészeti kiállításokban, különösen a gyakran változó tartalmú galériákban, a fehér tört változatai uralkodnak. A fehér érvényesülni enged a többi színt, egyenletesebb megvilágítást eredményez. De minden színnek lehet – legtöbbször tompított, szürkített, pasztellesített – változatával találkozni, és néha a fekete is megjelenik, drámai hatást keltve. Gyerekek előnyben részesítik az élénk színeket. A New Orleans-i Gyermekmúzeum például egy üres raktárépületben üzemel. Az élénk színvilágnak és az ötletes beépítésnek köszönhetően az épület eredeti jellege felismerhetetlen, izgalmas, játékos térévé vált.



8.20. kép: A firenzei Technikatörténeti Múzeumban a magas folyosó boltíves mennyezetét különböző színekkel megvilágítva kápráztatták a nézőt. (Fotók: Vásárhelyi Tamás)



8.21. kép: A brüsszeli Királyi Belga Természettudományi Intézet nem ártall egy dinó-csontvázat folyamatosan váltakozó színű fénnel megvilágítani, ezzel is fokozva a látványt. (Fotók: Vásárhelyi Tamás)



8.22. kép: Ugyanazt a hatalmas csarnokot látjuk, két különböző kiállítás során. A mindent betöltő narancssárga fény meleg hangulatot áraszt a londoni Tate Modern csarnokában. (Fotók: Vásárhelyi Tamás)

8.6. Bútorzat

A kiállítások bútorzatát installációnak hívják a szakmában. A klasszikus kiállításokban a tárgyak lehetnek a falon (akkor nincs installáció), és lehetnek paravánon, vagy paraván előtt, állhatnak talapzaton (szobrok esetében posztamensen), vagy a padlón, végül pedig elhelyezhetők a tárgyak vitrinekben, tárlókban is. A vitrineknek sok változata van, az előre gyártott, variálható gyári vitrinektől az egyedileg legyártott, a kornak megfelelő (minden korban értendő) vagy tudatosan más korszak stílusát követő vitrinekig. A mi korunknak megfelelnek a bonyolult, különleges installációk is: gerendavár a klasszicista épület termében, asztal vagy más alap a számítógépnek vagy más interaktív berendezésnek, és szék vagy más ülő, támaszkodó eszköz az itt lehorgonyzó látogatóknak.



8.23. kép: 19. századi keményfa vitrinek a 21. században fenyőfából legyártott másolata. A kulccsal zárható alsó részben lévő fiókokban a gyűjtemény további példányait őrzik a gyöngyösi Mátra Múzeumban. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



8.24. kép: Látványraktár minimalista bútorzata a Szabadtéri Néprajzi Múzeumban, Szentendrén. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



8.25. kép: Hangsúlyos térelválasztó elemek szakítják ki a paraszti kultúra tárgyi emlékeit a néhai Kúria (Néprajzi Múzeum, Budapest) épületbelsőjéből. A tárgyak üveg mögött, eredeti környezetükből kiemelve, paravánon, illetve talapzaton vannak elhelyezve. A jobb oldali vitrin háttérének nagyméretű fotója idézi az eredeti helyet, használatot. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



8.26. kép: A vitrin fém pántjai felszabdalgják a tárgy látványát. Ez a tény, a vitrin környezetében lévő tárgyakkal (fogas, tűzoltó készülék, pad, amire a vitrinnek háttal ülünk le) együtt azt az érzést kelti, hogy a kiállított tárgyak (a fókák) egyáltalán nem fontosak, csak mellékesen vannak ott. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

8.7. Hangok

A hangok használatának alig van gyökere a hazai múzeumi kiállítási gyakorlatban, és viszonylag ritkán fordul elő használatuk. Az interaktivitás és az informatikai megoldások előretörésével azért a hangok könnyebben felhasználhatóvá váltak, de a legtöbb múzeumi kiállításban visszafogottan, vagy sehogyan sem bánnak velük. Talán a bevásárlóközpontok erőltetett, kényszeres zene-szolgáltatása², azaz az alantának tartott konkurencia gyakorlata tart vissza sok kiállítót attól, hogy – akkor már nívós, például a kiállításon bemutatott korhoz illő – háttérzenét szolgáltatasson. Vannak persze egészen másfajta, feltétlenül támogatható hang-használatok is. Amikor egy hangszergyűjteményben az egyes régi, vagy egzotikus hangszerek hangját szólaltathatjuk meg gombnyomással; vagy vezényelhetünk egy képzeletbeli zenekart; amikor az erdő madarainak hangját hívhatjuk elő (és ismerhetünk rá egy dallamra, amit sokszor hallottunk a természetben, de sosem tudtuk, melyik madár éneke); amikor egy kortanú mesél nekünk élményeiről, megpróbáltatásairól, vagy csak mindennapi életéről, akkor örülhetünk annak, hogy a múzeumi kiállítások eszköztára így kibővíthető, és a hallásunk segítségével ilyen nagy mértékben lehet segíteni egy kiállítás befogadását.

8.8. Szagok

Illatok tudatos használatára – a mezőgazdasági-élelmiszeripari termékbemutatók és a természettudományos felfedeztető termék illatfelismerő játékaiknak kivételével – nemigen tudunk példát³. Amikor az MTM-ben a gyűjtögető, halászó-vadászó ember félig földbe vajt kunyhója mellett felhalmozott szárított gomba még nem vesztette el illatát, egy érzékszervvel több segítette a látvány befogadásában – és ezt több látogatónk észrevette, szóvá is tette.



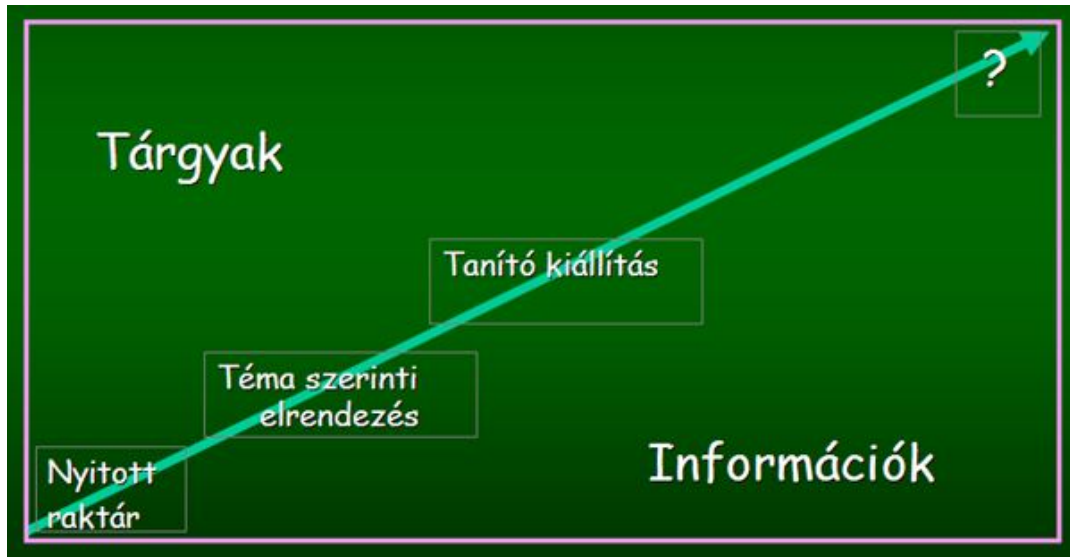
8.27. kép: A Budapesti Történeli Múzeum új állandó kiállításában ennek a játéknak a során nemcsak az illatokat lehet felismerni az őket rejtő dobozok kinyitásával, hanem a trükkös hátfalon odahúzzhatjuk a dobozt ahhoz a középkori áruhoz, akinek a portékája feltehetőleg ezt az illatot árasztotta. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

² ...ami decemberben Bing Crosby nyálas karácsonyi dalainak unos-untig való nyomtatásával sok potenciális vásárlót is elriaszt a szinterről.

³ 2013-ban megjelent ugyanez a Budapesti Történeli Múzeum új állandó kiállításában is!

8.9. Szövegek

A kiállítási szövegek mennyisége, stílusa körül sokféle vélemény ütközik. Dean (1994) szemléletes ábrájának továbbgondolása a tárgyak és információk viszonyát mutatja. Az egyik szélsőséges esetben (szinte) csak tárgyak alkotják a kiállítást, ilyenek a látványraktárak. (A magánéletben a *tisztaszoba* a csak tárgyakkal operáló kiállítás jellemző példája lehet.) A másik szélsőséges esetben csak információk vannak közszemlére téve, de ezt nem hívjuk kiállításnak (esetleg faliújságnak, hirdetménynek). A szokásos kiállításokban valahol a végletek között van a tárgyak és szövegek aránya, de közhelyszerű vélemény, hogy a jó kiállításban nem a szöveg, hanem a látnivaló dominál.



8.1. ábra: A tárgyak és információk viszonyának elméleti lehetőségei. Ezen a síkon különböző helyre kerülnek a különböző jellegű kiállítások. (Dean 1994 nyomán)

A kiállításokban sokféle szöveggel találkozhatunk. Vasáros (2010) két helyen kissé eltérő módon adja közre lényegében azt a kézenfekvő hierarchiát, amit Dean (1994) is javasolt már a kiállítási szövegekre.

Főcím	Főcím
Főszöveg	Bevezető szöveg
Cím	Cím
Kiállításrész szövege	Csoport- vagy tematikus szöveg
Alcím	Alcím
Vitrin szövege	Vitrin szövege
Tárgyaláírás (lehet címe, gyakran a <i>név</i>)	Tárgyfelirat (lehet címe, gyakran a <i>név</i>)
Tárgyaláírás szövege	Tárgyaláírás szövege

8.1. Táblázat: A kiállítási szövegek hierarchiái Vasáros kötetében.

Az alábbiakban, több szerző alapján, táblázatos formában ismertetjük a különböző kiállítási szövegekkel kapcsolatos javaslatokat (néha többféle ajánlást egymás mellett). Kevesebb kategória szerepel, mint a fenti táblázatban, mert kisebb kiállítás esetén egy szint főlegesen lehet (nagy kiállítás esetén sem kell 4–5 szintnél többet használni, mert áttekinthetetlen, kiismerhetetlen lesz a hierarchia, inkább csak megtévesztjük a látogatót vele). Különböző szerzők különböző szöveg hosszúságokat javasolnak, a kiállítás-készítők pedig saját tapasztalataik (vagy vélekedésük) alapján, maguk is különböző gyakorlatot folytatnak e tekintetben. Ez nem probléma, ha tartózkodunk a

mértéktelenségtől (amire egyetlen példát fogunk említeni). A betűméretek is tájékoztató jellegűek, hiszen hatalmas kiállítótérben más lehet egy bevezető szöveg mérete, mint egy emlékház szűk előterében. Az azonban bizonyos, hogy a tárgyalások legkisebb betűméretét komolyan fontolóra kell venni, és általában figyelni kell az olvashatósági szempontokra (a jó szeműek esetében is, a gyengébben látókról nem is beszélve).

Főcím 5–7,5 cm	A kiállítás főcíme ragadja meg a figyelmet (ez jelenik meg a plakátokon, hirdetésekben is). Legyen ezért rövid (1–10, illetve 3–8 szó), orientáljon a témát illetően, szabja meg az alaphangulatot. Néha a külalakja fontosabb a tartalmánál.
Alcím (a főcímé) 100–120 pont	Az utóbbi időben divatba jött a frappáns (és néha önmagában érthetetlen) főcím alá alcímet rakni. Ha lehet, kerüljük el, mert a figyelem esetleg elsiklik fölötte. Ha mégis van, lehet hosszabb (10–20, illetve 10–25 szó), legyen informatív, témaorientált. A külalak és a tartalom egyformán fontos.
Bevezető szöveg	Lehet hosszabb (50–200, 50–60, 60–80, illetve maximum 200 szó). (Mint szélsőséget említhetjük az egyik megyei múzeum 525 szavas bevezető szövegét, ráadásul szűk folyosóban.) Legyen velős, szabatos, és tagoljuk jól láthatóan legfeljebb 75 szavas bekezdésekre. Ez a kiállítás alapja, magyarázza a kiállítás indokát, bevezeti a kiállítás főbb mondanivalóit.
Tárgycsoportok (vitrinek) szövege 30–40 pont, ill. 24–32 pont	Akkor használjuk, ha a kiállítást részekre („fejezetekre”) osztjuk. Ez a szöveg mutatja be a csoport rendező elvét, vagy specialitásait. Ne legyen nagyon hosszú (75–100, 60–80, 70–80, illetve maximum 150 szó). Nem baj, ha néha valami figyelemfelkeltővel kezdődik, de legyen informatív, magyarázó.
Tárgyak cídulái, tárgyalírások 18–22 pont	Kétféle szövegre is gondoljunk. Az egyik a magyarázó, informatív szöveg, ami egyetlen tárgyra vagy azok szűk körére vonatkozik. Ennek hossza legyen mérsékelt (10–20, illetve maximum 60–80 szó), ne legyen több mint egy bekezdés. A másik típusú szövegnél nem érdemes területi korlátot szabni, mert az az azonosító cédula, ami megnevezi a tárgyat és esetleg alapvető tényeket, információkat tartalmaz.

8.2. táblázat: Javaslatok a különböző szintű kiállítási szövegek méretére, tartalmára, stílusára vonatkozóan.



8.28. kép: Elrettentő bevezető szöveg, nem készit olvasásra sem a mennyisége, sem a tördelése, sem a színhasználata. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



8.29. kép: Érdekes megoldás: A kiállítás címe és a tárgyalírás együtt szerepelnek a vitrin lábazatán a londoni Wellcome Collections-ban. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



8.30. kép: A kiállítás főszövege ijesztően hosszú, hosszú, nehezen olvasható sorokba van törölve, nem csábít olvasásra. Közelebb lépve kiderül, hogy a jobb oldali hasáb az angol változat. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



8.31. kép: A (sajnos életlen) képen is olvasható a felirat: Oroszlán alakú aquamanile a Dunából. Ez csak a beavatottnak szól. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

Hogyan tehető érdekessé a kiállítási szöveg:

- kérdezz, ébreszd fel a képzeletet és a kíváncsiságot (legyen is válasz, vagy utalás rá),
- hétköznapi nyelvezetet használj,
- használj ismert, releváns és alátámasztó idézeteket,
- csavarj ki ismerős frázisokat, idézeteket (reklámyelv),
- használj (ismerős) analógiákat,
- légy aktivizáló, utasíts (tegyen valamit!, ez a bevonódást hozhatja létre személytelenül is).

Figyelni kell arra, hogy ugyanannak az elemnek a túl gyakori használata ellenhatást vált ki.

A jó szöveg:

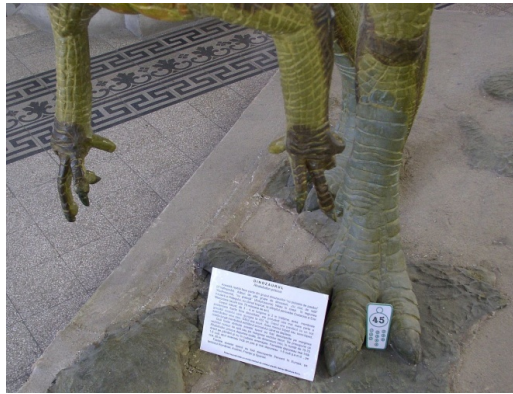
- a szándékolt üzenetet pontosan és tömören közvetíti,
- olvasmányos, képszerű nyelvet használ,
- olvasható, könnyű kibetűzni,
- megragadja a figyelmet, vizuálisan is és szövegével is,
- érdekes – azokat az információkat közli, amiket a látogató meg akar tudni.

Tudományos kutatók szeretik a precíz, tudományos nyelvet (mondván: „nem baj, ha a közönség megtanul néhány szakkifejezést”), szeretik a részletes szöveges bemutatásokat („legalább annak legyen ott, aki el akarja olvasni, aki

nem akarja, nem olvassa el”). Aki így gondolkozik, figyelmen kívül hagyja, hogy a magyarországi lakosság komoly olvasási-szövegértési problémákkal küzd, és hogy csak az egyetemi szintű tanulmányokat végzettek képesek a tudományos nyelvezetet elsajátítani, de ők is leginkább csak a maguk tudományát. Van, amikor keveselljük az információt, de előfordul a szöveg túlburjánzása is, mintha nem állva-sétálva kellene olvasnia a látogatónak, miközben a tárgyak és egyéb látvány-elemek kötik le a figyelmét. Nemrégiben az MTM egyik legjobb kiállításában 40 oldal szöveg jelent meg. Nem volt feltűnő, mert sok szövegpanelon fért csak el, de ha belegondolunk, hogy csak a szövegek elolvasása is mennyi időt igényelt volna... – hogy mennyit, azt a fejezet végén lévő egyik feladat segít meghatározni.



8.32. kép: A világosabb vitrin fénycsikjával kontrasztban, magasba helyezett, a háttér színétől nem élesen elváló színű, csupa nagybetűvel szedett, két farostlemez látható találkozásán átívelő, rosszul tagolt (az első mondat végén a pont nem látszik), rosszul sorokba tördelt (fogalmak összetartozó szavai kerülnek külön sorba), nem orvosok számára nehezebben megérthető szöveg a meghaladott kiállítás-rendezési gyakorlat „állatorvosi lova” lehetne. Kiáltó ellentétben áll a vitrin szép, értékes és hallatlanul érdekes tárgyaival. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



8.33. kép: Rosszul elhelyezett szöveg egy dinoszaurusz-rekonstrukció lábánál. Beleront a látványba, és a ragadozó dinamikus mozgásának képzetét is megtöri. Kétségtelen előny viszont, hogy eltéveszthetetlenül ehhez a tárgyhoz tartozik. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

8.10. Interaktív elemek

A múlt század ötvenes éveitől indult világhódító útjára először a *hands-on*, azaz a tárgyak megérinthetőségének gyakorlata, majd a *minds-on* követte, a figyelemnek a tárgyra, a témára koncentrációja. Legújabbán a *body-on*, az egész test igénybevétele is említésre kerül, hiszen ez a nem-múzeumi tanulásunknak gyakran magától értetődő, észre sem vett eleme (pl. közel hajolunk ahhoz, ami érdekeset felfedeztünk, gesztikulálva beszélünk róla másoknak, akiket hangos szóval odahívtunk, nem pedig jól nevelten álldogálunk előtte). Az interaktív megoldások minden fajta kiállításban megjelenhetnek. A tervezők kreativitásától és ízlésétől függ, hogy mit engednek meg, mit tesznek hozzáférhetővé. Itt megint csak említeni kell a különféle tanulási stílussal érkezőket, akik között a próbálkozással, tapasztalati tanulással élők is ott vannak. A kiállításban megjelenő interaktivitást sok muzeológus elutasítja és sok látogató nem igényli. Képeink mégis arról árulkodnak, hogy a többségre hat – amit egyébként terjedelmes szakirodalom is állít.



8.34. kép: A vácrátóti Nemzeti Botanikus Kert Berkenye házában lévő nagyon egyszerű, kisebb gyerekeknek szóló interaktív készülék. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



8.35. kép: A vácrátóti Nemzeti Botanikus Kert Berkenye házában esztétikus és furfangos tároló dobozokból tanulhatunk. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



8.36. kép: Üdítően egyszerű és esztétikus oktató játék a Pannonhalmi Apátság múzeumában. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



8.37. kép: A Magyar Természettudományi Múzeum Ember és természet Magyarországon című kiállításában ez a nyomógombos készülék találgatásra készítette a látogatókat. A padló kopása mutatja, hogy sokan sok időt töltöttek előtte. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



8.38. kép: Ugyanott, ezen a panelfalon az előtérben nyomógombos kijelző volt, a háttérben pedig szép grafikák és térképek. A padló kopása egyértelműen jelzi, melyik kötötte le jobban a látogatókat. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

8.11. Informatika a kiállításban

Erről a témáról egy egész fejezet szól a Múzeumi tanulás c. könyvben (*Múzeum és informatika*, in: Vásárhelyi-Kárpáti, 2011), ebben a kötetben is, és ez nem csoda: a körülötte forrongó vita nem akar lecsillapodni. A közönség már valamennyire betelt az érintőképernyőn való információközléssel (azaz a kiállítási szöveg és grafika végtelen mennyiségűvé bővítésével, amit változatlanul állva, másra készülve kellene befogadnia), az eredeti, látványos, mozgalmas megoldásokat, illetve a tömör, vizuálisan is megkapó információnyújtást azonban jól fogadja. Ennek a kiállítási alkalmazásnak tehát ragyogó virágai és vadhajtsái egyaránt vannak, előbbiekre mutatunk néhány példát.



8.39. kép: Az aranytárgyak passzív látványát élénkíti a melléjük helyezett, nem hivalkodó képernyő a püspöki múzeumban Nyitrán. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



8.40. kép: Az előbbi képen szereplő vitrinben a képernyőn a mellette lévő kehely részleteit láthatjuk kinagyítva. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



8.41. kép: Három különböző felkészültségű és foglalkozású személy mondja el megfelelő gomb érintésére a véleményét az evolúció különböző kérdéseiről a koppenhágai Állattani Múzeum Darwin emlékére rendezett kiállításában. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



8.42. kép: Igazi kihívás Vácrátóton a Nemzeti Botanikus Kert Karbon házában rendezett kiállításon: a saját szokásaink környezeti hatásáról tudhatunk meg valamit ennek a készüléknek és szoftvernek a segítségével. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

8.12. Kényelem

Egy németországi felmérés szerint a középiskolások múzeumi élményében a harmadik legfontosabb tényező az ülőalkalmatosság megléte és milyensége volt. Kérésemre ismerős tanárok három hazai középiskolai osztállyal megismételték a felmérést, és az ülőhely itthon is a harmadik helyre került. Tapasztaljuk is, hogy az iskolás gyerekek azonnal lerogynak a kiállításokban, ha erre hely van. A kiállításlátogatás fárasztó tevékenység, a lassú csoszogást sokan érzik fárasztóbbnak, mint a járást vagy sietést. A kényelmi szolgáltatások sora persze jóval hosszabb, s a pihenőhelyek mellett a könnyű tájékozódást, a kellemes hőmérsékletet, ruhatárt, boltot, testi szükségletek kielégítésének lehetőségeit is magába foglalja. (A *kényelem* összetevőiről az értékelésekről szóló fejezetben még lesz szó.)



8.43. kép: A gyerekek nincsenek a kiállításokban való álldogáláshoz szokva. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

8.13. Emberek (személyzet, látogatók, bábuk)

Láttuk, hogy a látogatásban a szociális, társas tényezőknek fontos szerepe van. A kiállító részéről a személyzet kiválasztása, betanítása (viselkedési szempontok, a kiállítás tartalmával kapcsolatos ismeretek), öltözete a kiállítás üzenetének átjutását segítheti, kellemes élménnyé teheti a látogatást – vagy éppen mindenben ronthat. A teremőr negatív figura, a látogatók hajlamosak elkerülni azt a tárgyat, amely mellett ül, vagy áll. A látogatókat segítő személyek (*hostok, hostessek, animátorok*) nagyon nagy segítséget jelenthetnek a kiállítás befogadásában. A többi látogató jelenlétét nehéz tervezni, de az is fontos tényező, erősen befolyásolja a befogadás módját. Végül ne feledkezzünk el az emberalakokról, a különféle bábukról, mert azoknak, ha nem is akkora a hatása, mint egy eleven embernek, de sok egyéb tárgynál jobban megragadják a figyelmet.



8.44. kép: Egy szakma egyenruhájába bújtatott nagyon leromlott állapotú bábú többet árt, mint használ. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



8.45. kép: Az öreg halászmester idilli képe mutatja a letűnt idők életformáját. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



8.46. kép: Igen ám, de ha az előző bábút a gyerekek szemmagasságából nézzük, akkor az öreg bácsi riasztó arckifejezését látjuk. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



8.47. kép: A bábu tanúsága szerint a Paksi Atomerőműben a nők csinos munkaruhába vannak öltözve. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



8.48. kép: Zavaró jelenet. A toll-ruházat az önfelelt és buja szórakozás szimbólumává vált Riói karnevált idézi, és ezzel éles ellentétben van a próbababa élettelen arca, merev mozdulata. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

8.14. Tárgyak

Szándékosan hagytuk majdnem a végére a tárgyakat, amelyek miatt sokszor maga a kiállítás létrejön. Nyilvánvaló, hogy főszereplők, de azért kerültek a sor végére, hogy a korábbi mellékszereplőkről se felejtkezzünk el. A tárgyak minősége, száma, elrendezése esetről esetre változik. Az adott terjedelmi korlátok között nem érdemes ennél

mélyebbre menni (hiszen kiállított tárgy lehet egy postabélyeg is és egy gőzlokomotív is), ráadásul a tárgyakról a megelőző fejezetekben többször volt már szó.



8.49. kép: Balra: a klasszikus (aurával rendelkező) múzeumi tárgy, az őt megillető tálalásban. A jobb oldalon: a gyerekek szintjére leeresztett illetve a paravánok tetejére felültetett ülőalkalmatosságok, ráadásul régi és új, egyedi és kommersz összekeverése profanizálja, „deszakralizálja” a bal oldali széket is. Vagy éppen a fordítottja történik. Ez célja a Néprajzi Múzeum Tárgyas ragozás című tanulmányi kiállításának, mert ez a tárgyakkal való továbbgondolkodás feltétele. (Fotók: Vásárhelyi Tamás)

8.15. Hozzáférés

Az elmúlt évtizedben a hozzáférés (*access*) az angol nyelvű múzeumi szakirodalom egyik legdivatosabb kifejezése – nem véletlenül és nem méltatlanul. Azt javasolják, hogy a múzeum, a kiállítás igyekezzék a lehető legszélesebb közönséget elérni, szolgálni. Vásárhelyi (2010, 20–27. old.) három tényezőjét nevezi meg: fizikai, szellemi és érzelmi hozzáférés. A kommunikációs csatorna minden elemének azt kell szolgálnia, hogy a megcélzott látogatói kör (legyen az szakmai közönség az egyik végleten, vagy a lehető legszélesebb társadalom a másikon) befogadja a kiállítást – hiszen a kiállítás nem önmagáért, nem az alkotókért készül.

Feladat 1:

A mellékelt ppt-ben Vitrin_tervezo.ppt talál egy tárgyat, melynek mérete adott. A háttér mérete egy szokásos kiállítási vitrin mérete. A szöveg mennyisége adott. Készítsen legalább háromféle vitrin-tervet. Variálja a háttérszint, a tárgy elhelyezését, a szövegpanel méretét, ha akarja a betűtípust, betűméretet is.

Feladat 2:

Olvasson állva, időre. Mérje meg másodpercre, mennyi idő alatt olvas el (nyugodt tempóban, odafigyelve) ismert terjedelmű, kb. 200 és 100 szavas szöveget. Mindegyik mérést háromszor ismétlje, más-más szövegen, majd átlagolja a kétféle szöveghosszhoz tartozó (3–3, tehát összesen 6) időeredményt. Átlagolja a hat szöveg szavainak számát is. Ha a kapott másodperc-átlagot elosztja az átlagos szöveghosszal, megkapja, hogy egy szót átlagosan hány másodperc alatt olvasott el. (Ha a másodperc tört részét jelentő eredmény megszorozza 100-zal, akkor megkapja egy 100 szavas szöveg olvasási idejét, és így kényelmesebben gondolhatja végig a következőket.) Ez

után számolja ki, hogy egy (átlagos) egyórás kiállítási tartózkodás során mennyi időt vett volna igénybe az összes szöveg elolvasása az MTM említett kiállításában. A szöveg hossza mintegy 13 ezer szó volt.

Feladat 3:

Gyakorolja a kiállítási szövegek elkészítésének kín-keserves feladatát. Keressen ki egy ismerős tudományos ismeretterjesztő műből legalább 20 soros szöveget vagy leírást valamiről, ami egy kiállítási tárgy is lehetne. Készítsen belőle főszöveget (100 szónál nem hosszabbat), vitrinszöveget (60 szónál nem hosszabbat) és tárgybemutatót (25 szónál nem hosszabbat).

Feladat 4:

Próbálgasson, milyen hatások érhetők el egy vitrinben a tárgy forgatása, a megvilágítás iránya, a fény színe és a háttérszín változtatása által.

<http://www.topschool.hu/3d-vitrin/>

Vitrin megvilágítás szimuláció. ([Kuttner Ádám animációja](#)).

Az animáció kezelése:

1. A fejre kattintással lehet a lámpákat bekapcsolni:
 - a. nincs fény,
 - b. fölülről három pontos (balról-középről-jobbról)
 - c. alulról két pontos (középről-elölről)
2. A szóköz (*space*) billentyű lenyomására forog/megáll a fej
3. A háttérre kattintva cserélődik a háttérszín
4. A bal oldali színes gömbökre kattintva a fényforrások színe változik
5. A bal oldali számokra kattintva különböző szövegekből egy pontról érkezik fény.

9. fejezet - Múzeumi multimédia (Kárpáti Andrea)

9.1 Informatikai eszközök a kiállításban

A múzeumokban egyre több a számítógéppel működtetett információs eszköz, sőt, az ilyen kiállítási tárgyak is megjelentek már. A látogatók körében népszerűek, hiszen hasonlítanak a mindennapi életben használatos információszerző lehetőségekhez. A múzeumi szakma azonban némi ellenérzéssel figyeli őket, mert tartanak a tudományos tartalom felhígulásától, a szórakoztató elemekre építő múzeumi Disneyland-től. Nem vitás, hogy a múzeum az eredeti tárgyakkal való találkozás színhelye, s minden eszköz, amellyel a látogató itt találkozik, ezt a célt kell, hogy szolgálja. Nehéz megteremteni az élményszerűség és az ismeretátadás egyensúlyát, de törekedni kell rá, hiszen a múzeumi kommunikációban is a napjainkban megszokott, általánosan használt közlési módokat kell alkalmaznunk. Ha egy társadalomban több mint egy évtizede immár a középkorú lakosság többsége is számítógépet használ a kapcsolattartásra, ismeretszerzésre, szabadideje megszervezésére, sőt, az utóbbi években már vásárlásra is,¹ a múzeumnak alkalmazkodnia kell ezekhez a szokásokhoz. Az informatikai eszközökön szocializálódott közönség részéről elvárás a digitális információ könnyű hozzáférhetősége. Ez az igény egyben lehetőség is: ha a néző könnyen talál választ felvetődő kérdéseire, alaposabban megismeri a kiállított műveket.



9.1. kép: Információs panelek kiállításán: Alfred Nobel Museum, Oslo. Az áttetsző panelek sora a Nobel-díjasok életrajtaik közli, két-három jellegzetes fotóval és a díjhoz kapcsolódó újságcikkkel. (Fotó: Kárpáti Andrea)

¹ A magyar társadalom informatikai ismereteiről és számítógép- illetve internet-használati módjairól vö.: TÁRKI, „Internet.hu, a magyar társadalom digitális gyorsfényképe”. http://www.tarki.hu/hu/publications/internet_hu/3/index.html

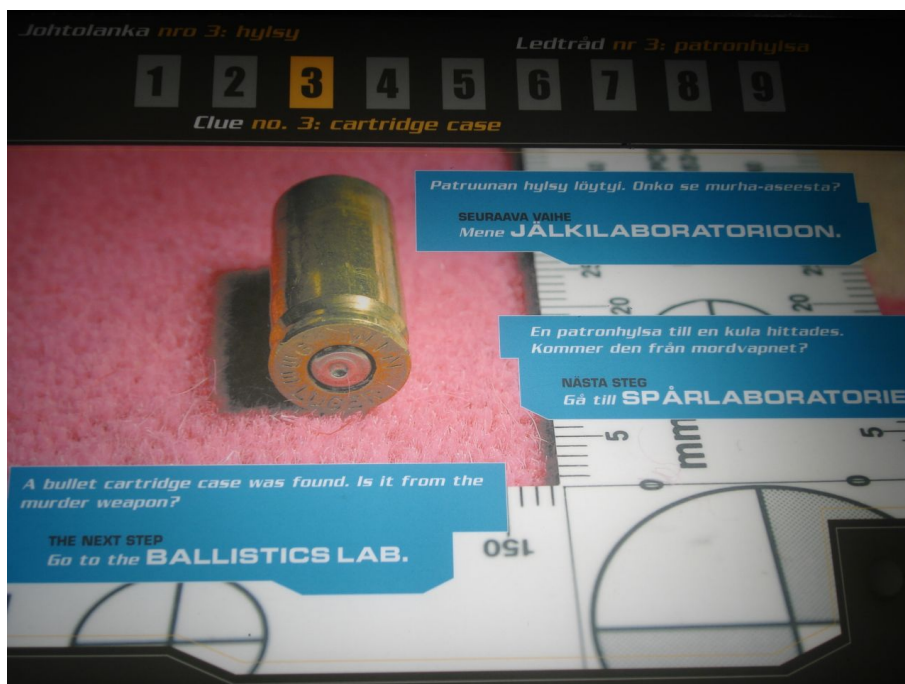


9.2. kép: Rendhagyó információs panel: Vincent Goffin endokrinológus szobra, amely a jobb oldalán lévő kezelőgombok megnyomásával az életéről, felfedezéseiről és a természettudományos kutatói pályáról beszél. Heureka Science Center, Helsinki, 2011. (Fotó: Kárpáti Andrea)

Kómár Éva és Labundy Dávid, az innovatív informatikai megoldásairól is közismert Petőfi Irodalmi Múzeum munkatársa szerint a kiállítás-rendezésben paradigmaváltás van, a kommunikációs formák megváltoztak. A kiállított tárgyak és a virtuális információk összeadódnak, együtt jelennek meg a 21. század múzeumában. Ennek a váltásnak az elméleti kerete az úgynevezett „Képkalkalmazási fordulat” („*Iconic Turn*”), amely a 21. század felfokozott képfogyasztási, képkalkotási szokásairól szól. A nagy mennyiségű vizuális információ iránti igény kielégítésére is a digitális eszközök a legalkalmasabbak.



9.3. kép: Digitális és valódi információhordozók együttese: egy bűntény színhelye a bejelölt nyomokkal. A Heureka Science Center Helsinkiben ezzel a kiállítás-részlettel a nyomozók munkájának tudományos vonatkozásait mutatja be. 2011. (Fotó: Kárpáti Andrea)



9.4. kép: A tetthelyen talált golyó elárulja, honnan jöhetett a lövés. A felirat a szimulált ballisztikai laboratóriumba irányítja a kiállítás látogatót. Heureka Science Center, helsinki, 2011. (Fotó: Kárpáti Andrea)



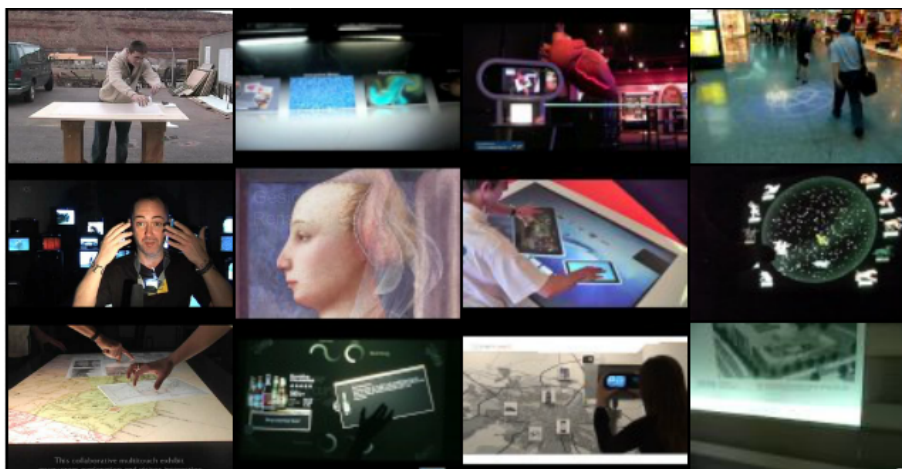
9.5. kép: Múzeumi multimédia (fotó és film), valódi tárgyak között kiállítva. Szolidaritás Múzeum, Gdansk. (Fotó: Kárpáti Andrea)



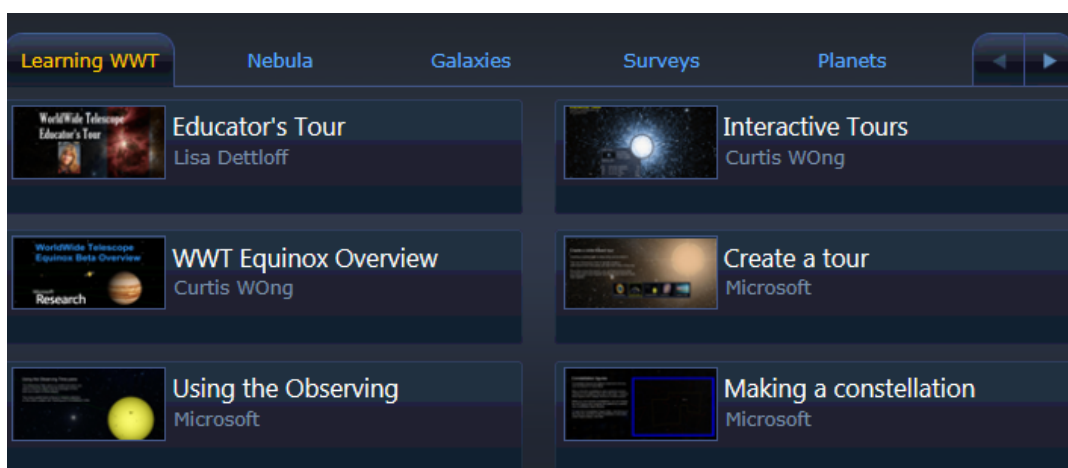
9.6. kép: Múzeumi multimédia (fotó és film), mint kiállítási tárgy, műalkotás része. Installáció, Szolidaritás Múzeum, Gdansk. (Fotó: Kárpáti Andrea)

Az információk értékelésével járó a média-használatot a kurátor is tanítja, hiszen felhívja a figyelmet az eredeti és a másolat minőségi különbségeire, az internetes források közül pedig a hiteles, fontos adatközlő helyekre. A digitalizált múzeumi tudásanyag és tárgy-együttes igen sokféle módon felhasználható, számos kiállítási műfajt, kommunikációs technikát képes kiszolgálni. Fontos előnye az is, hogy a múzeumban őrzött ismereteket és a tárgyak

képeit könnyen megoszthatóvá teszi – tudományos célokra éppúgy, mint ismeretterjesztésre. A tárgyhoz kötődő információk társadalomtörténeti jellegű szemlélete, az „új muzeológia”, szintén igényli a hálózatos, többféle kapcsolatot feltételező tudásrepresentációt. Ez a rendezési elv a kiállítást, mint élményt fogja fel. (Kómár és Labundy, é. n.)



9.7. kép: Érintőképernyős asztalok a berlini Kommunikáció Múzeumban. A felhasználók egymás választásaiból is tanulnak, hiszen látják, mit keres, és milyen képeket, filmeket hív elő a másik látogató.

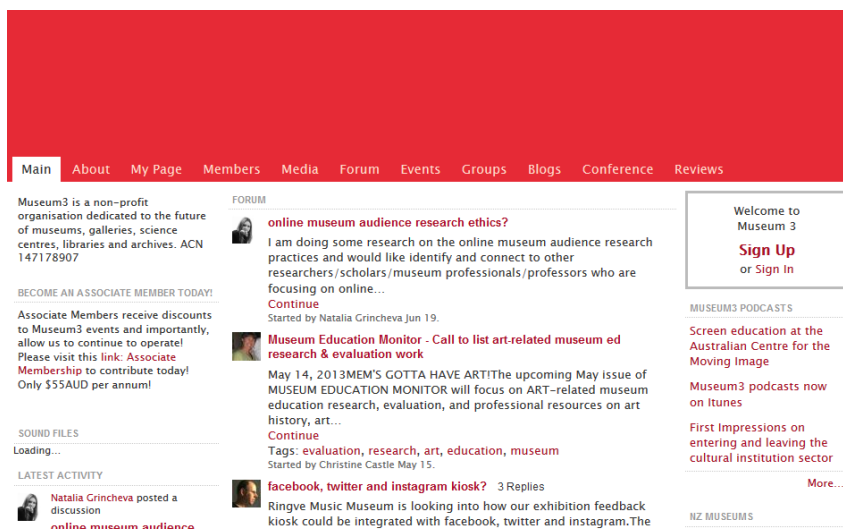


9.8. kép: Hiteles információkereső hely, a Microsoft Worldwide Telescope . Ezt az alkalmazást felhasználják múzeumokban, csillagvizsgálókban is, hiszen a látogatók érdeklődése szerint használhatók a szimulációk és az adatbázis.

A kiállítás informatikai megoldásainak tervezése

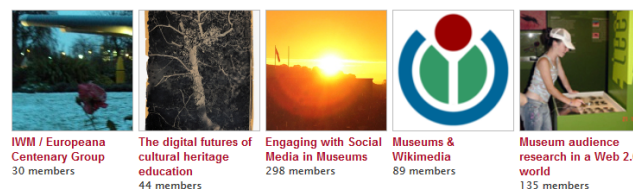
Van egy hely az interneten, ahol a múzeumi multimédia megoldások szakértői kurátorokkal és pedagógusokkal együtt vitatják meg, mire lehetne használni a számítástechnika újonságait. A *Museum 3.0- what will the museum of the future be like?* (Múzeum 3.0 – Milyen lesz a jövő múzeuma?) a témához kapcsolódó szakkönyv-bemutatókat is közöl, és rendszeresen tudósít az informatikai konferenciákról és vásárokról is. A kiemelt csoportok: Europeana, A kulturális örökség oktatásának digitális jövőképei, Múzeumok és a Közösségi Háló, Múzeumok és a Wikipédia, Látogató kutatás a Web 2.0 világában².

² A Web 2.0 a Közösségi Háló szinonimája, az önkéntes részvételen alapuló információ- és véleménymegosztás és ismerkedés helye.

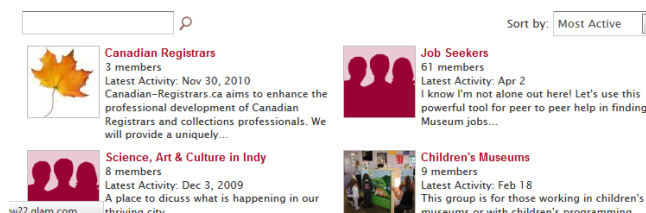


9.9. kép: Múzeum 3.0 oldal rovatai és nyitó cikkei, 2013. június 26. Az oldal első híre a látogatók virtuális követésével kapcsolatos etikai kérdésekről szól. („Online museum ethics”). Valamennyi cikk megtalálható az oldal cikk adatbázisában.

Featured Groups



All Groups (50)



9.10. kép: Múzeum 3.0 oldal vitakörei („ Groups ”), 2013. 06. 26-án.

Szintén számos érdekességgel találkozhatunk a múzeumi multimédia konferenciákon, például a *MuseumNext* közösség a múzeumok jövőjét meghatározó elméleti, tartalmi és technikai kérdésekkel foglalkozó összejövetelein. A kiváló informatikai megoldásairól közismert hazai gyűjteményeken túl ezeket a weboldalakat is érdemes meglátogatni, mielőtt a tervezéshez látunk.



9.11. kép: A Magyar múzeumok rovat a Pulszky Társaság honlapjáról



9.12. kép: Múzeumpedagógiai segédletek a GEM Resources (Információforrások) oldalán. 2013. június 26.

Ha innovatív, jó megoldásokat keresünk, érdemes ellátogatni a múzeumi multimédia díjak honlapjaira is. Néhány példa: Heritage in Motion Díj, alapító: Europa Nostra, European Museum Academy díj, MUSE Múzeumi Multimédia Díj, Gyermekmúzeumi díj.

A múzeumi multimédia megoldások tervezésének lépései:

Előzetes tervezés:

- mely kiállítás-részekhez szükséges az informatikai megoldás, és mi a célja? □ a tervezés részletessége, pontossága csökkenti a hibalehetőségeket, a felesleges kiadásokat.
- informatikus, múzeumpedagógus bevonása a kezdetektől: az adott költségkereten belül milyen informatikai megoldás lehetséges, a korábbi tapasztalatok alapján mit szeret a látogató?
- marketinges: tervet készít a kiállítás reklámozásáról informatikai eszközökkel

- kurátor: ő dönt az eszközök beszerzéséről és elkészítéséről
- múzeumigazgató: az infrastruktúra és a humán erőforrás biztosítása

Technikai tervezés

- hardver- és szoftverigény (specifikálás, eszköz és pótalkatrész beszerzés, korszerűsítés)
- szerelhető kiállítási környezet kialakítása (az eszközök javításához szükséges tér biztosítása)
- bővíthetőség biztosítása
- üzemeltetés megoldása vagy megrendelése (házon belüli vagy külső)
- kell-e fejlesztő hozzá, vagy csak új tartalom, saját környezetben?
- igényel-e állandó őrzést, rendszeres informatikai felügyeletet?
- felhasználóbarát megoldások keresése

Tartalmak

- múzeumpedagógus: célcsoportok kijelölése, célzott tartalmak előállítása
- marketing szakember: folyamatos kommunikáció biztosítása, frissülő tartalmak

Fenntarthatóság

- a működtetés menete és költségei megtervezése
- feladatok meghatározása
- folyamatos ellenőrzés, értékelés
- tartalmi korrekció, bővítés
- eszközjavítás, csere³.

Jó tervezési példák olvashatók Kómár Éva, a Petőfi Irodalmi Múzeum (PIM) munkatársa esettanulmányában, a 14. fejezetben).

³ Kómár Éva és Labundy Dávid előadása, „Kiállítások informatikai támogatása”, múzeumpedagógiai továbbképzés a Petőfi Irodalmi Múzeumban, Budapest, 2013. május 15. A hivatkozások tartalmi idézetek.



9.13. kép: Múzeumi kiállítás információs kioszka természettudományi múzeumban: egyéni és csoportos információkeresésre is alkalmas, tágas tér, kényelmesen elhelyezett képernyőkkel. (Fotó: Kárpáti Andrea)



9.14. kép: A multimédia használaton felnőtt nemzedék módszerét, a többféle feladat párhuzamos végzését (multitasking) az információszerzésben is alkalmazó, több képernyőn (több eszközön) egyszerre nézett tartalmakat utánozza ez a kiállításrészlet. A képek és szövegek összehangoltak, a faburkolatba süllyesztett képernyők és szövegpanelek látványa harmonikusan illeszkedik a múzeumi környezetbe. Oslo, Science Museum, 2008. (Fotó: Kárpáti Andrea)



9.15. kép: Interaktív multimédia megoldás a hanghullámokról szóló információk közlésére: „Célba éneklés” Az eszköz előénekel egy dallamot, melyet utánozni kell. A karmester int, ha elkezdhetjük, és a céltábla jelzi, mennyire sikerült eltalálni a hangmagasságot. 1. 2012. Haus der Natur, Salzburg (Fotó: Kárpáti Andrea)



9.16. kép: Célba éneklés 2: „Közepesen teljesítettél!” 2012. Haus der Natur, Salzburg (Fotó: Kárpáti Andrea)



9.17. kép: A kiállításhoz illő információs kiosk az oslói Természettudományi Múzeum közlekedési eszközökkel foglalkozó kiállítás-részben. 2008. (Fotó: Kárpáti Andrea)

A korábban már bemutatott *Budapesti Múmia Projekt*, a Szépművészeti Múzeum kiállítása⁴ a sokoldalú digitális kommunikáció kiváló példája volt. A kiállítás multimédia megjelenésének részei:

- a kiállítás építését dokumentáló blog;
- a tudományos kutatás eredményeit közlő rovat;
- a restaurálás és konzerválás fázisait és egy arc-rekonstrukciót bemutató rövidfilmek;
- egy, a kutatásról szóló 3D film; egy iPad alkalmazás;
- fotógaléria és a hagyományos múzeumi honlap-elemek: az információk a kiállításról.

⁴ A kiállítás honlapja. A kiállítását dokumentáló ill. témájához kapcsolódó rövidfilmek (2013. 03. 30-án letöltve): <http://www.szepmuveszeti.hu/web/guest/aktualitasok/idoszaki/mumia/modszerek>; <http://www.szepmuveszeti.hu/web/guest/aktualitasok/idoszaki/mumia/embertan>; <http://www.szepmuveszeti.hu/web/guest/aktualitasok/idoszaki/mumia/mikrobiologia>; <http://www.szepmuveszeti.hu/web/guest/aktualitasok/idoszaki/mumia/arcikonstrukcio>.



9.18. kép: „Érezd Mozartot”! A salzburgi Mozart Museum zenehallgató sarkának bejárata, korabeli hangszerekkel, kottákkal, amelyek kedvet csinálnak a zenehallgatás élményére. 2012. (Fotó: Kárpáti Andrea)



9.19. kép: „Érezd Mozartot”! A salzburgi Mozart Museum zenehallgatófülkéje. A süppedő vörös bársony a múzeumhoz közeli hercegérseki palotát idézi, ahol a fiatal mester zenéjét sokszor hallgatták. 2012. (Fotó: Kárpáti Andrea)

Az informatikai eszközök feladata a kiállítási kommunikációban lehet aktív ismeretszerzés és passzív ismeretátadás egyaránt. Az előbbire a tudáspontok, iPad és okostelefon-alkalmazások a példák, a passzív, de szintén értékes és a kiállítás üzenetét jól közvetítő módszerek a kultuszvetítés, holografikus vetítés, a tér manipulációja: az enteriőrökben virtuális kiállítási tárgyak és érintőképernyős információk. Valamennyire bőségesen látunk példákat a múzeumi multimédiáról szóló szakmai közösség korábban már említett weboldalán. (Museum 3.0)

Egy, 2008–2009 között, országos adatfelvétellel, a szentendrei Szabadtéri Néprajzi Múzeum oktatási központja, a MOKK szervezésében lezajlott múzeumpedagógiai felmérés során megkérdeztük, hogyan javítható a kiállításokról, illetve a múzeumról szóló kommunikáció hatékonysága.

Példák szöveges válaszokra:

„A kommunikációs eszközök és módszerek fejlesztése megkönnyítené a kapcsolattartást és lehetővé tenné, hogy a múzeum folyamatosan a köztudatban maradjon.

Iskolákkal való élő együttműködés, hogy ne legyenek bizalmatlanok a programok iránt, hogy hajlandóak legyenek áldozni a színvonalas foglalkozásért, segédanyagokért

Jobban meg kell ismerni az egyes oktatási intézmények, korcsoportok igényeit.” (Kárpáti és Szirmai, 2011)

A következő táblázatban a tipikus válaszokat mutatjuk be:

Válaszok	Válaszadók száma	Arány
<i>Online kommunikáció erősítése</i> (honlap, közösségi oldalak, digitális információhordozó, email, szakmai és laikus hírlevél)	14	20,29%
<i>PR-tevékenység</i> intenzitásának növelése (több reklám, fizetett hirdetés, hatékony kommunikációs stratégia, erősebb marketing, több csatornán, több információ, több helyszínen, többféle eszközzel, részletesen, rendszeresen)	12	17,39%
<i>Nem tervez több kommunikációt</i> , mert forráshiány van, külön ember kellene hozzá	10	14,49%
<i>Média megjelenés fokozása</i> (online vagy papíralapú sajtóban vagy tévében, helyi vagy megyei vagy országos)	9	13,04%
<i>Nyomatott anyagokkal</i> , szórólapokkal látná el az iskolákat	6	8,70%
<i>Imázsépítés</i> , új célcsoportok meghódítása	5	7,25%
<i>Információ-átadás a helyszínen</i> (infopult, interaktív térkép, információs tábla a település határában)	3	4,35%
Személyes informálás	3	4,35%
Pályázatok során megvalósított innovációk közös terjesztése	2	2,90%

9.1. táblázat: *Múzeumi kommunikációval kapcsolatos megjegyzések, 69 múzeum válasza alapján (Kárpáti és Szirmai, 2010 alapján)*

Alábbi táblázatunk bemutatja, hogyan képzelik el a múzeumi honlap hasznosítását a 2008–2009-es MOKK felmérés válaszadói:

Válaszok	Válaszadók száma	Arány
Fejlesztés alatt (új / saját, vagy átalakítani / bővíteni /frissíteni kéne)	41	48,81%
Oktatás (tanári segédanyagok, órarendek, múzeumpedagógiai ajánlatok, letölthető foglalkoztató anyagok, feladatok, külön múzeumpedagógiai rész)	16	19,05%
Részletes, naprakész tájékoztatás, hatékony információ áramlás elősegítése, (sokan tájékozódnak ilyen forrásból)	15	17,86%
Új célcsoport (korosztályokhoz illesztett anyagok, szélesebb körben megismertetés, jobb PR, információk elérése távolból)	11	13,10%
Interaktív (színes, élő, gyerekeknek és felnőtteknek is élményt nyújtó, programokat kiegészítő, könnyen kezelhető, interaktív kiállítás online)	10	11,90%
Játékok, vetélkedők	5	5,95%
Egyéb információ (hasznos tudnivalók, előző programok bemutatása, visszacsatolás, alapvető célok)	4	4,76%
Nincs kapacitás	3	3,57%
Elérhetőség javítása	2	2,38%
Idegen nyelvű változat készítése	1	1,19%

9.2. táblázat: A honlap hasznosításával, kihasználásával kapcsolatos megjegyzések tartalmi elemzése. 84 válaszadó. (Kárpáti és Szirmai, 2010 alapján.)



9.20. kép: Hagományos és digitális információhordozók összehangolása: részlet egy amerikai vidéki múzeumból, ahol egyetlen fő attrakció: egy dinoszaurusz csontváz köré kell szervezni a multimédia megoldásokat úgy, hogy gazdag információ tartalmú kiállítási környezetet adjanak. 2009. Burpee Museum, Rockford, Illinois. (Fotó: Kárpáti Andrea)

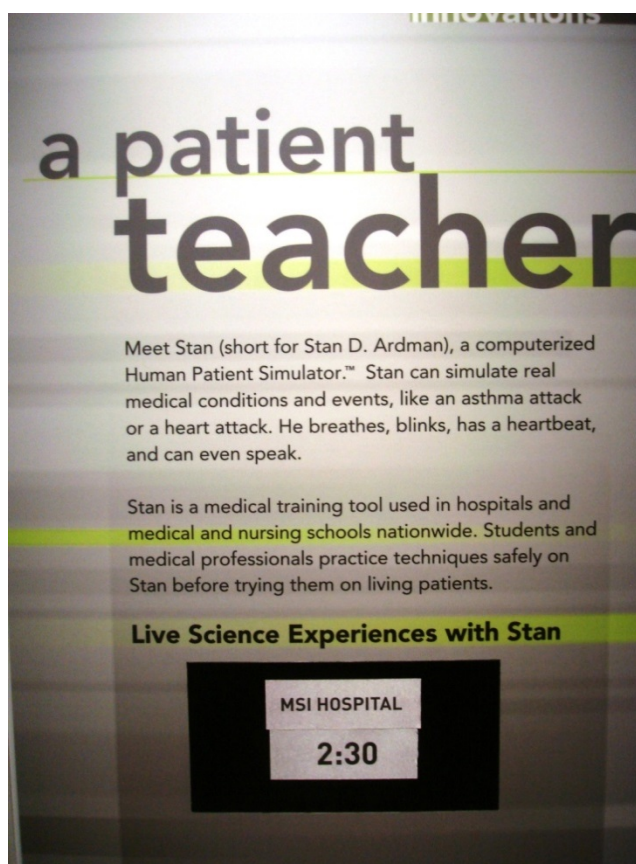
Kiállításba épített multimédia

Egy nemrég lezajlott múzeumi továbbképzésen Labundy Dávid, a Petőfi Irodalmi Múzeum (PIM) informatikusa, számos sikeres kiállítási multimédia objektum készítője arról beszélt, hogyan lehet digitális eszközökkel elérni, hogy a *filmtér* – az érzékelt, de be nem járható, mert virtuális környezet, amelyet szemlélve úgy érezzük, magunk is részesei vagyunk a cselekményeknek – meglevenedjék a múzeum falain. A múzeum informatikai

kommunikációjáról ebben a kötetben Kómár Éva esettanulmánya olvasható, most csak néhány, témánk szempontjából érdekes példát villantunk fel a kiállításba épített multimédia eszközök közül. A PIM egyik kiállításán *szimulációt* alkalmaztak – a padlón vetített, tócsa volt látható, amely hullámozott, ahogy rálépett a látogató. A mozgásérzékelő szoftver működésével a néző természeti élményhez hasonló, érdekes pszichomotoros hatás-együttes részese lett. A „Reneszánsz utak – virtuális találkozások” című kiállítás bemutatója a honlapon egy *festmény animáció* volt.

Korabeli kép alapján számítógépes képfeldolgozás, egyfajta film készült: a látogató „beléphetett” a képbe, megszemlélhette a korabeli bútorokkal berendezett szobabelsőt. A Kazinczy kiállítás bevezetője egy festmény alapján készült szimuláció volt: Kazinczy lakóháza elevenedett meg, a látogató bejárhatta a szobákat, majd az animált film végén ismét a festménybe fordult vissza a látvány. Az ilyen megoldások mind a ráhangolódást, a kiállítás befogadását segítik. Előkészítenek az élményre, amely a valódi tárgyak között ér majd minket, de érdekes ismereteket is nyújtanak, s így kedvet csinálnak a múzeumlátogatóshoz.

A kiállítási multimédia legfontosabb feladata azonban, akárcsak a tárlaté, az élmény- és tudásszerzés. Az alábbi alkalmazás ezt példázza.



9.21 . kép: Orvosok képzésére használt szimulációs eszköz kiállításon: Stan, a „Tanító beteg” egy robot, amelyet különböző betegségek megjelenítésére programoztak be. A chicagói Museum of Science and Industry korábban ismertetett, YOU – Az élmény című kiállításán hetente várta a látogatókat, akik kipróbálhatták, hogyan kell diagnózist készíteni. 2009. (Fotó: Kárpáti Andrea)



9.22. kép: A chicagói Museum of Science and Industry YOU – Az élmény című kiállításán a látogatók Stant, a „képzett beteget” vizsgálják, aki tüneteiről a beépített multimédia megoldások révén rögtön magyarázattal is szolgál. 2009. (Fotó: Kárpáti Andrea)



9.23 . kép: Vizsgálati eszköz kiállításon: Field Museum, Chicago. 2009. (Fotó: Kárpáti Andrea)



9.24. kép: A bejáratától a múzeum belső terébe vezető információs konzolokat követve, az életművekhez kapcsolódó dokumentum-és játékfilmek vetítőhelyére ér az oslói Nobel Museum látogatója. 2008. (Fotó: Kárpáti Andrea)

A kiállításon látható multimédia lényege a kép, nem a szöveg. Egy *infopult* (számítógépet rejtő konzol vagy bútordarab) nem tekinthető kiállítási feliratnak, információs panelnek. Az ideális szövegméret 200 szó képernyőnként, a videofilmeknél két szövegsor jelenetenként. A nem közismert kifejezéseket mindig meg kell magyarázni egy, az adott szóra kattintva elérhető kislexikonban, amelyben a kiállított anyaghoz kapcsolódó tudományos háttér-információkat is elhelyezhetünk. A szövegnek középiskolát végzettek számára érthetőnek kell lennie – minden ennél magasabb képzettséget feltételező információ kerüljön a kislexikonba! Ha hosszabb szöveget tartalmaz, ezt érdemes hangalámondással támogatni, melyet fülhallgatóval, a többi látogató zavarása nélkül lehet meghallgatni. Mind a szöveges, mind a hangos megoldást *akadálymentesíteni* kell: a programba integrálni kell a látás- és hallássérültek használatát megkönnyítő funkciókat. Minden szöveg legyen nagyítható, minden hangosfilmhez készüljön aláírt szöveg.



9.25. kép: *Widgit* szimbólumok a londoni Közlekedési Múzeumban (Museum of Transport). A múzeum speciális igényű látogatóknak szóló segédeszközeinek bőséges listája [innen letölthető](#). (A *Widgit* Software egy olyan programot készült bemutatni, mely az információbefogadási problémákkal küzdők számára a szimbólumok nyelvére fordítja át a weboldalakat. [Bővebben róla itt](#).)

Access and SEN

Inclusive learning opportunities for all young visitors



Inclusive learning...

The schools team has a strong ethos of offering inclusive learning opportunities to all young visitors. There is a wide range of facilities for students with visual, hearing, learning and mobility impairments.

Visiting the Museum

Planning your visit

Come along to a planning session at the Museum and talk to members of the schools team, receive free resources, and help in planning the structure of your visit.

See all teachers' courses >
Visiting information for schools >

Preparing your students

School sessions

Taught handling sessions

Tailored specifically for students with special educational needs, students can experience ancient Greece, Egypt or Rome or medieval Britain through sight, sound, smell and touch with these facilitated sessions.

Various dates available >

Digital workshops for SEN students

Access and facilities

Let us know your requirements

Please let us know of any access requirements when you book your visit. The majority of galleries in the Museum have level access, and all the facilities in the Clore Education Centre are accessible. Full information about access and facilities >

Wheelchairs, magnifying glasses and other equipment may be borrowed by prior arrangement. Telephone +44 (0)20 7323 8299.

9.26. kép: A British Museum speciális igényű látogatóknak szóló oldala

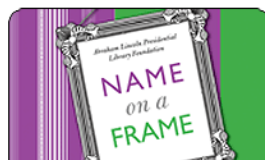
9.27. kép: Az angol National Media Museum, Bradford, West Yorkshire speciális igényű látogatóknak szóló oldala 2013 június 26-án.

A multimédia megoldások értékelésével foglalkozó kutatások szerint a *megszemélyesített információ* sokkal hatásosabb a leíró szövegnél. (Piacente, 2001) Egy példa: Dekalb város (Illinois, USA) helytörténeti múzeumban a mezőgazdasági gépeket bemutató teremben mozgásérzékelős (a látogató beléptére aktivizálódó), életnagyságú képernyőn megjelenő *virtuális tárlatvezető*, egy 19. század végi farmer fiú kérdezi: „Szeretnél-e megtudni valamit arról, hogyan használom a boronát?” A látogató a képernyő melletti panel gombjait nyomogatva válaszolhat és kérdezhet is a fiútól, aki mindjárt elcsendesedik és eltűnik, ha nem reagálunk a mondókájára.

A salzburgi Mozart Múzeumban a zeneszerző családtagjai mesélnek a gyermek Mozart kalandjairól. Az Illinois állambeli Springfieldben, az Abraham Lincoln Elnöki Könyvtár és Emlékmúzeumban (*Abraham Lincoln Presidential Library and Museum*) tanúi lehetünk, hogyan kel életre a nagy elnök saját bútorai között. A hologram-figurák itt valódi kiállítási tárgyakkal együtt láthatók, azokat lelkesítik át a függetlenségi háború egyik csatája, a Gettysburgh-i beszéd vagy a polgárháborút követő szenátusi csatározások felidézésével.

MUSEUM
212 N. Sixth Street, Springfield, IL 62701
9:00 AM – 5:00 PM DAILY

The Museum's admission fee is:
Adult \$12.00
Senior (62 and up) \$9.00
Children (5 - 15) \$6.00



9.28 . kép: A kiállítás jelképes tárgyának felhasználása minden digitális terméken: Lincoln kürtőkalapja az Abraham Lincoln Presidential Library and Museum honlapján, Springfield, Illinois, USA. 2013. június 6.



9.29 . kép: A fogadótérben Lincoln és családja életnagyságú figurái köszöntik a látogatót. A belső termekben a virtuális élmények kiegészítik a hagyományos múzeumi megoldásokat. Abraham Lincoln Presidential Library and Museum, Springfield, Illinois, USA. (Fotó: Kárpáti Andrea, 2009.)



9.30 . kép: A Lincoln Emlékmúzeum belső termeiben a virtuális élmények hatásosan és hitelesen egészítik ki a hagyományos múzeumi megoldásokat. Abraham Lincoln Presidential Library and Museum, Springfield, Illinois, USA. (Fotó: Kárpáti Andrea, 2009.)



9.31 . kép: A kiállítás különlegessége: ember nagyságú lézer alakok élő színészekkel együtt idézik fel a legendás amerikai elnök életét. Abraham Lincoln Presidential Library and Museum, Springfield, Illinois, USA. (Fotó: Kárpáti Andrea, 2009.)

A multimédia megoldások nemcsak a látogatókat szolgálják, hanem a **kiállítás működéséről is fontos visszajelzéseket adnak:**

- *saját szerkesztésű információk birtokba vétele:* látogatók információkat és képeket küldhetnek haza e-mail csatolmányként;
- *üzenetküldés* a látogatóknak: a látogatók elérése a kiállítás után;
- *kvízzjáték:* a látogatók tudásának felmérése – az információk közvetítése hatásosságának megítélése;
- a látogatók követése, *látogatói profilok* képzése a hordozható kiállítási vezető eszközök információi alapján.



9.32 . kép: Diavetítés és film-interjú ismerteti meg a látogatót a múzeum gyűjteményeivel egy természettudományi múzeum előterében. 2011. (Fotó: Kárpáti Andrea)



9.33. kép: Filmvetítés-sorozattal mutatja be a gyűjteményeit a párizsi Musée du Design. 2010. (Fotó: Kárpáti Andrea)

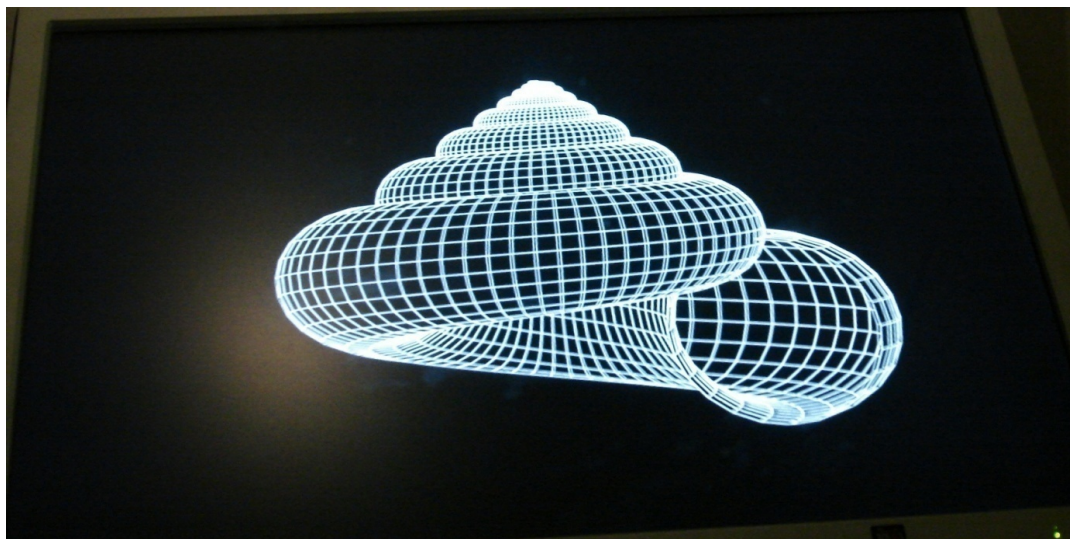
Az **interaktív információközvetítő konzol** elkészítésénél az alábbi kommunikációs szabályokat érdemes figyelembe venni:

- a program szerkezete (témakörök és navigációs lehetőségek) legyen világos a felhasználók számára. Az előre ugrás, hivatkozások követése közben mindig legyen mód visszatérésre,
- egy képernyő képen maximum 200 szó jelenjen meg,
- minden képernyő képen legyen legalább egy ábra
- minél több szöveget lehessen felolvasással (hanggal) is megjeleníteni,
- a mozgóképek és animált ábrák hatásosabbak és érthetőbbek az állóképeknél,
- minden konzolon legyen a csökkent látásúakat segítő, a szöveget és képet felnagyító opció,
- a szöveg nyelvezete a középiskolai végzettségük számára is érthető legyen. A speciális érdeklődést és képzettséget igénylő, kiegészítő információk az alapszövegből kiindulva, választhatóan legyenek elérhetőek.

A látogatók akkor hajlamosak kipróbálni a multimédia információs megoldásokat, ha ezek újak, érdekesek. Egy hazai, több mint 12 ezer látogatói kérdőíven alapuló kutatás szerint a látogatók mintegy 20-30%-a próbálja ki az interaktív eszközöket akkor, ha az újdonság, ha már régebben is megvolt, akkor csak 11 % körüli ez az arány. (Puczkó, 2009)



9.34. kép: Valódi tárgy és animációs magyarázat egymás mellett: látványos és hasznos megoldás. 2007 (Fotó: Kárpáti Andrea)



9.35 . kép: Részlet a fenti tárlóban látható animációból: a csigahéj szerkezete. (Fotó: Kárpáti Andrea)

A kiállításba épített multimédia megoldás működési módja szerint lehet audiovizuális bemutató eszköz vagy interaktív oktató eszköz. A mobil számítógépes eszköz interaktív megoldásai révén látogatótárs a kiállításon. Ilyen például a digitális tárlatvezető szoftver kisméretű, hordozható számítástechnikai eszközök (tablet PC-n, iPad-en vagy okostelefonon). Funkcióiról a következő részben lesz szó.

Ha a multimédia kiállítási tárgyként működik, igen fontos, hogy minden látogató élvezhesse. A nézők, mint olvasók, nagyon különböző képességűek, ezért szöveg-aláírással rendelkező filmet csak érintő képernyőn (megállíthatóan) szabad közreadni. Példák a kiállítási tárgyként szereplő multimédia megoldásokra:

- Diaporáma, Heineken Múzeum, Amszterdam,
- Érintőképernyős asztal a berlini Kommunikáció Múzeumban.
- Példák interaktív oktató eszközökre: Microsoft Worldwide Telescope, Univerzum szimulátor.



9.36. kép: Közlekedési játék szimulációs megoldásokkal, Heureka Science Center, Helsinki. (Fotó: Kárpáti Andrea)



9.37. kép: Mobil digitális alkotás készítése a „YOU – The Experience, (TE – az élmény)” című kiállításon. Chicago, Museum of Science and Industry (Fotó: Kárpáti Andrea)

Ha olyan építményt, tárgyat kell bemutatnunk, amelyből igen kevés, vagy éppenséggel semmilyen tárgyi emlék nem maradt fenn, a multimédia, mint kiállítási tárgy, a helyszínen, a környezet hatásait kiaknázva képes megeleveníteni a megsemmisült értékeket. Egy példa: a „Vissza a jövőbe – Virtuális régészeti barangolás a keleméri Mohosvárbán” című interaktív oktató program, melyet Pusztai Tamás és Balogh András, a Hermann Ottó Múzeum munkatársai készítettek el 2010-ben. A virtuális túra során a látogató ugyanazt az utat járja be, mint a régészek. A 3D megjelenítés eszközeit használó programban a mozgó ábrákhoz hang és olvasható is társul. A szoftverhez

szabadon letölthető elektronikus kiadvány-sorozat kapcsolódik, de nyomtatott publikációk is megjelentek, például a „Hogyan készült?” című mappa, amely középiskolásoknak szól, és egy tudományos közlemény-sorozat a vár-rekonstrukcióról, szakemberek számára.



9.38. kép: Mohosvár, Kelemér : a rekonstrukciós munkát és az egykori várat bemutató honlap.



9.39. kép: Mohosvár, Kelemér: galéria és e-könyvek

Digitális tárlatvezető eszközök

A mobil látogatói információs eszközök a mozgó térképtől a beszélő katalóguson át a játékos útitársig számos *feladatot* betölthetnek. Példák:

- üzenetküldés a látogatóknak,
- a látogatók képeket, üzeneteket küldhetnek e-mail-en,
- kvízzjáték, ahol a megfejtéseket a kiállított tárgyak és a környező információk rejtik,
- helytől függő információsórás: megszólal a fülhallgatóban a tárgy leírása, ami előtt állunk

A digitális kiállítási vezető rugalmas információforrás, amely helyhez köthető adatokat közöl, dokumentálja a látogató mozgását és információs igényeit, tartalma könnyen változtatható. Egy példa a helyhez kötött információsórásra: Boston, Museum of Fine Arts, múzeumi vezetők és Interaktív túság.




9.40. kép: iPad-re tervezett múzeumi vezető reklám fotója.









9.41. kép: A stuttgarti Mercedes Benz múzeumban így tesztelték a mobil tárlatvezető eszközöket. 2010. május 18.

Különböző igényű és képességű látogatói csoportok számára más és más tartalom kínálható egyetlen készüléken. Példák: MTA SZTAKI: *Guide at hand*, British Museum multimédia vezetői vagy az *InSitu Solutions* cég speciális igényű látogatóknak kifejlesztett alkalmazásai. Az ilyen digitális segédeszközök teljes köre hozzáférhető a New York-i Museum of Modern Art-ban, a *MOMA – Access Program* (MOMA Hozzáférési Program) keretében:

- „*Tapintó Túrák*” hangos mobil PC vezetővel: a látássérültek és kísérőik letöltik telefonjukra az alkalmazást, amely elvezeti őket a tapintási élményét kínáló kiállítás-részekhez;
- „*MoMA Audio*”: négyféle látogatói célcsoportnak készült tárlatvezető program egyetlen eszközön;
- *speciális jelek a kiállításon*: Braille és óriás betűs feliratok;
- könnyen *megközelíthető* terek, irányjelzőkkel;
- *videokonferencia a kiállító térben*: laptop kölcsönzés video konferenciához: teljesen mozgásképtelen betegek is bekapcsolódhatnak egy tárlatvezetésbe.



In 2010, we received the Innovations in Alzheimer's Disease Caregiving Legacy Award from The Family Caregiver Alliance and The Rosalinde and Arthur Gilbert Foundation, the Community Leadership Award from the Alzheimer's Association New York City Chapter, the Excellence in Published Resources Award from the American Association of Museums, the Best of the Web award from Museums and the Web for the Meet Me website, and First Prize in the American Association of Museums' Museum Publication Design Competition for the Meet Me book. In 2007, we received the Ruth Green Advocacy Award from the League for the Hard of Hearing. In 2000, we won the Access Innovation in the Arts Award, presented by VSA Arts and MetLife Foundation, in recognition of our programs serving people with disabilities.

 K-12 Students & Teachers	 Individuals with Developmental or Learning Disabilities
 Individuals Who Are Blind or Partially Sighted	 Individuals Who Are Deaf or Hard of Hearing
 Individuals with Dementia	 Wheelchair Access

9.42: A Museum of Modern Art New York-ban számos látogatói igénynek megfelelő speciális programot kínál: fejlődési és tanulási rendellenességekkel élőknek, látás- és hallássérülteknek, demenciában szenvedőknek, kerekesszékekkel közlekedőknek teszi lehetővé a kiállítások megismerését.

Az oktatási célú mobil multimédia fejlesztés egyik legjelentősebb európai központja az amerikai *Massachusetts Műszaki Egyetem* (Massachusetts Institute of Technology, MIT) *Média Laboratóriuma*. Az ezredfordulón világszerte a kutatók és fejlesztők szakmai közösségeket alakítottak. Főként a technikai megvalósításról szólnak a virtuális kiállítási megoldásokat közreadó Euromuse.net és az interneten elérhető digitális kultúra-kínálatot közreadó DigiCULT, az Európai Unió tagországainak közösségei), vagy a kanadai digitális múzeumi projektek.⁵ Az amerikai *Virtuális Múzeumok Standardjai és Technológiai Kutatóintézete* (*National Institute of Standards and Technology of Virtual Museums*,) konferenciákkal, kiadványokkal segíti a digitális és virtuális muzeográfia területén születő eredmények terjesztését. A terület legnagyobb, évente megrendezett konferenciája a „*Múzeumok a Hálón*” (*Museums and the Web*)⁶. A múzeumi multimédia fejlesztőknek szóló konferenciákról a szervezet Konferencia oldalán kaphatunk információkat.

⁵ További tájékozódásra: Euromuse hálózat, DigiCULT olasz társ-oldala angol nyelven, a kanadai digitális múzeumi projektek gyűjtő oldala.

⁶ A társaság publikációja: Archives and Museum Informatics, a legutóbbi rendezvény leírása itt.



9.43. kép: A múzeumi multimédia ellenzőinek egyik fontos érve, hogy a digitális eszköz elszakítja egymástól a tárlatra együtt érkezőket. Mindegyik mást hallgat, máshová néz, sőt: ha látványos a kis képernyő, vagy izgalmas a fülbe sügött történet, néha még magáról a műről is képes elvonni a figyelmet. (Fotó: Kárpáti Andrea)

Valódi múzeumok virtuális kiegészítései

A Szépművészeti Múzeum Magyarországon az elsők között vállalkozott arra, hogy az interneten is áttekintést adjon a világhírű gyűjtemény legérdekesebb darabjaiból, és [virtuális sétára](#) hívja a weboldalára látogatót. A nyitó kép információs pultot idéz, amelytől elindulva, a múzeumi folyosókra emlékeztető virtuális terekben helyeztek el néhányat a gyűjtemények közérdeklődésre számot tartó darabjaiból. A Magyar Nemzeti Galéria honlapján [virtuális tárlatvezető](#) működik. A „Magyar művészek Münchenben 1850 és 1914 között” című időszaki kiállítás termeiben nemcsak egyes képeket, de ezek társításait, a kurátor kiállítás-rendezési koncepcióját is nyomon követhetjük. Minden képnél megjelenik a cím és az alkotó neve is. [Markó Károly kiállításához](#) a művész „Tájkép Tivoli mellett szüretelő jelenettel” című, 1846-ban készült olaszországi tájképéről készítették gigapixeles felbontású felvételt, és még több ilyen virtuális műbemutatót is terveznek.⁷ A Herendi Porcelánmúzeum honlapján [állandó és időszaki kiállítások](#) szerint rendezve láthatók a képek. A kattintással „kinyitott” termekben az egyes tárgyakat fel is lehet nagyítani, és minden műalkotáshoz rövid leírás tartozik. Az oldalon találunk egy multimédia adattárat is, benne szöveges dokumentumok, fotó- és diagyűjtemény, illetve video tár érhető el, sőt, még egy régi porcelán-égető kemencét is „körbejárhatunk”. A Szentendrei Szabadtéri Múzeum igen gazdag honlapján, a pedagógusoknak és kutatóknak szóló több ezer oldal letölthető szakkönyv és kép mellett szintén található [virtuális tárlatok](#).

„A titkos benyúló az interneten” című online kiállítás Anne Frank amszterdami múzeumához illeszt élményszerűen elrendezett dokumentációt. A videók, animációk, térképek és fotók itt sokkal kényelmesebben szemlélhetők, mint a kiállításon hozzáférhető multimédia konzolokon. Anne Frank virtuális szobájában a tárgyakhoz történetek tartoznak, amelyeket a tárgyak fölé mozgatott kurzorral hívhatunk elő.

A Louvre Virtual Tour során a múzeum 21 terméről panorámafotók segítségével alkothatunk képet. Négy helyszín 3D animációs mását is megnézhetjük, ahol minden egyes műtárgyról részletes információkat kaphatunk. A „Nézzük meg közelebbről” sorozatban 12 műtárgynak a kiállító térben észrevehetetlen részleteit mutatják be, és természetesen elkészült a Da Vinci kód regényhőseinek útját követő virtuális séta is.⁸

Vannak olyan kiállítási anyagok is, amelyek a virtuális térben mutathatók be legjobban. Néhány példa:

⁷ A Magyar Nemzeti Galéria időszaki kiállításaihoz készült virtuális tárlat és a Markó Károly életművét bemutató kiállítás egyik tájképének gigapixeles felbontású digitális képe.

⁸ A Louvre klasszikus virtuális túrája, és az új, háromdimenziós látványt kínáló túra.

- maga az alkotás csak digitálisan létezik (pl. számítógéppel készült grafika),
- a bemutatandó tárgy szabad szemmel nem látható (pl. az orvosi múzeumok kollekcói⁹),
- a bemutatott téma közvetlenül kapcsolódik a digitális kultúrához – ilyenek az informatikával, számítástechnikával, számítógépek történetével foglalkozó kiállítások¹⁰,
- a valódi művek a világ számos pontján szétszórva találhatók, együtt másként nem lehet, vagy igen költséges lenne őket bemutatni (ilyenek pl. a sok múzeum alkotásaiból létrejött, egy témakört bemutató tárlatok)¹¹,
- fogalmak „kiállítása”, amely számos multimédia dokumentummal oldható meg leghatásosabban, melyeknek legolcsóbb megosztási helye az internet¹².

György Péter a műtárgyak virtuális létének problémáit is vizsgáló, „Az eltörölt hely – a múzeum” című könyvében (2005) szól a digitális gyűjteményekről, mint a hagyományos kiállító terek alternatíváiról. Pétursdóttir (2005) a mobil telefont kiváló pedagógiai eszköznek tartja, hiszen kéznél van, és képet, szöveget egyaránt könnyen kezel. Cooke (2007) szerint egyfelől az egyre kisebb képernyők, mint a táblagépek és az okostelefonok, másfelől az egyre élményszerűbb, csak nagy formátumban bemutatható filmek (LFF) egyaránt terjednek¹³. A múzeumi kiállításokat színesítő filmeknél is megjelenik a 3D és a 4D technológia, és egyre jobb a nagy látómezőjű digitális felvételek minősége. Ezek az „élményfilmek” szinte behelyezik a nézőket egy történelmi esemény közepébe (melynek azért passzív résztvevői maradnak). Bishop (2007) a 3D/4D színházak mellett érvel: a témaparkok közönségét nem kell kitenni az időjárás kényének-kedvének, alakítsunk ki minél több fedett helyet, ahol a park témájához kapcsolódó multimédia alkotások élvezhetők.

A filmeknél eldöntendő, hogy folyamatosan újakezdve mutassuk-e be, tehát mindenki, aki belép a kiállító térbe, láthassa őket, a látogató érkezésekor lépjenek-e működésbe (térérzékelővel üzemeltetve), vagy az érdeklődők indíthassák el a vetítést. Az első két esetben a film kiállítási tárgyként működik, része az élménynek, a harmadik esetben kiegészítő információkat nyújt csupán. Az utóbbi funkciót a honlapok is elláthatják, például a „Komplementer” weboldal, melyet középiskolás tanulók szerkesztenek és írnak azzal a céllal, hogy kortárs képzőművészeti kiállításokat propagáljanak, elsősorban a saját korosztályuk számára.¹⁴ (A kiállításokhoz kapcsolódó honlapokról e kötet más fejezetében lesz még szó.)

Multimédia kiegészítések valódi kiállításokhoz

A New York-i *Museum of Modern Art (MOMA)* honlapján számos alkotáshoz videó is készült, amelyen a művész vagy egy kurátor magyaráz a műről. Interjúk, kiállítás-előzetesek, riportok és online kiállítások is láthatók a honlap erre a célra kialakított részében. A hang és kép társításával nemcsak a látogatói élmény lesz teljesebb, de jelentősen megnövelhető a kiállítás információ-értéke is. A *Virtual Museum Canada* gyűjtő portálról elérhető a montreali McCord Múzeum az *Urban Life Through Two Lenses* című fotókiállítás. Két városfényképet látunk egymás mellett: ugyanaz a részlet, a különbség csak a készítés között eltelt 150 év. A 34 kép-párral a várostörténeti információk, képek, filmek mellett az adott korszak hangjait hallhatjuk a háttérben: cipőkopogást a macskakövön, autóforgalom zaját, vagy lármázó embereket egy kocsmá előtt.

⁹ Két példa: *Virtual Museum of Bacteria, The History of Osteopathic Medicine Virtual Museum*.

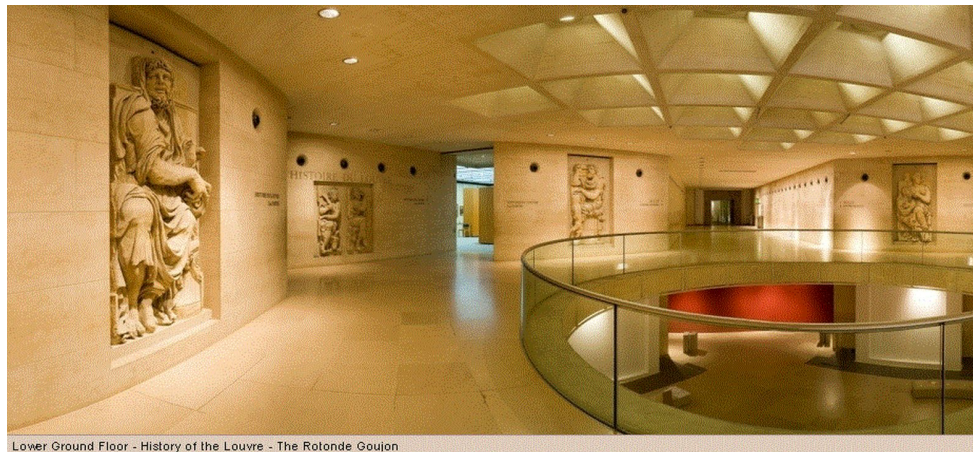
¹⁰ Egy példa: a Számítógép-tudomány Virtuális Múzeuma, - számos hivatkozással, az informatika történetével kapcsolatos adatbázisokra, információportálokra.

¹¹ Egy példa: *Web Gallery of Art*. Magyar fejlesztők műve ez az angol nyelvű honlap, amelyben a közreműködő múzeumokban őrzött alkotások láthatók, szöveges magyarázattal. A műveket stíluskorszakok szerint rendezték.

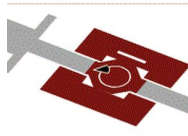
¹² Egy példa: Lombardia Nemzeti Emlékezetének Virtuális Múzeuma, *Virtual Museum of Collective Memory of Lombardia (MUVI)*.

¹³ Természetesen, mint Anderson (i. m.) is, sokan törnek lándzsát az informatikai eszközök az eredeti tárgyakat nem háttérbe szorító alkalmazása mellett.

¹⁴ A honlap az NKA támogatásával jött létre a Miskolci Galéria, a Kepes Intézet, a MODEM és a Mücsarnok együttműködésével. Mi 2013 márciusában jártunk az oldalon.



Lower Ground Floor - History of the Louvre - The Rotonde Goujon



The Rotonde leads to a series of rooms presenting the history of the Louvre as a palace and museum. The four haut-reliefs are from Pierre Lescol's Renaissance façade and were removed by Napoleon I. Carved in the workshop of Jean Goujon, they illustrate Charles IX's motto: "Piety and Justice".

9.44. kép: „Virtuális Louvre”: egy valódi múzeum virtuális megjelenítése. A látogató bejárhatja a gyűjteményt, mielőtt valóban elkezdene a múzeumi sétát.



9.45. kép: Ez a szimuláció nemcsak azt segít megérteni, hogyan működik a gépkocsi, hanem azt is, hogy mi, vezetők, hogyan működünk váratlan közlekedési helyzetekben. 2010. Heureka Science Center, Helsinki. (Fotó: Kárpáti Andrea)



9.46. kép: Nagypapa és unokája szembesül a nagypapa autóvezetésének lesújtó eredményeivel. 2010. Heureka Science Center, Helsinki. (Fotó: Kárpáti Andrea)

Digitális belépőjegy

Ez az eszköz lehetővé teszi, hogy megismerjük látogatóink útvonalát a kiállításon, feltárjuk érdeklődését és előzetes tudását, megtudjuk, mely tárgyakat szeretné megőrizni az emlékezetében, és lehetőségünk van újabb, e háttér-információkra alapozott program-kínálattal felkeresni, ha már hazatért. Mindezt azért, mert aki leolvastatja a belépéskor jegyének vonalkódját, és utána ezzel a jeggyel lép be az információs konzolok leolvasó ablakain keresztül, majd odaadja jegyét a múzeumpedagógus munkatársaknak a kvízzjátékokat kínáló vagy kísérletezésre buzdító munkaasztaloknál is, végül pedig enged az interaktív képküldő eszköz csábításának, és kedvenc tárgyainak fotóit is elküldi saját címére, olyan részletes digitális lábnyomot hagy maga után, amelyből a legjobb kérdőív-nél is hitelesebb látogatói profilok képezhetők.

Bár már évtizedek óta együtt élünk az egyre intelligensebb számítógépekkel, még mindig elbűvöl gyereket, felnőttet egyaránt, ha a gép nevén szólítja, játék-lehetőséget, versengési alkalmat kínál fel és megdicséri, ha jól felel egy kérdésre. A digitális belépőjegy tehát remek kísérő a látogatóknak, és kiváló értékelő eszköz a múzeumi szakembernek.

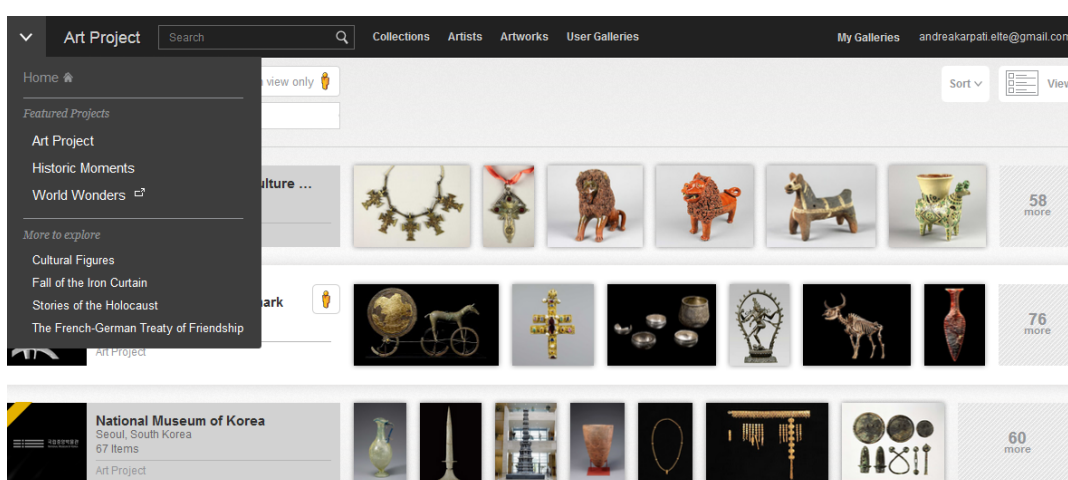
9.2 Múzeumok a Világhálón

Ahogy egyre általánosabbá vált a digitális kép- és hangmegosztás, úgy lettek ezek a szolgáltatások a múzeumok gyűjtőkörre iránt érdeklődő szakértők és laikusok megszokott tájékozódási pontjai. Az Internet Nemzedék (*Internet Generation*, a mai harmincasok) és az Internet Belsőszülöttek (*Net Natives*, a mai tizen- és huszonevesek, Dyson, 1998) már nemcsak használják a kész digitális tartalmakat, de szívesen hozzá is járulnak saját írásaikkal, képekkel is az interneten elhelyezett tartalmakhoz. *A jövő múzeumi portálja tehát oktatási és alkotó tér* is lesz, amely módot nyújt a tudásszerzésre és a megszerzett tudás felhasználására, közzétételére egyaránt.

A legjelentősebb múzeumi digitalizációs vállalkozás a korábban már említett a Google Art Project.¹⁵ A Google Térkép szoftver „Utcakép” (*Street view*) funkciója segítségével a világ 184 jelentős múzeumának műtárgyait nézhetjük itt meg,¹⁶ méghozzá abban a múzeumi környezetben, ahol a valóságban látható. Ez a virtuális képgyűjtemény saját galéria készítését is lehetővé teszi: a felhasználók egy-egy témakörrel vagy művészről készített válogatásait külön tárhelyen („*My Gallery*”) őrizhetik meg.¹⁷

A kutatóknak is szolgál újdonságokkal ez az alkalmazás. Könyvünk írásakor, 2013 nyarán a Szépművészeti Múzeum 106 művész 151 műtárgyával jelenik meg a projekt honlapján, a Magyar Nemzeti Galéria 40 művész 52 műalkotásával szerepelt. A nagy felbontás lehetővé teszi a képek eddig szabad szemmel nem látott részleteinek megismerését, és új művészettörténeti adatokhoz juttat. Egy példa: a Magyar Nemzeti Galériában őrzött, MS Mester: Mária és Erzsébet találkozása című festmény (1510 körül) hátterében a két, a tájba olvadó, közeledő alak létezéséről eddig nem volt tudomásunk.

Ez a technológia lehetővé teszi egy műemléki környezet virtuális „bejárását” is.¹⁸ Az Iparművészeti Múzeum – elsőként a magyar kiállítóhelyek közül – nemcsak műalkotásokat osztott meg, hanem az „Utcakép” technológia alkalmazásával virtuálisan bejárhatóvá is tette termeit.



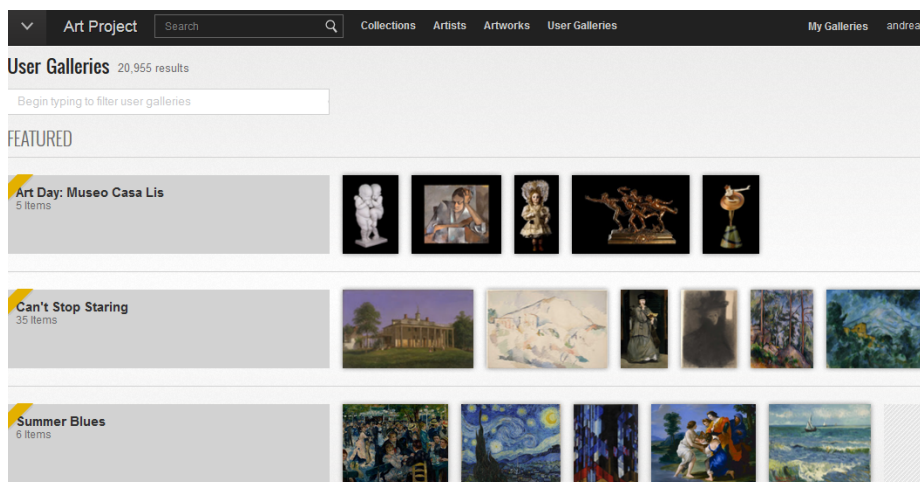
9.47. kép: A nagyfelbontású képek és kiállításrészletek segítségével nemcsak a gyűjteményeket, („Művészeti projektek”) hanem különleges válogatásokat (mint a kép lenyíló menüjében látható „Történelmi pillanatok”, „A világ csodái”) is megnézhetünk.

¹⁵ A Google Art Project készülését bemutató film: Hogyan készült ?

¹⁶ 2013. áprilisában ennyi múzeum volt képviselve, de a csatlakozó gyűjtemények száma egyre nő.

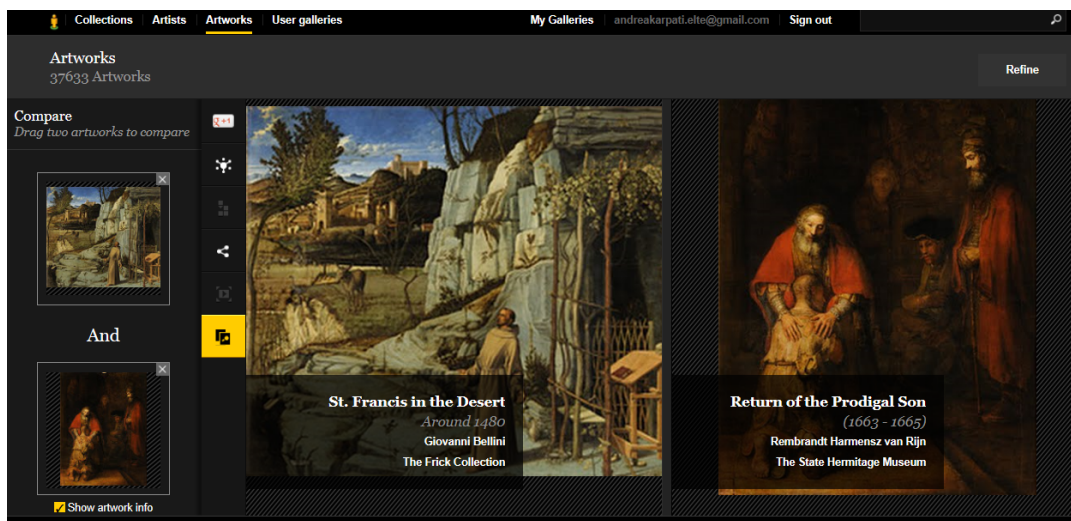
¹⁷ Információk az oldal használatáról: http://www.youtube.com/watch?v=GThNZH5Q1yY&feature=player_embedded

¹⁸ Egy példa az „Utcakép” oktatási alkalmazására: Oxford Street London – egy gimnáziumi kvízben használják a Google Maps technológiát egy utca épületeinek alapos megismerésére.

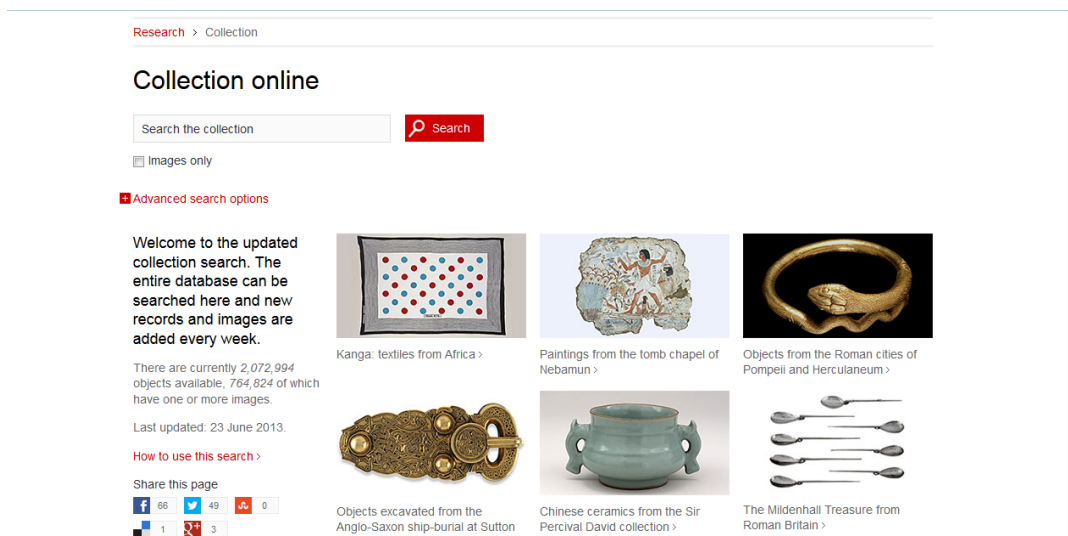


9.48. kép: A megosztott képgyűjtemény: a műalkotásokat nagyfelbontású digitalizálással közkinccsé tevő Google Art Project a látogatók képválogatásait bemutató oldala

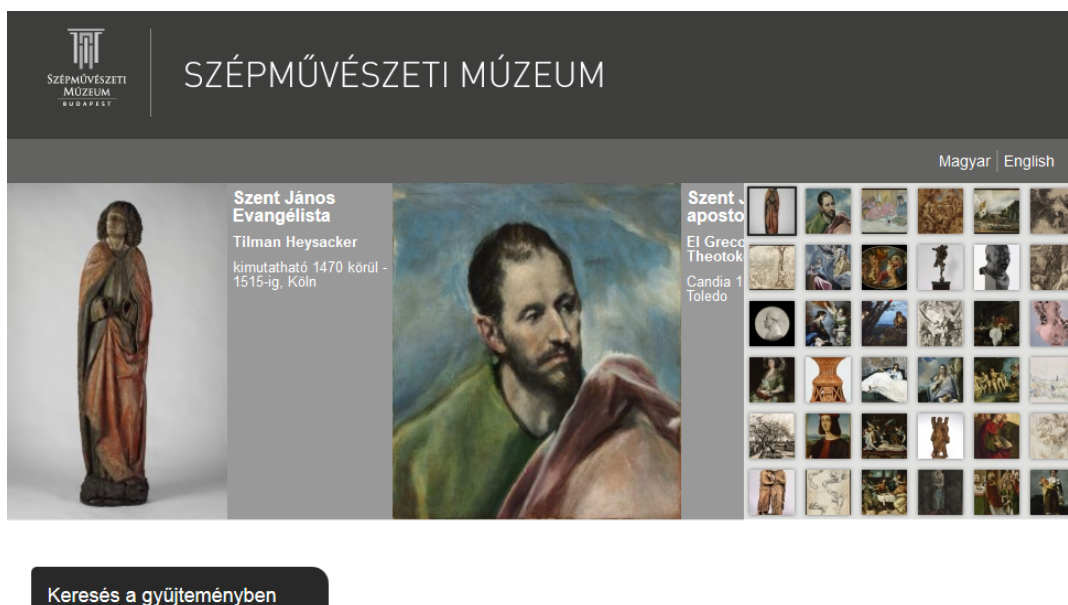
Könyvünkben többször is idézzük azt a Puczkó László (2009) vezette látogató-kutatást, amelyből kiderül, hogy a posztindusztriális társadalomban a múzeumlátogató is a fogyasztói kultúra része. A múzeumi multimédia interaktív megoldásai ezt a fogyasztói élményt erősítik. Az informatikai megoldások a „nyitott múzeum” koncepciót is szolgálják, szélesítve a múzeum és közönsége közötti kapcsolati zónát. A hasznos és hatásos múzeumi informatika *hipermediális*: a sokféle látogatónak többféle műfajban, egyidejűleg rendelkezésre álló, változatos tudásanyagot kínál. Az informatikai eszközök természetesen nem teszik feleslegessé a hagyományos információhordozókat. Éppen ellenkezőleg: a régi és új médium találkozása egymásba olvadást jelent: „Egy médium tartalma mindig egy másik médium” – írja Marshall McLuhan beszédes című, „*The Gadget Lover*” (kb.: „A kutyübrát”) című művében. (Mc Luhan, 1964, 52. old.)



9.49. kép: A Google Art Project oldalon lehetőség van műalkotások összehasonlítására is. („Compare”, azaz „Összevetés” funkció az oldalak alján). A kiválasztott művek egymás mellé kerülnek, részleteik felnagyíthatók, a háttér információk könnyen összevethetők. A múzeumok saját weboldalaikon szívesen hivatkoznak erre az oktató eszközre, amely segít gyűjteményüket elhelyezni a hasonló kollekciók között.



9.50. kép: A British Museum gyűjteményének képes adatbázisa. Hetente újabb képekkel és leírásokkal bővül ez a szabadon hozzáférhető, kereshető virtuális gyűjtemény.



9.51. kép: Az egyik első magyar múzeumi adatbázis: a Szépművészeti Múzeum kollekciójának kereshető gyűjteménye.

Múzeumi weboldalak

A múzeumok digitális bemutatkozása már a múlt század végén is lényegesen többet jelentett, mint egy képgyűjteményt a kiállított tárgyokról. A *múzeumi honlap*, mint tudásportál igen fontos a kiállítások továbbélése szempontjából. A klasszikus megoldás (ilyen például a Szépművészeti Múzeum oldala) ezeket a rovatokat tartalmazza:

- Nyitva tartás
- Gyűjtemény
- Állandó kiállítások
- Aktuális kiállítások
- Programok

- Múzeumpedagógia
- Rólunk
- Kapcsolat, Baráti Kör információk

Vannak olyan honlapok, (mint például a [Petőfi Irodalmi Múzeum](#), vagy a [Ludwig Múzeum](#) oldala), amelyek a közönséggel való kapcsolattartás fontos eszközei, tehát letölthető információkat, játékokat, interaktív tartalomalkotó lehetőségeket is tartalmaznak.¹⁹

Az „országimázt” és az arab kultúra történetének megismertetését egyaránt szolgálja a világ egyik legújabb múzeumának egyszerű, de szép és hasznos múzeumi oldala. Az Egyesült Arab Emírátsok fővárosában nemrég megnyílt régészeti bemutató weboldalán a filmek dominálnak. A bemutatott tárgyak először álló képként jelennek meg, majd körbe forognak, hogy minden nézetből megfigyelhetők legyenek. A kiválóan megvilágított leletek így sokkal érzékletesebbek, mint a múzeumi tárlók üvege mögött: hosszan figyeljük, hogyan csillan a marokkó felületén a kristály.

Egyre több *tudománykommunikációs kiállítás* is nyílik az interneten, melyek kutató intézmények gyűjteményeinek tárgyait bocsátják közre. Ezek a tárgyak, illetve képes és szöveges dokumentumok a valóságban is megtekinthetők, mégis kevésbé ismertek a tudományos gyűjtemények iránt érdeklődő látogatók előtt. A kutatóból lett alkalmi kurátorok a gyűjtemények mellett tudományterületüket is bemutatják, s lehetőséget nyújtanak a virtuális látogatóknak, hogy az oldalakon elhelyezett rövid leírásokhoz csatolt hivatkozásokat követve, kutatási jelentésekhez és közleményekhez is eljussanak. A látogatók vezetése fordítva is működik: a szabványügyi dokumentumok között böngészők vagy a szívbetegségek új gyógymódjairól olvasók is eljuthatnak egy-két kattintással a témájuk kultúrtörténetéhez kapcsolódó tárgyakat bemutató oldalakra.²⁰

A múzeumi látogatás nélkülözhetetlen kísérője, a termeket és a legfontosabb látnivalókat feltüntető térkép a virtuális kiállítás leghasznosabb, a valódi látogatást legjobban előkészítő része. A Smithsonian Nemzeti Amerika Történelmi Múzeum (*Smithsonian National Museum of American History*) Washingtonban panoráma képeken mutatja be a termeket. Jelenleg 34 kiállításuk érhető el a Világhálón is. A virtuális tárlatokon külön ikon jelzi, ha közelképet kaphatunk egy-egy műről. A térkép segítségével láthatjuk, a virtuális múzeumi tér melyik pontján tartózkodunk. Ha már megnéztünk egy termet, a pontok színe megváltozik. Az Amerikai Egyesült Államok Nemzeti Légügyi és Űrhajózási Hivatala (*National Aeronautics and Space Administration, NASA*) fennállásának 50. évfordulójára készített *animációs, interaktív honlapján* egy robot mutatja be az amerikai űrkutatás évtizedeit. A virtuális űr-túrán korabeli slágerek szólnak, archív film- és hangfelvételek mutatják be az űrkutatás szempontjából fontos korszakokat, és természetesen az űrrepülőgépek történetét is megismerhetjük. A NASA honlap *multimédia oldalán* számos interaktív kiállítás, képsorozat és videofilm érető el.

A látogatói interaktivitást fokozza, ha a kereső rendszer *megjegyzi a felhasználóra jellemző keresési utakat* és a következő látogatáskor felajánlja az új, a korábbiakhoz hasonló információkat. Az Olasz Számítógép-tudományi Múzeum (angol nyelvű oldala: [Computer Science Museum](#)) például ilyen alkalmazást kínál.

Az online virtuális kiállítás jelentős tudományos értékkel is bírhat. A francia Kulturális Minisztérium az interneten hozta először nyilvánosságra, már néhány héttel a felfedezés után, a Vallon- Pont-d'Arcban talált paleolitikus kori barlangfestményeket.²¹ A tárlat bárki számára, szabadon hozzáférhető, aki belép a virtuális térbe, és keresi a kiállított tárgyakat. Ott, akkor és addig szemlélheti a virtuális tárlatot, ahol, amikor és ameddig szándékában áll. Ha eleget látott, elmehet és visszatérhet, amíg csak léteznek a kiállítási anyagot tároló számítógépek. Nemcsak létező, de elképzelt kiállítás is megjeleníthető a Világhálón – olyan, mint Malraux *Képzelt múzeum-a*, (Malraux, 1960), amely a világ számos gyűjteményéből válogat tárgyakat egy, csak az író fantáziájának terében létező kiállításhoz.

A digitalizált művek bemutatásának előnyei:

- a *megőrzés* érdekében lehetővé teszi olyan művek bemutatását, amelyeknek a legóvatosabb kiállítási mód is árt,

¹⁹ Példák a PIM honlapról: Nyugat100 – szerkesszünk Nyugatot! Pál utcai fiúk (PUF) várostérkép és játékok. Példák a Ludwig Múzeum honlapjáról: ACAX – Nemzetközi Kortárs Művészeti Iroda, blog, Önkéntes program, Hírlevél feliratkozás.

²⁰ National Institute of Standards and Technology (az Amerikai Egyesült Államok Szabványügyi Hivatala) gyűjteményének honlapja. A szintén amerikai Howard Hughes Medical Institute (H. Orvostudományi Kutatóintézet) múzeumi oldala.

²¹ Vallon- Pont-d'Arc, paleolitikus kori barlangfestmények weboldala.

- *látatja a szabad szemmel felfoghatatlant*: olyan jelenségeket, tárgyakat mutat be, amelyek a valóságban csak tudományos eszközökkel, pl. hosszú vagy éppen igen rövid idő alatt érzékelhetők,
- a tárgyak *alaposan megszemlélhetők*: forgathatók, nagyíthatók, kiegészíthetők,
- tanulságos *tárgy-együttesek* hozhatók létre, melyek a valóságban sosem vagy csak igen ritkán szemlélhetők együtt,
- *jelenségek, tárgyak és terek együtt* „állíthatók ki”: megjeleníthetjük például egy gép működését, egy állat élőhelyét, egy műalkotás egykori környezetét,
- *a látogató dönt, mennyit akar tudni*: a tárgy leírása, magyarázata nem fedl el az élményt, hiszen csak akkor jelenik meg, ha előhívják.

A fentiek persze csak a jó minőségű virtuális múzeumokra jellemzők. Sok olyan is van, amely egy kiállítási katalógus digitális változata, s mint ilyen, rosszabb az eredeténél – a statikus képekhez tartozó szövegeket nehéz olvasni, az oldalon csak a szerkesztő által megszabott módon haladhatunk, kiegészítő információkért pedig ki kell lépünk innen. Az ilyen oldalak nem tekinthetők virtuális múzeumnak, vagy gyenge múzeumok: nem bővölnek el és nem is szórakoztatnak, emlékeztetők csupán. Hasznosak, mert segítenek felidézni a valódi kiállítás élményét, napjaink média-fogyasztójában mégis hiányérzetet keltenek. A következőkben néhány érdekes példát mutatunk be, szerzői kedvcsinálóként, hiszen a múzeumi tanulás hatásos eszközeiből sokkal több kellene magyar nyelven is.²²

A virtuális technológiák egyre tökéletesebbé teszik az élményt. A térhatású fotón megjelenített épületbelsőn, nézőpontunkat változtatva a kurzor mozgatásával, körbe lehet tekinteni. Az alkalmazás híven és hatásosan felidézi, ha nem is pótolja a valódi térélményt. Két példa: Hajdúdorog, virtuális templom túra, Amiens, Katedrális: az épület 3D megjelenítése és „zoomolható” galéria, amelyben egészen közlelről szemlélhetjük meg a műalkotásokat.



9.52. kép: Virtuális valóság technológia a műtárgy-szemléltetésben: az amiens-i katedrális 3D megjelenítése

A múzeumok megjelennek a virtuális valóságban is: a Second Life és a Visuland oldalain számos jelentős múzeum egy-egy kiállítása „épült fel”. Nyilvánvaló, hogy ezeket virtuálisan bejárva, egészen más élményben lesz részünk, mint a valóságban. Akkor vajon mi ennek az értelme? Nem elég csak honlapon megjeleníteni a gyűjteményeket? Ezek a virtuális világok olyan alkalmazásokat tartalmaznak, amelyek érdekesek lehetnek egy múzeum újfajta megismerésében is. „Felrepülhetünk” például a római Sixtusi kápolna mennyezetére, hogy madár-perspektívából, egészen részletesen tanulmányozzuk a digitalizált Michelangelo freskókat.

²²Magyar virtuális kiállítások a múzeumok honlapjain és autonóm kiállítási formában.



9.53 . kép: A new yorki Guggenheim Museum virtuális mása a Second Life környezetben



9.54 . kép: A Second Life-ban mindenki elkészítheti a maga képzeletbeli múzeumát



9.55. kép: A Second Life-ban a felhasználókat jelképező figurák, az avatarok repülési képességük felhasználásával egészen közelről szemlélhetik Michelangelo Utolsó ítéletének virtuális mását.

Online katalógusok és adatbázisok

Egyre fontosabb információ-megosztási forma a múzeumi adatbázis, amelyet nemcsak szakértők, de diákok, érdeklődők is szívesen használnak. A *MaNDA*, vagyis a *Magyar Nemzeti Digitális Archívum* szintén szabadon hozzáférhető, kereshető meta-adatbázis, amelyben állami, önkormányzati, egyházi gyűjtemények, magántulajdonú kulturális értékek és európai kulturális tartalmak dokumentumait tárolják. Itt a következő algyűjtemények böngészhetők:

- Művészet
- Művelődéstörténet
- Könyvtár
- Film
- Zene

Az archívum honlapja igazi összművészeti magazin. Gyakran frissülő kulturális, hírek, riportok, könyv- és filmajánlók (köztük saját kiadványok) teszik hasznos és élvezetes olvasmánnyá azok számára is, akik nem kívánnak elmélyülni az adatbázis információiban.

Az Európai Unióban 2014-től indul az új *europa* program, amelynek célja a nemzeti kincsek digitalizációja és nyilvánosságra hozatala. A tervek szerint ebben az adatbázisban kb. 150.000 magyar tétel is szerepel majd, a művek adataival és kis felbontású nézőképeivel. (A nagy felbontású műtárgy-fotók, művészi és dokumentum-felvételek a múzeumok szerverein maradnak). Sajnos, mint annyi más kulturális projekt, az *europa* is finanszírozási gondokkal küzd, és egy remek digitális röpcédulával további működéséhez társadalmi akcióktól vár segítséget.

Példák városokat képeken bemutató adatbázisokról ²³ :

- a Fortepan gyűjteményben mintegy huszonháromezer archív fotó található Magyarországról;
- a Pécskép, alcíme szerint „Tényképek a városról”;
- egy kultúrtörténeti érdekességű fotógyűjtemény modern feldolgozása: a „Pécsi uránbányász” Facebook csoport. Ez a virtuális kiállítás a pécsi uránbánya fotóarchívumából készült válogatás. A kétszáz képet a Facebook-ra feltéve a gyűjtemény gondozói számos képhez kaptak kommentárt, neveket. A felismert szereplőket gyakran sikerült megtalálni, és ők élettörténetükkel is hozzájárulnak a képek értelmezéséhez, gyűjtemény háttér-dokumentumainak kiegészítéséhez. A kiállítás-rendezők terve, hogy felkeresik a képeken felismert egykori uránbányászokat, és szociográfiát írnak a képek köré.

A világ egyik legnagyobb, a 19–20–21. századi képzőművészetet bemutató cikk-archívumát ugyanott őrzik, mint azt a festményt, amely ár-robbanáshoz vezetett a világpiacon. A Los Angeles-i Paul J. Getty Museum and Institute of Art Van Gogh: Íriszek című festményét a környezettudatos építészet elvei szerint tervezett épületben őrzi, egy kiválóan felszerelt szakkönyvtár és kutatóintézet szomszédságában. ²⁴ Ebben az intézményben a kutatás, bemutatás és tanítás egymást erősítő, egyenrangú tevékenységek.

Az archívumok fejlesztési és üzemeltetési problémái:

- kevés a jó szoftver,
- kevés hangsúly kap az anyagok sokoldalú felhasználása (oktatás, örökség, ipar, turizmus),
- technológiai fejlesztéseknek finanszírozási korlátja van,
- tartós üzemeltetés infrastrukturális és humán erőforrásai korlátozottak,
- hiányoznak az informatikai fejlesztést és kultúráközvetítést összekapcsoló kompetenciák,
- a digitális fejlesztések sziget-szerűen működnek, a meta adatok rögzítése hiányos, vagy nem kapcsolódik a hazai és nemzetközi szabványokhoz,
- hiányzik a különféle platformok közötti kompatibilitás, az állományok integrációja,

²³ Az adatbázisok fent felsorolt problémáit és a pécsi építészeti adatbázisokat Mester Tibor, a Pécsi Tudományegyetem Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszékének munkatársa mutatta be 2013. május 31-én, az MTA Neveléstudományi Bizottsága, Informatikai Albizottsága felolvasó ülésén, „Digitális médiaarchívumok használata az oktatásban” című előadásában.

²⁴ A Paul Getty Művészeti Intézet és Múzeum, Los Angeles, múzeumi oldala: <http://www.getty.edu/museum/>

- nincsenek összekapcsolva (pl. a Néprajzi Múzeum és a szentendrei Skanzen), a keresés nagyon nehézkes (digitális katalógus, pontosan tudni kell, mit keresünk. A kereső szavak nem kapcsolhatók össze, az egyes rekordok nincsenek összekapcsolva másokkal. A végeredmény gyakran lehangoló – kisméretű, vízjeles kép. Az archívumok szoftver alapon működnek, nehéz a fenntartásuk. (Berényi, 2012)



9.56. kép: Egy múzeumi kutatóintézet: a Paul J. Getty Institute of Art, Los Angeles. 2013. (Fotó: Kárpáti Andrea)



9.57. kép: Kiállítás gyerekeknek: szó szerinti bevezetés az illusztrált középkori arab kódexek világába. Paul J. Getty Institute of Art, Los Angeles. 2013. (Fotó: Kárpáti Andrea)

Számos értékes természettudományi gyűjteménybe enged bepillantást a *Natural Europe Project*, amely természeti értékeket dokumentál, oktatási használatra. A résztvevő természettudományi múzeumok digitális fotótárak egy részét összekapcsolják egymással és az *europæana* archívummal. Fontos múzeumi adatbázis a *Mundaneum*, benne digitális múzeumi kiadványok és folyóiratok képekkel, statikus és animált ábrákkal, filmrészletekkel. Mintegy hatvanezer műtárgy katalógus lapja és fotója nézhető meg a Néprajzi Múzeum online műtárgy gyűjteményében. A Paul Getty Alapítvány archívuma nemzetközi képzőművészeti cikkgyűjteményt tartalmaz, amely folyamatosan bővül.

	<p>Nagyító Ismerje meg gyűjteményeink gazdagságát tematikus válogatásokban is!</p>
	<p>Műtárggyűjtemények A magyar (gazdálkodás, technológia, háztartás, textil, rítus) és a nemzetközi (regionális) gyűjteményekben található több mint 200 ezer műtárgyból 93 338 darab digitálisan, képpel ellátva hozzáférhető az on-line adatbázisban.</p>
	<p>Fotótár A fénykép és diapozitívgyűjtemény több mint 400 ezer fényképéből 31 ezer darab digitálisan, képpel ellátva hozzáférhető. Ezek többsége a 60 ezer darabos, legveszélyeztetettebb ún. nitrátos negatívok, 1941 és 1955 keletkezett állományból származik.</p>
	<p>Képarchívum A nyomat és rajzgyűjtemény 30 ezer darabos állományából 7000 digitálisan, képpel ellátva hozzáférhető az on-line adatbázisban. A digitalizált állomány legnagyobb tematikus egységét a képeslapok jelentik.</p>
	<p>Kézirattár A Kéziratgyűjtemény 32 ezer darabos állományából</p>

9.58. kép: A Néprajzi Múzeum [online gyűjteménye](#)

Az első nemzetközi múzeumi adatbázis az 1992-ben elkészült *MUSA (Use of Multimedia for Protecting Europe's Cultural Heritage)*, Multimédiával az Európai Kulturális Örökség Megőrzéséért), projekt volt, melyet az UNESCO számos hasonló vállalkozása követett. A cél inkább a megőrzés, mint a közzététel volt: a MUSA közreműködői a virtuális térben tárolták a műkincsek és műemlék-együttesek legfontosabb adatait, melyeket a szakemberek szűk köre érhetett csak el. Egy másik, 1994-ben átadott és ma is működő adatbázis az angol múzeumok anyagát tartalmazza és a reneszánsz művészek életének „adatbázisát” felállító Giorgio Vasariról elnevezett *VASARI (Visual Arts Systems Archiving Retrieval Images)*.²⁵

Az egyik első, és talán legnagyobb hatású, a múzeumi informatika teljes spektrumát átfogó európai projekt az ARCO (*Augmented Representation of Cultural Objects*, 2001-2004) volt, amely egyszerre kínál informatikai megoldásokat valamennyi múzeumi területre: a katalógustól a látogató-menedzsmentig. A sok tízezer múzeumi weboldal között alig van átjárás. Bizonyos múzeumi szövetségek megengedik a keresést egymás oldalain, de a legtöbb gondosan ügyel arra, hogy még hivatkozásai is saját weblapjaira mutassanak, s így „benn tartás” a látogatót saját virtuális kiállító terükben.

A jövő azonban az összekapcsolt adatbázisoké, a tudásmegosztásé – ahogyan a digitális tananyagoknak már van európai portáljuk (www.lre.eun.org), úgy a múzeumi közösség is megkezdte a nemzetközi tudásmegosztást (*Global Digital Museum GDM*). Ez az adatbázis lehetővé teszi saját képgyűjtemény létre hozását és támogatja a kutatók munkáját is. Hasonló céllal készült az internetes adatmegosztást lehetővé tevő *Múzeumok Elérhetősége Távoli Felhasználóknak (Remote Access to Museum Archives, RAMA)*.²⁶

²⁵ Információk a projektről: <http://web.simmons.edu/~chen/nit/NIT%2791/127-mar.htm>, valamint itt is: <http://users.ecs.soton.ac.uk/km/projs/vasari/>

²⁶ RAMA, Remote Access to Museum Archives: leírás és értékelés.

Virtuális múzeumok

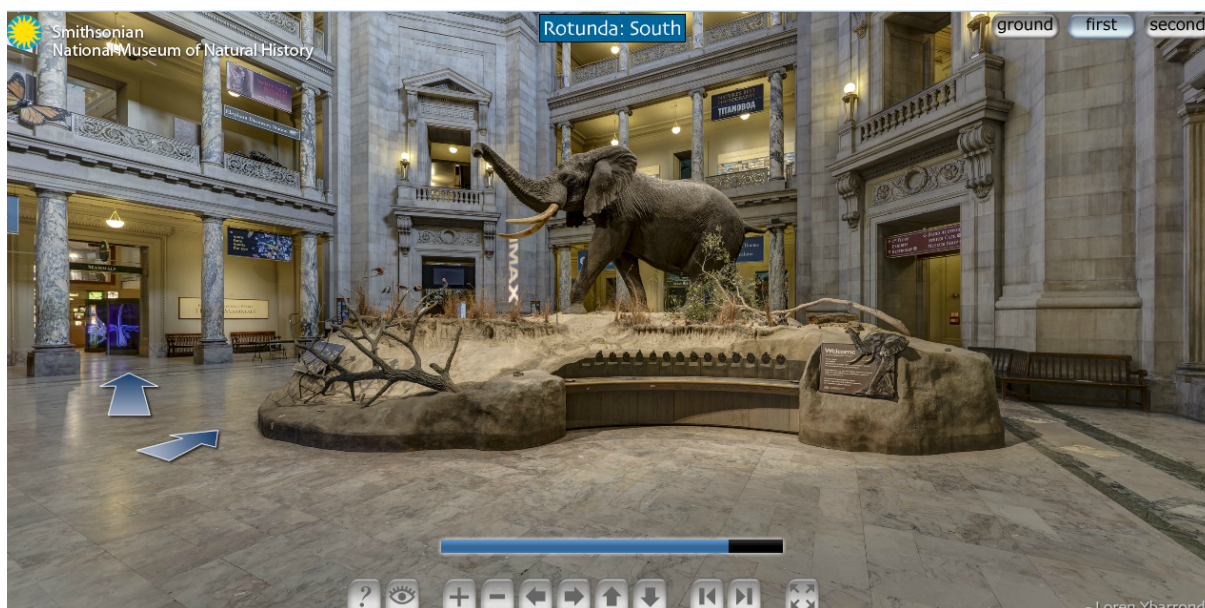
A virtuális múzeum angol elnevezései a műfaj három legfontosabb típusára utalnak:

- *online museum, electronic museum, cybermuseum, Web museum*: csak a virtuális térben létező kiállítás, amelynek tárgyai gyakran több gyűjtemény őrzi, a világ különböző helyein. Gyakran tartalmaz moderált (ellenőrzött, szerkesztett) interaktív lehetőségeket: a látogató saját digitális dokumentumaival gazdagíthatja a bemutatott kollekción,
- *digital museum*: valódi tárlatok virtuális mása, válogatás a múzeum valóságban is megtekinthető alkotásaiból. Gyakran CD vagy DVD lemezen is hozzáférhető, zárt rendszer, amelybe a látogató csak keresheti az információt, de maga nem tehet hozzá újakat,
- *hypermuseum*: olyan műveket mutat be, amelyek csak a virtuális térben léteznek (p. *net art*: kollektív vagy egyéni, csak digitális formában létező alkotások, *virtuális valóság*: digitális eszközökkel felépített mikrovilágok).

Mára a digitalizált tárlat természetes részévé vált az Információs és Kommunikációs Technológiák (IKT) az élet minden területét átható rendszerének. Elérhetjük vele azt a közönséget, amely elsősorban online forrásokon keresztül tájékozódik, és a kultúrát is ilyen módon fogyasztja. (Dyson, 1966) Az internetre kiterjesztett, vagy csak ott létező kiállítás megtervezésekor tehát a szakszerűség és élményszerűség mellett az oktatási szempontokat is érdemes figyelembe venni. A *multimédia pedagógia lényege az interaktivitás*. (Kárpáti, 2008) Ez a technológia olyan megoldásokat kínál a múzeumpedagógusoknak, amelyek segítségével személyes tanulási lehetőségeket nyújthatnak a látogatók ezreinek anélkül, hogy közvetlen találkozásra sor kerülne.



9.59 . kép: Online múzeumi oldal (csak a virtuális térben létező kiállítás): [Virtual Museum Dresden](#) .



9.60 . kép: Digitális múzeumi oldal (valósi múzeum virtuális kiterjesztése): Panorámaképek a múzeumi gyűjteményről , Smithsonian Museum, Washington

A virtuális múzeum sajátosságai (Giaccardi, 2004 alapján):

- a múzeumi gyűjtemény megkettőzése egyben a *kiterjesztése* is: az enciklopédikus karakterű, zárt tudástár (a klasszikus múzeum) együtt létezhet a modern, külső információk számára nyitott tudásmegosztó térrel;
- *kapcsolatrendszerek* kialakítása: gyűjtemények „egyesítése”, egymástól távol létező tárgyak együttes bemutatása a virtuális térben;
- *személyessé tétel*: szabad böngészés, saját látogatói utak kialakítása, a konstruktivista pedagógiai paradigma alkalmazása;
- *több narratíva* megjelenítése azonos tárgy-együttesben: a kurátor, a kutató és a látogató saját interpretációi egymást gazdagítják;
- *tárgyak és történetek összekapcsolt, egyre bővülő tára*: a széles körben hozzáférhető műtárgyak köre felhívás a közönség számára a kapcsolódó információk közlésére;
- a virtuális kiállítás minden eleme *könnyen módosítható és bővíthető*, az új szerzemények és felismerések integrálása egyszerűbb és összehasonlíthatatlanul olcsóbb, mint egy valódi tárlaton.



9.61 . kép: A Japán Művészet Virtuális Múzeuma

A virtuális múzeum, mint műfaj, sosem volt aktuálisabb talán, mint a 21. században. Nemcsak a médiafogyasztás növekedése indokolja, hogy egyre több legyen, hanem az új alkotómódszerek elterjedése is. A *hálózatos művészet* (*networked art*), a virtuális térben létrejövő, kollektív alkotás leginkább autentikus kiállítási formája a leginkább dinamikus bemutatóhely, az internet. Az *esélyteremtés*, ez az egyre fontosabbá váló társadalmi elv, szinte kikényszeríti a könnyen és szabadon hozzáférhető, virtuális megosztást. Magyarország minden lakosára jut egy mobil telefon, a parabola antenna ott van a legszerényebb háztetőkön is. Ez a használati intenzitás jelzi, hogy a cyber-térben a múzeumokba sosem járók is elérhetők. Érdemes számba venni a fejlesztési, kutatási és megosztási feladatokat, amelyek befolyásolhatják a virtuális múzeumok jövőjét.

- *Látogató-barát virtuális terek*: az online kiállítások terveit a felhasználók körének minél pontosabb behatárolása kell, hogy megelőzze. Kik lesznek a jövőben a virtuális kiállítótér látogatói: laikusok vagy műértők, elsősorban fiatalok vagy idősebbek is?
- *Múzeumi hangulat*: ez a sajátos, megilletődöttséggel vegyes izgalom vajon felidézhető-e digitális eszközökkel?
- *Multiszenzoriális élmény*: a hanggal kísért kép régóta jelen van, a háromdimenziós látvány, a virtuális valóság alapkövetelménnyé válik, és megjelenik a tapintási élményt kínáló számítógépes kiegészítő eszköz is. Hogyan változik ezek hatására a virtuális múzeumi élmény?
- *A látogató aktivizálása*: a virtuális tereket felkeresők nem érik be a hagyományos nézői szereppel, részt akarnak venni saját múzeumi élményük megkonstruálásában. Milyen tartalmi és funkcionális megoldások kellenek ehhez?
- *Szórakoztatás és tanulás*: milyen legyen az arányuk? Mennyi legyen az oktató, s mennyi a mulató megoldás, hogy a látogató velünk maradjon, de a közeg ne váljon méltatlanná a múzeumhoz?
- *Kognitív túlterhelés*: mennyi interakció, milyen gazdag látvány fogadható be a szellem és a szem túlterhelése nélkül? Hogyan kerülhető el az egymás hatását kioltó ismeretek zűrzavara?
- *Hogyan viszonyuljon egymáshoz a valóságos múzeum és „égi mása”*? Hasonlítsanak egymásra tartalom és megjelenésben, vagy legyenek radikálisan különbözők, értelmezzék és egészítsék ki egymást?

- *Milyen funkciókban jobb a virtuális bemutató?* A valódi múzeumi megismerés és élmény nem pótolható, ezt mindenki tudja. De vajon vannak-e olyan funkciók, melyeket bölcsebb dolog csak virtuálisan kínálni?

Ezekkel a kérdésekkel már túllépünk a virtuális múzeumok bemutatásán: a látogató-kutatók új területére érkezünk. A következő múzeumi konferenciákon arról szeretnénk majd beszélni, milyen virtuális nyomokat hagy a közönség, s ezekre építve hogyan gazdagítható a 20. és 21. század fordulójának sajátos képződménye, a virtuális múzeum.

Az első magyar virtuális múzeumok²⁷ tulajdonképpen digitális katalógusok voltak: a tárgyak képeit és leírásait közölték, például időrend, műfaj és /vagy technika szerint sorba rendezve. Ilyen a *népi hangszerek a nagyvilágból -virtuális katalógus* (www.hermuz.hu/aktual/sippal/), a Herman Ottó Múzeum és a Néprajzi Múzeum közös kiállítása. A hangszerek kategorizálva vannak: aerofon, idiofon, membranofon és húros hangszerekre.

A *Virtuális szentendrei tárlat* (<http://artendre.kfki.com>) kortárs magyar művészek életművéből mutat be válogatást. Festők, grafikusok, szobrászok, keramikusok, textilművészek, fotósok, ötvösök és más iparművészek életrajzi adatait találjuk a honlapon. Kereshetünk műfajokra, művész-nevekre és művek címére egyaránt, a „Kitekintés” linknél egyéb szentendrei múzeumokról rövid bemutatását olvashatjuk.

A *Petőfi Irodalmi Múzeum virtuális gyűjteményei* közül a Digitális Irodalmi Akadémia, illetve a múzeum média- és hangtára az ingyenesen megosztott szépirodalmi szövegeken kívül az itt őrzött hang- és képanyagnak mintegy tíz százalékát is hozzáférhetővé tette.²⁸

Sok olyan, közérdeklődésre számot tartó jelenség van, amelyről kizárólag virtuális kiállítás képzelhető el. A német Bakteriológiai Alapítvány a Mikrobiológiai Társasággal együtt tart fenn *természettudomány-történeti gyűjteményét bemutató oldalt*, amely oktatási portálként is szolgál, hiszen egy helyre gyűjti a témával kapcsolatos, hiteles webhelyeket. Mint virtuális kiállítás, a bemutató igen magas színvonalú: a képek, filmek és ábrák jól szerkesztett rendszere a szakembernek és laikusnak egyaránt kínál érdekes böngészni valót.

Aki még emlékszik a budapesti Munkásmozgalmi Múzeumra, felidézheti, mennyire nehéz egy eszmét tárgyakban megjeleníteni. A *Kínai Kulturális Forradalom Virtuális Múzeumát* nemcsak a történeti esemény iránti érdeklődéstől vezetve kereshetjük fel, hanem például abban a reményben, hogy itt emléket állítanak annak a sok tízezer múzeumi tárgynak is, amelyek a forradalmárok kezén váltak, kifosztott őrzőik és csodálóik emlékezetében, immár csak virtuálisan létezővé. A weboldal nem a megsemmisített remekműveknek állít emléket, hanem az ellenük forduló eszméket őrzi, így teremtve alkalmat – akárcsak egy valódi emlékhely – a múltbéli események felelevenítésére, elgondolkodásra és állásfoglalásra.²⁹

9.3 A kiállítás „webkettes” kiterjesztése

A magyar múzeumi közösségek egyik legjelentősebb oldala a *Pulszky Társaság* – Magyar Múzeumi egyesület online magazinja, a *Magyar Múzeumok*. A magyar múzeumi egyesület online magazinja, hírt ad hazai és külföldi kiállításokról. Néhány érdekes rovatot ismertetünk röviden. *Téma*: múzeumfejlesztési, támogatási hírek, eredmények, konferenciák és egyéb, a múzeumok szakmai közösségét érintő események. *Tárgy*: rövid, érdekes hírek hazai és nemzetközi múzeumok egy-egy érdekes kiállítási tárgyáról. *Látogató*: válogatás az ország múzeumainak kulturális és pedagógiai programjaiból. *Műhely*: vidám és kevésbé szívderítő múzeumi hírek (pl. interjú díjazottakkal és kisebb, rosszabb helyre költöző gyűjtemények munkatársaival).

A *Múzeum.hu* oldal alcíme: a magyar múzeumok honlapja. Rovataiból kitűnik, hogy egy szakmai közösség igényes, tartalmas szolgáltató oldalát látjuk. Van itt múzeumi eseménynaptár, pályázati információk, kiállítások itthon és külföldön, hírek könyvekről – napi, heti frissítésben, sok képpel és tovább vezető hivatkozásokkal. A *Galéria* rovatban hazai kiállítások műtárgyai és fotó-dokumentációja: válogatás a honlapon korábban megjelent cikkekből. A *Múzeumióra.hu* oldal az egyik fontos elágazás: programok, múzeumi érdekességek olvashatók itt, három rovatba

²⁷ Számos magyar virtuális múzeum elérhető ezekről a portálokról:

http://muzeum.lap.hu/virtualis_muzeumok/11228698

<http://krono.inaplo.hu/index.php/inter/weblibrary/247>

<http://www.ace.hu/ceicom/hungary/virtualis.htm>

²⁸ Digitális Irodalmi Akadémia, a Petőfi Irodalmi Múzeum Média és Hangtára

²⁹ A Kínai Kulturális Forradalom virtuális emlékmúzeuma: <http://www.cnd.org/cr/halls.html>

rendezve: pedagógusoknak, családoknak, diákoknak. A Múzeum.hu másik fontos partnere a [Tájház.hu](#), a magyarországi tájházak kereshető adatbázisa, építészettörténeti, néprajzi érdekességek róluk, nemzetiségek népi építésze, stb. Magyarország múzeumainak honlapjai, megyék szerint, [egy elektronikus adatbázisban](#) érhetők el. A megyeszékhelyre kattintva nyílnak meg a megyei múzeumlisák.

A virtuális múzeum kialakítása gyakran magával hozza a Közösségi Háló (*Social Web, Web 2.0*) alkalmazásainak a múzeumi kommunikációba építését is. A [Museu Picasso Barcelona](#) virtuális múzeuma is a Web 2.0, a közösségi hálózat oktatási lehetőségeire épít. A múzeumpedagógiai munkacsoport szervezésében működő, évente sok ezer bejegyzést regisztráló [interaktív múzeumi oldal](#) lehetővé teszi látogatóinak, hogy kommentálják a múzeumi kiállításokat, saját fotókat, filmrészleteket töltsenek fel velük kapcsolatban, vagy vitafórumokat nyissanak a múzeum oldalain. Ez a virtuális múzeum tényleg túllép a barcelonai kastély falain, és közönségét együttműködő, egymást tanító és szórakoztató közösséggé szervezi.

Múzeumi blogok

A *weblog* vagy röviden *blog*, magyarul internetes napló, olyan rövid, képes közleményeket tartalmazó publikációs forma, ideálisan alkalmas arra, hogy a múzeum életéről, egy kiállítás létrehozásáról hírt adjon. Két jó példa a korábban már említett, igen hasznos és gyakran frissülő [Magyar Múzeumok](#) című oldalról bemutatja, milyen sokoldalúan használható a múzeum népszerűsítésére ez a kommunikációs forma. A [múzeumok új ruhája](#) az Ernst Múzeum 2012-es felújításakor a védőponyva terveit mutatja be. Egy szép megoldás a blogban szereplők közül: [Agg Virág: A gondolat beszövi a házfalat](#). Egy másik blog készítői a Budapesti Kommunikációs Főiskola hallgatói, a [BKF Rekreátorok](#). „Az utópisztikus tárgy és történet a BKF Média design szakos hallgatóinak *Rekreátorok* című projektje keretében készült, amely során a hallgatók használaton kívüli elektromos eszközöket szedtek elemeikre, megtisztították műanyag burkolataiktól, majd egészen más, működő szerkezeteket hoztak létre. Minden szerkezet történetbe ágyazódott: alkotója fantáziájának és futurisztikus elképzeléseinek történetébe.“ (Bejegyzés dátuma: 2012. 02. 08.)

Vonzások és változások



[Olvasd tovább »](#)

Több mint 30 éve nem láthatta a közönség a 18-19. századi magyar festészet magángyűjteményekből összeálló látképét. A *KOGART* kezdeményezésére most közel 50 magyar műgyűjtő szalonjából került a [Nemzeti Múzeumba](#) az a gazdag anyag, amely 200 év magyar történelmét, ideáljait és eszméit idézi fel - a korszak 65 kiemelkedő művészeinek mintegy 130 alkotásával.

🕒 2013.05.27. 16:00

Írány Westeros! Nemzetközi Trónok harca kiállítás- nem csak rajongóknak!

Kedveled a Trónok harcát és minden vágyad, hogy testközelből tapasztald meg a többszörösen díjazott fantasy sorozat világát? Most valóra válhat az álmod! Az HBO egy kihagyhatatlan, lélegzetelállító kiállítással készült idén tavasszal a sorozat rajongóinak, hogy azok még jobban beleélhessék magukat Westeros mindennapjaiba.

📄 forrás: [www.shoemuseum.ch...](#)

3. [Újra szól a Táskarádió](#)
4. [Múzeumshopok VII. - Rádió- és Televíziótörténeti Múzeum](#)
5. [Múzeumshopok VI. - Magyar Kereskedelmi és Vendéglátóipari Múzeum](#)

Belföld

1. [Lehetséges Világörökség](#)
2. [Belföldi múzeumi hírek, programajánló](#)
3. [Art Market Preview](#)
4. [Nagy Imre Emlékház](#)
5. [Angyalok a Cifrapalotában](#)

Külföld

1. [A világ legkisebb múzeuma](#)
2. [A Smithsonian felfedezése](#)
- 3.

9.62. kép: Hazai és nemzetközi kiállítás ismertető a [Muzgo](#) kurátor blogon

Gyakran frissülő múzeumi blogok például:

- [Múzeumblogger](#)
- [Museum 2.0](#)
- [British Museum blog](#)
- [Kunsthistorisches Museum blog](#)
- [Computer History Museum](#), Mountain View, Silicon Valley, Kalifornia
- [Muzgo](#), fiatal magyar kurátorok blogja

Társadalmi akciók a múzeumokért a weben:

- [Kultúrabezárás](#) (Cultureshutdown), alcíme: „Szolidaritás a bezárással fenyegetett kulturális létesítményekkel!” (*Solidarity with Cultural Institutions Under Threat*),
- [Műemlékem](#): műemlék lista és a védett épületek, szobrok sorsával kapcsolatos, önkéntes műemlékvédőktől származó bejegyzések.

Az európai múzeumok közös digitalizációs projektje, a fejezetünk elején röviden bemutatott *europaana* blogjának néhány érdekes rovata, amely minta lehet múzeumi blogokhoz is:

- [Behind the scenes / A színpalak mögött](#): a projekt új eredményei, eseményei, tervei
- [Content / Tartalom](#): az adatbázisban fellelhető gyűjtemények leírása
- [Europeana 1914-1918](#): blogbejegyzések az I. Világháborús gyűjteményről
- [Feature story / Kiemelt történet](#): a nap egy érdekes eseménye és ennek kapcsolata a gyűjteménnyel
- [Meeting Europeana / Találkozás az europaana-val](#): a gyűjtemény munkatársairól szóló színes riportok, portrék
- [Ministers on Europeana / Miniszterek az europaana-ról](#): a társult országok kulturális döntéshozói jellemzik a projektet
- [Musings](#): a blog szerzőinek gondolatai bármiről – életük eseményeihez kapcsolva
- [Technical / Technikai dolgok](#): az *europaana* gyűjteményeivel kapcsolatos technikai megoldások, hasznosítási ötletek
- [Competition / Verseny](#): az EU jeles évfordulóihoz kapcsolódó alkotói versenyek kiírásai

Múzeumi Twitter oldalak

A [Twitter](#) rövid, maximum 140 karakterből álló közlemények gyors szétküldésére való. [Magyar nyelvű információs oldala](#) röviden és érthetően összefoglalja a fontosabb funkciókat, [üdvözlő oldala](#) pedig eligazít minden gyakorlati kérdésben. Húsz nyelven [tweetelhetünk](#) (így hívják a magyarul „csirip”-nek nevezett üzeneteket), és linkeket is küldhetünk, mondjuk olyant, amelyik az új kiállításunkhoz kapcsolódó, mai program weboldalához vezet. Magát a kiállítást célszerűbb Facebook oldallal népszerűsíteni, hiszen ott korlátlanul írhatunk róla, és több, nézőcsalogató kép is feltölthető. A *tweet* akkor hatásos, ha aktuális és motiváló: úgy hívja fel a figyelmet egy, az egészen közeli jövőben várható programra, kiadványra, hírre, hogy mindjárt kedvet is csinál arra, hogy alaposabban tájékozódjunk.

Akárcsak a Facebook, egy Twitter oldal is állandó törődést igényel, viszont bármikor, bárhol, egy okostelefonról elérhetjük azokat (a szíveket, reméljük), akik érdeklődnek irántunk vagy az intézményünk iránt. Ezeket *követőknek* nevezik. Olvasóként minden múzeumi szakembernek megéri csatlakozni, hiszen kedvenc külföldi (és egyre több magyar) kiállító helyeinek működése itt egyszerűen és gyorsan követhető. Információk, amelyeket múzeumi Twitter oldalról kapni szoktunk:

- a kiállítási megnyitó helye, ideje, weboldal a programmal,
- izgalmas, fontos, híres, drága (költségesen biztosított) kiállítási tárgyról szóló információ, impozáns számokkal,
- kulturális program, amely egy kiállításhoz kapcsolódik, és az intézmény rendezi,
- kulturális program, amely a kiállítás témájához kapcsolódik, másutt,
- gyerekeknek, fiataloknak szóló program (ez a második legjobb terjesztési mód a Facebook után),
- új katalógus, szakkönyv, folyóirat, hírlevél – a tartalomhoz vezető linkkel,
- váratlan zárva tartás (például csótányirtás, viharban betört ablak, áramszünet miatt),
- rendkívüli nyitva tartás (ünnepek előtt ez a leghasznosabb, még törzs-látogatóknak is!),
- új épületszárny, étterem, gyerekműhely stb. megnyitása – „próbálja ki!” formában,
- ajándékozási alkalmak előtt: néhány érdekesebb tétel a múzeumi bolt kínálatából.

Múzeumi Facebook oldalak

A Facebook közismert személyes információközlő oldal, amelyen évek óta intézmények is megjelennek. Legalább hetente, de inkább két-háromnaponta frissítést igényel, tehát egy munkatárs heti munkaidejéből 2-3 órát rá kell szánni az oldal karban tartására. (Hetente egy-két óra is elég, ha más munkatársaktól is kap kész, Facebook-kompatibilis – rövid, frappáns, képes – híreket.) Ilyen információk láthatók az oldalakon:

- Események
- Bejegyzések
- Képek
- Ismerősök (az oldal rendszeres látogatói)
- Csoportok

A rovatok is mutatják, hogy ez egy napló oldal, ahol számunkra fontos események szöveges, képes, más oldalakra mutató hivatkozásokkal megtűzdelt bemutatása zajlik. A múzeumok szempontjából előnyös, hogy ha egy látogató úgy dönt, hogy a múzeum követőjévé válik (*bejelöli ismerősként*), akkor saját oldalán mindegyik hír megjelenik, amelyet a múzeum publikál („*kiposztol*”) az oldalán. Tehát, miközben barátainak ténykedését követi, egyúttal arról is értesül, hogy új szerzeményünk érkezett, megnyílt egy kiállításunk itthon vagy egy rangos külföldi helyszínen. Virtuális múzeumbarátaink azonnal reagálhatnak a hírre: továbbíthatják az összes ismerősüknek vagy azok egy csoportjának (*megosztás*), és kifejezhetik érzéseiket a hírrel kapcsolatban (*lájkolhatják*).

A múzeumpedagógusok és a múzeumi PR szakemberek kedvenc funkciója az *esemény-szervezés*: egy programot meghirdetve, lehetőséget tudunk adni a résztvevőknek arra, hogy jelentkezzenek, (*csatlakozzanak*) és egy kattintással megosszák az esemény adatait az összes ismerősükkel. Ha megnyitjuk a programról szóló hírt, azonnal látjuk, hogy az ismerőseink közül még kik jönnek el a kiállításra. „Nocsak, hát ő is ott lesz?” – örvendezik a megszólított, és remélhetjük, hogy a múzeumbarátok barátai is kedvet kapnak egy látogatásra. Egy kellemes beszélgetésre vágyva érkeznek a kiállítás-megnyitóra, de lehet, hogy művészetkedvelőként távoznak, vagy újra felfedezik gyermekkori vonzalmukat az ásványok, kőzetek világához.

Aktív múzeumi Facebook oldalak például:

- [Skanzen](#) (Szentendre, Szabadtéri Néprajzi Múzeum)
- [Ludwig Múzeum](#)
- [Fővárosi Képtár Kiscelli Múzeum](#)

- Magyar Természettudományi Múzeum
- Museum of Fine Arts, Boston

QR és AR kód a kiállítási kommunikációban

QR kód (*Quick Response*, Gyors Válasz): mobil telefonos applikáció, benne link képekhez, szövegekhez. Ingyenesen generálható. Képeket is bele lehet tenni a kódokba, így a megjelenítés utal a tartalomra. Egy példa: QR kódok házakon: 100 éves házak történetéhez vezető linkek. Petőfi Irodalmi Múzeum: QR kód a bejáratnál, amely elvezet a kiállításról szóló weboldalig.



9.63. kép: Múzeumi QR kód leolvasása okostelefonnal, Hamburg, Museum für Römische Geschichte (Római Történelmi Múzeum)

AR kód (*Augmented Reality*, Felfokozott valóság): 3D képeket lehet rögzíteni és sűrítve, jelként közreadni. Pl. Notre Dame, Párizs: modellezték a templomot, elkészült az AR kód, amelyet telefonnal leolvasva, megjelenik a templom térbeli képe.³⁰ Ez az alkalmazás különösen hasznos, ha a kiállítás tárgya egy olyan háromdimenziós tárgy (épület vagy szobor) amely már nem létezik, térben nem nézhető meg. A virtuális valóság sokkal szemléletesebb, mint a fotó vagy rajz.



9.64. kép: A Mona Lisa QR kódja – digitális grafika. Forrás: Miért kell a múzeumoknak QR kód? angol nyelvű blogbejegyzés.

Az egyik a legérdekesebb, leginkább látogatóbarát és múzeum-szerű innováció a *lokatív technológia*: akkor kapjuk az információt, ha az adott helyen járunk. (Példa: Petőfi Irodalmi Múzeum, PIM, Hajnali háztető – Ottlik Géza irodalmi sétá.)

³⁰ A párizsi Notre Dame székesegyház QR kódjáról szóló cikk.

Feladat 1:

A Facebook, ez a hatalmas találkozó tér, arra is alkalmas, hogy segítse a muzeológusok munkáját. Nézze meg „Pécsi uránbányász” Facebook csoportot! Mit gondol, ha nem lenne Facebook, esélye lett volna a fotótár kezelőjének megtalálni a kétszáz dokumentum-felvétel modelljeit – és összegyűjteni élettörténeteiket? Nézze meg a Facebook és Twitter oldalait, és írja le, hogyan használná ezt a két eszközt egy elképzelt (vagy valóságos) kiállítás népszerűsítéséhez. Ezekre a kérdésekre kell válaszolnia:

- Milyen képpel és nyitó szöveggel mutatná be a kiállítást a Facebook-on?
- Milyen eseményt szervezne róla?
- Milyen híreket tenne fel az első két hétben a Facebook oldalra, és mely hírekből lenne Tweet? (A két médiumot párhuzamosan is használhatja!)
- Hogyan érné el, hogy minél több potenciális látogatóhoz eljussanak az üzenetei?

Feladat 2:

Egy, a lakóhelyéhez közeli térre lokatív technológiát terveznek. Milyen zenét, szöveget, fényeket hozzon működésbe a mozgásérzékelővel ellátott számítógép? Hová rejtene a mikrofonokat?

10. fejezet - A látogató szempontjai

10.1. Kiknek készül a kiállítás? Kikhez kell igazítani a kommunikációt? (Vásárhelyi Tamás)

Egy szőke nő a múzeum folyosóján járkálva véletlenül összetör egy vázát. A teremőr odarohan:- Hölgyem, mit csinált? Egy kétezer éves vázát tört össze!

- Hála istennek, én meg már megijedtem, hogy vadonatúj volt...

Ennek a viccnek többféle mélysége van, mindenesetre jól tükrözi a múzeumi és hétköznapi szempontok különbözőségét. Amit az egyik oldalon értéknek tartanak, *muzealitása* miatt, az ócska kacatnak számíthat a másikon. A tapasztalat azt mutatja, hogy nagyon nehéz átlépni a szakadékon, a múzeumi oldalról mintha nem akaródzna, a látogatói oldalról pedig mintha kényelmesebb volna nem küszködni vele. Ha azt akarjuk, hogy a kiállításunk üzenete eljusson a megcélzottakhoz, akkor alkalmazkodnunk kell hozzájuk is, figyelembe kell vennünk képességeiket, motivációikat, lehetőségeiket.

A kiállítások célcsoportjairól kétféle módon is gondolkodhatunk. Ha határozott célunk van egy kiállítással, és határozott körnek szánjuk (pl. egy egyetemi kiállításról, egy iskolai szertári kiállításról van szó), vagy ha egyértelműen ismerjük a látogatóink körét és jellemzőit, akkor mintegy adva van a célcsoport. Ennek a csoportnak is sokféle tagja van, tehát az igényeik természetesen nem egyformák. A másik megközelítés szerint azonban – és ez a legtöbb nagy múzeum számára a szükséges megközelítés – a látogatóink sokféle helyről, körből, különféle motivációval érkezhetnek, tehát lehetőleg többféle célcsoport igényeinek is meg kell felelni. Ehhez azonban tudni is kell róluk, arról is, hogy milyen jellemző csoportokba sorolhatók be, és a jellemzőikről is. A látogatókat sok múzeumi szakember ösztönösen is csoportokra osztja, saját tapasztalatai szerint (egy ilyen ösztönös osztályozást mutat [Werovszky Veronika filmje](#)), és vannak tudományos igényű kísérletek is a látogatók több szempont szerint való megismerésére.

A turizmussal, kultúrafogyasztással foglalkozó vizsgálatok látóköréből gyakran kiesnek a múzeumok, bizonyára a viszonylag alacsony látogatószámok miatt. Egy 2011-es nemzetközi felmérés szerint¹ a pihenés, a természet és a „családi programok” voltak a legfontosabban a turisták számára, a múzeumok csak a negyedik helyre kerültek, egy sor egyéb látványossággal egy csoportba sorolva is. „Az úti célok megválasztásakor prioritásban a negyedik más kultúrák megismerése (17%), olyan kiegészítő programokkal, mint a helyi finomságok és kulturális sajátosságok kipróbálása, a történelmi helyek, nemzeti múzeumok, galériák meglátogatása, fesztiválok, vásárokon való részvétel.”

Egy, a magyarok utazási szokásainak változásait leíró, 2007-ben készült szakdolgozatban a múzeum szó nem szerepel. A Szonda Ipsos 1999 októberében végzett felmérésében² azt vizsgálták, hogy a lakosság szerint mekkora szerepet játszanak bizonyos tényezők abban, hogy a turisták egy adott településre érkeznek. Az öt legfontosabbnak ítélt tényező:

- milyenek a környezet természeti adottságai,
- milyen műemlékek, építészeti értékek vannak a településen, a régióban,
- mennyire könnyen lehet megközelíteni ezt a települést, ezt a régiót,
- milyen a szolgáltatások: a vendéglátóhelyek, éttermek, üzletek, szálláshelyek, szórakozóhelyek színvonala,
- milyen rendezvények, fesztiválok, programok vannak a településen, a régióban.

A múzeumot némi csúsztatással oda gondolhatjuk a második helyre, a műemlékekkel sokak számára *rokon érzelmű* kifejezésként, de a szó itt sem szerepel! További negatív példák sorolhatók volnának.

¹ http://www.ipsos.hu/site/a_kikapcsolódást_célzó_utazások_esetében_a_pihenés_és_az_érdekes_látnivalók_bírnak_a_legnagyobb_vonzerővel/, letöltve 2013. június 19.

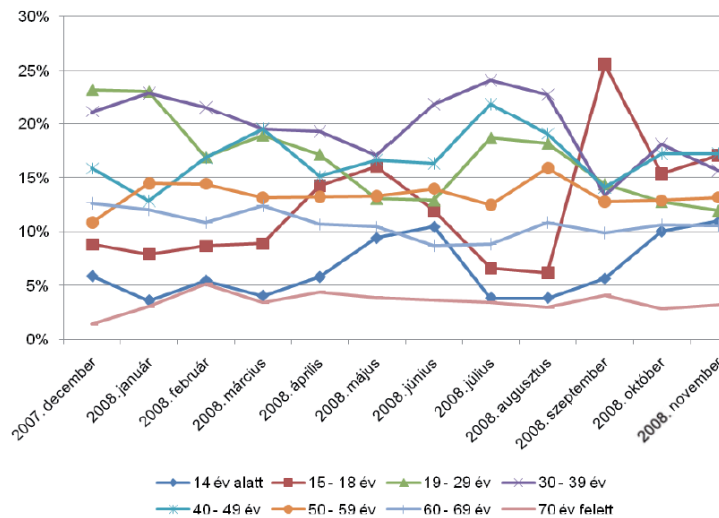
² http://itthon.hu/site/upload/mtrt/Turizmus_Bulletin/00_03/R-22.html, letöltve 2013. március 14.)

Valamilyen múzeumi hozadéka azonban még az ilyen, a turizmus körében végzett vizsgálódásnak is van. Kiderül például, hogy a buszos utazások legújabbán ismét népszerűsödnek. Ennek múzeumlátogatói következménye, hogy a turisztikai desztináció számba menő helyszíneken csoportosan érkező – gyengébben motivált – látogatókra lehet számítani. Vagy az az adat, hogy szinte minden magyar a neten tájékozódik utazása előtt, a múzeumi honlapok jelentőségére hívja fel a figyelmet. Szerencsére egyre több múzeum végez maga is felméréseket (Farkas, 2011). Ezekről az értékelési fejezetben lesz szó, de nem a kiállítási célcsoportok szegmentálása, hanem a kiállítások minőségének vizsgálata kapcsán.

Magyarországon több korábbi, kis, vagy elvetélt próbálkozás után 2007–2008-ban végre elkészült egy nagy, reprezentatív tanulmány a múzeumok látogatóiról, csak a *nem fővárosi* múzeumokban végzett felmérés alapján (Puczko, 2009). A vizsgálatnak az is célja volt, hogy keresse a különbségeket az Alfa-programban a fogadótér vagy a kiállítótér felújítására, új kiállítás készítésére támogatott múzeumok és az ilyen segítséget nem kapott múzeumok látogatói megítélése között. Ennek megállapításaiból merítünk az alábbiakban. A megismert kép fontos és jellemző adalékokat szolgáltat a múzeumok látogatóiról gondolkozó szakembereknek. Részben emiatt mutatunk be néhány megállapítást, részben pedig azért, hogy a kiállítások készítőinek figyelmét felhívjuk a „közönség” tagolásának, különböző sajátságú és igényű csoportokra bontásának lehetőségeire és szükségességére.

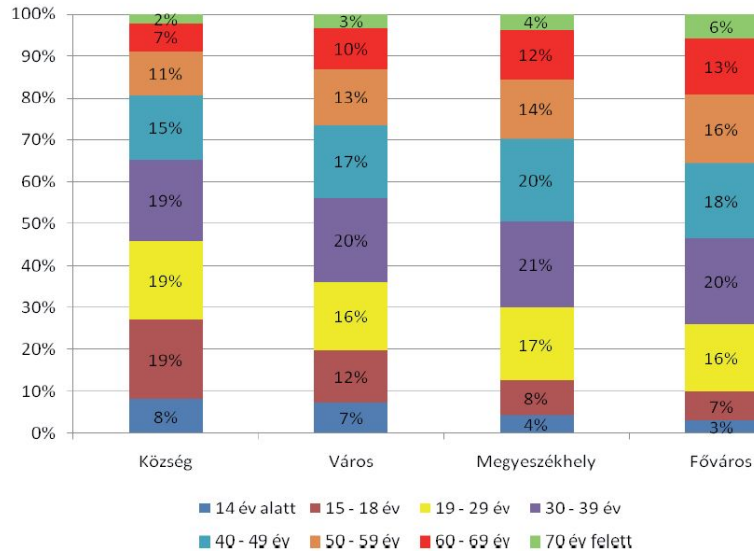
Azt írja a tanulmány, hogy a kutatásban részt vevő látogatók korosztályi megoszlása meglehetősen egyenletes képet mutat: nem lehet egyetlen, kiugróan magas arányt elérő korcsoportot sem kiemelni. Ez tehát a kérdőívet kitöltő több mint 10 ezer személyre vonatkozó megállapítás. Az elemzés a különféle korcsoportok „múzeumhasználatára” tekintetében talált különbségeket.

Általános megállapítás, hogy a késő tavaszi és kora őszi hónapokban jellemző a fiatal korosztályok múzeumlátogatása, s ezt az osztálykirándulások és a tanév más jellemzői okozhatják. Ettől eltérően a fiatal felnőttek és a középkorúak – a nyaralással összefüggésben – inkább a nyári hónapokban mennek múzeumba. A nyugdíjasok a harmadik legfontosabb szegmens, látogatásaik gyakorisága egyenletesnek mondható az év során.



10.1. ábra: A látogatás időpontja – korosztályok szerint és havonta (Puczko, 2009, 6. ábra)

Érdekes viszonyt találunk annak a településnek a nagysága, amelyből a múzeumlátogatók érkeztek, és a látogatók korcsoporteloszlása között. Mennél kisebb a település, annál több az onnan érkező fiatalok és annál kevesebb a 60 év feletti, míg a fővárosból a vidéki múzeumokba látogatók között volt a legmagasabb a 60 év feletti, és legalacsonyabb a 18 év alattiak száma.



10.2. ábra: A válaszadó lakhelyének típusa – életkor szerint (Puczko 2009, 15. ábra)

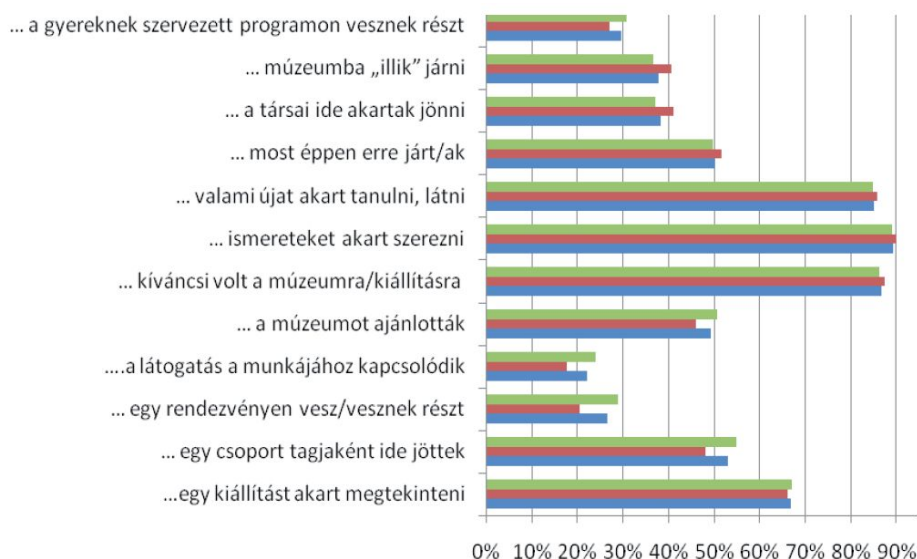
A kérdőívek elemzésekor különböző szempontok szerint tipizálták a látogatókat. A múzeumba látogatók többségét – korábbi, hasonló kutatásokhoz hasonlóan – három (heterogén) csoportba sorolták: értelmiségiek (29,5%), diákok (24,9%) és nyugdíjasok (15,6%). Aszerint, hogy milyen csoportos formában érkeztek, a látogatókat más szegmensekre osztották:

- egyedül, partnerrel, vagy barát(ok)al érkezők,
- iskolai csoportos látogatásra érkezők,
- gyerekkel vagy szervezett csoporttal érkezők.

Az iskolai végzettséget is vizsgálták: a válaszolók 14,9%-a felsőfokú, 40,7%-a középfokú (szakmunkásképző, szakközépiskola, gimnázium), és 44%-a általános iskolai végzettséggel rendelkezik (ide nyilván az általános iskolát éppen végzőket is beszámították). Csak megjegyezzük: 2010-ben körülbelül huszonhat százalék volt hazánkban a felsőfokú végzettséggel rendelkezők aránya,³ azaz, a világszerte hangoztatott nézeteknek és felmérési eredményeknek ellentmondva, a vidéki múzeumok látogatói között ez a csoport alulreprezentált.

Demográfiai adatok mellett a válaszolóktól személyesebb információkat is kértek a kérdőíven, ilyen volt a látogatás motivációja. A megkérdezettek számára a legfontosabb motivációnak az (új) ismeretek szerzése (85–89%) és a kíváncsiság (86%) bizonyult. Az egyéni és belső motivációkhoz tartozik még a következő indíték is: egy konkrét kiállításnak a megtekintése (66%).

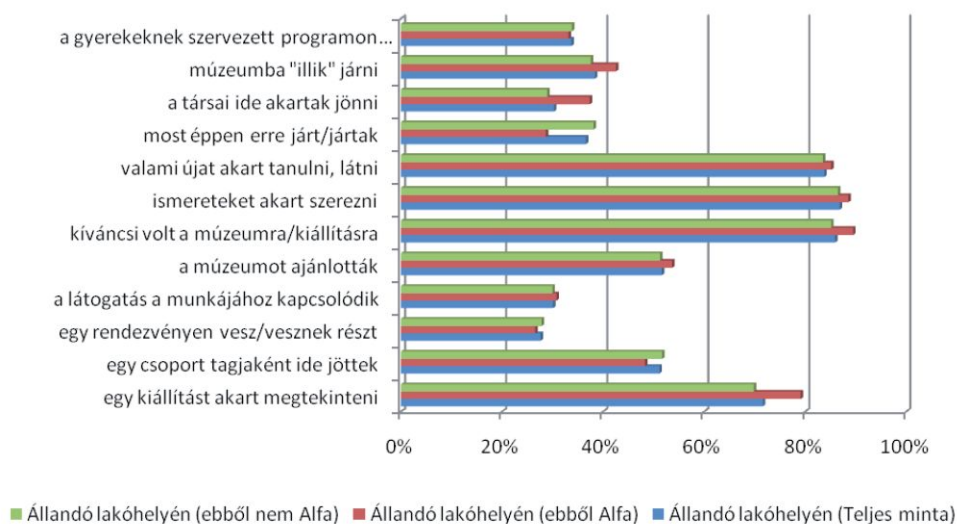
³ http://eduline.hu/felsooktatas/2011/7/5/20110704_felsooktatas_tevhit_szakerto, letöltve 2013. március 14.



10.3. ábra: A látogatók motivációi (Puczkó 2009, 17. ábra) A három színből a sárga és a piros számunkra most érdektelen bontásban ábrázolja a teljes minta (kék) adatait ezen, és néhány következő ábrán.

Az ábra a látogatók motivációit mutatja.

Nemcsak belső motivációból megyünk múzeumba, hanem sokszor valamilyen rajtunk kívül álló helyzetből adódik a látogatás. Erre vonatkozóan valakinek az ajánlása (49%), egy csoport tagjaként való látogatás (53%) és a társaik szándékának megfelelő látogatás (38%) voltak a leggyakrabban megnevezett okok. A gyakran (50%) megnevezett „most éppen erre jártunk” motiváció nem előre eldöntött, nem tudatos választás nyomán tett látogatásra (azaz ún. impulzus-vásárlásra) utal. Az impulzusvásárlás gyakorisága nem egyenletes az év során, ellentétben a belső motivációk gyakoriságával, s ebből a szerző azt a következtetést vonja le, hogy a látogatók egy része társadalmi elvárásoknak megfelelően érkezett.



10.4. ábra: Látogatás motivációja – állandó lakóhelyen (Puczkó 2009, 20. ábra)

„A keresztelemzésekhez, a válaszok belső struktúrája és összefüggései alapján (az átfedések kiszűrése után), négy nagyobb csoportba soroltuk a válaszadókat:

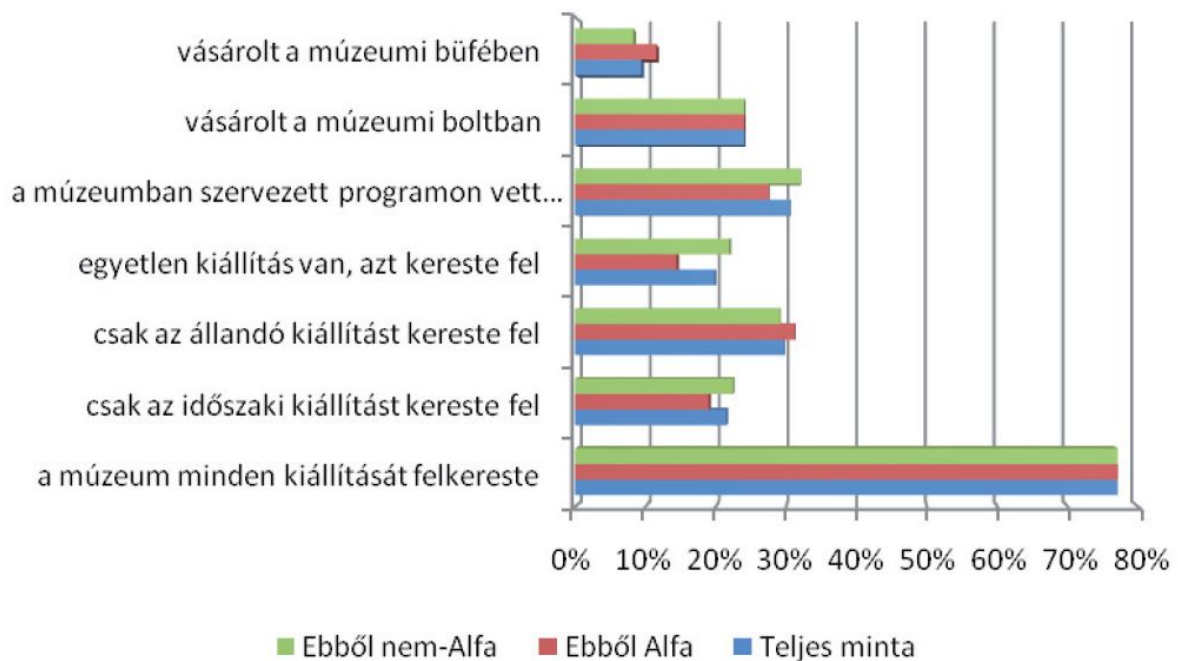
1. valamilyen programon/eseményen részt vevők (vagy saját maguk, vagy gyermekük számára);
2. ismeretvágy (a múzeumot ajánlották, új ismeretre vágyás, valami új tanulás);

3. a látogató munkájához kapcsolódó látogatás;
4. külső motiváció hatása (egy csoport tagja, most éppen erre jártak, társak ide akartak jönni, múzeumba illik járni).

...érdeemes néhány érdekes megfigyelésre felhívni a figyelmet:

- a legrövidebb ideig a csoportos látogatáson részt vevők és a külső motiváció alapján érkezők tartózkodtak a múzeumban;
- a megszerzett új ismeretek, mint a visszaemlékezés tárgya (szinte) minden csoportban meghaladták az élmények arányát;
- nagyobb távolság megtételére a külső motivációból és a tudásvágyból érkezők voltak hajlandók...”

A múzeumlátogatás nemcsak a kiállítások megtekintéséből áll. Mit csinált a válaszoló a látogatás során?



10.5. ábra: Az intézményben végzett tevékenységek (Puczkó 2009, 24. ábra)

„A létesítmények megtekintésére fordított idő, illetve a korábbiakban jelzett, a múzeumban végzett tevékenységek adatai azt jelzik, hogy a válaszadók véleményében elsősorban a társadalmi elvárásnak való megfelelési vágy érvényesült.” Akárhogyan is, fontos ismernünk a felmérésnek azt az eredményét, hogy a látogatók négyötöde egy órát, vagy kevesebbet töltött a kiállításokkal, illetve hogy az iskolai csoportok töltik a legkevesebb időt a kiállításokban. Tele vagyunk olyan kiállításokkal, amelyekben csak a szövegek elolvasása több (esetleg sok) órát venne igénybe. Ezt még akkor is érdemes megszívlelni, ha nem elvárás, hogy egy-egy látogató az elsőtől az utolsó betűig elolvassa magyarázatainkat. A felmérésben a látogatók 64,5%-a nyilatkozott úgy, hogy elolvasta a feliratokat, de valószínűleg nem úgy értette, hogy *minden* feliratot.

	Múzeumban töltött idő	Kiállítások megtekintésére szánt idő
Max. 30 perc	16%	34,6%
Kb. 1 óra	48,4%	46,6%
Kb. 2 óra	25,8%	14,2%
Kb. 3 óra	6,3%	2,8%
3 óránál több	3,5%	1,8%

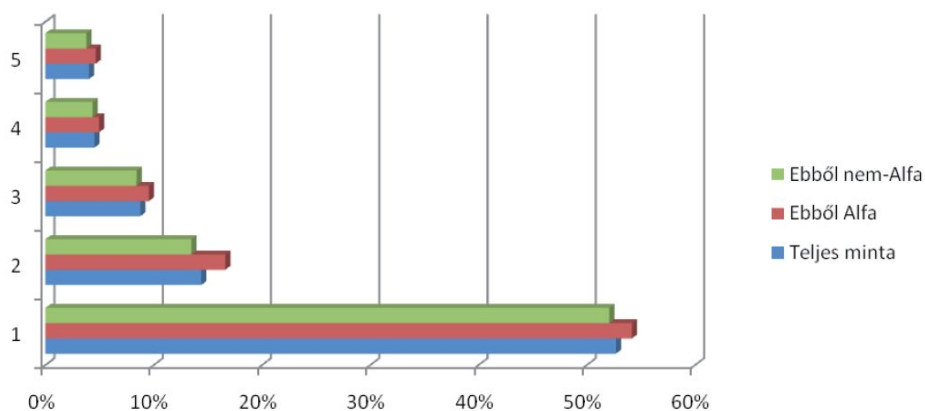
10.1. táblázat: A múzeumban, és azon belül a kiállítás nézésével töltött idő (Puczkó, 2009, 5. táblázat adataiból, a számértékek a válaszok %-os arányát mutatják)

A vizsgálatból kiderült, hogy az Alfa-programban részt vevő, tehát kormányzati támogatással felújított múzeumok szinte minden látogatócsoport esetén képesek voltak az átlagos látogatási időtartam növelésére. Ez az elavult illetőleg megunt kiállítások csökkent vonzerejére vonatkozó (egyébként nyilvánvaló, de különböző okok miatt gyakran figyelmen kívül hagyott) megállapítás.

„Az interaktív eszközök alkalmazásának egyik célja, illetve egyik vélt következménye a látogatási idő növekedése. Az adatokból ez a feltételezés igazolható. Az Alfa-programban részt vevő múzeumokban az interaktív eszközöket használók aránya 30,3%, ezen látogatók 11%-a tartózkodott a létesítményben 2 óránál tovább – ugyanez az arány az Alfa-programban nem támogatott múzeumok esetében nem éri el a 4%-ot sem.”

„Összességében elmondható, hogy az iskolai csoporttal érkezők nagyobb arányban vesznek részt tárlatvezetésen és töltenek ki feladatlapokat, viszont a feliratokat kevesebben olvassák el. Az Alfa támogatott múzeumokban, ahol nagyobb arányban található interaktív eszközök, az iskolai csoporttal érkezők inkább ezeket próbálják ki, itt még alacsonyabb a feliratokat elolvasók aránya. Az egyedül, partnerükkel, barátjukkal érkezők között magasabb a feliratokat elolvasók aránya, ők viszont az átlagosnál kevésbé vesznek részt tárlatvezetésen, töltenek ki feladatlapokat. A gyermekekkel, unokáikkal, szervezett csoporttal érkezők az átlagosnál valamennyivel magasabb arányban vesznek részt tárlatvezetésen.”

Végül rákérdeztek a visszatérésre is. Az alábbi grafikonról azt olvashatjuk le, hogy a látogatók mintegy fele először volt abban a múzeumban, és túlnyomó többségük nem fog visszamenni. Ezért fontos tudatosítanunk magunkban, hogy múzeumunkról, kiállításainkról nehéz más benyomásokat kialakítani egy következő alkalommal, ha nincs más alkalom. Minden jó múzeum figyel arra, hogy mekkora a visszatérő látogatók aránya, vagy legalábbis jólesően nyugtázza, ha ilyenekkel találkozunk, mert őket sikerült előszörre is „elcsábítani”.



10.6. ábra: Az adott létesítmény meglátogatásának gyakorisága (Puczkó 2009, 48. ábra)

Hooper-Greenhill (2007, 189.old.) érdekes gondolatot vet fel: a látogatóvizsgálatok száraz adatai egyfajta képet rajzolnak nekünk a tipikus múzeumlátogatóról, a magasabb társadalmi rétegekbe tartozó, közép-vagy felsőfokú végzettséggel rendelkező, általában magasabb jövedelmű (más társadalmakban még azt is hozzáteszik: jellemzően fehér bőrű) személyről. Ugyanakkor az ilyen vizsgálatok nem elég nagy figyelmet fordítanak az iskolásokra, akik csoportosan érkeznek. Az ő szemszögükből nézve a múzeum sokkal demokratikusabb intézmény, mindenkinek

egyforma az iskolai végzettsége, ide jöhetnek a szegény osztálytársak is, és azok is jönnek, akik esetleg az iskolai órákon nem teljesítenek jól, de itt magukra találnak az új miliőben, az eltérő típusú feladatok között.

Azzal zárhatjuk a kiállítások célcsoportjainak szegmentálásáról szóló alfejezetet, hogy ez a szegmentálás szükséges, ám nem elegendő ahhoz, hogy megfelelően kommunikáljunk. Ehhez az adott (kiválasztott) célcsoportok befogadóképességének, kommunikációs stílusának, szokásainak ismerete is szükséges. Ennek megszerzésében szakértők is segíthetnek, de legkézenfekvőbb, ha az adott célcsoport képviselőivel lépünk partneri kapcsolatba: pedagógusokkal, ha az iskolásoknak készítünk valamit, szülőkkel, ha a kisgyerekeiknek (hiszen ezeket a gyerekeket a felnőttek hozzák el), nyugdíjasokkal, ha számukra szervezünk kiállítást. („A nyugdíjas” annyiféle lehet, ahány féle aktív korú „leendő nyugdíjas” van, mégis vannak újabb keletű *közös* tulajdonságok: a fáradékonyság, a rosszabb látás, lassabb regeneráció pl. világosból hirtelen sötétbe lépve, a több ráérő idő, a személyes figyelem megnövekedett igénye stb.)

A fejezet elején említett szakadékon mindkét oldalról át lehet nyúlni.

Feladat 1:

Menjen el egy múzeumba, és elegyedjen beszélgetésbe legalább három különböző korú és láthatólag különböző társadalmi körből való látogatóval. Beszélgessen vele arról, miért érkezett ide, kivel érkezett, mennyi időt akar itt tölteni, mi érdekli itt, mi tetszik és mi nem, mit ért, mit nem, kinek ajánlaná ezt a múzeumot és így tovább. Nem kell faggatnia, nem kell írásban rögzíteni az eredményt. Akkor kap jó válaszokat, ha tényleg kíváncsi rájuk.

10.2 A látogatóbarát kiállítás (Kárpáti Andrea)

„Minden kiállítás háromszereplős tér – írja Michael Baxandall művészettörténész, – melyben a néző a tárgy és felirata között cikázó gondolataival az alkotó és a kiállítás-rendező szándékát firtatja. (...) miért szürke posztamensen vagy épp egy bársonnyal bevont aljú üvegalickában épp ez a szobor. Az utóbbi fajtájú kérdésre hiába is adna a muzeológus mégoly kiábrándító választ (nem fért be a szoborkiállításba, el kellett takarni a padlón éktelenkedő foltot, már csak ilyen posztamens volt a raktárban stb.), nem rendíthetné meg a szemei kíváncságát követő látogató hitét, akinek tekintete minden részletet szükségképp jellé avat - a hiteles mestermű jelenlétének, a szobor eredetiségének és különlegességének, a művészettörténet és a műkereskedelem ítéletének a bizonyosságává. A látogató saját kimondatlan gondolatait, hallgatólagos tudását mozgósító értelmezései teremtik meg számára a tárgyak jelentését, noha végig abban a hiszemben él, hogy a jeleket figyelmesen olvasva csak felismerte azt. Így támad fel benne a szemlélt műalkotás fiktív világában való otthonosság érzete - még olyankor is, ha az ábrázolt világban nincsenek emberi szereplők, akikkel azonosulhatna, akiket érzelmeivel, gondolataival felruházhatna -, hiszen a szeme előtt bontakozott ki ez a képzeletbeli tér, melyben kiismeri magát, mely feltárult előtte és megadta magát. (Wessely, 1995, old. sz. nélkül)



10.1. kép: A múzeumlátogatás legtöbbször kollektív élmény – a társak, akikkel együtt ismerkedünk a gyűjteménnyel, éppolyan fontosak, mint a látvány maga. (Fotó: Kárpáti Andrea)

A múzeumok közművelődési programjait vizsgáló, 2008–2010 között, a szentendrei MOKK szervezésében lezajlott országos felmérésünk legfőbb tapasztalata az volt, hogy a muzeológusok túlnyomó többsége szerint a közgyűjteményeknek valóban közösségi helyé, tudományos intézményből közművelődési intézménnyé kell válnia, megőrizve az intézmény kulturális színvonalát és tudományos presztízsét. A látogatók igényeit nem kiszolgálni, hanem formálni érdemes. (Káldy, Kárpáti és Szirmai, 2010). A közönség aktív részvételén alapuló múzeumi élmény megteremtéséhez ad módszereket Nina Simpson beszédes című könyve, „A részvétel múzeuma” (*The Participatory Museum*, 2010).

„A részvételen alapuló múzeum célja egyrészt az, hogy az interaktív élményekre vágyó látogatók igényeit úgy elégítse ki, hogy képviselve legyenek a múzeum alapvető értékei is. Nem arra törekszünk, hogy mindenkinek ugyanazt a tartalmat közvetítsük. A látogatói rétegeknek megfelelő, szinte személyre szabott információkat nyújtunk, azaz inkább létrehozunk, látogatóink bevonásával. A kiállításokon módot teremtünk saját értékelések, élmények megosztására, dokumentumok és történelmi tapasztalatok közreadására. Bemutatjuk a nem-szakértők véleményeit és alkotásait is. (...) A kiállítások nem „valamit” közvetítenek „valakinek”, hanem „valakivel együtt” jönnek létre. (Simon, 2010, iii. old.)



10.2. kép: Látogatóközpont, A Tudomány Városa (Cité de la Science), Párizs, 2007 (Fotó: Kárpáti Andrea)



10.3. kép: Látogatóközpont, fogadóter. A Tudomány Városa (Cité de la Science), Párizs, 2007 (Fotó: Kárpáti Andrea)

Látogatóbarát múzeumpedagógiai módszerek

Aligha vitatható, hogy a nézőket beszélgetőpartneri szerepbe helyező bemutató-típus nem valósítható meg bármilyen témájú és méretű kiállítás kapcsán, de az angolszász múzeumi kultúrában mindenképpen uralkodó szemléletmódnak tekinthető és más országok kiállítás-rendezői koncepcióinak is egyre inkább része. A látogatók felé fordulásnak gazdasági és művelődéspolitikai okai egyaránt vannak. A népszerű tárlatok bevételei az állami támogatások csökkenésével egyre fontosabb szerepet kapnak a múzeumok működtetésében, másrészt, a keveset látogatott gyűjteményeket a fenntartók előbb-utóbb bezárják. A látogatóbarát múzeum jellemzőit a következőkben foglalhatjuk össze (Puczkó, 2009 alapján):

- *A kiállítás releváns*: egy-egy részletében, vagy egészében kapcsolódik a közösséget foglalkoztató kérdésekhez – vagy eléri, hogy amit bemutat, fontossá, legalábbis érdekessé váljon, és része legyen a közbeszédnek.
- *A kiállítás befogadó*, nem zár ki egyetlen látogatói csoportot sem. Célcsoportja mellett más rétegeknek is kínál érthető és inspiráló élményt és tudást.
- *A kiállítás interaktív*: számos visszajelzési lehetőséget kínál, amelyeket használva a látogató lehetőséget kap arra, hogy gazdagítsa vagy értékelje a látottakat;
- *A kiállítás személyre szabható*: többféle kulturális háttérrel, speciális, az életkorral, egészségi állapottal kapcsolatos igényekkel más és más információkhoz lehet hozzájutni ugyanabban a kiállító térben;
- *A kiállítás nem ér véget a múzeum kijáratánál*: a látogató olyan további tájékozódási lehetőségekhez jut, amelyek gazdagítják a látottakat, esetleg visszatérésre vagy más, a meglátogatott tárlathoz kapcsolódó gyűjtemény felkeresésére ösztönzik.



10.4. kép: Látogatók a kiállításon 1.: megérkezés a fogadótérbe A Tudomány Városa (Cité de la Science), Párizs, 2007. (Fotó: Kárpáti Andrea)



10.5. kép: Látogatók a kiállításon 2.: nézelődés a kiállításon. Akropolis Museum, Athén, 2011. (Fotó: Kárpáti Andrea)



10.6. kép: Látogatók viselkedése a kiállításon 3.: szembesülés a múzeumi bolt néha meglepő és mulatságos kínálatával. Chicago, Shedd Aquarium, 2009. (Fotó: Kárpáti Andrea)



10.7. kép: Látogatók viselkedése a kiállításon 4.: új élmények a múzeumi étteremben: a táj a kiállítás része. Tóparti környezet a chicagói Shedd Aquariumban. 2009. (Fotó: Kárpáti Andrea)



10.8. kép: Látogatók viselkedése a kiállításon 5.: A múzeumi étterem dekorációja illeszkedik a kiállításához. Shedd Aquarium, Chicago, 2009. (Fotó: Kárpáti Andrea)

Akkor lehet ilyen bemutatókat szervezni, ha a múzeum munkatársai pontos ismeretekkel rendelkeznek közösségükről és lehetséges közönségükről. Fejezetünk előző részében ismertettük a Magyarországon öt évvel ezelőtt zajlott a *Magyar Múzeumi Kutatás 2007–2008* című vizsgálatot, amely 123 vidéki, a megyei múzeumi igazgatóságokhoz tartozó múzeum közel 13.000 múzeumlátogatójának megkérdezése alapján pontos adatokkal szolgált látogatók jellemzőiről, múzeumokban végzett tevékenységeiről és elégedettségét. (Puczko, 2009, 2010). Az adatokból itt egy érdekességet emelünk ki: a látogatói beszámolók erős megfelelési kényszert jeleznek, igyekeznek olyan tevékenységekről számot adni, amelyek a múzeumokban szokásosak.

Nem így egy hasonló amerikai vizsgálat szereplői (Falk, 2009), akik szerint a múzeum kiváló találkozópontra, ahol jókat lehet enni és beszélgetni – valami egészen másról, mint ami ki van állítva. John Falk szerint ez egyáltalán nem baj, hiszen ha a múzeum divatos közösségi térére válik, esélyt kap arra is, hogy lényegét is megmutassa, s a más célból érkezőt megnyerje. Az egyik családfeje például, aki az első elől terelte be rokonait egy tengeri élőlényeket bemutató kiállításra, meglepődve tapasztalta, hogy saját mérnöki munkájával kapcsolatba hozható, a vízminőséget befolyásoló vegyi folyamatokról is ismereteket szerezhet az akváriumok között. Mások a látogatás némi csalódással jár: az műelemzési folyamatok kutatói „Mona Lisa élmény”-nek nevezik azt a múzeumi pillanatot, amikor a rég várt találkozás a remekművel csalódást okoz: kisebb, a hatása egészen más – vagy éppen megközelíthetetlen, a szó szoros értelmében, mint Leonardo festménye a párizsi Louvre-ban.



10.9. kép: A Mona Lisa élmény 1. Párizs, Louvre. (Fotó: Kárpáti Andrea)



10.10. kép: A Mona Lisa élmény 2. Párizs, Louvre. (Fotó: Kárpáti Andrea)

Az élmények kínálatának és igényének korában élünk, véli Pine (2002), aki szerint a termékek és a szolgáltatások már nem elégítik ki a látogatókat illetve utazókat. A múzeumok jövője kapcsán megfogalmazott három tanácsa közül az első az élmények fajtáival kapcsolatos. Szerinte *esztétikai* élmény akkor keletkezik, amikor passzív kiállításnak passzív nézői vannak, akik engedelmesen gyönyörködnek abban, amit eléjük tárnak. A *tanulási* élmény akkor jön létre, ha a néző aktívan felelősséget vállal saját élményszerzéséért: kérdez, figyel, utánaolvas. Ilyenkor az aktivitásra ösztönző kiállítás eléri célját, aktív nézővel találkozik.

Ha a látogató a múzeumi program passzív átélője, akkor az aktív kiállításnak passzív nézője van, akinek *szórakoztató* élményben lehet része. Végül a *valóságtól menekülő* élménynek (*escapist experience*) hívja, ha a látogató örömmel fogadja a kész élményt, melyet számára kialakítottak: nem gondolkodik, nem kérdőjelezi meg, amit lát, csak részévé válik, elmerül egy korban vagy hangulatban. Pine szerint a múzeum akkor nyújthat teljes megelégedettséget szolgáltatásaival, ha mind a négyféle élményre lehetőséget nyújt.



10.11. kép: Tárlatvezető és közönsége. Párizs, Louvre. 2010. (Fotó: Kárpáti Andrea)



10.12. kép: Csoportos műelemzés a kiállításon megbeszéléssel, rajzzal. Párizs, Louvre. 2010. (Fotó: Kárpáti Andrea)

Pine szerint nem elég, ha a múzeumban teremőrök figyelik és tárlatvezetők terelgetik a látogatót. Fontos, hogy „értelmező, magyarázó” (*interpreter; explainer*) szintén legyen jelen. Ilyen tevékeny múzeumi ember például a londoni Natural History Museum felfedezőnek öltözött színész munkatársa, aki a felszíni fogadótér egy csendesebb sarkában állítja fel tábori székét, és asztalát, amelyen legutóbbi nagy utazásának eredményei: üvegbe zárt bogarak, lepréselt növények, kitömött állatok, érdekes kőzetek láthatók. A köréje gyülekezőknek szívesen beszámol arról, merre járt, megmutatja a helyet térképen is, de a valóságban is: az útjához kapcsolódó kiállítás felé terelve a látogatókat.⁴

⁴A londoni Natural History Museum [gyermekeknek szóló oldala](http://www.nhm.ac.uk/children).

A Ludwig Múzeumban az időszaki kiállításokhoz kapcsolódva, a Szépművészeti Múzeumban és a Nemzeti Galériában pedig a Múzeum + program keretében⁵ egy érdekes ember vezeti végig a nézőket a kiállításon: egy képzőművész vagy éppen a társművészetek képviselője, egy média személyiség, vagy maga a kurátor mondja el véleményét a tárlatról, megosztva élményeit is a bemutató témájával vagy a kiállító művészekkel kapcsolatban.

Pine harmadik tanácsa (vagy ahogyan ő fejezi ki magát, „imperatívusza”) arra ösztönöz, hogy életmegváltoztató” csúcserővel ajándékozzuk meg a látogatót. Rainer Maria Rilke korábban idézett verse, „Egy archaikus Apolló torzóhoz”, egy ilyen találkozást idéz fel.

„Nem ismerhettük hallatlan fejét,
melyben szeme almái értek. Ám a
csonka test mégis izzik, mint a lámpa,
melybe mintegy visszacsavarva ég
nézése. Különben nem hintene
melle káprázatot, s a csöndes ágyék
íves mosollyal, mely remegve lágy még,
a nemző közepig nem intene.
Különben csak torzult és suta kő
lenne, lecsapott vállal meredő,
nem villogna, mint tigris bőre, nyersen,
s nem törnék át mindenütt busa fények,
mint csillagot: mert nincsen helye egy sem,
mely rád ne nézne. Változtasd meg élted!” (Tóth Árpád fordítása)⁶

Ezek a megrendítő pillanatok persze ritkák, előidézni őket nem könnyű, s nem is éri el mindenkinél a kívánt hatást. Ennek ellenére mindent el kell követnünk, hogy hatásosan mutassunk be látogatóink számára releváns információkat és magukat a műveket is, amelyeknek gyakran közvetítőkre van szükségük ahhoz, hogy a Rilkééhez hasonló élményhez juttassák nézőiket. Nehéz feladat ez, hiszen a tárlatlátogató legtöbbször sietős turista: akik alapos szemlélődés helyett gyakran csak „foglyul ejti” fényképező gépével a műtárgyat.

⁵A minden hónap első csütörtökjén, a Szépművészeti Múzeumban és a Nemzeti Galériában felváltva megrendezett *Múzeum + program* weboldala.

⁶Rainer Maria Rilke (1875–1926) versét a Tabula Candida című weboldalról idézzük, ahol német eredetiben is olvasható: http://www.latomus.eoldal.hu/cikkek/Klasszikus_idegen_koltoktol/Rilke_Archaikus_Apollo-torzo.html



10.13. kép: Leonardo festményének „foglyul ejtése”. Párizs, Louvre. (Fotó: Kárpáti Andrea)

Ha nem is megrázó élmény, de mindenképpen érdekes, ha beléphetünk egy olyan helyre, amely eddig zárva volt előttünk: a múzeumi raktárba. Egy manchesteri múzeum „*Collective conversations*” (Közösségi beszélgetések) nevű programján a látogatókat beengedik a raktárakba, ahol kiválaszthatják a tárgyak közül azt, amelyhez a legtöbb közülük van, és elmondják, hogy miért fontos számukra ez a tárgy, mit jelent nekik. Ezeket a találkozásokat saját oktatófilm stábjával filmre veszi a múzeum, majd fölteszi a YouTube-ra, hogy a helyi lakosok is elgondolkodjanak a tárgyak történetéről és a kapcsolatokról, melyeket egykori és mai tulajdonosaik között teremtenek.⁷

Az ilyen lehetőségek persze ritkák, de a mindennap hozzáférhető módszerek is sokat változnak. A múzeumok kezdetétől a *tárlatvezetés* volt a legelterjedtebb interpretációs forma, melyet a szakirodalom „sétálunk és beszélgetünk” (*walk and talk*) típusú találkozásoknak nevez, pedig jobban illik rá az „ácsorgunk és beszélnek hozzánk” leírás. A tárlatvezetések célja tudományos ismeretek átadása a gyűjteményről. Az évszámok, tények, stílusok vagy a természettudományos és technikai részletek száma lassan csökkent, ahogy a 20. századi tárlatvezetők stílusa a szakközleményektől lassan a tömegkommunikáció felé fordult. A 20. század második felében megjelentek az anekdoták. A tanítást az élmény-megosztás a század második felében váltotta fel. Megjelent az *interpretátor*, aki immár nem szakértőként, hanem felfedező társként kísérte a csoportokat, s célja a kíváncsiság felkeltése, az önálló ismeretszerzésre készítetés és a közös jelentéssalkotás (*meaning making*) volt.

A Museum der Moderne Kunst (MUMOK)⁸ Bécsben még tovább megy: nemcsak a tárlatvezető közönségbarát, hanem a múzeumi séta anyaga is az, amire az éppen megérkezettek kíváncsiak. Másfél óra alatt amúgy sem nézhető végig a teljes kiállítási anyag, de még a főművek sem, tehát nyugodtan a látogatóra bízható, hogy mi legyen az a néhány műalkotás, amiről többet szeretnének tudni. A diák csoportok tagjai először gyorsan végigmennek a termeken, és kiválasztják, ami első pillantásra érdekesnek tűnik (vagy amit már régóta ismernek, de sosem volt lehetőségük szakembert megkérdezni róla), tehát, amiről a tárlatvezetésen feltétlenül hallani szeretnének. A tárlatvezetés egy rövid áttekintéssel kezdődik, majd a választott művekhez indul a csoport, hogy azokat elemezze együtt a vezetővel. A másfél órás galériabeszélgetést két-három órás alkotó munka követi a múzeum pedagógiai foglalkoztató termeiben, ahol a frissen látottak hatására műfajokkal, képi hatásokkal, témákkal kísérletezhetnek a fiatalok.

⁷Egy ilyen „Közösségi beszélgetés”-ről készült film.

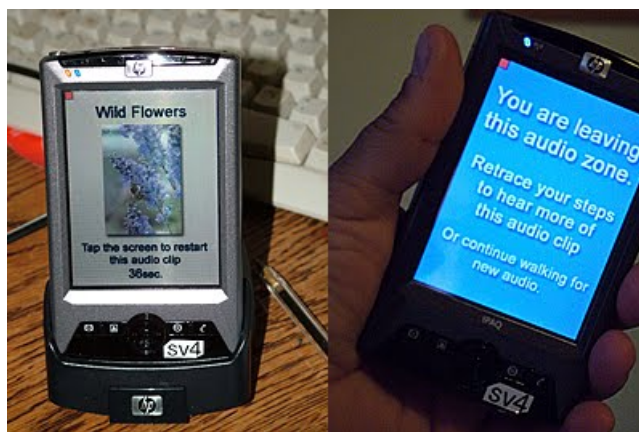
⁸A bécsi Museum der Moderne Kunst (MUMOK) pedagógiai honlapja.

A MUMOK egy másik projekten nyugdíjasok és gyerekek beszélgetnek. Nem nagypapák-nagymamák és unokáik, – persze családi csoport is akad –, hanem olyan hatvanöt év feletti, aki szívesen vállalná önkéntes munkát egy múzeumban. A program érdekessége, hogy a gyerekek és a nyugdíjasok korábban nem találkoztak, ismeretlenként dolgoznak együtt a „*Látok valamit, amit Te nem!*” című foglalkozáson.⁹ Itt is találkoznak a csoportok a kiállítóteremben és a műhelyben is. A két látásmód különbségei érdekes magyarázatokra és vitákra adnak módot.

Az egyénre szabható, ezért látogatóbarát tárlatvezetés speciális formáját jelentik a múzeumi tárlatvezető eszközök (*handheld guide*). Az első hordozható készülék az 1960-as évek végén jelent meg a kiállítóterekben. Magnetofon-kazettáról suttogták a nézők fülébe, először rádióbemondók, majd ismert színészek hangján, gyakran zenei betétekkel, a hosszú ismertető szövegeket. A hagyományos, orsós magnetofont 1980 körül a kompakt kazetta váltotta fel (ezzel lényegesen kisebbek lettek a gépek), majd 1994-től megjelent a digitális hangrögzítés, s a még mindig elég nagyméretű és nehéz „kézi készülékeket” a kecses, fülhallgató MP2, majd MP3 lejátszók váltották fel. A digitális hangrögzítéssel megszűnt a 45 perces terjedelmi korlát és immár nem csak előre és hátra, hanem bármely irányban (egy régebben látott tárgy magyarázatára visszaugorva, egy bevezetőt többször ismételve) is lehetett haladni a hallgatni valók között. Fejlődésében a viszonylag olcsó, kisméretű, jó minőségű LCD képernyők megjelenése hozott igazi áttörést. A mobil telefonok szinte bizonyosan előbb-utóbb feledésre ítélik majd ezt a kezdetben fél tégla méretű és csak hangot sugárzó, ma már tenyérbe illeszkedő és a hang mellett álló- és mozgóképet is közvetítő eszközt, ma még az információra éhes látogatók kedvencei közé tartoznak.



10.14. kép: Hagományos digitális múzeumi tárlatvezető eszköz (Louvre, Párizs)



10.15. kép: Korszerű digitális múzeumi tárlatvezető eszköz szabadtéri kiállításhoz. A beépített helyzetérzékelő olyan információt kínál fel, amely kapcsolódik a területhez, ahol járunk. (Fotó: Kárpáti Andrea)

Számos nemzetközi látogató-kutatást összegző tanulmányában Woodruff és munkacsoportja (2001) megállapította, hogy a kiállítás műfajától függetlenül, a látogatók mindig előnyben részesítik a nyomtatott múzeumi vezetővel (*leporellóval*) szemben a hangzó tárlatvezető eszközt. Érdekes módon azzal indokolják választásukat, hogy a kézben tartott írás izolál: amíg olvassuk, nem látjuk a tárgyat és a többi látogatót, a velünk érkező barátokat, családot sem, akik talán egészen más információkat szereztek be, míg mi olvasunk. A közös élményt ez az időszakos különválás is megzavarhatja. (Élénk vita zajlik arról, vajon a kézben tartott, vagy a fülhallgató megoldás a jobb, melyik izolálja kevésbé használóját a múzeumi tértől és a többi látogatótól, Falk and Dierking 2000). Ha viszont

⁹Az „*Ich sehe was du nicht siehst!*” „*Látok valamit, amit Te nem!*” című foglalkozás.

mindenki felveszi szépen a fülhallgatóját, és a kijelölt pontokon (a kiemelt tárgyak alá tett jelzést követve előhívja a tájékoztató szöveget, egyszerre nézi és hallgatja is a kiállítást, közös az élmény. Sőt, még azonos tárgynál időző ismerőseivel is kapcsolatot teremthet egyetértő bólogatás vagy a szövegre kritikusan reagáló hümmögés keretében. Ha több fajta egyéni tárlatvezető eszköz is rendelkezésre áll, a látogatók inkább választják az egyik fülre illeszthető fejhallgató duruzsolását, mint a mindkét fület lezáró, hagyományos fülhallgató hangkulisszáját. A szabad mozgást akadályozó, kézben tartandó audio eszközt a lépcsőkön, síkos padlón kapaszkodásra szoruló idősebbek egyáltalán nem tudják igénybe venni.

A zenés, hangos előadást egy ilyen, *audiovizuális bemutató eszköz* igazi multimédiás tanulási élménnyé képes változtatni. Egyrészt azzal, hogy kiegészítő információkat hoz be (nemcsak megemlíti, de képpel be is mutatja az éppen szemlélthez kapcsolódó tárgyat), másrészt képes feladatokat adni és a válaszokat értékelni is (CIMI 2000). Lehetővé vált a látogatók „hallgatási mintáinak” (*visitor audio usage patterns*) nyomon követése, interaktív megoldások beépítése (például kérdés a szakértőtől, aki később, e-mailben válaszol), a több nyelvű, a filmbetéteket is a választott nyelvre szinkronizáló multimédia vezetés. (Proctor and Tellis, 2007)

Célcsoportra irányuló kiállítás-rende

Stendhal tanúsága szerint "üres a Párizsi Múzeum. Mikor még különböző helyeken voltak szétszórva Itáliában ezek a képek, mindennap magukhoz csalogattak három-négy szenvedélyes műértőt, akik száz mérföldet is megtettek, hogy megcsodálhassák őket. Itt viszont csak nyolctíz festőnövendéket talállok létráik tetején kuporogva, meg egy tucát, többnyire meglehetősen komor képű idegent. Mire a galéria végére érnek, szemük ki van vörösödve, az arcuk fáradt, az ajkuk kifejezéstelenül csüng a saját súlya alatt. Még szerencse, hogy van a termekben néhány kanapé: rátelepszenek, aztán akkorát ásítanak, hogy majd kiugrik az állkapcsuk, és így kiáltanak fel: 'Milyen nagyszerű!' De hát van-e emberi szem, amelyik büntetlenül képes kiállni ezerötszáz kép ráirányzott ösztüzét?" (Stendhal, 1971, 82. old.)

Az Európai Unió „Európai nemzeti múzeumok: Identitáspolitiká, a múlt felhasználási módjai és az európai polgár” (*European national museums: identity politics, the uses of the past and the European citizen, EuNaMus*) című projektjének egyik résztémája a „Múzeumi polgárok” (*Museum Citizens*), a nemzeti múzeumok látogatóiról szolt. A projekt a *nemzeti többségi és kisebbségi, illetve az európai identitás* múzeumi megjelenítésével foglalkozott. A hat ország nemzeti múzeumában, 166, 18 éven felüli látogatójával (túlnyomó többségükben az ország többségi nemzetiségéhez tartozó diplomásokkal) és kisebbségi lakosokból összeállított fókuszcsoportokkal megvalósított, interjú vizsgálatban arra kerestek választ, mennyire sikerül múzeumi eszközökkel hazaszeretetre, a nemzeti értékek megbecsülésére és az Európai Közösséghez való tartozásra nevelni a látogatókat. A minoritás csoportok esetében, akiket az átlagos múzeumlátogatók között nem sikerült megtalálni, ezért a projekt keretében meghívták őket a befogadó ország nemzeti múzeumába, a legfontosabb kérdés saját identitásuk múzeumi reprezentációjával való elégedettség volt.

A válaszokat közlő, igen részletes tanulmányból (Dodd et al., 2012) kiderül, hogy a többségi lakosság valamennyi, a vizsgálatban résztvevő országban – Észtországban, Görögországban, Írországban, Lettországban, Németországban, Skóciában – élő *többségi nemzetek polgárai* nagyjából elégedettek nemzetük történelmi értékeinek múzeumi megjelenítésével. Ami a közelmúltat és a jelent illeti, a nemzeti múzeumok alig kínálnak kapaszkodót. Alapvetően hiányoznak a kortárs problémákra adott kulturális reflexiók (például a sok évtizedes, és az 190-es években felszámolt, Oroszországgal való függést ma saját orosz kisebbségeivel való konfliktusokban megélt és lettek problémái, a görög válság, a skót nemzeti önkormányzat elnyerése, a német újfasizmus megjelenése).

Hasonló problémákkal Magyarországon is találkozhatunk. Az etnikai kisebbségek kultúrájának minél hitelesebb, értékeket és konfliktusokat egyaránt érzékelhető, egy ország *biodiverzitása* mellett a kulturális diverzitást és dokumentáló bemutatása fontos témája a felnőtt múzeumlátogatói programoknak. (pl. Katona és Viga szerk., 1996). Ezek a kiállítások korunk nem könnyen áttekinthető társadalmában orientációs pontokat nyújthatnak a látogatók saját identitásának meghatározásában. Ott, ahol több különböző kultúra él egymás mellett, a múzeumok segíthetnek megérteni, hogyan viszonyul ez a saját identitás másokéhoz. Napjainkban különösen lényeges kérdés a nemzeti értékekben gyökerező identitás mellett más kultúrák értékeit is felmutatni. A kisebbségi létről szóló múzeumi kommunikációban tükröződnie kell az UNESCO kulturális jogokról szóló nyilatkozata (forrás) értékeinek is.¹⁰ Eszerint a kultúra részei mindazok az anyagi és szellemi alkotások, amelyekkel egy személy vagy csoport kifejezésre

¹⁰UNESCO: [Universal Declaration on Cultural Diversity](#) (Az UNESCO Egyetemes Nyilatkozata a Kulturális Sokszínűségről).

juttatja saját nemzeti értékeit. Ide tartoznak a mindennapi kultúra összetevői is, mint például a tömegkommunikáció, a divat, az információs és kommunikációs technológiák sajátos közösségi tartalmai is.

Az *EuNaMus* kutatás szerint a *nemzetiségek* alig találnak olyan tárgyakat az ország „nemzeti múzeumában”, amely saját kultúrájukat mutatná be – akkor sem, ha számuk az adott országban százezrekre, milliókra tehető. A nemzetiségek nem csak népművészetükkel vagy kultúrájuk „exotikumai” (különleges ételek, furcsa szokások, a vallásos meggyőződés látható jelei stb.) bemutatásával, hanem a többségi nemzet és tágabb értelemben Európa és a világ kultúrájához való hozzájárulásukkal kívánnak jelen lenni a nemzeti múzeumokban. A németországi törökök, a skóciai indiaiak, a görögországi arabok nem könyöradományt kérnek, hanem jogos jussukat: helyet a nemzeti tudatban éppen úgy, ahogyan munkájukkal helyet kaptak az ország gazdaságában.

Ami az *európai identitást* illeti, erről az országnak az EU-ban elfoglalt pozíciója szerint (meghatározó erő, mint Németország, sokat kritizált haszonélvező, mint Görögország, vagy megbecsült, de a döntésekre kevés hatással bíró kis nemzet, mint Észtország) megoszlanak a vélemények. Sokak szerint nem szükséges ezt a közismert gazdasági és politikai tény a nemzet múzeumában külön hangsúlyozni. Mások úgy vélik, az „európai polgár”, mint identitás-modell, még nem alakult ki annyira, hogy múzeumi alakot ölthessen. A kutatók szerint a nemzeti identitás a vizsgált országokban lényegesen erősebb, mint a nagyobb közösséghez való tartozás, és ez meghatározza az országok egyik legjelentősebb közgyűjteményének arculatát is.

A vizsgálat érdekes eredménye, hogy kiderült, melyek a legfontosabb tényezők, amelyek az egyes látogatói célcsoportok múzeumi viselkedését befolyásolják. Bár az eredmények a sajátos tematikájú nemzeti múzeumokra vonatkoznak, a látogatók igényeinek figyelembe vételére készülő kiállítás-rendező számára minden múzeumban tanulságosak. A kutatók a múzeumi élményt befolyásoló tényezőket nem fontossági sorrendben közlik, hiszen ebben nem találtak szignifikáns értékválasztási mintázatokat a vizsgált csoportokban.

- „A nemzet történelméről és kultúrájáról szerzett tudás,
- A kortárs kultúra és a politikai, társadalmi események ismerete,
- Korábbi múzeumi élmények, tapasztalatok,
- Életélmények, élethelyzet,
- A múzeumlátogatás okai, személyes motivációk,
- Személyes jellemzők, úgymint életkor, nemzetiség, többségi vagy kisebbségi polgári státus, turista vagy vendégmunkás helyzet, stb.),
- A nemzeti identitás kifejezésének módja (pl. erősen nacionalista, kozmopolita, magát kisebbségnek érző).” (Dodd et al., 2012, 13. old.)

A látogatóknak a nemzeti múzeumokról alkotott véleményét természetesen a múzeumi kiállítások minősége is befolyásolta. A vizsgált hat országban voltak olyan múzeumok, ahol a bemutató középpontjában az ősi, népi kultúra állt (Lettország), másutt az európai civilizációban egykor játszott jelentős szerepet tükröző antik műtárgyak voltak hivatva arra, hogy segítsenek megőrizni az ország „nemzeti gerincét”, önbizalmát és reményt adni a jelen problémái közepette (Görögország). Minden esetben nyilvánvaló volt, hogy *nem lehetséges és nem is érdemes „általában” kiállítást rendezni*, egy ország lakosságát, mint homogén közösséget elképzelni és megszólítani. A célcsoportra tervezett bemutatók fontossága napjainkban, a társadalmi problémákkal természetesen együtt járó gazdasági válságok korában különösen fontos.

Feladat 1:

2008–2009-ben a Múzeumi Oktatási és Képzési Központ (MOKK) felmérést végzett a múzeumi dolgozók körében. (Káldy, Kárpáti és Szirmai, 2012) Az egyik kérdés a látogatói csoportokra vonatkozó tervekkel foglalkozott. Összesen 240 válasz érkezett, amelyből 135 (55,33%) szerint szükség van a célcsoportokat érintő fejlesztésre. A szöveges indoklásokat az alábbi táblázatban összesítjük.

Hogyan értékeli a válaszokat? Van-e lényeges célcsoport, amelyet az adatok alapján, a felmérés idején még terv szinten sem kívántak megszólítani a múzeumok? Ismer-e olyan jó gyakorlatot, amely alkalmas speciális látogatói csoportok megszólítására, de nem szerepel a felsorolásban? Ha önnek teszik fel ezeket a kérdéseket, hogyan felelné?

MIÉRT ÉS HOGYAN KELL EGYES LÁTOGATÓI CSOPORTOKAT MEGSZÓLÍTANI A KIÁLLÍTÁSOKAL?	%
CÉL: látogatószám növelése	10,34%
CÉL: több korosztály motiválása a kiállítás megtekintésére	60,34%
CÉL: fogyatékkal élők (mozgássérültek, gyengén hallók vagy látók, stb.) megszólítása	8,62%
CÉL: helyi közösség (pl. a kerület, városrész lakói) meghívása a múzeumba	5,17%
CÉL: erősebb kapcsolat kiépítése az iskolákkal	5,17%
MÓD: reklámozás	2,59%
MÓD: illesztett, korosztály-specifikus program kéne (pl. középiskolásoknak)	10,34%
MÓD: színesebb múzeumpedagógiai programok szervezése	7,76%
MÓD: új foglalkoztató szakember (pl. óvopedagógus, tanító) felvétele	3,45%
MÓD: a kor igényeinek megfelelő, interaktív, látványos, dinamikus, kézzel fogható kiállítási objektumok készítése	2,59%
MÓD: új kiállítás	1,72%
MILYEN CÉLCSOPORTOKAT SZÓLÍTANA MEG?	
Nem csak helybelieket	2,59%
Külföldieket	1,72%
Óvodásokat	15,52%
Kisiskolásokat	13,79%
Tinédzsereket, középiskolásokat	22,41%
Egyetemistákat, főiskolásokat, fiatal felnőtteket	18,97%
Felnőtteket	9,48%
Családokat, GYES-en lévő kismamák	6,90%
Nyugdíjasokat	7,76%

10.2. táblázat: Látogatói csoportok megszólítása

Múzeumpedagógia, múzeumandragógia: a látogatóbarát múzeum szakemberei

A legtöbb múzeumlátogató felnőtt. A magyar múzeumokban inkább úgy mondhatnánk: középkorú, hiszen a közoktatásból kilépett fiatalok megszólítása sajnos még nem sikerült, nekik szól a legkevesebb múzeumpedagógiai program (Káldy, Kárpáti és Szirmai, 2010). A múzeumandragógia a múzeumok és más, a kulturális örökség őrzésére létrehozott szervezetek felnőttképzési, felnőttoktatási, felnőtt-nevelési tevékenységének lehetőségeit, feltételeit vizsgálja. Legfontosabb célja olyan módszereket kidolgozni, amelyekkel a múzeumi keretek között hatékonyabbá tehető a felnőttek „egész életen át tartó” tanulása.

„A nagy kérdés az, hogy a kulturális, erkölcsi, közösségi válság felszámolásában múzeumaink tudnak-e általános vagy valamilyen egyéb speciális segítséget nyújtani jelenlétükkel, tevékenységükkel a lokális, regionális vagy globális területükön. Meggyőződésünk szerint a muzeális jellegű intézmények a múzeumi tanítás, tudásközvetítés, felvilágosítás, tudományos és ismeretterjesztő tevékenységük és alapfeladataik mellett is tudnak és segíthetnek múzeumi mediációs eljárások alkalmazásával a felnőtt emberek közötti konfliktuskezelésben, a sokszor citált konfliktusok felszámolásában.” (Kurta, 2010, 50)

A múzeumi kiállításokat régóta szokás oktatási intézménynek tekinteni. „Egyik írásában Eliean Hooper-Greenhill egy tizenkilencedik század közepi beszámolót idéz a Victoria & Albert Múzeumról: „Talán a múzeum testesíti meg a felnőttek oktatásának az egyetlen hatékony módját, mivel a felnőttektől nem várható el, hogy a fiatalokhoz

hasonlóan iskolába járjanak.” (idézi Süvecz, é. n., o. n.) Az egész életen át tartó tanulás négy tanulnivalója („pillére”):

- együttélés (*learning to live together*),
- tudás (*learning to know*),
- cselekvés (*learning to do*)
- értelmes létezés (*learning to be*).¹¹



10.16. kép: Élmények, hangulatok bevonása a műelemzési folyamatba: „Milyen érzéseket keltenek bennem a színek?” Gyermekfoglalkoztató sarok, Art Institute of Chicago, 2010. (Fotó: Kárpáti Andrea)

A felnőttek, illetve sajátos igényű, külön célcsoportként, a felnőtt, illetve idős látogatók megszólítása (a *múzeumandragógiai* és *múzeum-gerontagógiai* programok) a tárlatvezetés egyoldalú információáramánál demokratikusabb módszerekkel összefügg a múzeumok funkcióváltásával. (Koltai szerk., 2005).

¹¹ European Union, Strategic Framework for Education and Training (Stratégiai Keretrendszer az Oktatáshoz és Neveléshez).



10.17. kép: Idős látogatók interaktív kiállítási információs környezetben: a gazdag saját tapasztalatok egyesülnek az új élményekkel. (Fotó: Kárpáti Andrea)

A felnőtteknek szóló múzeumpedagógiai programok formális (szervezethez kötődő, intézményi kereteket igénylő), non-formális (intézményben, de kötöttségek nélkül) és informális (intézményeken kívül – otthon, közösségi helyszíneken, természetben stb. – megvalósuló tanulási módok egyaránt lehetnek:

- műhelymunka kísérletezés művészeti technikákkal, alkotás, tervezés, tárgykészítés
- (népszerű)–tudományos rendezvény
- kulturális rendezvény (pl. színháték, koncert, filmvetítés)
- kísérletezésre, a tárgyak kézbe vételére lehetőséget adó bemutató hely
- rejtvény, játék
- a kiállított tárgyakhoz vagy alkotóikhoz kapcsolódó műemléki séta, utazás



10.18. kép: Informális múzeumi élmény: régészeti leletek egy athéni metrómegállóban, 2010. (Fotó: Kárpáti Andrea)



10.19. kép: „Odafigyelünk a kultúrára”: múzeum az athéni repülőtéren. 2010. (Fotó: Kárpáti Andrea)



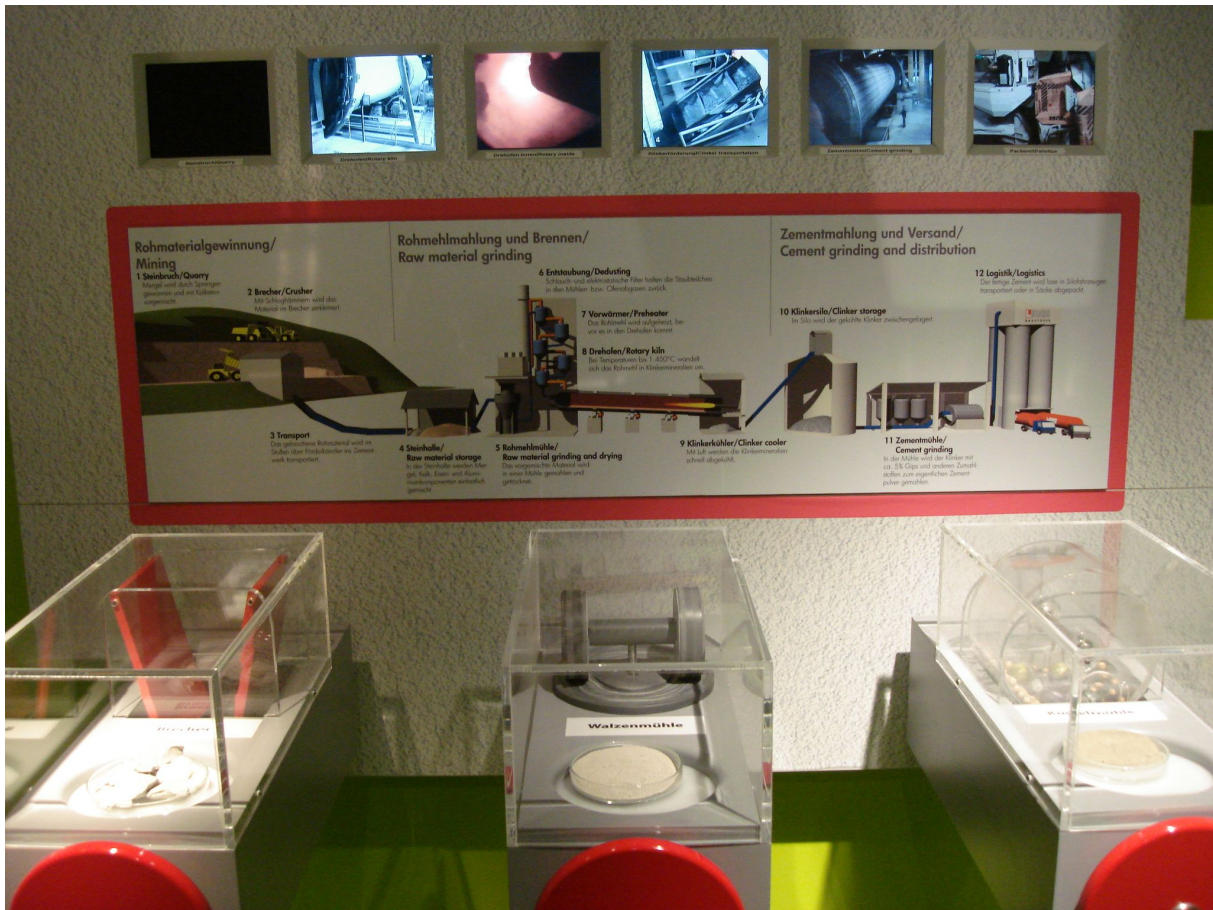
10.20. kép: Az athéni repülőtér múzeumában, elutazásra várva, a turista ráismer a tárgyakra, amelyeket már látott, vagy, ha nem volt egyetlen múzeumban sem, a természeti élményeihez társíthat műalkotásokat.2010. (Fotó: Kárpáti Andrea)

Elsősorban a felnőtteket szólítják meg a múzeumi nagyrendezvények: a Múzeumok Éjszakája, Múzeumok Őszi Fesztiválja, a Múzeumi Majális, és a pedagógiai háttérrel megteremtő Alfa-program, a Múzeumok mindenkinek akció és a Múzeumok Országos Képzési Központja (MOKK) megalapítása. (Vígh, 2007)¹².

A múzeum a felnőttek és gyermekek közös programjainak terepe, ezért fontosak a mindkét korosztályt egyszerre megszólító programok és kiadványok. miskolci Herman Ottó Múzeum 2009-ben, múzeumpedagógiai és múzeumandragógiai füzet. A füzet a „Térbe Zárt Pillanat”, háromdimenziós fényképek 1850-1918 című kiállításához kapcsolódott, amely a Magyar Nemzeti Múzeum, a Herman Ottó Múzeum és Dömötör Zoltán miskolci magángyűjtő fotótörténeti gyűjteményét mutatta be. A füzet a múzeumlátogatás közben együtt elvégezhető feladatokat kínált az egész családnak.

A múzeumi felnőttoktatást világszerte egyre több helyen erre a célra alkalmazott szakember, a *kulturális mediátor* végzi. Feladata a dialógusteremtés a (mű)tárgyak és nézőik között, az interaktív múzeumi látogatás elősegítése. A kulturális mediátor nevében is jelzi, hogy mást kínál, mint a tárlatvezető. Nem a mindentudó szakember szerepében jelenik meg, hanem társként ajánlkozik a kiállítás megtekintéséhez. A Ludwig Múzeumban például ingyenes szolgáltatás a művészeti mediációs munkát végző *interpretátor*, és bölcsészhallgatók végzik remekül ezt a munkát. A kiállítóterben járkálva figyelik, mikor téved arra egy tanácstalanul szemlélődő látogató, aki szívesen veszi, ha beszélgető társul szegődnek mellé. A fiatalok alaposan felkészültek, szinte minden, az átlagos tájékozottságú és érdeklődésű látogatóban felöltő kérdésre tudják a választ vagy az információ forrását. Felhívják a figyelmet a művekre, amelyekkel nem képes azonnal kapcsolatot teremteni, ezért gyorsan elhaladna előttük, és a felnőtt néző számára releváns tényekkel, összefüggésekkel teszik érthetővé, sőt, érdekessé ezeket. Mikor a kiállítás végén elköszönnek, a látogató hálálkodva vesz búcsút és nemcsak tudásban gyarapodott, de új műelemzési formák és művészeti szemléletmódok megismerésével gazdagodva indul a kijárat felé.

¹²Információs oldalak: [Múzeumok Éjszakája](#) eseménysorozat; [Múzeumok Őszi Fesztiválja](#) eseménysorozat; [Múzeumi Majális?](#); [Alfa-program](#); [Múzeumok mindenkinek](#) program; [MaDok](#) Projekt; Múzeumok Országos Képzési Központja (MOKK).



10.21. kép: A látogató itt egyedül sem magányos: filmekkel, ábrákkal ellátott kísérletező hely a salzburgi Természettudományi Múzeumban, 2012. (Fotó: Kárpáti Andrea)

Magyarországon sajnos igen kevés a felnőttek tanulási szokásait ismerő, a különféle felnőtt-csoportokhoz kiállítás-megismertető programjait adaptálni képes mediátor. A Múzeumi Oktatási és Képzési Központ két nagy múzeumpedagógiai felmérést végzett. A 2008–2010 között lezajlott, országos, reprezentatív adatfelvételekben a kutatásvezetők, Bereczky Ibolya, Káldy Mária és munkatársaik arra kerestek választ, milyen kompetenciák szükségesek a sikeres, hatékony és korszerű múzeumi munkához, illetve megvizsgálták azokat a személyi és tárgyi feltételeket is, amelyek között erre a munkára sor került. (Kárpáti és Szirmai, 2010, és Káldy, Kárpáti és Szirmai, 2010). A kutatások ezeket a kérdéseket járták körül: Milyen a múzeumok oktatási kínálatamilyen a személyi és infrastrukturális feltételek tartoznak ehhez? Ez a kínálat mennyire találkozik a tanárok és diákok igényeivel, mennyire illeszkedik a tananyaghoz? Mennyire közismert, és népszerű a múzeumpedagógia? Milyen a múzeumok pedagógiai kommunikációja? Melyek a kihasználatlan területek? Milyen témákban, milyen célcsoportokkal lenne érdemes többet, jobban foglalkozni? Ha egy múzeum pedagógiai munkát szándékozik végezni, milyen támogatást kaphoz? Milyen lehetőségei vannak a fejlesztésre? A kortárs magyar múzeumpedagógia problémái: mi akadályozza a tervek megvalósulását, a pedagógiai munka színvonalának emelését?

Néhány érdekes eredmény: a válaszadók 63 %-a fontosnak tartja, de csak az intézmények 37 %-nál támogatják a múzeumpedagógiai munkát. Az önkormányzatok kétharmada csak részben, majdnem 5 %-a pedig egyáltalán nem támogatja a múzeumi közművelődési feladatokat. A program-kínálatot a múzeumi szakemberek 10 % tartja optimálisnak, és mindössze 8 % szerint tudják az iskolák optimálisan kihasználni a rendelkezésükre álló, ingyenes vagy igen kedvezményes művelődési lehetőségeket. *A múzeumpedagógiai programok elenyésző hányada tekinthető andragógiainak:* a legfőbb célközönség az általános iskola felső tagozatos diáksága, a 11-14 évesek. Kevesebb a program a középiskolások számára, az egyetemistáknak (gyakorlatilag a felnőtteknek) szóló pedig a negyede a 10-14 éveseknek. (Felnőtt programokról a kérdőív nem gyűjtött adatokat). A programok kialakítása (73 %-nál egész évre előre) igényfelmérések alapján készül. A múzeumok kb. ötöde rendszeresen, további 30 % gyakran gyűjt adatokat iskolák igényeiről, a programok népszerűsítésekor viszont kevesen szólítják meg őket intézményre,

személyre szóló tájékoztatókkal. Az *iskolák* valószínűleg azért nem veszik jobban igénybe a múzeumok kínálatát, mert *nem is szereznek tudomást róla*.

Az alábbiakban a teljes vizsgálati anyagot feldolgozó kötetből (Káldy, Kárpáti és Szirmai, 2010) idézünk néhány javaslatot. A legfontosabb: *nagy szükség van a múzeumpedagógus és múzeumandragógus szakma általános elismerésére*, s olyan anyagi lehetőségekre, amelyek kizárólag a gyűjtemény közművelődési céljait szolgálják, tehát csakis múzeumpedagógiai munkára fordíthatók. Egy oktatáspolitikai rendelkezés ezt biztosította az információs és kommunikációs technológiák esetében, érdemes a sikeres modellt másutt is alkalmazni. A múzeumokba pedagógiai fejkvóta kell!

A múzeumok oktatási szakemberei és az iskolákban dolgozó pedagógusok kapcsolatát javítani lehetne. Tapasztalataink szerint a tanárok közül sokan örömmel vesz részt szabadidejében, önkéntesként is olyan tervező tevékenységben, amely arra hivatott, hogy munkáját megkönnyítse, és az ismeretszerzést hatásosabbá, élményszerűbbé tegye diákjai számára. Érdemes élni ezzel és kiépíteni a múzeum ingyenes tanácsadói hálózatát! Sürgős feladat a szakképzetlen múzeumpedagógusok, múzeumandragógusok továbbképzése módszertani tanfolyamokon, célzott, intenzív, gyakorlat-orientált képzéseken. Az ilyen képzések szolgálhatnak a múzeumi tanulás segítésére önként jelentkezők beavatására. Magyarországon sajnos nincs nagy hagyománya az *önkéntesi munkának*, pedig óriási szükség lenne rá. A kérdőívre adott válaszokban alig néhányszor szerepel ez a szó, s úgy tűnik, a nyugat-európai és amerikai gyűjtemények legfontosabb „személyi erőforrása”, a művelt nyugdíjas vagy ráérő háziasszony, nálunk még csak néhány nagy múzeumban (például a budapesti Szépművészeti Múzeumban) kapott szerepet.

Az oktatási infrastruktúra terjedjen ki az internetre. A múzeumi tanulás első lépcsőfoka, hogy megtudom, milyen ismeretszerzési lehetőségek várnak – s ha ez a helyszínen nem lehetséges, érdemes az interneten jól áttekinthető, információ-gazdag „virtuális fogadóteret” működtetni. Az időszaki kiállításokat bemutató katalógus szöveganyaga és képei segítségével például könnyen megszerkeszthető lenne egy *ismertető füzet, feladatlap* vagy más, csak digitális formában készült, és a honlapról ingyenesen letölthető *tanári segédlet*.

Minden válaszadónk egyetért abban, hogy *a múzeumi oktatáshoz saját tér kell*, méghozzá hívogató, funkcionális és kényelmes terep. Más dolog azonban egyetérteni ezzel, és megint más kivonni a kiállítás és kutatás köréből egy-egy szobát, hogy ott pedagógiai foglalkozás legyen. Minden múzeumba kellene egy *oktató helység*, vagy legalább egy kuckó, ahol összeülhet egy kis csoport tanulni vágyó gyerek vagy felnőtt.

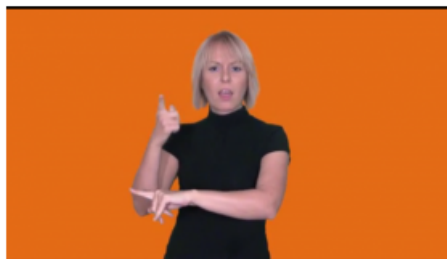
Fontos lenne *integrálni a természettudományos és művészeti, társadalomtudományi ismereteket* legalább a kísérő pedagógiai programok szintjén olyan kiállítások anyagába is, amelyeknek témája csak az egyik területhez kapcsolódik. Ezzel egy igen fontos nemzeti és nemzetközi prioritás, a természettudományok oktatásának korszerűsítése valósul meg. Az ilyen, művészeti – tudományos programokra innovációs pályázatokat nyújthatnának be a múzeumok.

A változások kívánatos irányáról szóló kérdésre adott válaszokból úgy tűnik, a szemléletváltásnak nem egyedül a múzeumokban kell megtörténnie. Az iskolákkal való rendszeres kommunikáció kiépítése segíthet megismerni a múzeumok egyik legfontosabb célközönségét, annak tudását és igényeit. Az igény megvan, azonban a kívánatos fejlődési célok megvalósítására egyenlőre kevés a szándék. A többség egyet ért abban, hogy a múzeumok alkalmasak a közoktatás céljainak megfelelni (üzenetükben, tartalmukban, témaválasztásukban, megjelenésükben és interaktivitásukban egyaránt). A múzeumi dolgozók sokkal elégedettebbek saját intézményükkel, mint a szintén közművelődési célú iskolával. Alig akadt egy-két válaszadó, aki úgy vélte volna, semmire sem lehetünk büszkéek ezen a területen.

A muzeológusok büszkeségének forrása elsősorban a gyűjtemények nemzetközi színvonala és a dolgozók képzettsége. A magyar múzeumok előnyeit áttekintve, *egy barátságos, nyitott kutatóhely* képe bontakozik ki. Sok értékes vizsgálati anyag, jól képzett kollégák, kiállításokban és publikációkban testet öltött, elismert kutatási eredmények – a kérdőívek alapján a múzeumok olyan kutatóintézeteknek tűnnek, ahová rendszeresen beengedik a látogatókat. Hogy ez jó vagy rossz szerep-elképzelés-e, attól függ, mit tekintünk a közgyűjtemények legfőbb feladatának: a megőrzést és feldolgozást-e, vagy a bemutatást? Egyik szakértőnk maliciózus megjegyzése azért megfontolandó: „egy, magát „nagy tudósnak” (és nem másnak) tekintő generációnak kell a szakmából kiöregednie. (...) A most végzőknek úgy kell megtanítanunk a közszolgálatosságot, hogy számukra ez ne legyen probléma, a szolgálat tartalma sokkal bővebb legyen, mint elődeiknél.” (Káldy, Kárpáti és Szirmai, 2010, 167. old.)

Speciális igényű látogatók

A közszolgálatosság egyik alapvető követelménye, hogy a múzeum legyen hozzáférhető speciális igényű látogatói számára is. A tárlatvezetés jeltolmácsolásával a hallássérült látogató egészséges családtagjaival, barátaival együtt, egyszerre élheti át a múzeumi élményt.



**Akadálymentes múzeum -
Hallássérülteknek**

10.22. kép: Szépművészeti Múzeum, 2013. március 27: Tárlatvezetés jeltolmácsolással – részlet a programot népszerűsítő füzetből.

A „*tapintható tárlatok*” már évtizedek óta segítik az élményszerzést azoknak, akiknek a tapintás különösen jól működő érzékszervük, de alig vagy egyáltalán nem látnak. A látássérültek számára szervezett bemutatók, amelyeken másolatok vagy kisebb értékű, a tapintással nem károsodó eredetiek különleges élményt jelentenek a jól látóknak is. Mindenkinek ajánlható a Szépművészeti Múzeumban, az Egyiptomi Gyűjtemény bejárata előtti térben elhelyezett asztalis, amely mellett felirat szólít fel: „*Kezet rá!*” „A bemutatóasztalnál szeretettel várjuk mindazokat, akik érdeklődnek az egyiptomi kultúra iránt, szeretnék jobban megismerni a több ezer éves műtárgyakat és közelebbről, akár kesztyű segítségével kézbe véve megszemlélni azokat.” – folytatódik a honlapon és a kiállító térben egyaránt elhelyezett információ.



10.23. kép: A Szépművészeti Múzeum „*Kezet rá!*” programjában a múzeum munkatársai mellett szakképzett önkéntesek is fogadják a látogatókat. (A fotó a programot bemutató honlap-oldalról származik.)

„A Szépművészeti Múzeum hazánkban elsőként¹³ nyújt lehetőséget arra, hogy a műtárgyak megismerésekor ne csak a látás, hanem a tapintás érzéke is főszerephez jusson. Az erre kiválasztott eredeti műtárgyak, pl. amulettek vagy egy *szívskarabeusz* kézbevételekor a Múzeum felkészített önkéntesei osztják meg ismereteiket a tárgyokról.”¹⁴

¹³Valójában az első ilyen állandó lehetőség a Magyar Természettudományi Múzeum Természetbúvár terme volt, 1996-tól. (Vásárhelyi Tamás megjegyzése).

¹⁴A „*Kezet rá!*” program önkéntesekkel is működik a Szépművészeti Múzeumban.



10.24. kép: A Szépművészeti Múzeum „Kezet rá!” programjában eredeti egyiptomi műtárgyakat vehetünk kézbe. Látóknak és látássérüléssel élőknek egyaránt felejthetetlen élmény. (A fotó a programot bemutató honlap-oldalról való.)

A „*Tapintva láss*” program keretében a Nemzeti Múzeum régészeti és történeti állandó kiállításain (például a „Kelet és nyugat határán” című állandó régészeti kiállításban) találkozhatunk megérinthető, kézbe vehető tárgyakkal, érdekes hanghatások, sőt, illat és anyagmintákkal is. Látó kísérővel, aki fel tudja olvasni a magyarázó feliratokat – a látássérülteknek megelevenítik az ókori tárgyakat. Az ismertetőből: „Tapintva végigkövethetők a pattintott kőszerszám készítésének munkafázisai, kipróbálható a bronzkori kard súlya, hallható a római-kori tuba hangja, szagolgatható a hajdan használt fűszerek illata. Megfogható a középkori oklevél pergamenje, és Nagy Lajos király, vagy Apafi Mihály erdélyi fejedelem aranypénze, kézbe vehető a Mátyás király fekete seregében is használt sodronying, és buzogány. A Magyar Nemzeti Múzeum és a *Lions Klubok* Magyarországi Szövetségének összefogása révén 46 magyar *Lions Klub* a jövőben igyekszik az ország minden pontjáról látássérült gyerekek csoportjaival szervezett formában megismertetni a múzeum régészeti kiállítását, mivel a *Lions* jószolgálati tevékenységének legfontosabb iránya a látás megőrzése és a látássérültek segítése.”¹⁵

Az informatikai megoldásokról, amelyekkel a speciális igényű látogatók számára érdekesebbé, értelmesebbé lehet tenni a kiállítást, a 9. fejezetben szóltunk.

Feladat 2:

Válasszon ki két múzeumi kiállítást: egy állandót és egy időszakosat. Nézze meg őket egy tolószékben közlekedő és egy látássérült (gyengén látó) szemével. Készítsen fotókat vagy skicceket a jó és rossz megoldásokról, amelyek a két speciális igényű tárlatlátogató élményét gazdagítják, illetve a látogatást megnehezítik. Mit tehetne a múzeum, hogy jobban érezzék magukat ezeken a kiállításokon? Írja be megfigyeléseit, javaslatait az alábbi táblázatba!

¹⁵ Cikk a kiállításról, NOL – Népszabadság online, 2012. február 1.

SPECIÁLIS CÉLCSOPORT	Tolószékkal közlekedő személy	Gyengén látó személy
A múzeum megközelítése	Megfigyelés:	
Javaslat:		
Jegyvétel, a kiállítás megközelítése	Megfigyelés:	
Javaslat:		
Közlekedés a kiállításon	Megfigyelés:	
Javaslat:		
A tárgyak megnézése	Megfigyelés:	
Javaslat		
Információs eszközök használata	Megfigyelés:	
Javaslat		
A kiszolgáló helységek (WC, shop, büfé stb.) megközelítése	Megfigyelés:	
Javaslat:		

10.3. táblázat: Múzeumi kiállítás értékelése speciális igényű látogatók szempontjából

Feladat 3:

Ismertető tábla emlékszobához

Kedvenc írójának emlékszobát létesítenek az ön szomszédságában, mert kiderült, hogy élete egy meghatározó szakaszában a közelben lakott. Válassza ki ezt az életszakaszt, és készítse fél oldalas ismertetőt, amelyet az utcafronton lévő ablakban helyeznek majd el, hogy aki arra jár, kedvet kapjon a betérésre. Bővítse ezt a szöveget információs táblányi méretűre, amely a bejáratnál szemben fog majd állni, és beharangozza az emlékkiállítást. Gondolja át, milyen információkat, képeket, rajzokat tehet még rá erre a táblára!

Feladat 4:

Múzeumi tartalmak okostelefonon

Kedvenc múzeumába belépve, egy okostelefon hatalmas képe fogadja, alatta információkkal, mi mindent lehet letölteni ingyenesen a gyűjteményről. Írja le, mi az, amit tényleg szívesen magával vinne, ami hasznos és kellemes kísérő lenne a kiállítás megnézése előtt, közben vagy utána.

Hogy könnyebb legyen a feladat, nézze meg a Magyar Tudományos Akadémia Számítástechnikai Kutató Intézete múzeumok számára készített, a 9. fejezetben már említett GUIDE@HAND szoftverét.

10.3 A kiállítás dekódolása: a megértett üzenet (Kárpáti Andrea)

„Bonyolult helyzet ez. A látogatók egy olyan világból érkeznek, ahol már rég a fogyasztás az úr: tárgykultúránkat a folyamatos csere, s nem az állandóság jellemzi, arról nem beszélve, hogy

a kézművesség, az anyagi kultúrával kapcsolatos tapasztalatok is felettebb medializálódtak. Nehéz belátni, hogy a számítógépes programokkal való kreatív játék, vagy épp a letöltött zenékből való muzsika fabrikálása, a digitális bricolage, egy új nemzedék számára éppúgy a mindennapi élet kézművességének a része, mint egykor azok a játékok és gyakorlatok, amelyekkel itt ismerkednek a látogatók. Mindössze a kézügyesség terepe és mikéntje változott.” (György, 2007c, o. n.)

A bécsi MUMOK kortárs művészeti bemutatóin nem mindig könnyen érthető alkotásokat láthatunk. Néhány éve a múzeumlátogatók maguk is kipróbálták, mennyire nehéz átadni az élményt és a tudást, melyet már megszereztek. A múzeumpedagógusok felkértek néhány önként vállalkozó, gyakori látogatót, hogy menjen ki az utcára, keressen egy olyan idegent, akinek van egy szabad órája, és hozza be a múzeumba, mutasson meg neki néhányat kedvenc képei, szobrai közül. Az óra végén a látogatók, akik magukat műértőknek vélték, megkérték a pedagógusokat, tartsanak nekik néhány foglalkozást a vizuális befogadásról és az ízlésről, hogy barátaik és családtagjaik sikeresebb vezetői legyenek, mint az alkalmi társaké.

A kiállítás nem adja könnyen magát, különösen Európában, ahol még mindig a *tan-tárlat* a norma és az *élmény-bemutató* a kivétel. Ha összevetünk öt-öt, találmra kiválasztott amerikai és európai kiállítást, az első benyomásunk az, hogy míg az amerikai kiállítási kultúra célpontja a laikus néző, az európai (hát még a magyar!) kiállításrendező szeme előtt szakértő társa és jól tájékozott közönsége lebeg, amikor kommunikációs döntéseit meghozza.¹⁶ A legutóbbi hazai múzeumi vizsgálatból (Puczkó, 2009) kiderül, hogy ez az ismeretközvetítésre fókuszáló stratégia – ami a tudásgyarapodást illeti - sikeres: a látogatás „tanulás” részével a nézők teljesen elégedettek voltak, de a kiállításokat közepesen fiatalosnak, nem túl szórakoztatónak és kevésbé újszerűnek ítélték. Pedig, amint az előző részben közölt ábrán láthattuk, az újdonságok megismerése az egyik legfontosabb motiváció, amely a múzeumok felé terel bennünket. A kutatásvezető megjegyzi,

„... az újdonság megismerése és felfedezése jelenti a legfontosabb motivációt egy kiállítás felkeresése során, ami a szenvedélyes és birtoklás vágyú szegmensek dominanciáját jelenti. Ugyancsak ezen szegmensek fontosságát támasztja az is alá, hogy az interaktív eszközök kipróbálása (azaz felfedezés alapú fogyasztás), különösen az Alfa-program támogatásából felújított múzeumokban a látogatás fontos elemét képezi. (...) az élvezetek, a felfedezés korosztály független vágy és igény érvényes a magasabban és az alacsonyabban végzetekre egyaránt. A múzeumok nagyközönség számára nyújtott kínálatának és kommunikációjának tehát alapvető feladata, hogy figyelembe vegye a szegmentáció megváltozott paramétereit – azaz az életstílusokat.” (Puczkó, 2009, o. n.)

A z új életstílus része – nem csak a tizen- és huszonéves korosztálynál – a gyorsaság. Sebesen végzünk egyszerre többféle műveletet, és a kiállításon járva is szaporázzuk a lépteinket – egészen megdöbbentő mértékig. Az idézett vizsgálat szerint a múzeumi látogatással átlagosan maximum egy órát töltöttek a megkérdezettek, és 82 %-uk az állítja, hogy ez alatt az idő alatt minden kiállítást felkeresett! Sőt, még arról is beszámolnak, hogy lelkiismeretesen elolvasták az összes feliratot (pedig ezeknek terjedelme és nyelvezete, mint másutt már megírtuk, tudományos közleményekhez és nem a népszerű ismeretterjesztő irodalomhoz áll közelebb. Nyilvánvaló, hogy ezeket a közléseket némi kétséggel kell fogadnunk, de érdekesebb az a mögöttes üzenet, amit kifejeznek: a látogatók szeretnének szorgalmas, jó tanulóknak látszani, akik megfelelnek a kulturális intézmény velük szemben támasztott elvárásaival. Erre a motivációra már érdemes hagyatkozni, például rövidebb és érthetőbb feliratokkal. „Korunkban ’a művészet csarnokai a beavatás tereivé alakultak át’, - írja Werner Hofmann. Aki kérdezősködve lép be, az magára veszi az akadályok, próbák, kudarcok és megnehezített feltételek terhét. Papageno mit sem sejtő kulináris kíváncsiságával nem jut messzire; Tamino várakozó magatartását kell magunkra öltönnünk, aki tisztelettel lép az ismeretlen elé.” (Hoffmant idézi: Wesely, 1995, old. sz. nélkül)

¹⁶Még múzeumi törvényünkben is a bemutatás került az utolsó helyre: „A múzeum feladata a kulturális javak meghatározott anyagának folyamatos gyűjtése, nyilvántartása, megőrzése és restaurálása, tudományos feldolgozása és publikálása, valamint kiállításokon és más módon történő bemutatása. (1997. évi CXL. törvény a muzeális intézményekről, a nyilvános könyvtári ellátásról és a közművelődésről, 1997, 42. §)



10.25. kép: Kisgyerekekkel vándorolni a kiállításon nem könnyű feladat. Néhány múzeumban ezért „gyermekmegőrző műhelyben”, játszva ismerkednek a művészettel a kicsik, míg a szüleik nyugodtan megnézhetik a kiállítást. (Fotó: Kárpáti Andrea)

A múzeumi kommunikáció azonban nem válogathat: a vicces, könnyen elkalandozó Papageno-t éppúgy meg kell szólítani, mint a komoly és elszánt Taminót, méghozzá ugyanabban a térben, ugyanazzal az eszköztárral. *A megértés első lépése annak felismerése, hogy amit látunk, releváns, fontos nekünk.* Évtizedekig vizsgáltuk fiatalok műelemző módszereit és tudását, a spontán ítéletet követő leírás, értelmezés és elemzés művelein át az indokolt ítéletig. (Kárpáti, 1992 és 2005). Azt tapasztaltuk, hogy azok képesek a művek befogadásához szükséges sokrétű tudást a leghatásosabban mozgósítani, a legérdekesebb elemzést adni, akiknél a mű indulatot vált ki, és a spontán ítélet valódi érdeklődést takar: tetszést vagy elutasítást, szinte mindegy. Ha az első pillanatokban nem tudunk kapcsolatot teremteni hangulatunk, tudásunk, élményeink és a látott (mű)tárgy között, az alaposabb megismerés meg sem kezdődik. Tovább sétálunk, más tárgyat keresünk a nézelődéshez.

Ahogy megjelentek az új múzeumtípusok, a korábbi fejezetekben említett korszak-intézmények (a 19. és 20. század kultúráját bemutatók), egyre lényegesebbé váltak a látogató saját élményei, sőt, személyes dolgai is. Számos kiállítás-rendező keresett információkat és tárgyakat a lakosság körében, egyre több múzeum adott lehetőséget személyes közlésre, alkotásra, hozzájárulásra az intézmény munkájához. A 20. század végén megjelentek a *közösségi múzeumnak* is nevezett *ökomúzeumok* és lakóhelyi gyűjtemények, teret adva a közösségeknek, amelyek be akarták mutatni környezetük értékeit és problémáit egyaránt. A múzeumi demokratizálódás eredményeképpen egyre gyakrabban tapasztalható, hogy a közönség már a tervezéskor szót kap, részese lehet a kiállítás narratívájának megalkotásában. A látogatókutatás új irányzata immár nem csak a múzeumba betérők megfigyelése, hanem igényeik előzetes felmérése, érdeklődési területeik számba vétele, szabadidős szokásaik feltárása is.¹⁷

Sokféle réteget megcélzó kiállítás van, de olyan nincs, amely eleve lemondana a széles körű „közérdeklődésről”. A kiállításrendezők számára fontos, hogy a kiállítás üzenetét sokféle csatornán át, egyszerre érthetően és érzékletesen juttassák el a nézőkhöz. Az angliai múzeumok iskolai programjaikat népszerűsítő kampánya, az „*Osztálytermen Kívüli Tanulás Márkajelzés*”¹⁸ bevezetése elképesztő látogatószámokat eredményezett. A címet elnyert, kiváló művelődési lehetőségeket kínáló gyűjteményeket központi forrásokból reklámozzák, az iskolai csoportok az oktatási tárca segítségével látogathatják meg őket. A média figyelmét ébren tartó akcióorozat sokat tesz az iskolai tanulás és a kiállításon történő ismeret-bővítés harmonizálásáért.

¹⁷ Nemzetközi látogatókutatásokról szóló információkat közlő blog, kutatási eredmények és publikációk ismertetésével.

¹⁸ *Learning Outside the Classroom Quality Badge*, angol múzeumpedagógiai elismerés.

„A látogatók számára más kapcsolódási lehetőséget kínál, ha egy névvel, történettel rendelkező család nyomait láthatják maguk előtt. A skanzen eredeti kerete: a XVII., kora XX. század közötti időutazás mellett nyilván szerencsésebb, ha a személyesség teremt autenticitást, s nem az ideológia. Azaz, ha nem „a parasztról”, hanem konkrét élettörténetek átalakulásáról van szó - arról nem beszélve, hogy a saját családi narratíváik felidézhetősége az, amely a közönség számára is kapcsolódási pontokat jelenthet. A személyesség választása és dokumentálása persze nem eredményezi a társadalomtörténeti folyamatok láthatatlanná válását, csak épp segít az ideológiai túlsúlyoktól való megszabadulásban.” (György, 2007c, o. n.)

Feladat 5:

Múzeumok pedagógiai / kiállítási kommunikációjának értékelése a látogatók szempontjából

Képzeld el, hogy ön az *Osztálytermen Kívüli Tanulás Márkajelzés* (Learning Outside the Classroom Quality Badge) angol múzeumpedagógiai elismerés magyar változatának bírálója a *múzeumlátogatók képviselőjében*.

1. Olvassa el az angol honlap értékelési szempontjait és / vagy alakítson ki saját szempontrendszert, amelynek alapján 1-3-ig fogja pontozni a múzeumpedagógiai és kiállítási kommunikációs programokat egy felnőtt látogató szempontjai alapján! (Természetesen nem csak pontozással, hanem szövegesen is értékelhet.)
2. Válasszon ki két múzeumot: egy művészetit és egy tudományos, technikai kiállítást. Először a honlapok alapján értékelje a pedagógiai / kommunikációs kínálatot!
3. Keresse fel a gyűjteményeket, és végezze el a helyszíni információs források és a múzeumi bolt kínálata alapján a kiállítások megértését segítő kiadványok értékelését.
4. Vegyen részt egy-egy programon. Folytassa az értékelést!
5. Levélben vagy személyesen vegye fel a kapcsolatot a múzeumi tanulással, kiállítási kommunikációval foglalkozó munkatársakkal. Fejezze be az értékelést a tőlük kapott információk alapján.
6. Milyen ötletei vannak a két intézményben folyó múzeumpedagógia és kiállítási kommunikáció javítására?

11. fejezet - Kommunikáció a kiállításról

Egy múzeum tevékenységei között a kommunikációnak nagy jelentősége van. A kiállítás a nagyközönség irányában való kommunikáció legjellemzőbb, általában legfontosabbnak gondolt formája. Azonban a kiállításról is kell kommunikálni, azért, hogy tudjon róla, látogassa, és jobban értse a közönség. A múzeumi PR, reklám, marketing irodalma Magyarországon is gyarapszik (Pavluska és Kuráth, 2000, Gyórfy, 2007). Ebben a fejezetben sorra vesszük azokat a kommunikációs műfajokat, amelyek segíthetnek a kiállítások népszerűsítésében a szakemberek, múzeumbáratok és leendő új látogatóink felé egyaránt.

11.1 Egy kiállítás múzeumon belüli kommunikációja (Vásárhelyi Tamás)

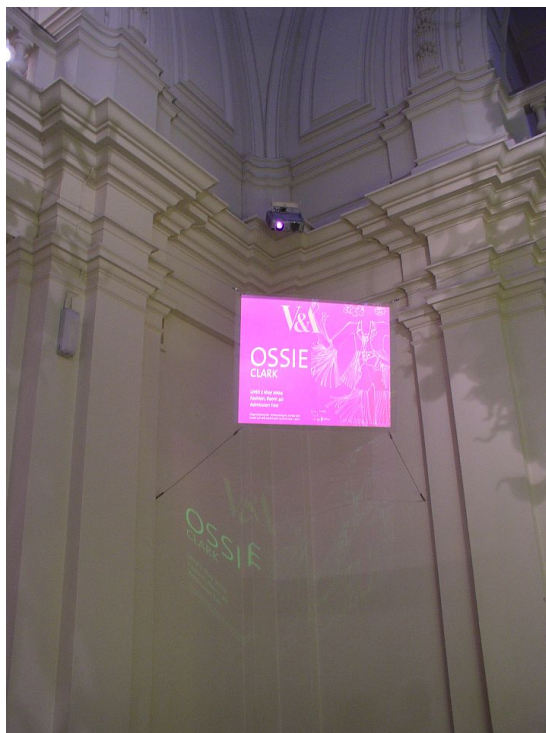
Egy kiállítással kapcsolatban kétféle kommunikációra is gondolni kell: a múzeumi munkatársak felé való kommunikációra és a közönség tájékoztatására, már az épületen belül. Mindkettővel foglalkozunk ebben a részben.

Nagyobb múzeum és nagyobb kiállítás esetén sok munkatárs együttműködését kell elérni a megfelelően világos és hatékony kommunikációval, és egyáltalán nem fölösleges azokat is értesíteni a fontosabb hírekről, információkról, akik közvetlenül ugyan nem vesznek részt a kiállítás tervezésében és építésében, de hatásuk lehet a munkatársakra. Minden munkatárs, szájról-szájra, hírét költheti a készülő produkciónak, és ha a külvilág már tud róla, és érdeklődik, akkor így bennfentesebb információval tud szolgálni.

A közönség tájékoztatása másért és máshogyan történik. Amikor a kiállítás elkészült, akkor jó, ha nem elszigetelt produkció a múzeum épületében, hanem a múzeum minden eszközzel igyekszik a látogatóit – azokat is, akik ezért a kiállítáért jöttek, és azokat is, akik még nem hallottak róla – informálni a létező kiállításról, becsalogatni őket, hangulatot kelteni, kíváncsiságot ébreszteni iránta.

Plakát a falakon és azokon belül

Nem elég a kiállítást szerepeltetni a pénztárnál kifüggesztett árjegyzékben. Újabban sok múzeum már az épület külsején is reklámozza azt, azaz a becsalogatást az utcán kezdi, és várakozást ébreszt. Bent is érdemes plakáttal vagy más feltűnő jelzéssel emlékeztetni a kiállításra (ha külön belépődíjas, akkor még a jegyvásárlás előtt!). Útvonaljelző feliratok, táblák, „megállítótáblák” irányíthatják a közönséget az épületen belül is, étvágyat csinálva egy kiállításhoz.



11.1. kép: Beltéri, vetített hirdetés a Victoria and Albert Museumban.



11.2. kép: Beltéri molinók a Victoria and Albert Museumban.

Szórólap az épületben

Ha van a kiállításnak szórólapja, akkor abból érdemes a pénztár közelében elhelyezni egy paksamétát: aki nem jutott hozzá hamarabb, talán szívesen hazavisz belőle, esetleg mutogatja. De készülhet a kiállításról már kifejezetten az épületen belül használatos szórólap is: a kiállítás helye az épületben, az alaprajz, bevezető szöveg, alapvető

információk, sőt olyat is láttunk, hogy már kisebb, bárki számára könnyen megoldható, „kedvcsináló” feladat is volt rajta. Az emberek általában szeretik a könnyen megoldható, sikerélményt nyújtó feladatokat – és ezen az úton többletinformációhoz juttatjuk a megfejtőt, segíthetjük aktivizálódását, bevonódását a kiállítás befogadásába.

Az egyéb, a múzeumon belül kapható, a kiállítás kommunikációját is végző kiadványokról (például tudományos katalógus, kiállítás-vezető, szakmai háttéranyagok, munkafüzet, társasjáték) itt nem szólnunk, mert azok más múzeumi tevékenységekhez kapcsolhatók inkább.

Ajándékok

Ha a múzeum megteheti, vagy ha talál hozzá szponzort (aki valamilyen ellenszolgáltatásért állja a költségeket), illetve partnert (aki maga is érdekelt az eladásban), akkor érdemes olyan ajándéktárgyakat is árulni a múzeumi boltban, amelyek a kiállításhoz kapcsolódnak témájukkal vagy megjelenésükkel. Az ötletek kimeríthetetlenek, a szokványos kulcstartótól, naptártól, bögrétől, műanyag dinoszaurusztól az olyan (vitatható ízlésű) ingyencségekig, mint a félfülű bögre egy Van Gogh kiállítás mellé. Az ajándéktárgy ébren tartja a látogató emlékeit, ám ha nem magának vásárolja, vagy ha mutogatja, akkor reklámhordozóként is fontos szerepet tölthet be. Az egyéb, a múzeumon belül kapható, a kiállítás kommunikációját is végző kiadványokról (például tudományos katalógus, kiállítás-vezető, szakmai háttéranyagok, munkafüzet, társasjáték) itt nem szólnunk.¹

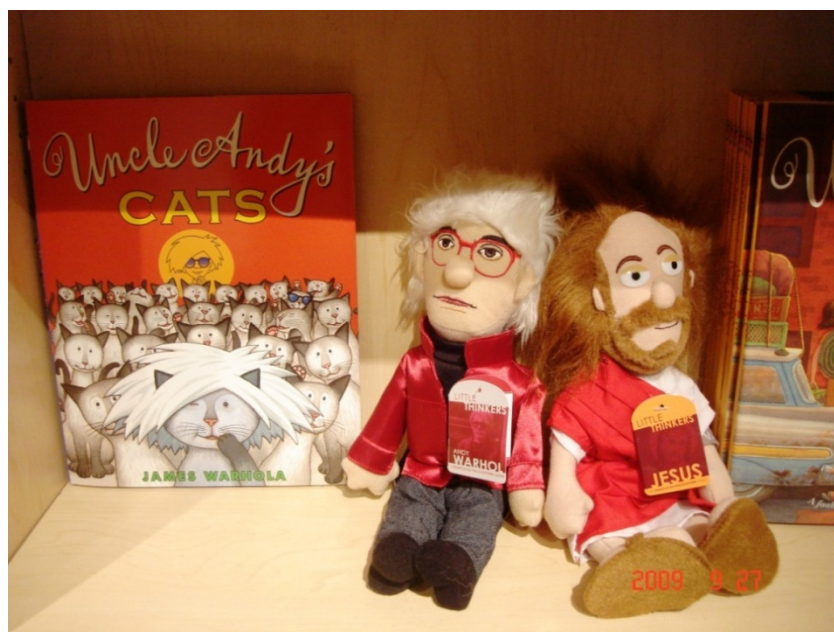


11.3. kép: Hasznos múzeumi ajándék: régész készlet. A dobozban képes füzet található, amely bemutatja a régészek munkáját az ásatási helyszín kijelölésétől a tárgy konzerválásáig. Athén, Parthenon Museum, 2010. (Fotó: Kárpáti Andrea)

¹Blogbejegyzés múzeumi ajándékokról: <http://hg.hu/blog/14960-tanacstalan-t-rex-muzeumi-kabalafigura-lett>



11.4. kép: Andersen szülőházában a rút kiskacsa és a többi mesealak plüss figurái mellett az író mesekönyveinek számos kiadását böngészhetik a látogatók. Lyngby, Andersen Museum, 2012. (Fotó: Kárpáti Andrea)



11.5. kép: Andy Warhol vallásos témájú, utolsó műveinek kiállításán a festő bábfigurája mellett Jézus alakja is hasonló formában volt kapható a múzeumi boltban. 2009. Milwaukee Museum of Art, Wisconsin, USA. (Fotó: Kárpáti Andrea)



11.6. kép: „Pop-up Magritte”: a bécsi Magritte életmű kiállításán a művész képeit a kihajtható mesekönyvekhez hasonló formában is megvehettük. Albertina, Bécs, 2011. (Fotó: Kárpáti Andrea)

11.2 Kommunikáció a múzeum falain kívül (Kárpáti Andrea, Vásárhelyi Tamás)

Ma már magától értetődő, hogy a jó bornak is kell cégér, a kiállításokat is kell reklámozni. A reklámozás és reklámfogyasztás dinamikusan változó tevékenységek, melyek átalakuló világról az adott kis terjedelemben nem érdemes értekezni, de amiről tengernyi irodalom van.²

Ha valaki odafigyel akár csak a magyarországi múzeumok tájáról érkező üzenetekre, elképesztő gazdagságban találkozhat rutin, és egyéni kommunikációs eszközökkel és ötletekkel. A legsikeresebbeknek gondoljuk a bevált rutin eszközöket kreatívan, eredetien használó múzeumokat. A kiállításokról szóló kommunikáció sokféleségét, erőteljességét a rendelkezésre álló anyagiak nagymértékben befolyásolják, de hiányuk részben kiváltható kreativitással. Fontos, hogy a reklámozó tisztában legyen azzal, milyen potenciális látogatói köröket céloz meg, és milyen utakon lehet hozzájuk a kiállításról szóló információt eljuttatni.

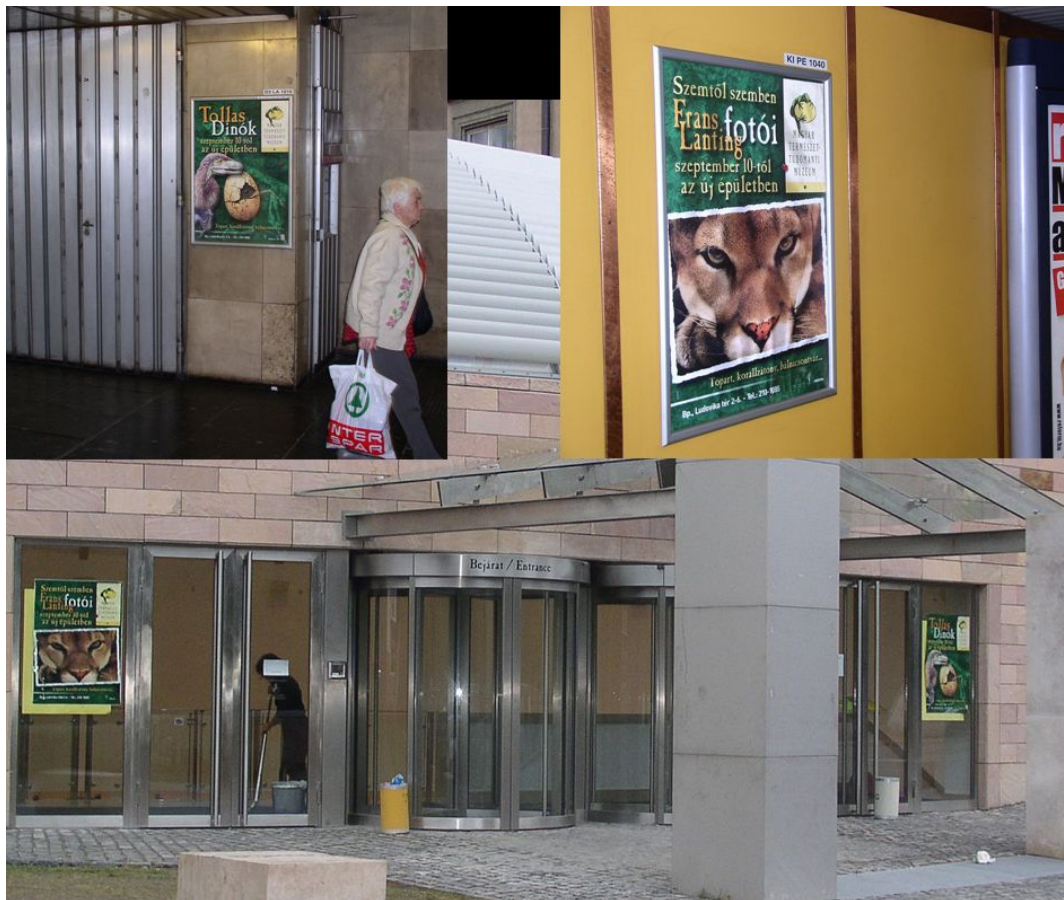
Plakát a közterületeken (Vásárhelyi Tamás)

A reklámozás gyakori eszköze a plakát. Elegendő anyagi háttér esetén (országosan vagy helyben kitett) óriásplakátra is gondolhatunk – persze ha a kiállítás ezt megérdemli, ha a múzeum fel van készülve a látogatói rohamra. Óriásplakátok, és kisebb plakátok megjelennek az utak mentén, a metróvonalakon, városi tűzfalakon. Településekben hirdetőoszlopokon, hirdetőfalakon, városokban esetleg kivilágított reklámhelyeken, busz- és villamosmegállóknál.

Múzeumok hajlamosak a plakátot úgy tekinteni, mint aprólékos információk ismertetésére szolgáló felületet, ezért telerakják szöveggel, kulturált képekkel, finom, ízléses kivitelben. Pedig egy plakátnak „ütősnek” kell lennie, olyannak kell lennie, hogy esőben, kanyarban is észrevegye az autóvezető, felszállás közben is szemet szúrjon, és maradandó emléket hagyjon (például a múzeum vagy a kiállítás honlapjának felkeresését váltsa ki). Finomabb,

² Például Sas István könnyed stílusban tudósít róla.

cizellált plakátok beltérbe valók, olyan helyre, ahol van is idejük az embereknek arra, hogy nézegessék, esetleg jegyzeteljenek róla. Lehet például iskolák, pedagógusok számára tervez(tet)ni külön plakátot.



11.7. kép: Több kiállítás együttes megnyitásának azonos stílusú reklámja a metróalagútban és a Magyar Természettudományi Múzeum új kiállítási épületén 2004-ben.

Nem elég a kiállítást szerepeltetni a pénztárnál kifüggesztett árjegyzékben. Újabban sok múzeum már az épület külsején is reklámozza azt, azaz a becsalogatást az utcán kezdi, és várakozást ébreszt. Bent is érdemes plakáttal vagy más feltűnő jelzéssel emlékeztetni a kiállításra (ha külön belépődíjas, akkor még a jegyvásárlás előtt!). Útvonaljelző feliratok, „megállítótáblák” irányíthatják a közönséget.



11.8. kép: A londoni Natural History Museum falán lapos vitrinekben lévő információ vezeti a látogatókat.

„A jelzés lehet közlekedési tábla, gyalogosokat irányító tábla, zászló, stb. A Szentendrén túl fekvő Skanzenre már Szentendre előtt nagy országúti tábla hívja fel a figyelmet, és jelzik azt is, hol kell lekanyarodni a 11-es főútról, majd azt, hogy a múzeum már csak 2 km távolságra van. Markáns jelzések láthatók egyes nagyvárosok metró-állomásain akkor is, ha nem egy múzeumból vannak elnevezve. Például Münchenben a Deutsches Museum-hoz (technikatörténeti múzeum) legközelebbi állomáson (Isartor) a falon hatalmas állandó táblák utalnak a műszaki tudományokra, majd a mozgólépcső tetején a kivezető folyosó dekorációja is hasonló témájú. A három görög templomot utánzó múzeum-együttes alatt (Königsplatz) szobormásolatokat is láthatunk. Még nagyobb a hatás, ha a metrómegállót egyenesen a közelében lévő – nyilván világhírű – múzeumból nevezték el.” (Vásárhelyi, 2009)



11.9. kép: Öt hirdetőtáblából négy a Skanzenre hívja fel a figyelmet.

Szórólap (Vásárhelyi Tamás)

A szórólapról, erről a gyakori, megszokott reklámeszközzel már volt szó. Akkor is értékes információhordozó lehet, ha nem jön el a múzeumba, akihez eljut, de az elteszi, mutogatja, továbbadja. A jó szórólap azonban nemcsak tájékoztató, hanem érdeklődést is kelt, esetleg olyan mértékűt, ami látogatásra késztet. Sokféle formája lehet, a könyvjelző méretű nyomtatványtól a kisebb plakátig; igen gyakori a háromrét hajtott A/4-es méretű leporelló. A szórólapot múzeumok nemigen szokták postaládába dobáltatni, aluljárókban osztogatni, de sok múzeum juttatja

el turisztikai intézményekbe, egyén kulturális intézményekbe, sokadalmakba, és osztogatja saját épületében is, már jóval a kiállítást megelőzően is (visszatérésre csábítva a látogatóit).

A reklámozás dinamikája (Vásárhelyi Tamás)

A kiállítás marketingje nem tévesztendő össze a reklámjával. A marketingre tartozó feladat a kiállítás készítése során (sőt, a múzeum működése mentén általában is) a közönség szempontjainak képviselője, a közönségbarát, közérthető, jól „eladható” kiállítás létrehozásának elősegítése. Ebbe beletartozhat az is, hogy a marketinges tájékozik a közönség ismereteiről, elvárásairól, látogatási hajlandóságairól, és az is, hogy segít jó címet találni, odafigyel a „közönségbarát-ság” körébe eső szempontokra. A reklám egyszerűen eladásösztönző tevékenység, a megcélzott látogatói kör hatékony elérésével, tájékoztatásával, csalogatásával foglalkozik. Mindkét tevékenységre szükség van, azért, hogy a kiállítás elérje azokat, akiknek készülni, és ne üresen kongjon.

A kiállításról való kommunikáció jóval a megnyitó előtt kezdődhet, kiszivárogtatott hírek, riportok, PR cikk, manapság pedig Facebook bejegyzések és – nagyon nagy lehetőség, a híradáson túl értékek közvetítésére is – a kiállításnak létrehozott blog formájában.

A megnyitó előtt néhány héttel-nappal már meg-megjelennek plakátok, fizetett sajtóhirdetések, az elektronikus médiában reklámspotok. Időszaki kiállítás esetén meg szokták tervezni azt, hogy a nyitva tartás elején, majd az érdeklődés ellanyhulásakor, esetleg valamilyen egyéb, kapcsolódó témájú, kiemelkedő médiafigyelmet kapó esemény idején, és esetleg a zárás előtti hetekben intenzívebb legyen a reklámtevékenység. Ha jól van tervezve, akkor ezzel a dinamikával párhuzamosan hullámozhat a naponkénti látogatószám is.

Nyomtatott és digitális sajtó (Kárpáti Andrea)

A kiállítás népszerűsítése kulturális kommunikáció. Egy múzeumi eseményből akkor lesz jelentős hír, ha sikerül tematizálni, a közbeszéd részévé tenni. Média szakértők szerint ahhoz, hogy egy téma meg tudjon jelenni a médiában, a következő három elem valamelyikével - lehetőség szerint mindegyikével – kell rendelkeznie: érdekesség, fontosság és konfliktus, vagyis kapcsolódás egy, a társadalmat foglalkoztató, sokat vitatott kérdéshez. Természetesen nem mindegyik múzeumi kiállítás alkalmas arra, hogy mindhárom követelménynek megfeleljen, s nem is ez a célja. Ha sikerül legalább két kritériumnak megfelelnie, jelentős érdeklődésre számíthat, s olyanokat is becsalogathat a múzeumba, akik korábban nem tudták, mennyire fontos lehet az életükben egy ilyen látogatás. A sikeres tematizálás egy jó példája volt a 2011-es szegedi Salvador Dalí kiállítás *kommunikációs kampánya*. (Medgyesi, 2011, ³). A kampány a helyi sajtóban megjelent, különböző műfajú és más-más közönségrétegeket megszólító írásokkal kezdődött. Rövid, színes riport, interjú, művészettörténeti elemzés és a rendszeres rádiós és napilapokban megjelenő híradások egyaránt ébren tartották a helyiek érdeklődését Dalí élete és művészete, illetve a városukban látható jelentős alkotások iránt.

„A Dalí-kiállítás előkészítésekor úgy gondoltuk, az a legjobb megoldás a tárlat népszerűsítése szempontjából, ha Dalí bohém, megbotránkoztató és zseniális egyéniségét helyezük a kommunikáció középpontjába. Ekkor találtuk ki a tárlat tálalása érdekében a következő rövid üzenetet: „Salvador Dalí – egy bohém katalán Szegeden. A Dalí-tárlathoz kapcsolódóan 18 sajtóeseményt szerveztünk. (...) Egy fontos ötlet volt, hogy a tárlat ideje alatt egy szegedi étteremben lehessen vásárolni és fogyasztani Dalí-menüt, Dalí-kelyhet Ennek háttere és mondanivalója, hogy Dalí valóságos ételmániás volt, imádott enni. Szintén tematizációs eszköz volt, hogy a tárlat megnyitása előtti héten ideiglenesen és persze szimbolikusan Dalí utcává neveztük át a tárlatnak helyt adó kiállítóhely utcáját, a Somogyi utcát. Az utca négy helyére került fel Dalí utcanévtábla. A belvárosban sétálók óhatatlanul „találkoztak” a sajátos, új utcanévtáblával, és beszéltek róla. Beindult egy spontán információterjedés, miszerint a városban Dalí-kiállítás lesz. Arról nem is beszélve, hogy az utcaátnevezéssel az országos nyomtatott és elektronikus sajtó is foglalkozott. Az ideiglenes utcaátnevezés egy egyedi elem volt, ami biztosította a téma hírértékét. (...) Dalí híres-jellegzetes bajuszát, mint témát, mint jelenséget folyamatosan használtuk a kampány során. Konkrét marketing-elem volt például, hogy a kiállítást megtekintő látogatók ingyen fényképezkedhettek egy általunk előre elkészített Dalí bajusszal.

³ A Salvador Dalí művészetét bemutató tárlat a szegedi Móra Ferenc Múzeum Fekete háznevű kiállító terében, 2006. szeptember 1-től október 8-ig volt látható. A látogatók száma több mint duplája volt az azonos tartalmú debreceni tárlaténak, amely hosszabb ideig volt nyitva, 2006 nyarán: Szegeden 23.000, míg Debrecenben csak 10.000 ember volt kíváncsi a kiállításra.

A spanyol tudósító iroda a következőképpen írt a szegedi Dalí-kiállításról: „Egy magyar város egy hónapra Dalíba öltözött.”(Medgyesi, 2011, 2. old.)

A múzeumi kommunikációban szavak és képek egyaránt fontos szerepet játszanak. Kezdjük a szöveggel: Mártonffy Attila (2009) a múzeumok őszi fesztiválja 2009-es programfüzetét⁴ elemezve fontos stilisztikai tanácsokat ad.

„Az elemzett programfüzet alapvetően két nagyon karakteresen elváló szövegtípusból áll: 1. a címekből és 2. a leírásokból. A leírások véleményem szerint akkor a legjobbak, ha világosak, informatívak, tárgyyszerűek, ugyanakkor tömörek is. Elhangzott többektől is, hogy célszerű minél több dolgot azonos fogalmi körbe igazítani, hogy formailag egységesebb környezetben kicsit könnyebb legyen tájékozódni. Én azt éreztem, hogy a 3 és 8 sor közötti terjedelem volt az, ami sem túl rövid, sem túl hosszú nem volt. A túl rövid ismertetővel az a baj, hogy nem kelti fel eléggé az érdeklődést, és az olvasó nem tudja eldönteni, érdekli-e az adott rendezvény, vagy sem. Ha túl hosszúra nyúlik, az ugyanakkor a legtöbb emberben visszautasítást eredményez: el se olvassa, nincs türelme, ideje rá. Ugyanígy a meghirdetett célközönség meghatározása is lehetne sokkal konkrétabb, homogénebb. Az még világos fogalmi kategória, hogy a kiállítást iskolásoknak, gimnazistáknak, ilyen-olyan csoportoknak ajánlják, de amikor a „könyvbarátokat”, a „zeneszeretőket” vagy az „első kerületiekét” szólítja meg egy hirdetés, azzal nehéz mit kezdeni, mert inkább összerosnak, nem informálnak. A címeikkel kapcsolatban azt jegyeztem meg, hogy itt viszont kifejezetten előnyös, ha van a címben valami érdekesítő információ – nem feltétlen a szenzációhajhász megnyilvánulásokra gondolok itt elsősorban, csak valami olyasmire, ami frappáns, szerethető, és figyelemfelhívó jelleggel bír. Hankiss Elemérnek volt a hetvenes években a költői szövegek kutatása során egy olyan megállapítása, ami azóta is érvényes, hogy a *képszerűség* és a *képváltások* a művészi hatáskeltés legfontosabb elemei. Ezek a címekben különösen hatásosnak bizonyulnak. A célközönséget mindenképpen figyelembe kell venni, azt hiszem, mert nagyon meghatározza a címválasztást, a programismertető megfogalmazási módját. Gyakorta két külön címet is tartalmaz a kommunikációnak. A rendezvény leírása például, főként a múzeumpedagógiai programoknál, nem biztos, hogy a gyerekeknek szól, holott a programot nekik szervezik. Mindennek a tetejébe ez a problematika egészen máshogy nyilvánul meg a fővárosban, ahol hatalmas a kínálat és a konkurenciaharc, tehát egészen más szerepe van a programok címadásának, mint vidéken. Azt gondolom, hogy Budapesten nagyon sok esetben szinte minden eldől egy rendezvény kimenetelét illetően a címválasztás pillanatában. (...) Végezetül néhány példa. Nekem kifejezetten tetszett, hangulatos volt a „Kertmozi az Andrássy úton” vagy a „Repülőszőnyeg hétköznapi óra” – ezek nagyon képszerűek, és feltehetőleg jól meg tudják fogni a gyerekeket. Kiemelendően jól sikerült a „Láthatatlan kiállítás”. Címe már önmagában ellentétes és kíváncsiságot keltő; alcíme: „Kortárs érintés”, illetve a szlogenje: „Bízz vakon!”. Ezek mind nagyon erős képszerűséget hordoznak magukban, és az érzékek összekapcsolásából eredő nyelvi játék is szerepet kap bennük. Szintén erős kép a „Kibernetikus szerzetes”, két különböző fogalmi területet kapcsol össze meglehetősen meglepő módon, vagy a „Varázsfüvektől a patikaszerékig”, ami csakugyan nagyon hangulatos cím, de említhetném a „Mennyei poggyászt”, mely hasonló volt. De nyelvi érdekes volt a „Képzeld el és rajzold le, amit én láttam”, a mögötte levő logikai csavar miatt. Vagy az idézőjeles „Nyelvet öltünk”, mely a magyar nyelv évével kapcsolatos Kazinczy-rendezvénynek volt a címe. Nagyon kellemes a hangzása a „Régi ékszer gyermekkézzel” című rendezvénynek. A „Pincétől a padlásig” sorozatban volt ilyen: „Hátországi látóvilág”. Ezek nekem kifejezetten tetszettek, de mondanék olyanokat is, melyeket valamilyen okból problematikusnak láttam. Általában a túlzások zavartak, ezeket némiképp visszatetszőnek tartom. A „Legyél te is restaurátor!” jópofa felhívás gyerekek számára, de a „Legyél te is Munkácsy!” nem is kicsit túlzás; nekem abszurd volt, és fellengzős. Hasonlóan tartom a „Lehetsz Picasso!” szlogent is, a „Légy tölgy!” pedig már egyenesen groteszk. Voltak mondatok, melyek kifejezetten riasztóak voltak számomra a hivataloskodó jellegük miatt, de kerülendőnek tartom a szakzsargon használatát is az ilyen jellegű szövegekben, mert értelmetlennek válik tőle a szöveg, és nem éri el a hatását.” (Mártonffy, 2009, o. n.)

A műsorfüzet és a korábbi részben szereplő plakát, szórólap és reklámtábla széles rétegeket szólít meg, a napi- és hetilapok kiállítás-kritikái viszont egészen más szerepet játszanak: céljuk elsősorban a szakértők és az elkötelezett múzeumlátogatók informálása. A kritikák nyelve ennek megfelelően szakkifejezésekben bővelkedő, a művészeti

⁴ A 2009-es Múzeumok Őszi Fesztiválja [programfüzete](#).

vagy tudományág a kiállításhoz kapcsolódó témáit összefoglaló tudományos ismeretterjesztő közlemény. A szakmai igényesség természetesen nem zárja ki a személyes indulatot, a magával ragadó stílust: Fáy Miklós koncert-kritikái az Élet és Irodalomban vagy Horeczky Krisztina táncművészeti eseményekről szóló értékelései például egyszerre szakszerűek és szellemesek. A kritikus joga, hogy szubjektív legyen – egy művészettörténész vagy természettudós nyilván másként tárgyalja ugyanazt a témát. A közönség igényli is ezt a látogató-társi hangot: vitatkozva vagy egyet értve a kritikussal, bevonódnak a kiállítás gondolati körébe, és sokan úgy döntenek, először vagy újra megnézik a kiállítást. Az országos terjesztésű napi- és hetilapok közül ezek közölnek rendszeresen kiállítás-kritikákat – sajnos, többnyire csak a képző- és iparművészeti tárlatokról: Magyar Nemzet, Népszabadság, Népszava, Élet és Irodalom, Magyar Narancs, 168 óra). A művészeti folyóiratokban (pl. MúzeumCafé, Új Művészet, Holmi, Balkon) természetesen rendszeresen közölnek kiállítás-kritikákat. Fontos információforrás és érdekes kritikák lelőhelyei a múzeumokkal (is) foglalkozó blogok, például az [ArtPool](#) és a [MuzGo](#). (A múzeumi multimédiáról, köztük a blogokról is bővebben szólunk a 9. fejezetben).

A kritikák elsődleges célpontja a kurátor és a kiállítási koncepció. A múzeumi szakemberek számára a tanulságosabb, ha nem csak egy-egy kiállítás, hanem az intézmény egésze: a missziója, gyűjteménye és épülete, közművelődési és tudományos tevékenysége egyszerre kerül górcső alá. Ez a sajátos elemző műfaj a *múzeumkritika*, melyet Magyarországon György Péter esztéta honosította meg. (Pl. György, 2003, 2005, 2007a, b)

Kiállítások a televízióban, rádióban (Kárpáti Andrea)

Néhány éve a Szépművészeti Múzeum egy volt hazánk patinás közgyűjteményei közül – ma már Európa-szerte jegyzett turista célpont és itthon is közismert látványosság. A „Monet és barátai”⁵ volt az első, igazán nagy tömegeket vonzó magyar múzeumi rendezvény. A festő nevét hamarosan az óvodások is kívülről fűjták, hiszen a rádió és a televízió fő műsoridőben tudósított arról, hogy az illusztris társaság a Szépművészeti Múzeumban látható. Ez a széles körű és sikeres média kommunikáció a múzeum PR stratégiájának korszerűsítésével, Baán László 2004-ben elkezdődött főigazgatói munkájának részeként folytatódott. (Györfly, 2007) Azóta más múzeumok is egyre intenzívebben élnek a média reklám lehetőségével, és a rádiós, televíziós kiállítás kritika is egyre népszerűbb, érthetőbb és érdekesebb. Ezekben a kulturális műsorokban is nézhetjük, hallhatjuk őket:

- Magyar Televízió: Élet-művész
- Duna Televízió: Kultikon, Építészet XXI
- TV2: Propaganda
- RTL Klub: FókuszPlusz
- Magyar Rádió – MR1 Kossuth adó: Kultúrkör
- Inforádió: Műértő
- Klubrádió: Mecénás

11.3 Pedagógiai kommunikáció: a tárlatvezetéstől az interaktív értelmezésig és alkotásig (Kárpáti Andrea)

„... a múzeumi kommunikáció lényege az üzenetek cseréjének legfontosabb csatornája: a kiállítás. E paradigmaváltó múzeumtudományi megközelítés a kommunikáció egyszerű modellje helyett – amely a kommunikációt információ átvitelként értelmezve lineáris felfogást képvisel – a kulturális megközelítést alkalmazza. A kommunikáció ezen felfogása szerint a jelentéstermelés megoszlik a feladó (a kurátor) és a vevő (a látogató) között, azaz minél nagyobb mértékben valósul meg az információ- megosztás, annál nagyobb valószínűséggel lesz hatékony a kommunikáció.” (Süvecz, é. n., o. n.)

⁵ „Monet és barátai”, Szépművészeti Múzeum, 2003. december 1 - 2004. január 1.

A múzeumi kommunikáció, mint közös jelentésalkotás, a pedagógia kollaboratív tudás-létrehozó modelljében, a *trialogikus tanuláselmélet*ben is központi szerepet játszik. (Kárpáti és Dorner, 2008) A tanár és diák egyoldalú információ-megosztásán, a hagyományos, *monológon* alapuló vagy frontális módszerű oktatáson lassan túllép a magyar iskola. Az együttműködő tanulás, a tudásmegosztó párbeszéd *dialogikus* tanulási modelljéhez képest a *trialogikus* tanulás egy lépéssel tovább megy: közös alkotásra buzdít, amelyben az ismeretszerzés résztvevői – például a múzeumpedagógus és a látogató – közösen értelmezik a harmadik komponenst: a kiállítás egy-egy darabját. Mindkét fél átadja azokat az élményeket és ismereteket, amelyek fontosak lehetnek az alapos megismeréshez és megértéshez, és érdeklődve figyeli a másik véleményét. A közös produktum lehet egy jó beszélgetés – a szokványos tárlatvezetés helyett, de lehet egy közös alkotás a múzeumi műhelyben, vagy egy, a múzeum webkettes környezetébe feltöltött kommentár: egy írásmű, melyet a kiállítás inspirált.



11.10. kép: Múzeumpedagógiai foglalkozás: a szentendrei Szabadtéri Néprajzi Múzeum munkatársa a porcelánfestés műveleteit magyarázza. 2013. (Fotó: Kárpáti Andrea)



11.11. kép: Múzeumpedagógiai foglalkozás a pécsi Vasarely Múzeum Zebra Műhelyében. 2009. (Fotó: Kovács Hajnalka)



11.12. kép: A múzeumpedagógiai foglalkozás része a közös alkotás – felnőtteknek is. Múzeum Plusz este a Szépművészeti Múzeumban. (Fotó: Kárpáti Andrea)

A múzeum pedagógiai kommunikációjának nyelve átmenet kell, hogy legyen a szakszerű magyarázat és a szórakoztató ismeretterjesztés között. Míg az előbbi a szakértő közönségnek szól, az utóbbi az alkalmi látogatóknak. Aki pedagógiai programokon vesz részt, elkötelezett, tudni vágyó látogató, aki megérdeklődik, hogy többet kapjon anekdotáknál és esztétikai közhelyeknél. A bombasztikus megfogalmazások kétségkívül hatásosak, mégis kerülendők, hiszen nem illenek a hely szelleméhez. Mártonffy Attila nyelvész így vélekedik a *múzeumpedagógiai stílusról*:

„Míg azonban számos területen a reklám lehet elborzasztó és botrányt keltő jellege által hatékony, úgy gondolom, hogy akármennyire is emberközeli manapság a múzeumpedagógia, a múzeum még mindig egyfajta tekintélyt áraszt magából, elvégre konzervatív tevékenységet végez. Még akkor is, ha éppen az a feladata, hogy a márt konzerválja; így az a meglátásom, hogy nyelvi formák tekintetében is mindenképpen visszafogott kell, hogy legyen. Számomra a bombasztikus megoldások kissé túlzottnak tűnnek, másik oldalról viszont azt gondolom, hogy a nagyon hivatalos stílusú vagy szakszavak használata szintúgy nem szerencsés megoldás. (Kortárs művészeti témák esetén persze nyilván szabadabban szárnyalhat a múzeumpedagógusi fantázia, de ott is a kreativitást célszerű előtérbe helyezni a cirkuszi, rikkancsi harsánysághoz képest.) Nagyon nehéz elkerülni ezt a két végletet. Megtalálni azt a szűk folyosót, ahol igazán hatékony lehet a kommunikáció, melynek egyrészt hitelesnek kell lennie, másrészt bizalmat kell sugározni: senki ne érezze becsapva magát, hogy nem azt kapta, amit ígértek a számára. A múzeum a közönség bizalmát úgy tudja megőrizni, ha csak azt ígéri, amit nyújtani tud, és persze tartózkodik a cirkuszi látványosságokra csábító szlogenektől is.” (Mártonffy, 2009, o. n.)

A múzeumpedagógiának egyre bővülő, korszerű magyar szakirodalma van, és más könyvekben magunk is részletesen szóltunk a múzeumi tanulás módszereiről. Ebben a részben csak felsoroljuk a kommunikációs szempontból lényeges pedagógiai módszereket, melyek közül számos már szerepelt ebben a könyvben, illetve részletesen megismerhetők a könyvünk 12. fejezetében közölt esettanulmányokból.

- *Interaktív tárlatvezetés*: a múzeumi kommunikáció tartalma lehet a látogatói igények alapján kiválasztott művek vagy az alkalmi tárlatvezető (pl. fizikus, szakács, orvos) sajátos szakértelméhez illő tárgyak bemutatása;
- *Kihívás („quest”)*: a kiállítás felfedezése feladatok megoldásával: a kiállítás részleteihez kapcsolódó rejtvények a csak alapos bűvárkodással felfedezhető közlésekre irányítják a figyelmet;
- *Kísérletezés a kiállítóterben és a műhelyben*: a kiállításon bemutatott tudományos ismeretek elmélyítése gyakorlati módszerekkel, élményszerű kommunikáció;
- *Szerepjáték a kiállításon*: a kiállításon megjelenített üzeneteket értelmező, dramatikus feldolgozás, kulturális asszociációk, élelmények mozgósítása;
- *A kiállítás által inspirált alkotás*: az üzenetek átfordítása saját művé, személyessé tétel;
- *Múzeumi tábor*: a múzeum, mint élettér: a látogatók elől elzárt részek megismerése, betekintés a múzeumi szakemberek munkájába, nyitás előtti – zárás utáni hangulatok, új, személyes viszony kialakítása.⁶
- *Önkéntes munka*: a kiállítás megrendezésével, működtetésével, értékelésével kapcsolatos munka során a tárgyak által közvetített üzenetek alapos megismerése, beépítése a saját élelmények közé és közvetítése a látogatók, múzeumi szakemberek felé.

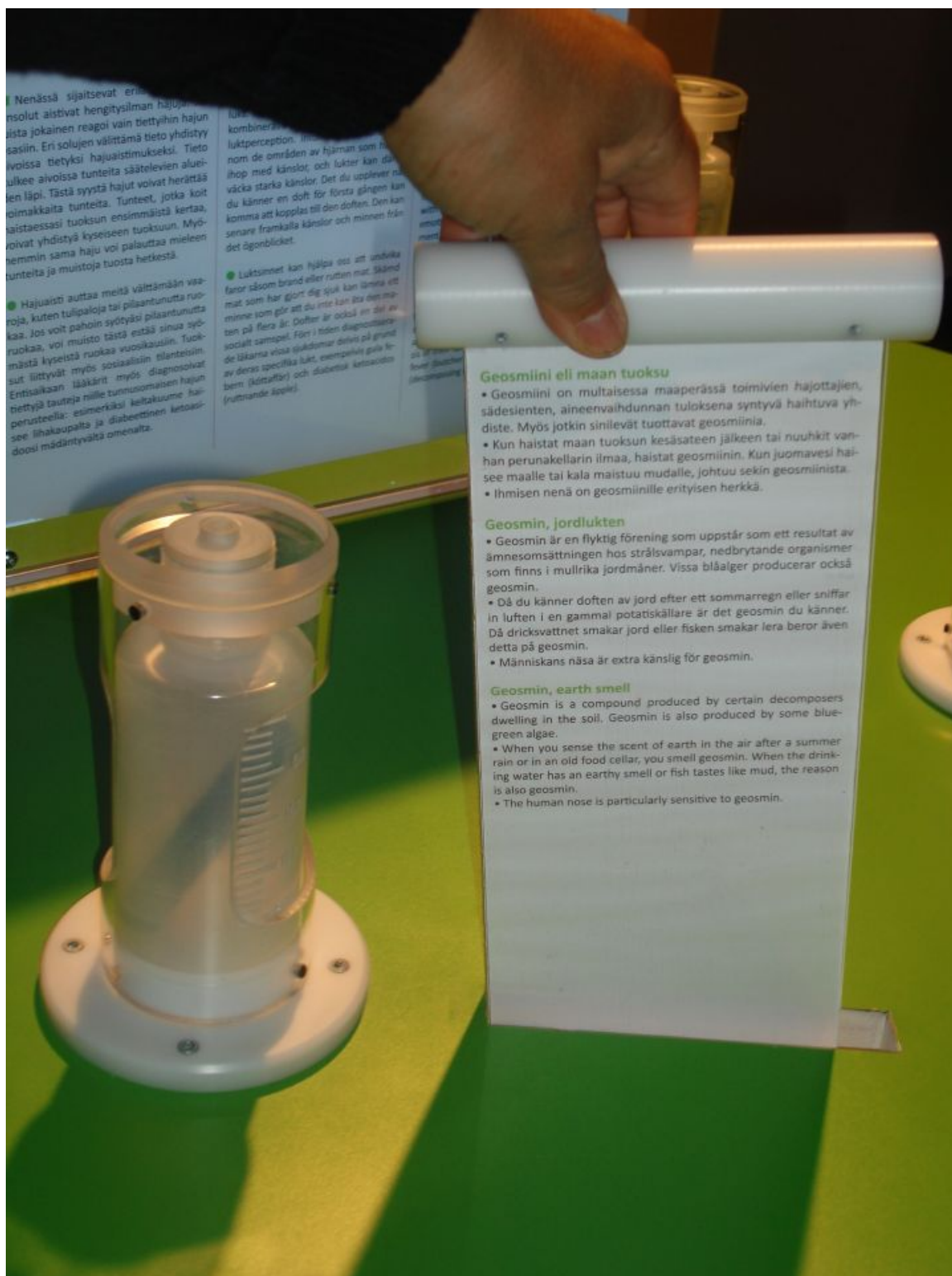


11.13. kép: Rendhagyó múzeumkommunikációs program: „Múzeum Plusz” a Szépművészeti Múzeumban, koncerttel és rendhagyó tárlatvezetésekkel. (Fotó: Kárpáti Andrea)

⁶ Múzeumpedagógus beszámolója az „Ésszel járom be a földet” blogon egy múzeumi nyári táborról, sok képpel.



11.14. kép: Kísérletezés a kiállítóteremben: Illatok és érzelmek. Az üvegcsékben lévő illatos anyagokat megszagolva, a látogatót arra kéri, gondolkodjon el azon, milyen hangulatokat, érzelmeket idéz fel az illat. Heureka Science Centre, Helsinki, 2010. (Fotó: Kárpáti Andrea)



11.15. kép: Az üvegcsék mellett fehér hengerbe rejtett szöveg elmondja, milyen anyagot szagoltunk meg, honnan való, és mire használják. Heureka Science Centre, Helsinki, 2010. (Fotó: Kárpáti Andrea)



11.16. kép: Múzeumi tábor plakátja. Vasvári Pál Múzeum, Tiszavasvári



11.17. kép: Önkéntesek honlap oldala, London Natural History Museum.

Feladat:

Tervezzen múzeumpedagógiai foglalkozást kamaszoknak és fiatal felnőtteknek! Ez az a látogatói csoport, amelyiknek a legszűkösebb a program-kínálat a magyar múzeumokban.

1. *Válasszon egy kiállítást*, amely éppen most nyitva van a lakóhelyén, és amiről úgy gondolja, érdekli ezt a korosztályt. Nézze meg, olvassa el a programkínálatot, amely a múzeumi kommunikáció részeként a kiállítás pedagógiai programját adja.
2. *Merítsen ötleteket* például ezeknek a múzeumoknak a fiataloknak szóló programjaiból:
 - Teen Programs, Metropolitan Museum, New York
 - Teens behind the Scenes (Tinédzserek a színpalak mögött), Museum of Modern Art, New York
 - El Prado Joven – a madridi Prado programjai fiataloknak
 - Wissenschaft für junge Leute (Természettudomány fiataloknak), Deutsches Museum, Berlin
 - JMI – Junge Museumsinitiative (Múzeumi Kezdeményezés Fiataloknak), Neues Museum, Nürnberg
3. *Tervezze meg az eseményt*: hová szervezi, mikor kezdődik, mi lesz a közvetítendő tudományos / művészeti / társadalmi tartalma, üzenete? Milyen programokat kínál kifejezetten a kamasz és / vagy fiatal felnőtt generációnak? Kit hívna, mi lenne a program?
4. *Rakja össze az esemény Facebook oldalát*, amely hírt ad az eseményről, mentse el és vitassa meg egy csoporttársával (de ne tegye publikussá!)

12. fejezet - Látogatómenedzsment a kiállításban (Vásárhelyi Tamás)

12.1. Mi az a látogatómenedzsment?

Nagyon sok múzeumi kiállítás értékét csökkenti jelentősen az az élmény vagy tapasztalat, hogy a látogatók bizonyos helyeken úgy érzik, elvesztek (a hatalmas épületben vagy a nyüzsgő tömegben), más helyeken a többi látogató miatt nem férnek oda a látnivalókhoz a megkívánt közelségbe vagy megkívánt időtartamban. Ilyenféle problémákon lehet a látogatómenedzsment eszközeivel segíteni.

A fogalom módszereinek bemutatására Puczkó és Rátz (2000) több száz oldalt szentelt remek áttekintésükben, Vasáros (2010) a látogatóvezetést említi. Mi itt a látogatómenedzsmentnek egy, a múzeumi kiállítási szituációkra leszűkített változatával foglalkozunk csak: ez a múzeumépületen belüli, ha úgy tetszik logisztikai feladatok körének, illetve a feladatok mögött lévő elméleti megfontolásoknak a terjedelmi korlátok megszába, vázlatos bemutatását jelenti.

12.2 Egyéni látogatók mozgása

Ha sok – saját kénye-kedve szerint csellengő – látogatóra számít a kiállítóhely, akkor érdemes figyelembe venni a látogatók mozgásának, irányításának néhány elemi szempontját. Ez az egyéni látogatói megelégedettség mellett a csúcs-időszakokban jelentkező „dugók” megelőzésének is jót tehet.

Ha a látogatói információs rendszer világos, egyértelmű, nem egyetlen pontján található egy nagyobb, bonyolultabb közönségforgalmi térnek, akkor a látogatók hamarabb elérik azt a célt, amit keresnek (legyen az a mosdó, vagy a kiemelkedő gyűjteményi tárgy).

Ha a kiállítási hozzáférés korábban tárgyalt (fizikai, szellemi, lélektani) feltételei adva vannak, a látogatók áramlása egyenletesebb.

A kiállításon belüli áramlási útvonalat úgy kell megtervezni, hogy a kiemelkedő látnivalók, illetve a hosszabb olvasnivalók előtt legyen elegendő hely nagyobb számú – esetleg elidőző – látogató számára.

Ha kiemelkedően sok látogatóra számítunk, érdemes a kiállítást úgy tervezni, hogy ne vegye túlzottan igénybe a látogatót, egyben ő ne is töltsön túlságosan sok időt a kiállítási térben. Ebből a szempontból különös figyelmet érdemelnek azok az események, amelyek az utóbbi években egyre gyakrabban történnek múzeumainkban: különböző „rendkívüli” események, mint esti nyitva tartások, családi napok, és leginkább a gyorsan a legnépszerűbb országos rendezvényre növekedett „Múzeumok éjszakája”. A látogatók másfajta mozgásáról szerezhetünk benyomást [Werovszky Veronika filmjéből](#).

12.3 Csoportok mozgatása

A presztizskiállításokat, (*blockbustereket*) rendszerint sok, magányos vagy kis (baráti, családi) csoportban érkező látogató számára tervezik. Ahol nagy az idegenforgalom, ott valószínűleg gondolnak a turistacsoportokra is. Még a nagyon didaktikus kiállítások esetén is ritkán találkozunk az osztály méretű csoport fogadására való tervezéssel. Az utóbbi időben terjedni látszik az a tendencia, hogy a kiállítások szellősebbek, nagyobb üres terek vannak mindenfelé, így a csoportok megállításának nem kell különösebb figyelmet szentelni.

A turista, illetve iskolai csoportok fogadására más-más elgondolás szerint lehet készülni. A turisták legtöbbször nem pedagógiai, tervezett tanulási céllal érkeznek, ezért az ő csoportjaik számára ott kell megállóhelyet biztosítani, ahol a kiállításban hangsúlyos elem van, amit a rendezők feltétlenül a csoport figyelmébe ajánlanak. Ilyen elem lehet egy kimagasló művészeti alkotás, egy a kiállítás egészének megértése szempontjából fontos tárgy(együttes), egy nagy látvány, aminél elidőzni egyedül is érdemes, és amiről a csoport számára is lehet mondanivalója a vezetőjüknek.

Nem könnyű előre megítélni, hogy egy-egy pedagógus milyen tanterv szerint hozza el tanítványait, és ennek megfelelően ő hol szeretne majd megállni, hogy magyarázzon, vagy a gyerekek dolgozzanak. Érdekes egy az iskoláskorú csoportoknak érdekes vagy fontos kiállítás tervezésekor a Nemzeti alaptantervet, kerettanterveket tanulmányozni, és ennek megfelelően alakítani a látogatói útvonalat, áramlási teret. Ettől függetlenül is hasznos, ha az iskolai csoportok számára akad egy-egy pihenő-, vagy munkáltató-sarok.

E tananyag keretei között csak arra vállalkoztunk, hogy értelmezzük a fogalmat, és felhívjuk a figyelmet a látogatómenedzsment jelentőségére.

A látogatómenedzsment módszereinek alaposabb tanulmányozásához Puczkó és Rátz (2000) remek kötetét ajánljuk.

13. fejezet - Kiállítás értékelési módszerek

13.1 Miért és hogyan értékeljük? (Vásárhelyi Tamás)

Az értékeléssel sokféle célunk lehet, és ha nem volna célunk vele, akkor is sokféle igény vagy kényszer miatt végezhetjük. Legegyszerűbb okunk az lehet, hogy ne (csak) a közönség értékelje a kiállításunkat, hanem mi. És gyakran elvégezzük úgy is, hogy nem is tudatosan bennünk...

Minden értékelés esetében alapvető kérdés, hogy kinek a szempontjait vesszük alapul, illetve hogy mi a célunk az értékeléssel. Az nyilvánvaló, hogy egy kiállítást máshogy (más módszerekkel, más szempontokkal) értékel egy látogató, mint a múzeum igazgatója, a gazdasági igazgatója, illetve a kurátora, vagy a szaktudomány máshol dolgozó képviselői. Az értékelés célját illetően pedig azt az angolszász irodalomban elterjedt hármast tagolást vehetjük alapul, amely a kiállítás (vagy bármely produkció) készülésének különböző szakaszai szerint tesz különbséget a célok (és szempontok) között (lásd lejjebb).

Mit jelent a „minőség” egy kiállítás esetében? Ha ezt a kérdést szakmai körökben feltesszük, kézenfekvő, hogy a válaszoló múzeumi munkatársak részéről hasonló vélemények hangzanak el. Jellemzően említett tényezők például a szakmai megbízhatóság, az esztétikus megjelenésen túl is a látványos jelleg, az érthetőség, az interaktivitás, a műtárgyak biztonsága, a látogatószám, az anyagi sikeresség. Többféle módszer is kínálkozik arra, hogy ezeket a nyilvánvaló, ám tulajdonképpen nem kellőképpen definiált szempontokat pontosítsuk, illetve a szempontok körét bővítsük¹). A múzeumoktól független, a minőségbiztosítással foglalkozó szakirodalom alapján egy ipari termék minőségének megítélésére kidolgozott kritériumsort nem sok fáradsággal lehetett a kiállítás-értékelésben használható szempontrendszerre alakítani:

- információ a kiállításról (a médiában megjelenőtől az előcsarnokban kifüggesztett tájékoztatásig),
- megbízhatóság (pl. szakmai hitel, vagy akár a nyitva tartás – zárva tartás betartása, kiszámíthatósága),
- szakértelem, pontosság,
- hatékony hozzáférés (ne csak a megszokott esélyegyenlőségre gondoljunk, hanem a különböző korú, műveltségű, beállítottságú látogatók megértési esélyeire, azaz a szellemi hozzáférésre is),
- hatékony panaszkezelés (jelzett hibák kijavítása, látogatói sérelmek kivizsgálása, orvoslása),
- fizikai megjelenés (itt az esztétikum és a kommunikációs célszerűség is szempont lehet),
- érzékenységi (pl. speciális igényűek iránt, a tervezéstől a frontszemélyzet viselkedéséig),
- biztonság és védelem (a műtárgyé, a látogatóé),
- empátia a látogató iránt (pl. a tervezőké, a személyzeté),
- bevonódás és választhatóság (a látogatási útvonal választhatósága, a befogadási események befolyásolhatósága),
- a látogató helyzete, méltósága (pl. teremőri rendreutasítás alkalmával!).

Ez az eredetileg porszívókra alkalmazott, múzeumi kiállításokra átfogalmazott lista nemcsak mint gondolat kísérlet érdemel figyelmet. Elemei többféle értékelési eljárásban felbukkannak, együtt pedig bizonyos fajta kerek egészet alkotnak. A piaci irányultságú megközelítésmód pedig segítheti a közönségbarát irányba való elmozdulásunkat.

¹ Ilyen minőségbiztosítási rendszereket készít például az ISO (*International Organisation of Standardisation*, Nemzetközi Szterderd Szervezet, www.iso.org/). Egy jó összefoglaló oldal róla a magyar Wikipédiában: http://hu.wikipedia.org/wiki/ISO_9001

13.2 Mikor értékelünk? ² (Vásárhelyi Tamás)

Az angol múzeumi szakirodalomban, az oktatás-tanulás értékelésének területéről átvéve a koncepciót, az „*evaluation*”, azaz értékelés szóval több mindent illetnek (lásd pl. Ambrose és Pain 1995, illetve pl. egy a [Northern Arizona University honlapján](#) talált szemléletes anyag). Amikor egy nagyobb feladat megkezdése előtt megtudakoljuk, hogy azoknak, akiknek szánjuk mi kell, az kell-e és úgy, ahogy mi tervezzük, ezt „*front-end evaluation*”-nak nevezik. Tájékozódásnak, felmérésnek, igényfelmérésnek, bizonyos körülmények között piackutatásnak is nevezhetjük, Puczkó és Rácz (2000) az *előre jelző elemzés* kifejezést használja.

Ha már folyik a munka, menet közben, folyamatában is ellenőrizhetjük vagy ellenőriztethetjük, hogy megfelelő-e amit csinálunk, vagy hogy minden a tervek szerint halad-e. Ezt angolul „*formative evaluation*-nak” hívják. Ennek a kifejezésnek megtaláltam a „formatív értékelés” megfeleltetését egy internetes szótárban, de meggyőződésem, hogy alig értelmes ilyen kentaur kifejezéseket gyártani. Putzkó és Rácz (i.m.) *fejlesztési értékelésnek* nevezi, ami jól visszaadja az eredeti kifejezés értelmét.

Végül értékelhetünk akkor is, amikor a termék már készen van. Ennek az angolul „*summative evaluation*”-nak nevezett *összegző elemzés* Puczkó és Rácz i.m.) tevékenységnek sokféle lehet a célja. Vizsgálhatjuk azt is, hogy a termék a terveknek megfelelően készült-e el, vagy hogy az eredmény megfelel-e valamilyen szabványoknak vagy elvárásnak, avagy hogy hozza-e a kívánt eredményt, hatást.

A továbbiakban a három különböző értékelési formára az *(előzetes) felmérés, ellenőrzés és értékelés* kifejezéseket használjuk. ³ Az értékelés a kiállítás minden szakaszában lényeges, de célja és módszerei mások.

- *A kiállítás tervezése előtt* (igényfelmérés, nemcsak piackutatási értelemben, hanem a látogatók ismereteinek, attitűdjének vizsgálata azért, hogy tudjuk mit kell, és mit nem kell a kiállításban közölnünk). Ez a fázis tapasztalataim szerint nem sűrűn fordul elő a hazai múzeumi gyakorlatban.
- *Munka közben* (a kiállítás készülése ellenőrzése számtalan apróbb-nagyobb kérdésben: szép-e a design, biztonságos-e a vitrin, megfelelő-e a világítás a vizualitás illetve a műtárgyvédelem szempontjából, megfelel-e a forgatókönyvnek stb.).
- *A megnyitás után* (a kész kiállítás értékelése, pl. a fent ismertetett, vagy más szempontrendszer alapján).

Mindhárom értékelési típusnak, avagy fázisnak van jelentősége a kiállítás kommunikációja szempontjából. ⁴ Hiszen, amikor felmérést végzünk, akkor az üzenet fogadójának személyét, ismereteit, befogadási hajlandóságát stb. vesszük tekintetbe. Amikor ellenőrzünk, akkor a kiállítási csatorna különböző elemeinek megfelelőségét vizsgáljuk, hogy a zaj a lehető legkisebb legyen. Amikor pedig értékelünk, akkor, aszerint hogy milyen módszerrel végezzük az értékelést (lásd később), egyfelől azt nézzük, hogy a kiállítás az üzenetet a készítőik szándéka szerint közvetíti-e, másfelől azt, hogy a fogadóban kialakult üzenet megfelel-e céljainknak, várakozásainknak. Mind a három módon értékelhetünk maguk a kiállítás készítői, bevonhatnak szakembereket, vagy bevonhatják a közönséget is.

Előzetes felmérés

Az előzetes felmérés célja a befogadó célcsoport ismereteinek, elvárásainak, hiedelmeinek, véleményének, és hasonló ismérveinek megismerése. A legelső cél lehet azonban a célcsoportnak magának az azonosítása, akár a régi, szokásos látogatói körre gondol a múzeum, akár új látogatói csoportok bevonása a cél. Különösebb szellemi, munkaerőben való, vagy anyagi befektetés nélkül is meglepően sok új dolgot tudhatunk meg azokról (és azokról), akiknek a kiállítást vagy rendezvényt szánjuk, ha ráadjuk a fejünket.

Vajon engedelmes kiszolgálójává válik egy múzeum a közönségnek, ha megkérdi a véleményét, mit szeretne látni? Ha csak a válasz alapján dolgozik tovább az intézmény, akkor talán igen. De ebben az esetben reális veszély, hogy a végeredmény nem is lesz olyan, amit a közönsége elvár tőle, középszerű lesz, mert az átlag érdeklődéséhez

² Ebben a fejezetben ismételtan meríték saját művem, A nyitott múzeum releváns fejezetéből (Vásárhelyi 2009, 155-170. old.)

³ Az alábbi módon lehet a háromféle tevékenységet képszerűen egymáshoz viszonyítani. Amikor a vacsoravendégség előtt a háziasszony felhívja a leendő vendégeket és megkérdi, van-e kifogásuk, ha vegetáriánus menüt készít elő, akkor ez *előzetes felmérés*. Amikor fakanállal kivesz a levesből, megkóstolja, és még egy csipet sót tesz bele, ez volt az *ellenőrzés*. És amikor a vendégek kóstolják meg – az az *értékelés*.

⁴ Az értékeléseknek más jellegű csoportosítása is használatos, lásd pl. <http://museumplanner.org/museum-exhibition-design-part-vi/>, ahol a módszerekről is szó esik.

igazodik. Az okos múzeum tudja, hogy *mit*, és *miért* szeretne kiállítani, meglehetősen részletességgel koncepciót készít, és arról kérdezi a nagyérdemű véleményét, azzal kapcsolatban kutatja ismereteit, hiedelmeit. Az eredmény azután nagyban befolyásolhatja a *hogyan*-t, annak a célnak érdekében, hogy mindenki meg is érthesse, amit a múzeum közölni szándékozik.

Ellenőrzés

Az ellenőrzést menet közben végzik, miközben valami készül. Az ellenőrzés legtöbbször a múzeumi személyzet körében történik, nem feltétlenül kívánja a célcsoport vagy a közönség bevonását, mint a másik két értékelési forma. (Azért sok külföldi jó példa van arra, hogy ilyesfajta menetközbeni ellenőrzéseket a közönséget bevonva is végeznek – remek eredménnyel.) Az ellenőrzés eredménye, a feltárt problémák és azok kijavítása is legtöbbször a munkatársak körén belül maradó információ. Jellemző ellenőrzési forma a kiállítások megnyitás előtti, vagy a nyitva tartó kiállítások módszeres ellenőrzése. Mindkét esetben a múzeum saját személyzete szokta a bejárást elvégezni, többféle szempontot (pl. balesetvédelmi, tűzvédelmi, biztonsági) ám köztük látogatók szempontjait is szem előtt tartva. Az általam használt kifejezés ezt a tevékenységet lefedi, amikor tehát előírásoknak, szabványoknak, elvárásoknak való megfelelés ellenőrzése a cél. Ha egy múzeum ezt az értékelést azért végzi, hogy tovább fejlessze a kiállítást, javítsa a befogadás lehetőségeit, ahogyan a közönségnek a félkész termék alapján adott reakciói ezt kívánják, akkor a *fejlesztési értékelés* kifejezés szerencsésebb.

Értékelés

Akkor értékelünk, amikor a kiállítás elkészült (lehet akkor is, amikor már bezárt). Azt is értékelhetjük, hogy megfelel-e valamilyen minőséggel szemben támasztott követelményeknek, pl. jól olvashatók-e a feliratok. És az is kérdés lehet, hogy amiért létrehoztuk, annak megfelel-e. Várakozásainknak megfelelően veszik-e birtokba a kiállítást a látogatók? Megelégedetten, tudásukban gyarapodva vagy élményekkel telten távoznak-e? Változott-e a kiállításlátogatóknak a művészettel, a népi kerámiákkal, a természettel kapcsolatos attitűdje? Hogy e különböző eredményekhez hogyan juthatunk el, arról az alábbiakban lesz szó.

Az értékelésről már van elérhető magyar nyelvű irodalom, elkészült kiállítások, attrakciók értékelésére alapos módszert közöl például Puczko és Rác (2000). Események értékelésére vonatkozik, de könnyen átfordítható a mi céljainkra is az a lista, amit a [Northern Arizona University honlapján](#) találunk. Egy kiállítás-értékelési műhelymunka sorozat kezdetéről írt [Lakner](#), a sorozat folyik.

Néhány egyszerű értékelési módszer, látogatók bevonásával:

Nagyon egyszerű módszer az, ha bárkivel, bármilyen körülmények között beszélgetünk arról, amiről a múzeumban visszajelzést szeretnénk kapni. Még az alkalmoszerű, nagyon különböző vélemények is sokszor tanulságosak.

Talán a leggyakrabban használt módszer a kérdőív kihelyezése a közönségforgalmi térbe. Az válaszol, akinek kedve van, aki észreveszi, akinek tolla van. Tartalmazhat mindössze néhány, erősen koncentrált kérdést, de kérdezhetünk többféle dologra is, a látogatók adataira, ismereteire, megelégedettségére, arra, hogy honnan szereztek tudomást a múzeumból vagy az aktuális programról stb.

Sok múzeumban van vendégkönyv. A bejegyzések gyakran semmitmondóak, néha bántóan durvák, mert gyerekek elfelejtkeznek magukról, de néha értékes véleményeket kapunk. Olykor statisztikailag is kiértékelhető a sok bejegyzés.

Sok információt kaphatunk a látogatóinkról, ha a velük találkozó munkatársakat kérdezzük. A pénztáros, a jegyszedő minden látogatóval találkozik, többel, mint a közművelő, és mást is megtud róluk. Megtudhatjuk azt is így, hogy mit szeretnek, és azt is, hogy mire panaszkodnak a látogatók.

A múzeumban végezhetünk megfigyeléseket, úgy is, hogy tudnak róla látogatóink és úgy is, hogy nem. A megfigyelés történhet webkamerával, videofelvétel készítésével, fényképezéssel, jegyzeteléssel és utólagos lejegyzéssel is. Megállhatunk egy ponton és onnan vizsgálhatjuk a közelben lévő helyszíneken a látogatók viselkedését, de követhetjük is a csoportot vagy egyént. Mérhetjük azt az időtartamot, amit egy vitrin vagy tárgy előtt eltöltenek, jegyzetelhetjük, milyen viselkedési típusokat mutatnak (pl. magyaráznak, rámutatnak valamire,

kérdeznek, másfelé néznek, teremőrt keresnek felvilágosításért stb.). Fontos, hogy ne zavarjuk meg a vizsgált személyek látogatását és ne sértsük meg személyiségi jogaikat.

Saját kiállításunk értékelését nagyon egyszerű módszerrel mi magunk is elvégezhjük minimális empatikus képesség birtokában. A módszert nagyban segíti, ha nem egyedül, hanem ketten-hárman helyezkedünk bele valamelyik megcélzott (vagy figyelmen kívül hagyott!) látogatói csoport jellemző gondolkodásmódjába. Próbáljunk egy időre nagyszülővé, szponzorrá, tinilánnyá változni, és úgy menni végig a kiállításon. Beszéljük át, milyen célból, milyen hosszú időre készülve, milyen érdeklődéssel és ismeretekkel, várakozásokkal, milyen öltözékben, milyen megszokott viselkedésmódokkal érkeznek az adott látogatói típus tagjai a múzeumba. Ezután járjuk végig együtt a kiállítást, nézelődjünk úgy, mintha sosem láttuk volna, beszélgessünk közben, akár úgy, mint a kérdéses csoport tagjai. Majd ülünk le, és beszéljük meg az élményt, osszuk meg egymással véleményünket. Valamennyire pontosan mi is meg tudjuk becsülni, hogyan fogadják azt, amit ott találnak, hogyan viselkednek majd, és legfőképpen: hogyan fognak majd beszámolni róla a hasonszőrűeknek, akikkel egy nyelvet beszélnek, akikhez őszintén szólnak?

13.3 Egy látogatóbarát értékelési módszer (Kárpáti Andrea, Vásárhelyi Tamás)

Beverly Serrell (2006) muzeológusok, kurátorok és múzeumpedagógusok segítségével dolgozta ki és tette közzé értékelési kritériumrendszerét. Ennek alapja a **négy legfőbb értékelési szempont**, amely bizvást különönsnek, de talán nem feleslegesnek tűnhet a magyar kiállítás-látogató számára:

1. *„Kényelmes*: a jó kiállítás olyan környezetet teremt, amelyben a látogató kényelmesen érzi magát – testi és lelki értelemben egyaránt. A kényelem megnyitja az utat további kellemes élmények előtt, míg a kényelmetlen környezet az élményszerzés útjában áll.
2. *Magával ragadó*: a jó kiállítás magával ragadja a látogatót. Eléri, hogy teljes figyelmével forduljon a kiállított tárgyak felé.
3. *Megerősítő*: a jó kiállításon a látogató sokféle pozitív megerősítést kap: oka van rá, hogy magát intelligens, sikeres befogadónak tekintse, és túllépjen a „Hű, de szép!” élményen. A látogatók egymást is megerősítik: egy *élményközösség* tagjainak érezhetik magukat, hiszen a sokféle felkínált információ és élmény között megtalálják, amihez kapcsolódni képesek és képesek.
4. *Jelentéstartó*: a jó kiállítás egyéni életükre ható, saját élménnyel is megajándékozta a látogatókat. Amellett, hogy gondolkodásra és érzelmi azonosulásra készíti őket, a jó kiállítás a nézőiben értelmi és érzelmi változásokat is okoz, melyek hatása azonnali, vagy később megmutatkozó.” (Serrell, 2008, 41. old.)

A négy fő szemponthoz számos *kiállítás-értékelési kritérium* társul, melyeket az alábbiakban közlünk:

- **A kényelmes kiállítás jellemzői:**

1. Orientációs eszközök segítették a tájékozódást
2. Kényelmes ülőhelyeken pihenhettünk
3. A megvilágítás, a hőmérséklet és a hanghatások megfelelőek voltak.
4. Minden kommunikációs és prezentációs eszköz korszerű volt és jól működött.
5. Jó volt a kiállítás ergonómiája: mindent meglehetősen szemlélteni, el lehetett olvasni, és használni is lehetett, amit erre terveztek.
6. Világos volt a kívánatos látogatási útvonal, de arra is volt mód, hogy saját érdeklődésünk szerint haladjunk.
7. Világosan jelezték a művek alkotóit, a szövegek szerzőit. Tudni lehetett, mi eredeti és mi rekonstrukció vagy másolat, melyik megállapítás adat és tény, és mi a hozzá kapcsolt, adatokkal csak részben alátámasztott történet.

8. A kiállítás rendezői gondot fordítottak a különböző kulturális háttérű, társadalmi helyzetű, egészségügyi állapotú látogatók kiszolgálására.

• **A magával ragadó kiállítás jellemzői:**

1. A kiállítási környezet érdekesnek, hívogatónak tűnt.
2. A kiállított tárgyak arra ösztönzik a látogatót, hogy lassítson, nézzen körül, használja az interaktív eszközöket és hosszú ideig, figyelmesen nézze a tárgyakat.
3. A kiállítás élményszerű volt: szórakoztató, intellektuálisan és / vagy fizikailag kihívást jelentő.
4. A kiállítás arra ösztönözte a látogatókat, hogy kapcsolatot teremtsenek egymással: felhívják a figyelmet egy-egy részletre, felolvassanak egy érdekes megállapítást, vitakozzanak vagy derüljenek a tárgyak felett.
5. Az élmények különböző érzékszervekre hatnak, pl.: grafikus és szöveges információk, modellek, élő állatok és növények bemutatása, hangok, fények, mozgóképek stb.
6. Bármilyen legyen is a látogatók kulturális háttere, mindenképpen találnak maguknak érdekes látni- és hallani valókat.

• **A megerősítő kiállítás jellemzői:**

1. A kiállítás nem jelentett elviselhetetlen fizikai vagy szellemi megerőltetést – éppen elég volt az élmény, az információ és a látvány.
2. A bonyolultabb gondolatokat is oly módon mutatta be, hogy a legtöbb látogatónak „Aha!” – élménye lett, megértette a kurátor szándékát.
3. A kiállítás koherens volt, logikáját a látogatók is megértették és a gondolatmenetet követni tudták.
4. A kiállítás egyes részei kiegészítették egymást: felerősödtek a gondolatok és érzések.

• **A jelentésteli kiállítás jellemzői:**

1. A jó kiállítás érthető: kapcsolódik a látogatók előzetes ismereteihez, élettapasztalataihoz. Üzenetét valamilyen szinten minden látogató megérti, függetlenül attól, mennyire művelt vagy motivált.
2. A jó kiállítás releváns, időszerű, izgalmas. Akkor is aktuális, ha történeti témát dolgoz fel: új kutatási eredményeket mutat be érthetően és érzékletesen.
3. A jó kiállítás nem fél a konfrontációtól, vállalja a társadalmi párbeszédet, reflektál a kortársak gondolataira.
4. Miután megnézték a jó kiállítást, a látogatók gondolatban tovább foglalkoznak a látottakkal. Új eszmék támadnak, megváltozik vagy nyitottabb, elfogadott lesz az értékítéletük. Előfordulhat, hogy nem érik be a gondolatokkal, mert a kiállítás cselekvésre, változtatásra ösztönzi őket az életükben, szűkebb vagy tágabb környezetükben. (Serrell, 2006, 44–46. old.)

A kiállítás-értékelési kritériumokat a gyakorlatban is kipróbálták. Serrell és munkatársai (2006) ötfokozatú skálán értékelték az egyes szempontok szerint számos amerikai és európai bemutatót. Módszerük különösen hasznosnak bizonyult a kiállítások „nyúzópróbáján”, amikor a megcélzott közönség-rétegeket képviselő, 5–10 fős csoportok járták végig a megnyitás előtti héten a kiállítást. Ekkor még van mód változtatni, ha a múzeumi kommunikáció egy-egy része nem elég érthető és érdekes, vagy egyszerűen csak bejárhatatlan. Az értékelési folyamat folytatódik a kiállítás közben és utána, a summázó, lezáró, a következő kiállítás szempontjából fontos értékeléssel.

Módszer	Ki végzi	Fő kérdés	Elsődleges cél	Termék	Elsődleges célcsoport
A kiállítás összegző értékelése (<i>summative evaluation</i>)	Szakképzett értékelők (házon belüliek vagy felkért külső szakemberek)	Működik? Megfelel a céloknak?	Felelősség a támogatók iránt: mennyire sikerült elérni a kiállítás céljait?	Jelentés	Az intézmény vezetői és munkatársai, kiállítás-készítők
Kiállítás-kritika	Egyének	Szeretem? Tetszik?	Véleménymegosztás	Előadás vagy cikk	A szakma
Vélemény, értékelés	Egyének	Mi ez, miről szól?	Közönségkapcsolatok	Publikáció	Az olvasók, látogatók
AAM sztenderdek ^a	AAM bíráló bizottsági tagok	Illeszkedik-e a sztenderdekhez?	Évenkénti díj odaítélése	Díj	A szakma, az intézmény
Kritikus értékelés	Látogatóvizsgálati szakértők	Mik a problémák?	A végső értékelés előtti hibajavítás	Jelentés	Az intézmény, kiállítás-készítők
Szakértői értékelésen alapuló minősítő rendszer (<i>Framework</i>)	Gyakorló múzeumi emberek	Miben és miért értünk vagy nem értünk mi egyet?	A hivatásbeli fejlődést segítő megbeszélés	Értékelési folyamat	Múzeumi szakemberek
A magyar szakmai díj: „Az év kiállítása”	A Pulszky Társaság díjbizottsága	Hogyan viszonyul a szempontokhoz?	Évenkénti díj odaítélése	Díj	A szakma az intézmény (a közönség)

^a AAM = *American Alliance of Museums*, Múzeumok Amerikai Szövetsége, amely az etikai és a jó gyakorlattal kapcsolatos sztenderdjeit megfogalmazta.

13.1. táblázat: Hat kiállítás-értékelési módszer összehasonlítása (Serrell, 2006 alapján, kiegészítve egy magyar értékelési módszerrel). A hazai szempontok a 2. feladat alatt találhatóak.

A módszert Kym S. Rice, a Georg Washington University munkatársa (2008) bírálja. Szerinte a szempontok túlzottan heterogének, különböző minőségeket értékelnek. Hiba, hogy minden szempontot egyenrangúnak tekint (a megfelelő számú ülőhelytől a szakmai értékig). Előny viszont, hogy a szerző is őszintén ismerteti saját módszerének előnyeit és hátrányait. Az értékelési rendszer nem felel meg a tudományos értékelés minden követelményének. A szempontok azonban alkalmasak arra, hogy segítsék a múzeumi dolgozókat abban, hogy saját készségeiket fejlesszék.



13.1. kép: Kiállítás értékelés a Postamúzeumban (amely 2012-ben az Év kiállítása versenyen dicsérő oklevelet kapott). (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

13.4 Múzeumi multimédia megoldások értékelése (Kárpáti Andrea)

A múzeumi kiállításokban megjelenő multimédia megoldások értékelése különösen lényeges, hiszen legtöbbször igen költséges eszközökről van szó, amelyek fenntartása is jelentős összegeket emészt fel. Értékelési szempontjaink egy részét már a megrendeléskor, más szempontokat az átvételkor, illetve a végleges elfogadás előtt érdemes figyelembe venni.

- *Mennyire fontos a multimédia eszköz használata?*
 1. Nélkülözhetetlen kiegészítés, vagy „virtuális dezinformátor”?
 2. Hogyan kapcsolódik a kiállítási kommunikáció más elemeihez?
 3. Műfaja releváns, korszerű, közönséghez illesztett?
 4. Tartalom tudományos érvényessége
 5. Oktatási módszerek / célcsoportok
 6. A nyelvezet érthető, helyes és érzékletes
- *Világos, jól kezelhető-e a szerkezet?*
 1. Felépítés áttekinthető, navigációs segítség
 2. Van-e könnyen használható kereső rendszer, index, funkciógombok
 3. Követi-e a hypertext szerkezet a tananyag logikáját és a tudásanyag felépítését? Van-e leírás a tananyag szemantikájáról?

4. Vannak-e, működnek-e a beépített kapcsolódási pontok (linkek)
5. Interdiszciplinaritás, komplexitás
- *Infografikai és esztétikai szempontból megfelelő-e a tartalom?*
 1. Arányosság: informálás, számonkérés, motiválás, szórakoztatás
 2. Multimédia-megoldások szükségesek-e?
 3. Grafika/tipográfia
 4. Vizuális kommunikáció és ergonómiai érték
 5. „Olvashatóság”: tipográfiai jelképek, kiemelések, kapcsolatok jelzései érthetők
 6. Szöveg és kép aránya, komplementaritás

13.5 Tehát miért értékeljük? (Vásárhelyi Tamás)

Az értékeléseknek, bárhogyan végezzük is, feltételezhetően van néhány előnye:

- mindenféle értékeléssel mélyebb ismereteket szerzünk a kiállításról, mint ha csak „megnéznénk”,
- minden tőlünk független szempontrendszer szerint való nézelődés vagy vizsgálódás segíthet, hogy saját kiállításunkat kívülről láthassuk,
- mindenféle értékelés rámutathat ugyanarra a hibára, ugyanarra a kiválóságra,
- két vagy több ember kiegyensúlyozottabb véleményt alkot, mint egy.

Mindenfajta, még a legegyszerűbb értékelésnek is lehet pozitív hatása a múzeumban, vagy bármely más kiállítás-készítő intézményben, projektben. Ha csak a következő kiállításon segít, már az is eredmény. Ha komolyan végzik, pláne ha rendszeresen, akkor megváltoztathatja a munkatársakat, gondolkodásukat a látogatóbarát irányba terelheti, és ez által is javíthatja egy kiállítás – kommunikációs szempontból vizsgált – minőségét. Ha az értékelés nem egyedi tevékenység, hanem munkahelyi gyakorlattá válik, a munkakultúra részévé, akkor akár megváltoztathatja a múzeum egészét, végső soron akár hatással lehet társadalmi küldetésének megfogalmazására is.

Feladat 1:

Emlékszik-e olyan kiállításokra, amelyekre illik a Serrell és munkatársai (2006) által meghatározott négy fő tulajdonság? Elképzelhető persze, hogy egy-egy kiállításon több is illik ezek közül, de most egy-egy olyan kiállítást idézzon fel, amelyik főleg az egyik tulajdonságra példa. Töltse ki az alábbi táblázatot! (Emlékeztetének felfrissítésére nézzen körül az interneten! Számos kiállításnak évtizedek múlva is látható digitális nyoma van.) Miközben visszagondol a hajdani tárlatokra, döntse el, hogy Ön szerint melyik szempont a legfontosabb, és melyik az, amelyet nem olyan fontos figyelembe venni?

Kiállítás-típus	Kiállítás címe	URL (ha megtalálta)	Miért választotta?
<i>Kényelmes</i>			
<i>Magával ragadó</i>			
<i>Megerősítő</i>			
<i>Jelentésteli</i>			

13.2. táblázat: Példák kényelmes, magával ragadó, megerősítő és jelentésteli kiállításra

Feladat 2:

Próbálja ki a multimédiaértékelési rendszert egy kiállításon! Nyomtassa ki, vigye magával, pontozzon! Húzza ki a felesleges kritériumokat, és írja bele azokat az értékelési szempontokat, amelyek fontosnak tűnnek, és nem szerepelnek.

Mérje az időt: mennyi idő kell arra, hogy használja a rendszert? Sokallja? Vajon mennyibe kerülhetett a látott multimédia rendszer? Ezt akkor tudja megbecsülni, ha árajánlatot kér egy-egy eszközre. Talán nincs is erre szükség, hogy belássa: a tervezésre, értékelésre szánt idő busásan megtérül.

Versenyszempontok

Kétféle, kiállításokat minősítő szakmai verseny értékelési szempontjait soroljuk itt fel, ezek mentén is lehet értékelni (sőt kell is, ha a verseny kiírók elvárásainak meg akarunk felelni).

A Múzeumok Amerikai Szövetsége (American Alliance of Museums) terjedelmes anyagban adja közre értékelési rendszerét. Ezek alapján minden évben odaítélik az ő „Év kiállítása” díjukat. A kritériumokat négy nagy témakör szerint csoportosítják:

- látogatókra figyelés: ergonómia: humán komfort, biztonság, hozzáférhető múzeum kialakítása (*accessibility*)
- rugalmasan kialakított szakmai tartalom (*flexibility*)
- hatékony interpretáció/ kommunikáció (*efficiency*),
- együttműködés a múzeumi munkában és a látogatókkal (*collaboration*)

A Pulszky Társaság által meghirdetett Év kiállítása díj szempontjai 2013 tavaszán:

- „a kiállítás új tudományos hozadéka;
- az új technológiai megoldások kreatív használata;
- kapcsolt kezdeményezések, pl. múzeumpedagógia, társművészetek, tudomány, oktatás;
- olyan kiállítási program, amely a szokottól eltérő, korszerű, példászerű javaslattal áll elő;
- új látogatói réteg bevonását célozza”.

Feladat 3:

Töltse ki a táblázatot, minden üres cellába legalább egy kifejezést írjon. Milyen értékelési szempontokat vél jellemzőnek az alábbi szereplők esetében? Ha egy kifejezést már használt bármelyik cellában, ne használja még egyszer, hanem keressen másikat.

	látvány értékelése	szöveg értékelése	tárgyak értékelése
a múzeum igazgatója			
a múzeumpedagógus			
a kiállítás tudományos szakértője			
egy 10 éves látogató			
egy nagymama látogató			

13.3. táblázat: *Értékelési szempontok és látogatók*

Feladat 4:

Nézzen meg egy kiállítást egymás után kétszer, két különböző személyiség helyébe képzelve magát. Változat: nyerjen meg valakit, aki a másik személyiség szerepében hajlandó végigjárni, értékelni, és a végén osszák meg egymással tapasztalataikat, beleértve, hogy felolvassák egymásnak a levelet, amit írtak.

1. *Tinédzserek látogatják meg a kiállítást.*

Képzelje azt, hogy 13–15 éves fiú illetve lány. Először gondolja végig, milyenek a gyerekek ebben a korban, milyenek a kultúrafogyasztási szokásaik, miért jönnének ide máskor is? Mit keresnének itt is? Milyenek találnák a környezetet, a kiállítást? Hogyan beszélne róla barátnőiknek, barátainak? Írjon egy tízsoros levelet egy szintén elképzelt, közeli barátságban lévő osztálytársának a múzeumi élményről!

2. *Nyugdíjas tanítók látogatják meg a kiállítást.*

Képzelje azt, hogy nyugdíjas tanító. Először gondolja végig, milyenek a tanítók. Milyen kultúrkörből érkeztek, milyenek a kultúrafogyasztási szokásaik, miért jönnének ide máskor is? Mit keresnének itt is? Milyenek találnák a környezetet, a kiállítást? Hogyan beszélne róla a nyugdíjasklubban? Írjon egy tízsoros levelet egy szintén nyugdíjas, volt kollégájának a múzeumban tapasztaltakról!

14. fejezet - Esettanulmányok

14.1. Bajzáth Judit: Sokszínű élet – Felfedező úton Magyarország tájain: Egy kiállítás átalakulása

„Jelenlegi ismereteink szerint a Föld az egyetlen bolygó, ahol kialakult az Élet.

Az évmilliárdok alatt elképesztő változatosságot ért el. A Földön szó szerint nyüzsg az Élet.

Sokmilliárdnyi, élő, lélegző, izgó-mozgó élőlény.

Vajon mi a közös bennük? Mi kapcsol össze egymással növényt és állatot: gerincest és gerinctelent: szárazföldi és vízi lényt: egysejtűt és soksejtűt? A rokonság. Egy láthatatlan kapocs, ami az összes földi életformát egymáshoz fűzi. Van egy közös ősrünk. Egy sejt, ami évmilliárdokkal ezelőtt jött létre az ósóceán vizében, majd szaporodásnak, fejlődésnek indult, hogy évmilliók során számtalan változatban, formában és színben szülessen újjá... Ugyanazok az evolúciós erők formálnak minket, ugyanazokból az anyagokból épülünk fel, ugyanazon az elven működünk. A természetes szelekció alakított és alakít minket, embereket is. Ennek köszönhető a változatosság. Kiállításunk az Élet sokfélesége, sokszínűsége előtt tiszteleg. A biológiai változatosság előtt, amelyen az ember túlélése is múlik.” (Idézet a kiállítás bevezető klipjéből)

Egy állandó kiállítás megépítése mérföldkő a múzeumok életében. Összegzés, amely több évig tartó muzeológiai (gyűjteményezési, kutatási és közreadási) munka eredménye, és évekig az ismeretátadás egyik eszköze. A Magyar Természettudományi Múzeum állandó kiállításai küldetésnyilatkozatának és alaptevékenységének megfelelő szemléletformáló témájúak: a Kárpát-medence egészére és a világra vonatkozó, a biodiverzitás változását bemutató-elemző, az ember és természet viszonyát áttekintő bemutatók. A jelen problémáinak, jelenségeinek megismertetését, feldolgozását és a természettudományok mélyebb megismerését is szolgálják. Mindig valamilyen „történet, változást, eseményt” (story-line) mondanak el, abba ágyazódik a probléma-felvetés és a kiállítás üzenete.

Az MTM 1996-ban, amikor új épületet kapott, nyitotta meg az országban az első interaktív állandó kiállítást Ember és természet Magyarországon címmel. Több évtizeddel azelőtt épült utoljára a Nemzeti Múzeum épületében a Természettudományi Múzeum korábbi állandó kiállítása, mely diorámákon keresztül mutatta be a hazai élőhelyeket a látogatóknak. A rendkívül népszerű kiállítás után az új, interaktív bemutató részben szakított a „klasszikus” életképeken alapuló kiállítás-technikával és aktív befogadásra készítő eszközökkel szólította meg a látogatókat.



14.1. kép: Az Ember és természet Magyarországon című kiállítás átnézete. A mamuttól balra a múlt, hátul a nagydioráma. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



14.2. kép: Dioráma is, didaktikus bemutatás is, aktivizáló egység is. A földbe vájt kunyhó félbe van vágva, számos tárgyhoz magyarázat kapcsolódik, a balra lévő nádfalban rések vannak, ezen a „kukkolón” keresztül régi lápi életképek láthatók. (Ráadásul sokáig lehetett érezni a szárított gomba illatát.) (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



14.3. kép: Honfoglalás-kori arcok rekonstrukciói között sétálhattunk, méregethettük magunkat az ősökhez. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

2011-ig, 15 éves története alatt mintegy 1,5 millióan látták. A kiállítás a hazai természeti környezet átalakulását, az ember természetátalakító tevékenységét, a természeti erőforrások használatát mutatta be. Középpontjában az ember és az ember természetátalakító tevékenysége állt. Inkább az emberi hatások, az ember által használt természeti erőforrások bemutatására került a nagyobb hangsúly, mint magára a természet változatosságának megjelenítésére. A kiállítás üzenete: A Kárpát-medencében az ember megjelenése óta felgyorsult a természet átalakulása. Még megvannak azok az értékek, amelyeket védenünk érdemes és kell. A természet védelme határokon átívelő folyamat.

A kiállítás kronológiai sorrendben tárgyalta a szakmai témát, mely a tér szerkezetét is meghatározta: a tér egyik oldala a múlttól, a másik oldala a jelenről szólt.

A bemutatás három nagyobb látványelme az épületrész hosszanti tengelyében elhelyezett életnagyságú életképekből áll: Noé bárkája; mamut a barlanggal; a Kárpát-medence élőhelyeit bemutató nagydioráma. Noé bárkája a Föld élővilágának veszélyeztetettségét és megóvását jelképezi. Az életnagyságú mamut a barlanggal a jégkorszakban élt és kihalt állatfajt mutatja be, melynek kihalásához a vadászat is hozzájárulhatott (így mintegy első áldozatunk); az élőhely-dioráma pedig a jelenlegi változatosságot jeleníti meg.

Az épület rövidebb tengelyén elhelyezett másik látvány-együttes: a jégkori barlang mint a neandervölgyi ember lakóhelye (a múlt) és természeti környezete, a másik oldalon vele szemben a mai modern ember lakóhelye a város (konyha) és természeti környezete.



14.4. kép: Tölgyes (őshonos) és akácos (jövevény) didaktikus összehasonlítása. Előbbiben sok növény alkotja az aljnövényzetet, utóbbiban kevés. Előbbiben sok rovar élhet meg a lombon, utóbbiban kevés. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



14.5. kép: Egyszerű trükkös bemutatás az érintetlen és ültetett erdők összehasonlítására. „Menetirányban” haladva előbb az ősi tölgyest, utóbb (visszanézve) a helyén nőtt nyárust lehet látni. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



14.6. kép: „A fa: élőlény és nyersanyag” volt ennek az egységnek a címe. Azt is mutatta, hogy a fa a bölcsőtől a fejfáig elkíséri az életünket. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



14.7. kép: Az ipari forradalom utáni tájátalakulás egyik mozgatója a vasút építése volt. Három dimenzióban látjuk a jelenséget: térkép, (működő) modellvasút és valódi vasúti sín részlete segítségével. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



14.8. kép: Sok mindenre van szükségünk a mindennapi életünkhöz, amit a természetből nyerünk. A periódusos rendszer elemei közül vagy harminc fordul elő a színes televízióban. A megfelelő gomb megnyomásakor az elem előfordulási helyén kis lámpa gyulladt a tévé alkatrészeiben. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

2011-ben ezt az állandó kiállítást új szemlélettel és új kiállítástechnikák alkalmazásával újíította meg a múzeum: 15 éves kiállításrendezési tapasztalat, tudományos kutatás és gyűjteménygyarapítás együttes eredményeként épült meg a „Sokszínű élet - Felfedező úton Magyarország tájain” című komplex, interaktív kiállítás, melynek témája – összhangban a múzeum jelenlegi küldetésnyilatkozatával – a Kárpát-medence kialakulása, természeti változatosságának átalakulása a földtörténet során és jelen korunkban az új tudományos eredmények tükrében.



14.9. kép: Az átalakulás nehéz hónapjaiban a megtartott elemekre vigyázni kellett. A mamutot is be kellett csomagolni. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



14.10. kép: Az átalakítás folyik, a Bárka funkciója megváltozott, szimbolikus jelentését most a befelé igyekvő állatmenet adja meg. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

A kiállítás témája tehát átalakult. Középpontjában a biológiai sokféleség jelenségének komplex bemutatása áll: a biodiverzitás különböző szintjei, formái, értéke és szépsége; alakulásának rejtett és látható tényezői; különlegességei és fontossága; a múlt és jelen összefüggései; a biodiverzitás kutatásának módjai. Így az előző állandó bemutatóhoz képest jóval összetettebb és átfogóbb látásmódú, többszintű, többretegű kiállítás jött létre.

Az üzenete is átalakult: „Mielőtt túl késő lenne...4,5 milliárd év alatt folyamatos változások során alakult ki az élővilág sokfélesége. Az élővilág sokfélesége szép, izgalmas, felfedezni való. Fennmaradása létérdekünk. Te is az élővilág része vagy, egy faj vagyunk a sok közül. Te is felelős vagy az élővilágban zajló változásokért. Csodálkozni fogsz, hogy Magyarország mennyi természeti értéket kínál!”

A kiállítás tehát pozitív, cselekvésre szólító üzenetet hordoz. Arra az egyszerű képletre alapoz, hogy „ami szép, azt szeretnéd megismerni, amit megismersz, azt szereted, s amit szeretsz, azt óvni is fogod”. A kiállítás mondanivalója: „A természet megismerése segít abban, hogy megértsük a biodiverzitás fontosságát és a természetben zajló változásokat. Létezésünk és jövőnk elválaszthatatlan a földi élet sokszínűségétől, a többi élőlény létezésétől. A fajok millióinak milliárdnyi egyede, és az őket összekapcsoló biológiai folyamatok, táplálékláncok, az ökoszisztémák hálózata biztosítja a Földi élet állandóságát és fennmaradását.“

A kiállítás szakmai koncepciója szerint az élővilág változatosságával összefüggő jelenségek egyszerű szemléltetésén túl ok-okozati összefüggéseket, természeti törvényszerűségeket is bemutat, elemez, kérdéseket tesz fel. A tudományos tapasztalatszerzés, kutatás módszereit („felfedezés”) használja, a tudományos kutatás-felfedezés élményét adja. A készen kapott ismeretek reprodukálása helyett a problémamegoldó tudományos folyamatokba kapcsolja be a látogatót, a tudományos ismeretek és a tudományos gondolkodás elsajátítása érdekében: tényeket sorakoztat fel (gyűjteményi tárgyak).

A kiállítás szakmai tartalmát tekintve megtartotta a korábbi bemutató logikai rendjét, nagyobb szakmai fejezeteit, látványelemeit és befejezését: a természet múltbeli változása, különös tekintettel a Jégkorra, a hazai nagyobb élőhelyek (vizes élőhelyek, erdők) átalakulása, az emberi környezet, a városok élővilága. Ugyanakkor szakmai részleteit tekintve jóval összetettebb lett.

A tér alapszerkezete is megmaradt: múlt, jelen és a továbbgondolkodtató jelen.

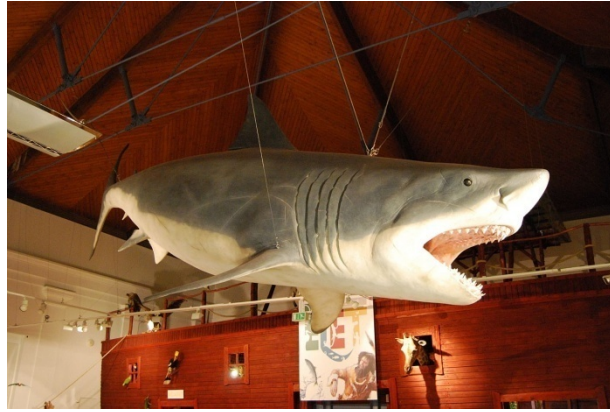


14.11. kép: A megújult kiállításban a fehér szín uralkodóvá vált. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

Az új tartalmi és kiállításrendezési koncepció egyaránt megengedte, hogy a meglévő nagy látványelemek új, kibővített tartalmat kapjanak és egyben térszervező elemként megmaradjanak. A bárka a földi élet sokféleségét jelképezi és egyben a kiállítás bevezetője, mely a biodiverzitás fogalmával és kutatásának alapjaival ismerteti meg a látogatót és a Föld legváltozatosabb állatcsoportjait mutatja be.



14.12. kép: A Bárka belsejében pazar látványt nyújt az ízelítő is a csigák, kagylók, bogarak és lepkék sokféleségéből. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



14.13. kép: Az új kiállítás is a Bárkától indul. A 18 millió éves múltat (amikor itt jobbra tenger hullámozott) ez az őscápa is jelképezi. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

A jégkorszaki dioráma a mamuttal (és a barlanggal), valamint a felújított nagydioráma egy-egy összefoglaló-összegző kiállítási egység: a múlt és a jelen élőhelyeinek sokféleségét és egyben átváltozását szemlélteti klasszikus kiállítástechnikai eszközként. A nagydioráma egyben „kiállítás a kiállításban”, amennyiben a korábbi állandó kiállítást is őrzi nemcsak mondanivalóját, de technikáját illetően is.



14.14. kép: A jégkori ember dárdával támad a mamutra. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

Mivel a kiállítás üzenetében a rácsodálkozás, a felfedezés, az élményszerzés fogalmazódik meg, ezért maga a tér is ilyen „labirintusszerűen” van berendezve.



14.15 kép: Az egyik legsejtelmesebb kiállításrészlet a különböző – őshonos és jövevény, illetve ültetett – erdők bemutatása, új módszerrel, üveglapokra ragasztva. Középen az erdőben kevésbé válogató gerinces állatok láthatók. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



14.16. kép: Az akácerdő üvegfala, az aljnövényzetben előforduló – részben jövevény, invazív – fajokkal. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

Az új állandó kiállítás három nagyobb tartalmi fejezetből áll:

A bevezető rész a földi élet sokféleségét és veszélyeztetettségét bemutató fejezet, mely egyben a biodiverzitás-kutatás tudományának szakmai bevezetője is.

A kiállítás második része a Kárpát-medence kialakulását és a területén lezajlott környezetváltozást mutatja be — beleértve a geomorfológiai változásokat is — az utolsó kb. 18 millió év folyamán, a miocéntől a holocénig.

A kiállítás harmadik részében Magyarország élőhelyeit és fajdiverzitásukat mutatjuk be. Hangsúlyos szerepet kapnak a bennszülött, a reliktum és a különleges fajok. Az egyes egységekben megjelennek az élőhelyhez vagy az egyes fajokhoz kapcsolódó természetvédelmi programok és a múzeum biodiverzitás-kutatásai is. Az élőhelyeken nemcsak az őshonos, hanem a betelepített, özönfajokat is bemutatjuk. Kiemeljük az egyes élőhelyek

veszélyeztetettségét. Bemutatjuk a biodiverzitás változásait, mind a természetes folyamatokat, mind az emberi hatásokat. A kiállításban megjelenik az emberi környezet mint a jelenlegi természeti sokféleség párja.



14.17. kép: Új szemléltető módszer annak bemutatására, mennyi mindenre szükségünk van a természetből. Most azonban a biodiverzitás van a középpontban, így az éléskamra és a ruházat, a használati eszközök élőlény-eredetű származása közvetíti az üzenetet. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

A tartalmi elemek elhelyezése a térben, azaz a kiállítás térszerkezete tudatosan rendezett, felfedező út (jelenségek, érdekességek, felfedezendő ajtók mögé rejtett tárgyak, oda-visszaútalások, rejtvények stb.). A látogató aktív befogadó, mind vizuálisan, mind fizikailag, mind pedig intellektuálisan.

A múltbeli természeti események jelenbeli hatásai egymással „összenézhetők”; pl. a tér egyik oldalán elhelyezett jégkorszaki egység (az az egység, amely a jelenkori felszíni formákat, hordalékkúpokat, lösz- és homokhátakat létrehozta, valamint az éghajlatot döntően befolyásolta) pont szemben helyezkedik el azzal a kiállítási egységgel, ahol a mai magyarországi homoki, lösz- és szikes pusztai élőhelyeket mutatjuk be. Így a látogatónak feltett kérdésre: „vajon emlékszel?”, a választ a térszerkezet is megtámogatja.

A tér nemcsak vízszintesen, tartalmi egységenként tagolt, hanem függőlegesen is: a biodiverzitás három szintjét mutatja be: élőhelyszintű (vagy tájszintű), fajszintű és genetikai szintű változatosság.

A tartalom komplexitását és többrétegűségét az installációs elemek, az audiovizuális és IT-elemek, valamint a játékos, foglalkoztató egységek is hordozzák.



14.18. kép: A nyomógombos, okos gépeket nemcsak az okosabb gyerekek, hanem azok az egészen kicsit is használatba veszik, akik nem értenek semmit belőle. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)



14.19. kép: A kisgyerekeknek szánt, bebújós vitrinre pedig felnőttek is kíváncsiak. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

A letisztult, egyszerű, fehér hordozófelületek a „tudomány” pontosságát jelképezik.

Az élőhelyek sokféleségét rekonstrukciók, diorámák, tájfotók és filmek jelenítik meg. Az általában már mindenki számára ismert élőhelyek általános ismertetése mellett új szempontként jelenik meg egy-egy ismeretlen, vagy a tudomány által nemrégiben felfedezett jelenség (pl. lemeztektonikai események), vagy aktualitás (globális klímaváltozás, invazív fajok terjedése) bemutatása, amit az installációval külön kiemelünk. Az adott élőhelyek illetve fajok sokféleségét a múzeumi gyűjteményi anyagok segítségével mutatjuk be.

A genetikai diverzitás egy-egy, elsősorban a múzeum által vizsgált példán keresztül látható (pl. unkák, rákosi vipera, pannon gyík, földi kutya).

A magyarországi élőhelyek és fajok diverzitásának egyik kulcsa az élőhelyek mozaikosságában rejlik, melynek nyitja a múltbeli geológiai, geomorfológiai és klimatikus változások hatása. Ezért az installációs elemek is „mozaikokból”, modulokból épülnek fel. Az egyes elemek szigetszerűen, csoportokban jelennek meg. Például a Kárpát-medence kialakulásában szerepet játszó lemeztektonikai események, a mozgalmas múlt tükröződik az installációs elemek elrendezésében („ki-beugrálóknak” a falak és posztamensek); vagy a pusztai élőhelyek mikro-mozaikosságát tükrözi a „kisdioráma-egységek” magasságának változatossága.



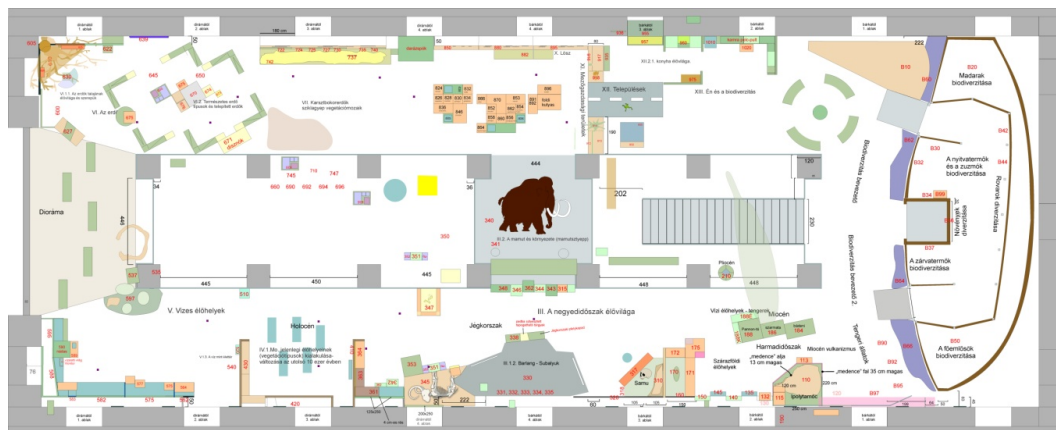
14.20. kép: Üvegkocka-modulok a kiállításban. (Fotó: Vásárhelyi Tamás)

Az élőhelyhez vagy a fajokhoz kötődő jelenség mögött rejlő ok-okozati összefüggésekre, törvényszerűségekre, magyarázatokra (pl. a Kárpát-medence kialakulásának lemeztektonikai okai, a klímaváltozás okai, alkalmazkodás az extrém klímához vagy élőhelyhez) interaktív számítógépes animációk, játékok, egyéni vizsgálódás révén talál rá a látogató. Az egyes információk egységes megjelenésű színes installációs elemekben vannak elhelyezve.

Külön rétegeként jelentik meg a kiállításban az óvodások és alsó tagozatos iskolások számára készült, a térben is elkülönült játékos elemek sorozata, mely az adott szakmai témát dolgozza fel.

A nagyobb látványelemek, összefoglaló részekben, valamint és a kiállítás végén kialakított pihenőhelyeken játékok, társasjátékok, kirakók készítenek a látogatót arra, hogy hosszabb időt töltsenek el az adott helyen.

A szándék megvalósítása, hogy az egykori, a közönség által már jól ismert és kedvelt állandó kiállítás megmaradjon, de tartalmában, kiállítás-technikájában megújuljon, úgy tűnik sikerült.



14.21. kép: A kiállítás alaprajza.

14.2 Jó Emese: Kiment a ház az ablakon - Az EtnoMobil 2.0 projekt

Valódi utazó kiállítás volt. Nem olyan, amit ládába csomagolva egyik helyszínről a másikra szállítanak és múzeumi nagytermekben kiállítanak. Nem is olyan, ami szövegekkel és képekkel, molinókkal és multimédiával helyettesíti és vándoroltatja az anyamúzeum kincseit. Az EtnoMobil 2.0 minden dimenzióban maga volt a mozgás, amely 2011-ben egy lakókocsiban utazó kiállítás formájában, eredeti tárgyakkal és történetekkel mutatta be a mobilitás és a kultúra kapcsolatát. Több volt, mint kiállítás, sokkal inkább egyfajta mobil múzeum, új és egyedülálló, alternatív vállalkozás a hazai múzeumi gyakorlatban: tizenhét intézmény kollektív kiállítása, vándorló terep kutatás és interaktív attrakció egyben. A Néprajzi Múzeum hatalmas épületéből és a merev keretéből kilépő, kicsi, könnyű és mozgékony jelenség az ország különböző pontjain maga kereste fel a közönségét. Nemcsak házhoz szállította a múzeumi tudást, hanem a látogatók aktivizálásával friss anyaggal is gyarapította gyűjteményét. Az EtnoMobil 2.0 ahol megfordult, felülírta a múzeumról alkotott korábbi fogalmakat.

Üzemen kívül

Az EtnoMobil 2.0 a projekt befejezése óta a Néprajzi Múzeum belső udvarán parkol. Bár a falakon még olvashatóak a szolgálati közlemények és a kiállítási szövegek, a plexi dobozok üresek: a műtárgyak már régen visszakerültek a kölcsönző múzeumokhoz. Benne pihennek az üzemeltetés kellékei: összecsukszható székek, asztalok, használt molinóval bevont szivacs párnák, fehér munkaköpenyek, elektromos hosszabbítók, külső árnyékoló, égősor, megállító tábla, rajzálvány, kislépcső, kézi csörlő. Ahogy ezeket nézem, érzem a csipős hajnalokat, amikor Zsófival ketten útra kelünk egy-egy fordulóra. Vigyázva a stukkókra, kitzsigáljuk a járgányt a szűk múzeumi átjárón, rácsatlakoztatjuk az autómra, azután napszemüveg, térkép és indulás! Többnyire sztrádákon, de ha eltévedtünk úttalan utakon, és minden szempontból ingoványos terepen jártunk. Az egyes helyszíneken nemcsak a közönségnek okoztunk meglepetést, hanem a helyi múzeumi munkatársak is meghökkentek rajtunk. Mire felocsúdtak, hogy az etnomobil mit is jelent valójában, mi már stabilizáltuk az autóról leválasztott, dülöngélő objektumot és javában rendezkedtünk. Zsófi belül, én kívül, összehangoltan és gyorsan, hogy nyitásra minden a helyére kerüljön és ragyogjon. A lakókocsis kiállítás közvetlen közelében, mindig az adott környezethez alkalmazkodva alakítottuk ki a szabadtéri „olvasótermet”, a „fotóműtermet”, az „archívumot” és a játékhelyszíneket. Hat, nyolc, néha akár

tíz órás, éjszakába nyúló nyitva tartás, azután vissza az egész, csomagolás, csörlőzés, csatlakozás, utazás. Stop! Haladjunk lépésről lépésre! Hogy is volt?



14.22. kép: Az Etnomobil 2.0 szállítmánya és kétfős stábja: Frazon Zsófia és Joó Emese. A fotómozaikot Sarnyai Krisztina készítette.

Brand-teremtés

Az „etnomobil” mesterséges szó, legegyszerűbb köznyelvi fordításban „népmozgást” jelent. De vajon közlekedést, ingázást, menekülést, bevándorlást vagy éppen Mars expedíciót? Manapság ki, honnan, hová, milyen célból, mivel utazik? Az etnomobil elnevezés és a hétköznapi mobilitás múzeumi eszközökkel történő feldolgozásának ötlete is Frazon Zsófiához fűződik, aki a Néprajzi Múzeum és a jelenkorkutatással foglalkozó országos MaDok-program munkatársaként 2009-ben indította el az első formabontó múzeumi akciósorozatot. A *Bringanaptár 2009* kiadvány előre jelezte, majd 2009. szeptember 29-én megjelent az *1 nap – indulástól érkezésig* című országos felhívás, amellyel ténylegesen beindult az első menet: az *EtnoMobil. Mozgásban a kortárs kultúra* elnevezésű kampány.

Kortárs kultúra? Mozgás!

Az első projekt célja az volt, hogy feltérképezze a jelenkori hétköznapi városi közlekedési szokásokat, és közzétegye a beérkező konkrét személyes élményeket és tapasztalatokat. Fontos volt, hogy a felhívás minél több emberhez eljusson, ennek érdekében a projekt vezetője a hagyományos múzeumi gyűjtési és kutatási gyakorlatok mellett új, rendhagyó módszereket is alkalmazott: többek között pályázatot írt ki, blogot szerkesztett, különböző fotós akciókat szervezett, irodalmi reflexiókat gyűjtött. A kampány dinamikus, nyitott és inspiráló volt, a múzeum aktivitása hatott a közönségre, aminek eredményeként sokan szívesen leírták és beküldték egyetlen napjuk részletes utazási történetét. Az etnomobil blogon napról napra szaporodó, izgalmas és kalandos történetek ismertté tették a kezdeményezést és múzeumtól függetlenül, informális csatornákon is terjesztették a híret. Az első etnomobil projektben nemcsak a *Közlekedőtárgy-történetek* – mint új múzeumi forrásképzési vállalkozás – bizonyult sikeresnek, hanem a projekt többi eleme is: a Design Hét Budapest 2009 hivatalos programjaként megrendezett *Recikli-bicikli* kerékpáros ruhademonstráció, komplex fotódokumentációk *Utazás a város mélyére* címmel, szabadtéri kerékpáros fotózási akció a Néprajzi Múzeum lépcsőjén, a közönségbeszélgetés és a múzeumi felolvasószínház. 2010-ben jelent meg a MaDok-füzetek 7. száma, amely ezt a sokirányú múzeumi mozgást papíron illusztrálja. Az első etnomobil projekt érdeme, hogy megmozdította a közönséget, a régi mellett új rétegeket is aktivizált, akik a felhívásra beküldték a történeteiket, követték a blogot, sőt egyes múzeumi programokra is ellátogattak. Emellett a projekt megmozdította a múzeumi munkatársakat, akik új kutatási, dokumentálási és kommunikációs módszereket próbáltak ki, és megmozdultak a mobilitáshoz kapcsolódó tárgyak is, amelyeket a közönség vitt be a múzeumba. Egy szusszanás, egy év, és maga a múzeum is megmozdul. Ez az EtnoMobil 2.0.



14.23. kép: A brandnek része a markáns logó is. Az EtnoMobil 2.0 emblémáját Gerhes Gábor tervezte.

EtnoMobil 2.0 – kiállítás, fotóműterem, archívum

Az EtnoMobil 2.0, a Néprajzi Múzeum és a MaDok-program kiemelt projektje, amelyben az ötlet, koncepció, rendezés és blogszerkesztés Frazon Zsófia Ph.D muzeológusé, a hasznosítás, speciális múzeumpedagógiai programok, sajtókommunikáció jelen írás szerzőjének, Joó Emese múzeumpedagógusnak a feladata, az üzemeltetés pedig közös ügy volt. Az új etnomobil projekt azt tűzte ki célul, hogy egy olyan kiállítást hoz létre, amelyben mai tárgyakkal és személyes történetekkel, etnográfiai és társadalomtudományi megközelítéssel, komplex muzeológiai módszerekkel szemlélteti a mozgás és a kultúra szövevényes kapcsolatát. A kiállítás ebben az esetben nem csupán cél volt, hanem eszköz, amely inspirálta a látogatókat: mindent alaposan nézzenek meg, olvassanak el, gondolkodjanak, tegyenek fel kérdéseket, akár vitatkozzanak is, és próbálják meg különböző összefüggésekben értelmezni a látottakat, saját mobilitásukat és általában a mobilitás fogalmát is. Ezzel összefüggésben a projekt további célja az volt, hogy a kiállításhoz kapcsolódó fotóműteremmel, archívummal, múzeumpedagógiai és kommunikációs akciókkal valódi aktivitást érjen el a látogatóknál több múzeumi jellegű vizsgálódási és dokumentációs folyamatban, a kiállítás anyagának egyéni gyarapításában, a projekt figyelemmel kísérésben és népszerűsítésben. Az EtnoMobil 2.0 – bár múzeumi projekt volt – mégsem a múltba vezetett, hanem a jelenkorról szólt és arra reflektált, így szinte magától értetődő volt, hogy bevonja a kortárs közönséget a felvetett témák továbbgondolásába, a mobilitás mozaikos képének kiegészítésébe. A háttérben fontos törekvésként húzódtott meg az is, hogy létrejöjjön egy MaDok-programnak megfelelő, együttműködésekben alapuló, országos hálózati projekt, amelyben a résztvevők összedolgoznak – a kiállítás közös összeállításától a helyi szervezésen át a kommunikációig – a jelenkor naprakész és eredményes vizsgálata érdekében. A Néprajzi Múzeum kezdeményezésére tizenhét partner intézmény munkatársai szálltak be a projektbe, és saját kortárs gyűjteményeikből válogatva összeadták az EtnoMobil 2.0 kiállítás anyagát: huszonöt mobilitást szemléltető múzeumi tárgyat és történetet. Stoppos térkép és pulóver, festékszóró spray, *tamagochi*, zarándokjelvény, hátizsák, játék mozdony, úti bili, vízpipa, nedves törülköző, ruhavédő ülőkendő, vörösiszap-katasztrófa emléke, mobiltelefon, walkman, kalauz- és futártáska... Egymástól távoli múzeumok, nagyon különböző tárgyak, esetek, megközelítések és üzenetek, amelyek az etnomobil projektben egymás mellett, egymással összefüggésbe helyezve szólaltak meg. Ahhoz, hogy a konkrét tárgyakat és a történeteket minél többen megismerjék, a projektet el kellett juttatni a látogatókhoz. Frazon Zsófia újabb formabontó ötlete jelentette a megoldást: az EtnoMobil 2.0 legyen valódi utazó kiállítás, amely a teljes projektet: magát a berendezett kiállítótérrel és a hozzá kapcsolódó programokat is helyszínről helyszínre vándoroltatja.

Tartalomhoz a formát

Az utazó kiállítást tizenöt különböző múzeumi és fesztiválhelyszín, több száz kilométer és több ezer látogató várta. Csak olyan közlekedési eszköz jöhetett szóba, amely a projekt tartalmához illően önmagában is a mobilitást jelképezi, amelyben igazi kiállítást lehet rendezni, amelybe beférnek a látogatók, ahol a tervezett aktivitások működnek, és amely olyan egyedi arculattal ruházható fel, amely látványosan megkülönbözteti a többi járműtől, egyben meglepő kontextusba: a rugalmas és mozgékony jelenségek sorába helyezi a múzeum műfaját. Mindemellett az utazó kiállítás legyen költséghatékony, strapabíró és az országban bármilyen szélsőséges szárazföldi körülmények között: autópályán, kavicsos sétányon, ázott fűvön is mozgatható, további nehezítésként mindezt két motorolajozásban és kerékcsereben járatlan, nőnemű etnográfus által. Becsülettel számba véve mindent, a riksától az ökrösszekéren át a hőlégballonig, maradt a lakókocsi.



14.24. kép: A lakókocsi második állomása a Bánki tó Fesztiválon. (Fotó: Joó Emese)

Lakótérből kiállítótér

Korábban sem a múzeumnak, sem nekünk magunknak nem volt tapasztalatunk használt lakókocsi vásárlásban, sőt az előttünk álló üzemeltetéshez sem értettünk. A laikusok könnyedségével vettük meg Zsófi-val azt, amelyet Vácott egy elhagyott ipari telep mélyén első ránézésre megfelelőnek találtunk. A kereskedő néhány héttel később maga hozta el a Néprajzi Múzeum elé. A lakókocsi fizikai valósága egyrészt az új, demonstrációs célú múzeumi gyűjtemény megalapozását, másrészt a projekt indulását, mobil kalandjaink kezdetét is jelentette. Mindössze tíz négyzetméteres, kétkerekű járművünk az innovatív fejlesztéseiről és csúcsmínőségéről híres német Tabbert cég gyártmánya, 1982-ben került első tulajdonosaihoz Németországban. Akkoriban roppant modernnek számított: négy fekhely, beépített fürdőszoba, tűzhely, hűtőszekrény, sőt kályha is volt benne. A heteken át tartó, Seres Tamás és Agócs Írisz látvány- és grafikai tervére épülő, Dani Gitta és Greznár Tamás révén az újrahajósítást szem előtt tartó átalakítás során az eredeti berendezés helyére átlátszó plexidobozokból és kihúzható színes rolókból álló praktikus és szép kiállítási installáció épült. A beavatkozás ellenére a kiállítótérre vált hajdani lakóter továbbra is intim maradt a vitrineket és falakat beborító, személyekhez kötődő tárgyaknak és történeteknek, és mindhárom dimenzióban változatlan kis méretének köszönhetően.



14.25. kép: A lakótér, kiállításnak berendezve. (Fotó: Sarnyai Krisztina)

A harmadik nő

A felújítás során lakókocsink minden praktikusságát kiismertük és megkedveltük. Saját nevet is kapott: Tabbert Lola lett, részben a gyártó cég tiszteletére, részben Tom Tykwer: *A lé meg a Lola* című filmjének állandóan rohanó női főszereplője nyomán. A mi Tabbert Lolánk nevéhez méltóan a hazai múzeumi közegben képviselte az innovációt, kreativitást, nyitottságot, mozgékonyt és reflexívitást. Ő lett mellettünk a harmadik nő a projektben. 2011. július 20-án szemrevaló arculattal és nagy várakozással gördült ki a múzeum udvaráról. Közlekedési és kiállítási kalandok során át 2011. október közepéig együtt jártuk az országot, folyamatosan fogadtuk a látogatókat, gyűjtöttük a tárgyakat, képeket, történeteket és tapasztalatokat, végül mindezekkel megrakodva tértünk vissza a Néprajzi Múzeumba, akárcsak a klasszikus expedíciókról hazatérő kutatók.

Mobilitás fogalmak

A kiállítás koncepciója John Urry *Mobilities* (Oxford, Polity Press 2007.) című kötetén alapult, amelyben a szerző tizenkét alapfogalom köré rendezte a mobilitással kapcsolatos jelenségeket, és ezeket teljes komplexitásukban mutatta be. Menekülés, üzleti utazás, tanulás célú „felfedezés”, orvosi célú utazás, a katonák és a hadsereg mozgása, a nyugdíjasok migrációja, a közeli családtagokhoz irányuló „követő utazás”, a diaszpórák utazásai, a gazdagabb régiókra irányuló, a munkavállalással kapcsolatos utazás, turizmus, rokonlátogatás, rendszeres munkába járás. Urry mobilitás fogalmait az EtnoMobil 2.0 újabbakkal egészítette ki: tájékozódás, virtuális utazás, környezetbarát „zöld út”, a közlekedés és az öltözködés összefüggései, és azokat gazdag jelentéstartalmú tárgyakkal, izgalmas történetekkel, széles kulturális összefüggésrendszerben bontotta ki – aktuálisan Magyarország legkisebb és legmobilisabb kiállításában.

Egy tárgy, egy történet: a vízipipa

A kiállítás *Zsebre vágott szubkultúra* címmel szereplő tárgya gyakorlatilag egy két darabból álló, házilag buherált hordozható vízipipa volt. A mobil projektbe a veszprémi Laczkó Dezső Múzeum révén került, azonban a projekt előtt a múzeumba – nézőpont kérdése, ki hogyan magyarázza? – véletlen felfedezés és azonnali elkobzás következett. „A pipa ... a bulik, strandolások kötelező kelléke, a társas együttlétek egyik szervező ereje. Sokféle minőségben, méretben és kivitelben kapható, de nagy mérete miatt kissé nehézkesen szállítható, ezért a vendéglátóhelyek egy része már szolgáltatásként kínálja a körbeülhető hatalmas pipát, amihez csak a saját mobil szipkát kell csatlakoztatni az ügyfélnek.” A kiállításban látható darabok „...a boltokban kapható vízpipákkal ellentétben még összeszerelve is kicsik, szétszerelve pedig akár kabátzsebben is könnyen elférnek, könnyű volt őket eldugni, meg vinni buliba, strandra, akárhová, mert akkor már nagy divat volt a vízpipázás. Ezért csináltam

direkt egy kisebbet is.” [A történet további részletei itt](#) olvashatóak. Kellemes meglepetés volt számunkra, hogy az EtnoMobil 2.0 veszprémi turnéja alatt a vízipipa régi gazdája – baráti körének védőhálóójában – eljött a lakókocsihoz és személyesen is meggyőződött arról, hogy az általa korábban félretett tárgy hihetetlen karriert futott be: múzeumi műtárggyá minősült. Ennek öröme közös fénykép készült róluk, mi pedig újabb izgalmas részleteket tudtunk meg az éjszakai pipás életről.

Véradó állomás? Lángosos bódé? Aláírásgyűjtés?

Hogy nem mást, hanem izgalmas múzeumi szolgáltatásokat nyújtunk, azt öles felirataink, információs és reklám anyagaink ellenére kevesen értették meg. Az utca embere simán elment mellettünk, mert egyáltalán nem feltételezte, hogy lakókocsink érdekes dolog a számára, pláne nem, hogy múzeumi kiállítást kínálunk, ami ráadásul ingyenes és rövid idő alatt megtekinthető. A fesztiválokon nagyobb eséllyel indultunk a közönség figyelméért, mint a hétköznapi megállóknál egy-egy város forgalmasabb terén, mivel a szabadidős programokon a közönség jobban ráért, magától közelebb jött, megállt, benézett. Jól tudtuk, hogy bárhol is járunk, a lakókocsis kiállítás annyira szokatlan, meglepő és nem magától értetődő jelenség, hogy csupán azzal, hogy valahol megállunk vele, még nem érünk a célba. A lakókocsi önmagában nem elég ahhoz, hogy megszólítsa a közönséget, nekünk magunknak kell még egy lépést tennünk felé. A turné állomásain ezért passzív várakozás helyett aktívan töltöttük az időt: beszédbe elegyedtünk az arra járókkal, minden kérdésükre válaszoltunk, és együtt boncolgattuk, hogy mi a néprajz és mi a múzeum, mit vizsgálunk a mobilitáson és mit is keresünk itt? Nem akartuk senkire ráerőltetni, nem akartuk mindenképpen „eladni” a kiállítást. Volt, aki előre tudott rólunk, és célirányosan a mobil tárgyfelhívásra érkezett, és természetesen voltak szervezett diákcsoportjaink is. De a legnagyobb kihívást és sikert az jelentette, ha magunkhoz vonzottuk azokat, akik nem tudtak rólunk, vagy egyáltalán nem járnak múzeumba.



14.26. kép: Nem is kellett hozzá sok látogató, hogy megteljen a kocsi. (Fotó: Frazon Zsófia)

„Rajta hordom az életemet”

Szeptember közepén egy napon át Veszprémben, a város közepén, a SPAR és a postahivatal között állomásoztunk. A sétáló utca átépítése miatt útfelbontás, közterület takarítás és kertrendezés egyszerre zajlott körülöttünk. A téren nagy volt a gyalogos forgalom, de többnyire mindenki sietett. Megpróbáltunk a zajjal és a többi városi szolgáltatással versenyezni, ezért viszonylag nagy területen, feltűnően pakoltuk ki az eszközeinket, és szokás szerint rövid játéka, beszélgetésre, kikapcsolódásra invitáltuk a városlakókat. Egészen jól sikerült a nap, a becserkészett látogatóknak tetszett a kiállítás, archívumunk pedig újabb mobil tárgyak fotóival és történeteivel bővült. [Az egyik jeles történet](#) a városi közterület fenntartó cég munkatársáé, aki saját elmondása szerint egész nap távolról figyelt bennünket, de mégsem értette, hogy mit csinálunk. Annyira kíváncsi volt, hogy a munkaideje végén odajött hozzánk, és megkérdezte tőlünk. Nem gondolta, hogy egyből egy múzeumi kutatásba csöppen, és hogy mi még nála is kíváncsiabbak vagyunk őrá. „Hogy van-e olyan mobil tárgyam, amit mindig magamnál hordok?” A munkaruhája

alól egy apró tárgy került elő: „Ez a pendrájvom, ebben hordom a titkaimat, az életemet, az elrejtett dolgaimat. Ebben tartom az életfilozófiámat. A nyakamban hordom, és mindig hordom, hogy ne férjenek hozzá a személyes adataimhoz, a magánéletemhez. Tabu témák vannak rajta, főleg képek, film az nincs, tabu témák. Csak viszem magammal, bedugom, és látom, ami rajta van. De mások ne lássák. Nem tartom hülyeségnek, ha elveszik, más nem tudja a kódját, és törésmentes.”

Mobil fotóműterem és archívum

Mozgó kutató és adatgyűjtő állomásunkkal az ország tizenöt különböző helyszínén fordultunk meg Kapolcstól Bánkon, Szombathelyen, Nagyatádon át Csepelig. A nyári fesztiválokra új, fiatal közönséget találtunk, a partner intézményekhez látogatva pedig nemcsak a lakókocsis projektekre, hanem a helyi múzeumra is ráirányítottuk a figyelmet. Több csatornán közzétett mobil tárgyfelhívásunk csak kis mértékben ért el hatást, a legtöbb tárgy és történet *ad hoc* módon, az éppen betérő látogatók zsebéből, táskájából, vagy ruhája alól került elő. Az etnomobil gyűjtés nagy előnye volt, hogy senkitől sem kértük el a számára fontos és kedves tárgyat. A résztvevőket a dokumentáció érdekében mindössze egy fotózásra kértük fel, és arra ösztönöztük, hogy ott és akkor meséljék el, és írják rögtön a laptopunkba saját történetüket. A mobil fotóműterem és archívum – nagy részben önkénteseinknek köszönhetően – eredményesen működött, a harminckét üzemelési nap alatt összesen száznegyvennyolc új tárgy és tulajdonos fényképét és elbeszélését sikerült megörökíteni és közzétenni a projekt blogján. Az [etnomobil2pont0 blog](#) a tárgytörténetek naprakész virtuális archívuma, ugyanakkor a projekt mozgási naplója is volt egyben. Mindent, ami az utazások alatt velünk történt, itt közvetítettünk élő egyenesben, többek között olykor hajmeresztő közlekedési kalandjainkat is. Lásd: [Lola és a vasember](#).

Interaktivitás 14 +

Az EtnoMobil 2.0 hasznosítási programja – a kiállításához hasonlóan – nem a kisgyerekekhez, hanem a fiatalokhoz és a felnőttekhez szólt. Az interaktív programelemek és provokatív múzeumpedagógiai akciók (műtárgyrejtvény, tárgyépítő játék, bédékker-készítés, körpanoráma rajzolás, alternatív tárlatvezetés stb.) közvetlen célja az volt, hogy ráhangolják a témára a látogatókat, elősegítsék a kiállítás feldolgozását, üzenetének akadálymentes befogadását, ösztönözzék az egyéni gondolkodást, az összefüggések keresését és a saját értelmezések megfogalmazását. Dialógus alapú, indirekt és kooperatív módszereinket útközben folyamatosan finomítottuk, és mindenhol rugalmasan alkalmazkodtunk a helyi közönséghez. Előzetes tudást nem igényeltünk, elegendő volt a játékos kedv, a kíváncsiság és a nyitottság. Egy-egy jó pillanatban a lakókocsi körül ismeretlen emberek kezdtek el velünk és egymással beszélgetni, vitatkozni, rejtvényt fejteni, tárgyakat összerakni és meghatározni. A gyakorlatok pillanatok alatt, spontán és humoros helyzetekben tartottak tükröt mindenki elé, rávilágítva felületes megfigyeléseinkre, elhamarkodott beszólásainkra. Az interaktív programelemekkel közvetett céljainkat is elértük: látogatóink egyenrangú partnereinké váltak, saját élményen alapuló új tudást szereztek, miközben önkéntelenül megismerkedtek és megbarátkoztak a múzeummal kapcsolatos alapfogalmakkal.

Kommunikáció 2.0

A lakókocsis kiállítás többszintű kommunikációját a Néprajzi Múzeum indította el, ehhez kapcsolódtak szervezetteren a partner intézmények, és spontán módon a projektben résztvevő látogatók. A sajtóanyagok, honlapok, plakátok és szórólapok mellett a második etnomobil projektben ismét nagy hangsúlyt kapott az internetes blogolás. Gyakorlatilag az etnomobil2pont0 volt a legközvetlenebb, leggyorsabb és legdinamikusabb kommunikációs csatornánk, amelyen a tárgytörténetek mellett a lakókocsi menetrendje és közlekedési kalandjai, a projekt sajtóvisszhangja, közlemények és vicces álhírek, programok és felhívások együttesen megjelentek. Sokan véletlenül bukkantak a blogra, és távolról követték az eseményeket. Akik viszont személyesen találkoztak velünk, azok egyértelműen magukénak érezték a projektet, és szinte kivétel nélkül rákerestek az oldalra, hogy a fotóinkon viszonlássák magukat és másokkal is megosszák: láttak egy érdekes kiállítást, részt vettek a játékokban vagy a tárgygyűjtésben. Az országos és a helyi médiák a közzétett [videókon](#), riportokban, cikkekben és kritikákban egyöntetűen pozitívnak és innovatívnak értékelték a projektet.

Minőségi eredmények

Az etnomobillal elsősorban arra sikerült rávilágítanunk, hogy a múzeum nem múltbéli és poros világ, hanem jelen idejű, mindenkit érintő, életszerű műfaj. Az is világhosszá vált általa, hogy mennyire fontos a múzeumi kutatás és

dokumentáció, hiszen a tárgyak nem önmagukban, hanem csak készítőik, használóik, tulajdonosaik hiteles és eredeti történeteik révén válnak érdekessé, értékessé. Az EtnoMobil 2.0-val elértük azt, hogy a közönség önszántából akár több órát is eltöltött a kiállítás közegében, képes volt elmélyülni a témában, végigolvasni a szövegeket, elgondolkodni a felvetéseken, belebonyolódni a vitákba, önfeledten játszani, összességében megállni és időt szánni egyszerűnek tűnő jelenségek komplex értelmezésére. Az EtnoMobil 2.0 rövid nyári kalandozása során, a mindössze három hónapos működés alatt közel tizenháromezer látogatót fogadtunk, a blogon azonban ennél jóval többen követték és terjesztették formabontó múzeumi turnénk hírét. Az út során összesen száznegyvennyolc tétellel bővítettük a jelenkorkutatás adatbázisát, azonban ennél is jelentősebb eredménynek tartjuk a bekövetkezett szemléletváltást: látogatóink észrevehetően rácsodálkoztak saját hétköznapijuk jelentéktelenségére, felfigyeltek használati tárgyaik érdekességére és ma már a korábbinál biztosan többre értékelik mindennapjaik eseményeit.

Nincs megállás!

Csupán a lakókocsit vontuk ki a forgalomból! Az EtnoMobil 2.0 virtuális kiállításként továbbra is látható, és a korábbi tárgytörténetek is mind olvashatóak az új online oldalon. Az etnomobil projekt ma már kizárólag virtuális formában él és szemmel láthatóan virul a Néprajzi Múzeum új web2-es felületén. Frazon Zsófia közreműködésével 2012 őszén ezen az új csatornán keresztül újabb etnomobil kampány indult *Melyik a legizgalmasabb mobil tárgyad?* címmel. A téma változatlanul a mozgás és a mobilitás, a felhívás azonban most teljesen önálló távmunkára: tárgyválasztásra, fotózásra, történetmesélésre és online feltöltésre buzdít. Az etnomobil projekt tehát fut tovább a maga virtuális útvonalain. Lakókocsink etnomobilos korszaka véglegesen lezárult, azonban Tabbert Lola bármikor felkerekedhet egy rendkívüli mobilitásának értelmet adó új múzeumi küldetésre. Érdeemes lesz figyelni a közlekedési híreket!

14.3 Kómár Éva: Médiumok összjátéka. - A Petőfi Irodalmi Múzeum kiállítási kommunikációja a hálózati kultúra korában

Bevezető

A szociokulturális környezetben bekövetkezett változások döntő módon alakítják át a kulturális kommunikáció eszköztársaságát. A kommunikációban résztvevő kultúrákötvetítő intézmények egyfajta „*contact zone*”¹ -ként működnek, egyaránt kiszolgálva a tudományos és a szélesebb közönség igényeit. Az információs társadalom megjelenése a múzeumokat is más mediális közegbe helyezte. A 21. századi múzeumlátogatók új elvárásokat fogalmaznak meg, szemlélődés helyett élményszerűségekre vágnak, valamint a korszerűségnek a hétköznapi életben megszokott igényével lépnek be a múzeum épületébe. Mindez kihívást jelent a múzeumok számára, ám egyben olyan lehetőséget is kínál, amely sosem látott szerephez emelheti az intézményeket. Így lesznek a múzeumok a „modern kor csodagyerekei”, amelyek páratlan karriert képesek befutni²

A kultúrákötvetítő intézmények hatékonyságát és sikerességét nagyban meghatározza, hogy milyen gyorsan és milyen minőségben képesek reflektálni erre a paradigmaváltásra.

PIM és az új muzeológia

A Petőfi Irodalmi Múzeum stratégiájában központi helyet kap a „nyitott múzeum” elve. A múzeum hármaskörű funkciói (gyűjtés, megőrzés, közlés) közül egyre nagyobb hangsúlyt helyez az artefaktumok és a feltáró munka során hozzájuk adott információk sokféle formájú publikálására, melynek pozitív következménye, hogy „összekapcsolja az élő kultúrát, a jelen gyakorlatát a kulturális örökséggel”.³ Az alapfeladatok mellett ellát közművelődési és edukatív feladatokat, figyelembe veszi a turisztikai igényeket is. A komplex ismeretek közvetítésekor a tudás

¹James Clifford, *Museums as Contact Zones = Uő, Routes. Travel and Translation in the Late Twentieth Century*, Cambridge, Mass, Harvard University Press, 1997, 188–219.

² idézi Ébli Gábor, *Az antropológizált múzeum. Közgyűjtemények átalakulása az ezredfordulón*, Bp., Typotex, 2005, 33.

³ Manuel Castels, *Múzeumok az információs korszakban = Múzeumelmélet. A képzeletbeli múzeumtól a hálózati múzeumig*, szerk. Palkó Gábor, Bp., PIM – Ráció Kiadó, 2012, 38.

dinamikus folyamatként épül be, lehetővé téve az élményszerű tanulás gyakorlatát. Ezzel a múzeum megszűnik „csupán” memoriterintézmény lenni, a kanonikus tipologizálást átlépve olyan korszerű kommunikációs modellekre épít, melyek által a látogató szabadságot kap az olvasatok individualizálására.

A PIM kiállítási kommunikációja

A múzeumi kommunikáció egyik leghatékonyabb eszköze a kiállítás. „A műalkotások új életet kapnak azáltal, hogy megosztják őket a közönséggel.”⁴ A tárlaton bemutatott műtárgyak új kontextusba kerülnek, új jelentést kapnak, és újabb metamorfózisok alapját képezhetik. Ugyanakkor napjaink kiállításai a látogató aktív részvételére is építenek, befolyásolva a jelentésalkotást. A kiállítás üzenetét a szakemberek, a látogatók és a médiumok együttesen alakítják.⁵

Amennyiben a múzeumot médiumnak tekintjük, megfigyelhetjük egy tárlat mediális rétegzettségét (pl. múzeum, kiállítás, autentikus műtárgyak, installációk, alkalmazott infokommunikációs eszközök), ezt a tényt fogalmazza meg McLuhan tételszerűen, miszerint „egy médium tartalma mindig egy másik médium”.⁶ Az irodalmi múzeumban a szöveg maga számít elsődleges médiumnak, ami hatással van a kiállítási koncepciók kidolgozására. Az irodalmi kiállításban egyrészt szétválasztható a mű és a szöveg, másrészt az irodalmi szöveg képes tárgyiasulni – autentikus műtárgyként megjelenni,⁷ (például az autográf kézirat maga is műtárgy), és beíródhat más technikai hordozókba is. A textus „metamorfózisai” izgalmassá teszik a kiállításokat, és a látogatót nagyobb mennyiségű információ befogadására motiválják. A PIM tárlatainak a dialógus megteremtése, az interaktivitás fontos szerepet játszik, amihez az informatikai alkalmazások nagy segítséget nyújtanak a kurátorok és látványtervezők számára.

Az Infokommunikációs (IKT) eszközök beépülése és szerepe a PIM kiállításokban

A múzeumi kiállítás ma már nem fizikai térhez kötött, többféle formában és többféle hordozón valósulhat meg. Beszélhetünk a múzeumépületben vagy mobil kiállító térben elhelyezett tárlatról. Online formában a gyűjtemény anyagából szervezhetünk virtuális kiállítást, de alkothatunk képzeletbeli webmúzeumot is, tetszőlegesen válogatott médiatartalmakból. Mindezt offline hordozókon is szolgáltatathatjuk. A kiállítási kommunikációhoz napjainkban szorosan kapcsolódnak a web2-es és a mobileszközökre kifejlesztett alkalmazások.

Tervezés

Az informatika „hasznosulása” már a kiállítástervezés kezdetén szerepet kap, hiszen az anyaggyűjtés és témakutatás sokkal hatékonyabb egy gyűjteményi integrált rendszer segítségével. Azáltal, hogy a PIM gyűjteményi, bibliográfiai és életrajzi adatbázisai egy rendszerben kapcsolódnak össze (Huntéka-M), lehetővé válik, hogy a kurátor egy felületen való kereséssel tájékozódjon a vonatkozó műtárgyról vagy a témához kapcsolódó egykorú szakirodalomról, valamint a szerzői kapcsolatrendszeréről és életrajzi forrásokról. Amennyiben az adatbázisban lévő rekordokhoz a műtárgyról készült nézőkép is tartozik, a digitális másolatot a forgatókönyvbe azonnal beilleszthetjük.

⁴ Antonio M. Battro, Malraux képzeletbeli múzeumától a virtuális múzeumig = Múzeumelmélet..., i. m., 38.

⁵ Rhiannon Mason, Múzeumok, galériák, kulturális örökség = Múzeumelmélet..., i. m., 129.

⁶ Marshall McLuhan, *Understanding Media. The extension of Man*, London, Routledge, 2001, 8.

⁷ Uwe Wirth, Mi mutatkozik meg, amikor irodalmat mutatunk be? = Múzeumelmélet..., i. m., 279.


<p>A sarokban-témacsoport I.¶ A nagyváros-hetilapja¶ ¶ digitális-képeret□</p>	<p>„Emmy-színből van-összerakva-a-mai-Budapest-képe-és-köztük-nem-az-utolsó-az-összintesege.Íme-minden-a-villámfény-hideg-kék-körében-áll-előttem:a-nyomorúsága,-az-éhsége,-a-küszködése,-az-öklendezése,-és-nincs-romantika,-Török-császár,-Pálvax,-Újvilág--amely-eltakarja.”-Lovik-Károly: <i>Új-Budapest</i>, A-Hét,-1913.¶ □</p>	<p>A-Hét-című-hetilap¶ ¶ 27-kép++50-szöveges-felirat¶  A-Hét-cimlapjai,szerzői¶  fontosabb-tárcák,¶ áínevek¶ képzőművészeti-kritikák□</p>	<p>Hogyan-alakult-ki-szépíródalmi-igényű-tűjságírás-¶ és-a-tárcánovella-műfaja?□</p>
<p>Információs-panel¶ ¶ A-középső-falon-balra-</p>	<p>A-századforduló-ars-poeticáiban-leggyakrabban-hangsúlyozott-„liraiság”-elvé-által-a-művész-közéletb-került-a-költészet-lényegét-adó-érzésekhez,-hangulatokhoz,-</p>	<p>¶ □</p>	<p>□</p>

14.27. kép: Részlet a „Ködlovagok” című kiállítás képes forgatókönyvéből. Petőfi Irodalmi Múzeum

Az IKT eszközök „betervezése”, kommunikációs szerepük kitalálása a forgatókönyv megírásával párhuzamosan zajlik. Ezért nagyon fontos az informatikai szakemberek bevonása a kezdetektől, éppen úgy, ahogy a múzeumpedagógusok és a marketing szakembereké is. A tervezés során feltérképezzük a szolgáltatáshoz szükséges hardver- és szoftverigényt, tekintettel arra, hogy olyan eszközöket szerezzünk be, amelyeket hosszú távon fel tud használni az intézmény. Az egyedi szoftverfejlesztések irányának kijelölésekor is ajánlatos a többszöri felhasználás lehetőségét figyelembe venni.

Szükséges mérlegelnünk, hogy az üzemeltetés megoldható-e házon belül, vagy külső forrásokat igényel, valamint hogy megkívánja-e az állandó informatikai felügyeletet. Kurátorként tudnunk kell, hogy az előbb felsorolt szempontok alapján milyen anyagi ráfordítást igényel az adott kiállítás informatikai támogatása.

A forgatókönyv elkészítése a fizikai tér felosztása mentén halad, és ahogy a műtárgyak, installációk helyét kijelöljük, ugyanígy az IKT eszközök helyét, szerepét és tartalmát is feltüntetjük.

<p>Digitális-képeret□</p>	<p>KISS JÓZSEF KÖLTEMENYEI </p>	<p>Lapozódó-könyvillusztrációk-¶ ¶ Előhang¶ Rajzolta-Ferenczy-Károly-¶ ¶ De-profundis¶ Rajzolta-Grünwald-Béla¶ ¶ „Csak-olykor-olykor,-ha-egy-édes-arczú-lyány-¶ Vetődik-utamba,-kezd-szívem-remegni...”¶ A-szelelemvagy-című-vershez-készítette-Réti-István¶ ¶ Mögöttem-semmi,-előttem-semmi¶ A-Dalok-az-utczáról-című-vershez-festette-Hollósy-Simon¶ ¶ „Vajúdó-lázás-éj...jó-volt-femetkezni...”¶ Thorma-János-illusztrációja-a-</p>	<p>□</p>
---------------------------	--	--	----------

14.28. kép: Kiállítási forgatókönyv az informatikai alkalmazások helyének megjelölésével. Petőfi Irodalmi Múzeum

Mindenekelőtt olyan IKT technológiákat alkalmazunk, amelyek elősegítik a tematika többszólamú reprezentációját, funkcionálisan és módszertanilag igazolható a jelenlétük, ugyanakkor felhasználóbarát alkalmazások. Fontosnak

tartjuk azt is, hogy az eszközök külső megjelenése és az interfészek grafikai terve szervesen illeszkedjen a kiállítás szín- és látványvilágához. Azáltal, hogy felkínáljuk a hipermedialitás lehetőségét, elősegítjük a felfedezési tanulást, így a tárlat képes releváns élményt nyújtani különböző elvárási szinteknek.

Milyen típusait használjuk az informatikai megoldásoknak?

Ismeretközlő informatika

Jellemzői: egyirányú kommunikáció, melynek célja az ismertközlő információátadás. Például szöveges anyag vetítése PC-n vagy digitális képkeretben. (Ezt a típust egyre kevésbé használjuk önállóan.)

Illusztrációs informatika

Jellemzői: szintén egyirányú kommunikáció, melynek célja az illusztrálás, szórakoztatás, ráhangolás. Például intrók, vetítések plazma tévén vagy digitális képkeretekben.

Interaktív informatika

Jellemzői: kétirányú kommunikáció, nem direkt irányított ismeretközlés, melynek célja az ismeretátadás interakció által. Lehetővé teszi a navigációt és a *hipermedialitást*. Például infopultok, érintőképernyős eszközök, játékkonzolok.

Példák az alkalmazásokra a PIM kiállításiból

A következő részben olyan tárlatokból emelünk ki példákat, amelyeknél a kiállítási informatikai megoldások újdonságot jelentettek ötlet, funkció, módszertan, technológia stb. tekintetében.

IKT a kiállítási terekben

Reneszánsz utak, virtuális találkozások (2008)⁸

Az első kiállításunk, amelyben hangsúlyosan alkalmaztuk a kiállítási informatikát a Reneszánsz Év jegyében született. A tematika, a reneszánsz időszakára jellemző felfedező-tudományos gondolkodás sajátossága miatt az új médiumok könnyedén beépültek a tárlat világába. Az előtérben egy falon 3D-s grafikával készült beharangozó film (*intró*) futott, amelynek vizuális és zenei hatása a tárlat élményvilágának első elementáris élményét jelentette. Az intró itt látható:

Az első teremben négy mini PC-n játszott kisfilm segítette, hogy a kiállítás legértékesebb műtárgyának Augustinus Moravus patérájának szimbólumrendszerét és vonatkozásait bemutassuk. Az autentikus műtárgy más kontextusba helyezése lehetővé tette új jelentések és összefüggések közvetítését a látogató számára.

⁸ *Reneszánsz utak, virtuális találkozások*, rend. Komlóssy Gyöngyi, látványterv Kemény Gyula, Bp., PIM, 2008. november 8. – 2009. február 28.



14.29. kép: *A Reneszánsz utak, virtuális találkozások (2008) c. kiállítás részlete. Petőfi Irodalmi Múzeum (Fotó: Gál Csaba - PIM)*

Projektorok segítségével két egész falat betöltő grafikával a napszakok váltakozását, és a lakomához készülődés aktusát idéztük meg, mely hangulati elem alapvetően meghatározta a terem atmoszféráját. A videófilm itt látható:

A tér-idő érzet kitágításának illúzióját szolgálta a plafonra vetített interaktív csillagtérkép, melyen a látogató különböző bolygómozgásokat navigálhatott.

*A szép és a jó. Kazinczy és a művészetek (2009)*⁹

A Kazinczy-kiállítás *intrója*, egy 3D-s grafikával készült film a virtuális terekbe való átlépés hatását keltette. Az egész falat betöltő vetítés segítségével a látogató számára hiteles források¹⁰ alapján rekonstruálhattuk Kazinczy Ferenc egykori szülőházát. Az intró itt látható:

*Ködlovagok. Irodalom és képzőművészet találkozása a századfordulón, 1880–1914 (2010)*¹¹

A Ködlovagok kiállítás volt az a tárlat, amely legszebben tudta megvalósítani a régi és új médiumok esztétikai és funkcionális összhangját.¹² A szépirodalmi szövegek és a képzőművészeti alkotások autenticizmusa és az új technológiai eszközök általi metamorfózisuk felbontották a kiállítás lineáris narratíváját, a látogató egyéni benyomásai alapján viszonyulhatott a Ködlovag-nemzedék útkeresését kifejező alkotásokhoz. A látvány szándékos esztétizmusa miatt a falakon csak minimális szöveget helyezhettünk el, a témát kibontó további szépirodalmi idézeteket, a kutatási eredményeket tükröző művészettörténeti és irodalomtörténeti adalékokat, illetve digitális reprodukciókat infopultban tettük hozzáférhetővé. Az infopult menüstruktúrája leképezte a kiállítási tér témafelosztását, így a látogató a számítógép interfészén keresztül átélhette a „tér a térben barangolás” élményét – bővített tartalommal.

⁹ *A szép és a jó. Kazinczy és a művészetek*, rend. Gyapay László, Kovács Ida, látványterv Kemény Gyula, 2009. május 22. – 2010. február 28.

¹⁰ Jakoby Károly, *Kazinczy széphalmi háza sírjával, emlékoszlopával*, 1859, MTA Művészeti gyűjtemény

¹¹ *Ködlovagok. Irodalom és képzőművészet találkozása a századfordulón, 1880–1914*, társrend. Bauernhuber Enikő, Cséve Anna, Kómár Éva, Kőrös Kata, látványterv Kemény Gyula, Bp., PIM, 2010. november 11. – 2011. szeptember 18.

¹² A témáról bővebben ld. Kómár Éva, *Ködlovagok a régi és új médiumokban. Kép és szöveg transzformációi az irodalmi kiállításban*, Irodalomismeret online, 2012. 3.]



14.30. kép: *Infopult a Ködlovagok. Irodalom és képzőművészet találkozása a századfordulón, 1880–1914 (2010) c. kiállításon, Petőfi Irodalmi Múzeum. (Fotó: Gál Csaba - PIM)*

A közönség által leginkább kedvelt látványelem a „virtuális pocsolya” volt, vagyis egy szimulációs víztükör, mely a vízben járás érzetét keltette egy nagyvárosi térben. Az aktus metaforikussága kifejezte az érzetek, a belső megfigyelés útján keletkező impressziót.

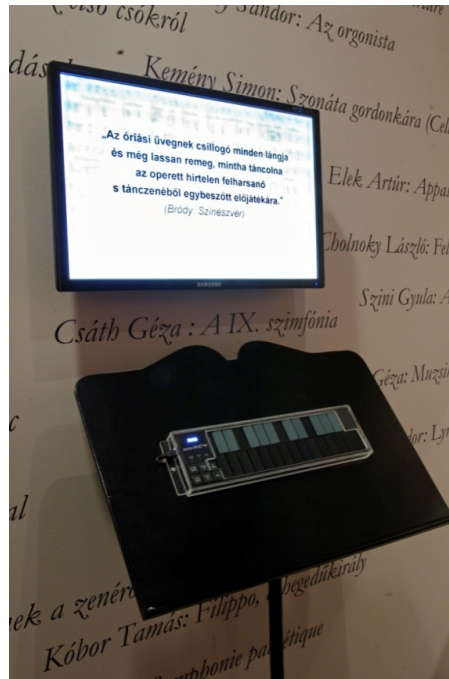


14.31. kép: *„Virtuális pocsolya”. Ködlovagok. Irodalom és képzőművészet találkozása a századfordulón, 1880–1914 (2010), Petőfi Irodalmi Múzeum. (Fotó: Gál Csaba - PIM)*

Az IKT eszközök segítségével elvont fogalmakat (pl. metafora) jeleníthettünk meg érzéki, vizuális módon. Az összművészet termében a szinesztézia stílusesszközét tettük láthatóvá-hallhatóvá egy színorgona és egy szóorgona működtetésével. A színorgona színes fénynyalábjába nyújtott kezünk hangzó idézeteket szólaltatott meg, melyek segítettek megérteni a szinesztézia mibenlétét. Másik interaktív eszközünk a szóorgona volt, mely a szöveg-képgang egyidejűségével közvetítette a „művészet egy” üzenetét.



14.32. kép: Színorgona. Kődlovagok. Irodalom és képzőművészet találkozása a századfordulón, 1880–1914 (2010) c. kiállításon, Petőfi Irodalmi Múzeum. (Fotó: Gál Csaba - PIM)



14.33. kép: Szószongora. Ködlovagok. Irodalom és képzőművészet találkozása a századfordulón, 1880–1914 (2010) c. kiállításon, Petőfi Irodalmi Múzeum. (Fotó: Gál Csaba - PIM)

A tárlat harmadik, vízió termében a multimédiás eszközök a szimbolizmus jellegzetes stílus eszközeinek bemutatásában játszottak szerepet. A műalkotások, a fal mellé állított fülhallgatókból hallható monoton sustorgás, a plazmatévéen látható „víziós” szövegek-képek és a falra vetített színes kaleidoszkóp egységes, közegszerűen működő atmoszférát teremtettek.



14.34. kép: „Vizió terem”. Ködlovagok. Irodalom és képzőművészet találkozása a századfordulón, 1880–1914 (2010) c. kiállításon, Petőfi Irodalmi Múzeum. (Fotó: Gál Csaba - PIM)

„Ki vagyok én? Nem mondom meg...” – Petőfi választásai (2011)¹³

Megújult állandó kiállításunk friss szemlélettel és a legújabb technológiai megoldásokkal mutatja be a költőt, életének főbb állomásait és a hozzá kapcsolódó kultuszt – Petőfi szokatlan választásait, identitáskeresését állítva

¹³ „Ki vagyok én? Nem mondom meg...”. Petőfi választásai, rend. Adrovitz Anna, Kalla Zsuzsa, látványterv Mihalkov György, Bp., PIM, 2011. szeptember – 2016. szeptember

a középpontba. A külön személyiség és formabontó életművének színre vitele pozitív feszültséggel tölti meg a kiállítás tereit, különösen vonzó problémafelvetést jelent a fiatalabb generáció számára. Az interaktív múzeumpedagógiai pontok köré telepített informatikai eszközök tovább erősítik a tárlat játékos, izgalmas kínálatát. A digitalizált néprajzi, tárgyi, kéziratok gyűjteménye padokba épített érintőképernyős számítógépeken böngészhető.



14.35. kép: Iskolapad beépített képernyővel. Petőfi állandó kiállítás részlete. Petőfi Irodalmi Múzeum. (Fotó: Gál Csaba - PIM)



14.36. kép: Kéziratok. Petőfi állandó kiállítás részlete. Petőfi Irodalmi Múzeum. (Fotó: Gál Csaba - PIM)

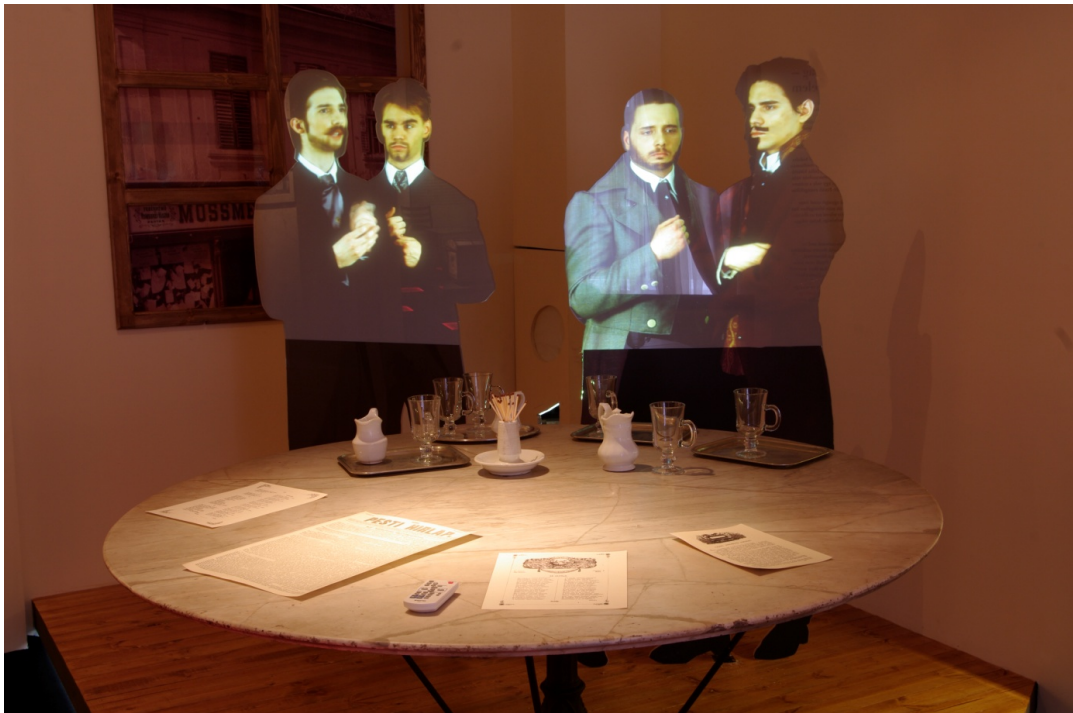
Mellettük biliárdasztalra helyezett számítógépes szerepjátékot navigálva élheti át a látogató március 15-e fordulatait, játszva tanulva, a menüpontok közül választva követheti végig „Petőfi napját”, saját neve alatt gyűjthet maga köré támogató követőket.



14.37. kép: Játékok. Petőfi állandó kiállítás részlete. Petőfi Irodalmi Múzeum. (Fotó: Gál Csaba - PIM)

A program gondosan kidolgozott grafikával készült, dinamikus mozgással, több képsíkban ábrázolva a helyszíneket és szereplőket.

A kiállításban két új – eddig nem használt – technológiai megoldás szerepel: egy hologramos vetítés és Petőfi „digitális lábnyma”. A vetítés hologramos technikával eleveníti fel négy márciusi ifjú – köztük Jókai és Petőfi – beszélgetését a Pilvax Kávéházban, azt a drámai pillanatot, amikor Czakó Zsigmond haláláról értesülnek.



14.38. kép: Hologram alakok. Petőfi állandó kiállítás részlete. Petőfi Irodalmi Múzeum. (Fotó: Gál Csaba - PIM)

A Petőfi-kultuszt bemutató teremben található a „digitális lábnyom”: a látogató érintőképernyő segítségével a költő megzenésített verseiből válogathat a youtube.com videó-megosztón.

Kiállítások rendhagyó térben

Mobilkiállítások – Nyugat100 (2008); Nyelvet öltünk (2010); Erkel 1800-as járat (2010)

A *Nyugat100* című időszaki kiállítás sikerének köszönhetően merült fel először az az ötlet, hogy juttassuk el az installáció egy változatát minél több településre. A mozgó kiállítások „hordozója” egy átalakított Ikarusz busz lett, melynek utasterében épült fel az első minitárlat, s később még két tematikus buszjárat követte.



14.39. kép: Nyugat-busz. Petőfi Irodalmi Múzeum. (Fotó: Gál Csaba - PIM)



14.40. kép: Kazinczy-busz. Petőfi Irodalmi Múzeum. (Fotó: Gál Csaba - PIM)

Az informatikai és multimédiás alkalmazások különösen hasznosnak bizonyultak, hiszen a szűk térben egy-egy eszköz hatványozott számú információs és illusztrációs anyagot tárolt és szolgáltatott. Nagy sikerük volt a beépített interaktív játékoknak is, mint például egy Wii konzol segítségével irányítható zenekarnak az Erkel-buszban.



14.41. Erkel-busz. Petőfi Irodalmi Múzeum. (Fotó: Gál Csaba - PIM)



14.42. kép: Wii konzol az Erkel-buszban. Petőfi Irodalmi Múzeum. (Fotó: Gál Csaba - PIM)

Egyéb megjelenési formák

Offline hordozók

A kiállításokhoz kapcsolódó offline formában megjelenő kiadványaink biztosítják a látogató számára, hogy még inkább elmélyülhessen a tárlat tematikájában, és további aspektusokat fedezhessen fel. A Nyugat100 tárlathoz kapcsolódóan két igen informatív kiadvány jelent meg. A Kelettől Nyugatig¹⁴ (2009) című interaktív térképgyűjteményen a Nyugat írói lakhelyeinek és munkahelyeinek topográfiáját tanulmányozhatjuk. A Nyugat-mozi¹⁵ (2009) filmfelvételei pedig a nyugatos írókról készült összes archív filmanyagot gyűjtötte egybe. Nemesak különleges esztétikai élményt ad, de oktatási segédanyagként is használható a Ködlovagok-DVD¹⁶ (2012), hiszen a századforduló két művészeti ágának – irodalomnak és képzőművészetnek – egymásra hatásait eddig soha nem látott, gazdag anyaggal mutatja be. Különlegessége még, hogy a múzeum terében megvalósuló kiállítás vendégkönyvből használtunk fel idézeteket témamejelölő mottóként, így a látogatók reflexiói beépültek a virtuális tárlatba.

Virtuális kiállítások

A PIM dokumentumaiból, tárgyi anyagából szervezett kiállítások, melyek csak virtuális formában léteznek.

A MaraiSandor.hu honlapon látható virtuális kiállításon az író életrajzát követhetjük nyomon egykorú fotók segítségével, miközben Márai hangját halljuk, amint 1967-es végrendeletét olvassa fel magnóra fiának.

Az 1956-os forradalom évfordulóján induló *Gond és hitvallás* című kiállítás a történelmi eseményt elsősorban a szépirodalom felől mutatja be egykorú dokumentumokkal, hangfelvételekkel, szintén a PIM gyűjteményeinek anyagából.

Unikálisnak mondható virtuális kiállítások a múzeum pimmédia oldalán található Emlékezések sorozathoz (Vas István, Nemes Nagy Ágnes,¹⁷ Ottlik Géza) tartozó összeállítások, melyek a múzeum médiatárának hangfelvételeiből készültek, kiegészülve fotókkal és egyéb dokumentumokkal.

Hálózati kommunikáció

Portál, microsite-ok

¹⁴ *Kelettől Nyugatig. Mesélő térképek a Nyugat íróinak életéről*, szerk. Kelevéz Ágnes, Szilágyi Judit, Bp., PIM, 2009. [CD-ROM]

¹⁵ *Nyugat-mozi. Archív filmfelvételek a Nyugat íróiról*, szerk. Kelevéz Ágnes, Kemény Aranka, Szilágyi Judit, Bp., PIM, 2009. [DVD-ROM]

¹⁶ *Ködlovagok. Irodalom és képzőművészet találkozása a századfordulón 1880–1914*, szerk. Bauernhuber Enikő, Cséve Anna, Kómár Éva, Körös Kata, Bp., PIM, 2012. [DVD-ROM]

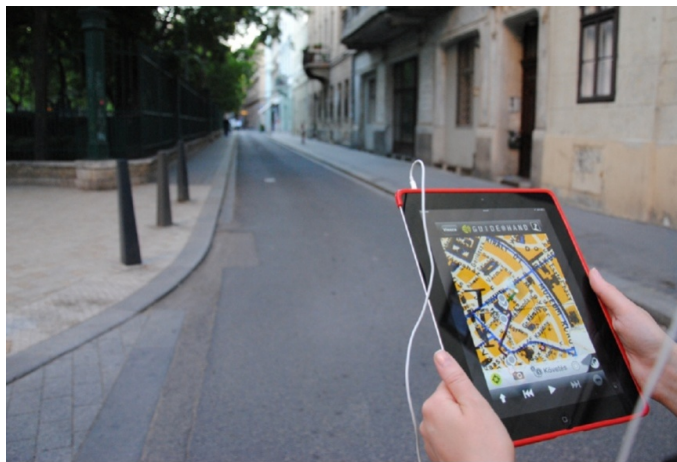
¹⁷ Kelevéz Ágnes: A virtuális kiállítás médiatári lehetőségei. Emlékezések Nemes Nagy Ágnesre a pimmédia honlapján, Irodalomismeret, 2012. 1. [<http://www.irodalomismeret.hu/linkek/175>]

A PIM-portálon az újonnan nyíló tárlatokról külön oldalakon informálódhat a látogató, a nagyobb kiállítások számára pedig önálló honlapot biztosítunk. Ilyenek a 100 éves A Pál utcai fiúk vagy a Nyugat100 kiállítások microsite-jai. A lebontott időszak kiállítások is „továbbélnék” általuk, összesítik a kutatási eredményeket, reprezentálják a tárlatok gazdag tárgyi anyagát, és informálnak a recepciótörténetéről is.

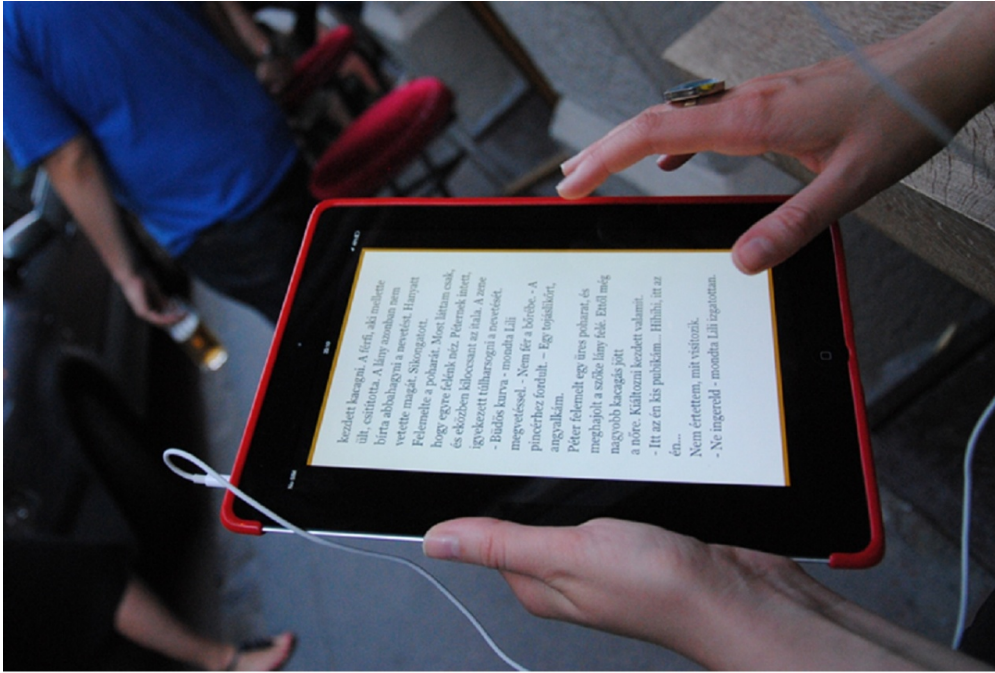
Mobileszközökre kifejlesztett alkalmazások

A közönség részéről egyre inkább elvárás, hogy a múzeumi tartalmakat mobileszközökön is elérjék. A Petőfi-kiállításunkhoz már hozzátartozik az a szolgáltatás, hogy QR-kód segítségével Android és iPhone operációs rendszerre egyaránt letölthetik a tárlat katalógusát. A többnyelvű multimédiás program végigkalauzolja a látogatót a termeken, aki mindeközben különböző lapozókat nézegethet olyan digitalizált műtárgyakról és dokumentumokról, amelyek nem szerepelnek a kiállítási térben.

Igazi újdonságnak számít az Ottlik-kiállításához (2012) készült lokatív technológiát alkalmazó *interaktív irodalmi séta*. Az okostelefonra letölthető program segítségével bebarangolhatjuk a *Hajnali háztetők* című regény budapesti helyszíneit, miközben megismerhetjük a regény cselekményét és a szereplőket. A mintegy hatórás séta alatt korabeli audiovizuális anyagokat is olvashatunk-nézhetünk.



14.43. kép: *Guide@Hand* alkalmazás az Ottlik Gézaról szóló kiállításához – 1. kép. Petőfi Irodalmi Múzeum. (Fotó: Gál Csaba - PIM)



14.44. kép: Guide@Hand alkalmazás az Ottlik Gézáról szóló kiállításhoz – 2. kép. Petőfi Irodalmi Múzeum. (Fotó: Gál Csaba - PIM)



14.45. kép: Guide@Hand alkalmazás az Ottlik Gézáról szóló kiállításhoz – 3. kép. Petőfi Irodalmi Múzeum. (Fotó: Gál Csaba - PIM)

Web 2.0.

A közösségi média hatása a múzeumokat sem kerüli el. A PIM is rendelkezik *Facebook* *profillal*. A legfrissebb hírek posztolásával azonnali feedback-ekre adunk lehetőséget, amelyek visszahatnak a múzeumi kommunikáció további alakulására.

A kreatív írás kedvelői számára a PIM online kávéházat „nyitott” (2011). A *Költőtoll* online felületére azok a középiskolás diákok küldhették el írásaikat, akik részt vettek a múzeumban tartott *PIMasz Tintászok* (újságírók) vagy *Irodalmi (C)irkálók* (írók, költők) tehetséggyógyozó szakkörök valamelyikén.

A Petőfi-kiállítás megnyitása előtt indult egy web2-es kampány, melynek keretében a jövőbeli látogató blogoldalon tájékozódhatott a tárlat létrejöttének mozzanatairól, így ő maga is átélhette az alkotás izgalmát.

A fenti példák is bizonyítják, hogy a Petőfi Irodalmi Múzeum kommunikációjában hatékonyan alkalmazza a legújabb trendeket, lépést tartva az információs társadalom folytonosan megújuló igényeivel. Ugyanakkor a muzeológusok számára rendkívül fontos, hogy sikerüljön fenntartani az ismeretátadás és az élménykeltés egyensúlyát. A szakemberek feladata, hogy a digitális másolatok térhódításának idején megtanítsák a múzeumlátogatót az „eredeti” értékelésére. A PIM mint kultúraközvetítő intézmény meghatározó szerepet játszik ebben, éppen úgy, mint ahogy fontosnak tartja az olvasás örömeinek megidézését, a szépirodalom – az irodalom mint szépművészet – üzeneteinek kódolását és dekódolását a kódrendszerek fragmentálódásának korában, a „törött tükrök világában”, amely olyan szövegekből áll, amelyek nem lépnek kapcsolatba egymással”.¹⁸

14.4 Szabics Ágnes: Múzeumpedagógiai programok Bukta Imre: Másik Magyarország című kiállításán

2012. november 10-én nyílt meg *Bukta Imre: Másik Magyarország* című kiállítása a Múcsarnokban, melyet több mint négy hónapon keresztül tekinthetett meg a nagyközönség. A Múcsarnok kiállításaihoz minden korosztály számára, iskolai osztályoknak és családoknak, hétköznap és hétvégén hirdetünk múzeumpedagógiai programokat. Erre a kiállításra Budapestről és vidéki városokból, óvodákból, gimnáziumokból és egyetemekről egyaránt érkeztek csoportok, ezért elmondható, hogy az elmúlt évek legszínesebb múzeumpedagógiai kínálatát tudtuk nyújtani az érdeklődők számára. A csoportfoglalkozások mellett hétfégi családi programokra is vártuk a gyerekeket szüleikkel és nagyszüleikkel együtt, valamint hetente vettek részt múzeumpedagógiai foglalkozásokon a 6-13 éves gyermekekből álló SZEMAFOR (*Szemlélet Alkotás Forma*) Stúdió tagjai, akik lelkes rajongói a Múcsarnok kiállításainak.

A kiállítás pedagógiai kommunikációja

Az általános és középiskolai osztályoknak szóló múzeumpedagógiai foglalkozásokat, melyek a kiállítási lepeorellóban is szerepelnek, a megnyitó előtt szoktuk szétküldeni e-mailben a budapesti és vidéki iskoláknak. A kiállításához három korosztálynak dolgoztam ki foglalkozásokat, melyekről a hírlevélből, a kör-e-mailből valamint a weboldalról szerezhettek tudomást a pedagógusok, de minden jelentkező osztálynak személyre illetve osztályra szabott programot alakítottam ki az előre megírt tematikától némiképp eltérően.

A múzeumpedagógiai foglalkozások elsődleges célja, hogy a kiállításra látogató közönség közelebb kerüljön a műalkotásokhoz, valamint a kiállítás koncepciójához. Ezt segítik az általános- és középiskolásoknak meghirdetett csoportfoglalkozások, melyek akkor válnak maradandó élménnyé a tanulók számára, ha olyan témákról beszélgetünk, vitatkozunk, olyan vizuális feladatokat oldunk meg egyénileg és közösen, amelyek érdeklik az adott korosztályt, izgalmasak számukra a kérdések és a megoldandó feladatok, és valóban el tudnak mélyülni az alkotó munkában a másfél-két óra leforgása alatt. Egy ilyen foglalkozás megtervezéséhez pontosan tudni kell, hogy a résztvevők jártak-e már a Múcsarnokban, és ha igen, akkor milyen kiállítást tekintettek meg, ismerni kell az iskolát, ahonnan érkeztek, fontos, hogy milyen óra keretében nézik meg a kiállítást, iskolai időben, vagy szabadidejükben veszik-e igénybe a múzeumpedagógiai szolgáltatást, de a legfontosabb a korosztály, az életkori sajátosságoknak a figyelembe vétele.

Az óvodásoknak és kisiskolásoknak kitalált program egy mese köré épült, de a történetet mindig a szerint írtam át, hogy hány éves gyerekeknek mondtam el. Az óvodásokat más mesék kötik le, mint a 9-10 éveseket. Máshogyan kell mesét mondani egy harmincfős osztálynak, mint egy hét főből álló kisebb csoportnak. A történeteket, melyek vadászokról, boszorkányokról, varázslókról és „manipulátorokról” szóltak, úgy meséltem a gyerekeknek, hogy szinte észrevétlenül vezettem végig őket a kiállítás termein, megállva egy-egy múnél, melyekhez vizuális feladatokat kaptak. Szerepelt közöttük festés, szénrajz, pasztellrajz, agyagozás, papírkivágás, papírtépés, ceruzarajz és gipszöntés.

¹⁸ Manuel Castells, *Múzeumok az információs korszakban = Múzeumelmélet...*, i. m., 38.



14.46. kép: A mesebeli odúk, búvóhelyek, rejtkehelyek ábrázolása – szénrajz. (Fotó: Szabics Ágnes)

A történet szorosan kapcsolódott a látottakhoz, így az első pillanattól kezdve, mikor beléptünk a kiállítóterbe, a mese kellős közepén találtuk magunkat. A mese elemeit mindig egy kiállított műalkotás illusztrálta. A gyerekek szinte szereplőként hallgatták a történetet, miközben a saját alkotások elkészítésével megoldották a vizuális feladatokat, egyben a mese konfliktus helyzeteit is, hogy eljuthassunk a történet és a kiállítás látogatás befejezéséhez. A mese élményén és a szabad alkotáson kívül a gyerekek átélhették, hogy egy kiállításon bemutatott műalkotásról (amennyiben kiállításon és nem egy vidéki faluban érezték magukat) szabadon gondolkozhatnak, szabadon formálhatnak véleményt, így szabad asszociációk sora segítheti azok megértését.



14.47. kép: Elvarázsolt növények festése – tempera festmény. (Fotó: Szabics Ágnes)



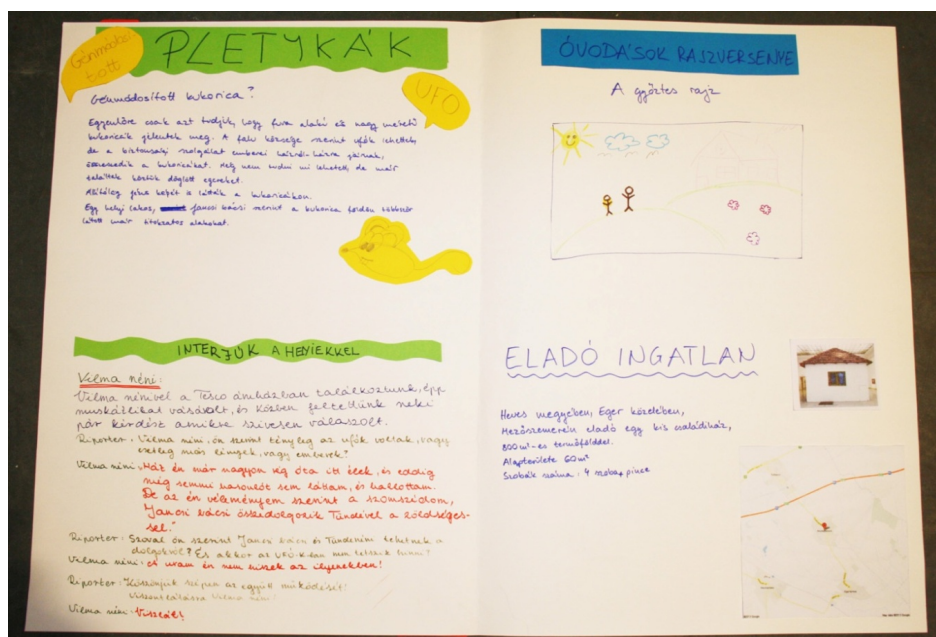
14.48. kép: A Mezőszemerei boszorkány meséjében szereplő állatok megmintázása. Agyagfigurák. (Fotó: Szabics Ágnes)

Míg a mesék kiindulópontjaként az első teremben felépített ház-installáció szolgált, addig a felsőbb korosztály számára a leggyakoribb téma a génmanipuláció volt. Létező, de abszurd, valóságos, de – nem feltétlenül jó értelemben vett - fantasztikus jelenség, amivel találkozhatunk mindennapjainkban. A vélemények megoszlanak róla, de foglalkozik vele a mezőgazdaság, az orvostudomány, a politika, a környezetvédelem és a kereskedelem.



14.49. kép: Egy génmanipulált világ megrajzolása – olajpasztell. (Fotó: Szabics Ágnes)

Bukta Imre *GM kukorica* című munkájával nem foglal állás a génmódosítás ellen, vagy mellett, mint ahogy egyik munkájában sem teszi ezt. Csupán eseményekre, helyzetekre, problémákra hívja fel a figyelmet, mindenfajta értékítélet nélkül. Elgondolkodtatja a nézőt anélkül, hogy ő véleményt formálna. A foglalkozásokon szerettem volna ezt az elmélkedést, végiggondolást, az aktuális társadalmi, szociális és gazdasági kérdéseken való elgondolkodást segíteni, mindig az adott korosztályhoz alkalmazkodva. Kiskamaszokkal elképzeltünk egy génmanipulált világot, ahol, minden élőlény génmódosításon ment keresztül. Elképzeltük és megvitattuk e világ előnyeit, hátrányait és következményeit. Vagy beleképzeltük magunkat oknyomozó újságírók szerepébe, akik utánajárnak egy bűnesetnek és kiderítik, majd leírják egy falu rejtélyes eseményeit. Beszámoltak a fiatalok - mint egy természettudományi, egy orvosi, egy kertészeti és egy napilap szerkesztői - egy különös esetről, amely Mezőszemerén történt, és csak egy bulvárújság írt róla.



14.50. kép: Interjúk, tudósítások, hírek, pletykák a génmódosított kukoricáról a középiskolások által szerkesztett újságban. (Fotó: Szabics Ágnes)

A gimnazisták egy Greenpeace csoport tagjaiként tüntettek a génmanipuláció ellen egy elképzelt falunapon; készítettek kocsmában terjeszthető szórólapokat, plakátokat, transzparenszeket és matricákat. Célszerű, ha a kiállítás látogatást egy hosszabb telefonbeszélgetés előzi meg a kísérőtanárral. Egy ilyen beszélgetés során derült ki például, hogy a program egy egész éves iskolai projekt része, melynek célja, hogy a tanulók megismerkedjenek egy hátrányos helyzetű falu életével, lakóival, melyhez az egyik előkészítő programnak szánták a múzeumpedagógiai foglalkozást. Ezzel a csoporttal többet beszélgettünk a festményeken szereplő falusi emberek életéről, helyzetéről, céljairól és értékrendjéről.

A középiskolásoknak tartott programok is szerveződhetnek a kiállítás domináns installációja, a ház köré. Ez esetben a résztvevők egy ingatlaniroda munkatársaiként próbálták értékesíteni a Mezőszemerén megüresedett házakat. Megüresedtek, mert lakói a városba vagy egy nyugdíjas otthonba költöztek, vagy külföldön találtak munkát, esetleg kilakoltatták őket a romos, életveszélyesnek nyilvánított házból. A fiktív történeteket először képregény formájában mesélték el a középiskolások, majd megtervezték az iroda weboldalát, festettek plakátot, amely a weboldalt hirdette, illetve elkészítettek egy rövidfilmet, amely Mezőszemere előnyeit ecsetelte. A plakát, a film és a hirdetés elkészítését a kiállításon szereplő festmények inspirálták.

Ez a foglalkozás keltette fel egy angoltanárnő, Szabadkai Bernadett figyelmét, és ismeretlenül keresett fel azzal az elképzeléssel, hogy tarthatnánk közösen angolórát Bukta Imre kiállításán. Az óra témája a hirdetés, az apróhirdetés és a házadás volt. Nem angolul tartottuk meg a már kidolgozott és kipróbált foglalkozást, hanem angolórát tartottunk úgy, hogy a kiállított tárgyak, illetve a fiatalok által készített rajzok, festmények szolgálták segédeszközként az angol nyelv gyakorlásához. A sztorit úgy egészítettük ki, hogy egy külföldi befektető lakóparkot szeretne kialakítani Mezőszemerén, ezért házakat vásárol a faluban. Időhiány miatt nem tudja megtekinteni az összes eladó házat, emiatt egy ingatlanirodához fordul segítségért. Az iroda munkatársai felkeresik a tulajdonosokat, akik

festményeket adnak nekik a házokról valamint a környezetéről. Az iroda dolgozóinak a képek alapján kellett meggyőzni a befektetőt, hogy az általuk kiválasztott házat vásárolja meg, mindezt természetesen angolul. Egy hasonló angolórára látogatott el egy harmadikos osztály a Váci Utcai Ének-Zenei Általános Iskolából.



14.51. kép: Angolóra a Műcsarnokban. (Fotó: Szabics Ágnes)

Ők még iskolai keretek között korábban egyáltalán nem tanultak angolul, mégis a két óra leforgása alatt foglalkoztunk a ház részeivel és berendezésével, a színekkel, a növényekkel és az állatokkal. Ezen a foglalkozáson az angoltanár nő egy mese főhőseként egy boszorkány szerepében kizárólag angolul kommunikált a gyerekekkel, akiket csak akkor értett meg, ha ők is angol szavakat használtak. Az "angolórán" elkészítettük a boszorkány házának makettjét, amelyen elhelyeztük az összes tárgy, bútor és házrész angol elnevezését, valamint megfestettük a varázsfoltyadék által megváltozott különös színű növényeket.



14.52. kép: A boszorkányház makettjének elkészítése. (Fotó: Szabics Ágnes)



14.53. kép: Makett a ház részeit és a bútorokat megnevező angol szavakkal. (Fotó: Szabics Ágnes)



14.54. kép: Temperafestmény a gyümölcsöket és zöldségeket megnevező angol szavakkal. (Fotó: Szabics Ágnes)

Nem ritka, hogy művészeti iskolák kérnek múzeumpedagógiai foglalkozást, amelynek menetét és felépítését teljesen más szempontok szerint állítom össze, mint amikor általános gimnáziumi osztályokat fogadok. Egy péntek délután, egy miskolci művészeti gimnázium érettségiző osztálya látogatott el a Műcsarnokba, akiket arra kértem, hogy képzeljék magukat egy galériatulajdonos helyébe, aki a kiállításon látható művekből vásárol azzal a szándékkal, hogy a közeljövőben értékesíteni fogja azokat. Valamint megkértem őket, hogy találjanak ki koncepciót saját kiállításukhoz, melyen szerepeltetik a megvásárolt alkotásokat, és készítsék el galériájuk makettjét is. A szokatlan

feladat miatt nagyon nehezen kezdett hozzá a munkához a Miskolcra érkezett csoport, akik különben tanultak művészettörténetet és jó kézügyességgel rendelkeztek, de miután elkezdték a közös munkát, a közös gondolkozást, annyira elmélyültek a feladatban, hogy majdnem lekésték a hazainduló vonatot. Való igaz, hogy az általam kiadott feladatok váratlanul, felkészületlenül érik a hozzám érkező diákokat, a megoldások nem könnyűek és nem egyértelműek. Viszont ha ráhangolódnak a munkára és elkezdenek a vizuális problémákkal elmélyülten foglalkozni, akkor a gondolkodás folyamata és a problémamegoldás olyan sikerélményt nyújt számukra, ami emlékezetessé teszi az együtt töltött időt. A feladatok nehezek számukra, mert nincsenek információik a látottakról, hallottakról. Kérdéseimre nem normatív válaszokat várok, és a hangsúly nem az eredményen, hanem a folyamaton van. A vizuális feladataimnak nem az a célja, hogy az általam elképzelt megoldásokat találják ki a gyerekek (sokszor nincsenek is ilyenek), csupán azt szeretném, ha a gyerekek vizuális gondolkodása fejlődne, amire kevés lehetőségük adódik az iskolában. A foglalkozásokon a hangsúlyt a fantázia, a kreativitás és az önálló gondolkodás fejlesztésére helyezem. Nem szempont az információátadás, adatok megjegyzése vagy a műelemzés. A cél az, hogy a gyerekek, újból és újból visszajöjjenek a Múcsarnok kiállításaira, újabb és újabb élményben legyen részük, amely maradandó és életük során meghatározó lehet számukra. Nem ritka, hogy az osztályfoglalkozásokra ellátogató gyerekek hétvégén elhozzák szüleiket is a kiállításokra, és már beavatottként mesélnek nekik a kiállított művekről. Meggyőzik a szülőket arról is, hogy a családi napokra is el kell látogatni, hiszen ez alkalommal a művekhez egy kihagyhatatlan és új történet társul. Három hétvégén vehettek részt a családok múzeumpedagógiai foglalkozásokon Bukta Imre kiállításán. Az egyiket *Mimikri* néven a Néprajzi Múzeummal szerveztük közösen a Múzeumok Őszi Fesztiválja alatt. Két hétvégén két kiállításra látogattak el a résztvevők. Először a Néprajzi Múzeum állandó kiállításán bemutatott tárgyakból gyűjtöttek össze egy kollekción rajzok és fotók segítségével. Egy héttel később ezt a "gyűjtemény" elrejtették Bukta Imre kiállításán.



14.55. kép: *Mimikri* – a Néprajzi Múzeum és a Múcsarnokban közös családi programja. (Fotó: Szabics Ágnes)

Készítettek apró agyagszobrokat a képek alapján, melyeket az installációk közé és köré helyeztek el, valamint a múzeumban „összegyűjtött” tárgyakat belefestették, belerajzolták és beleragasztották a kiállított festményekről készült reprodukciókba.

Szerveztünk egy-egy családi napot karácsony előtt és tavasszal is, melyeken a téli és a tavaszi történetet és persze a kiállítást lépésről lépésre, teremről teremre ismerhették meg a látogatók. Minden kiválasztott műnél gyakornokok, önkéntesek fogadták a gyerekeket és kísérőiket, akik egy-egy új technikát megismerve tárgyakat, képeket, szobrokat készítettek, melyek részévé, illusztrációjává váltak a mesének. A program résztvevői kipróbálhatták az olajpasztellal

való rajzolást a temperafestést a gipszöntést, készíthettek szörnyeket színes kartonokból és fóliákból, rajzolhattak szénrel és színes ceruzával, és készíthettek jelmezeket is. A hétfői programokon lehetőségük nyílik a családtagoknak a közös alkotásra, de a nagyobb gyerekek önállóan is dolgozhatnak, amíg szüleik nyugodtan végignézik a kiállítást.

A kiállításra látogató osztályok és családok nagy száma elsősorban Bukta Imre zseniális és egyedülálló művészetének köszönhető, másrészt nem elhanyagolható tény, hogy az elmúlt jó pár évben még egy kiállítás sem tartott nyitva ilyen hosszú ideig. A több mint négy hónapos nyitvatartási idő lehetővé tette a kiállítás és a hozzá kapcsolódó programok hírének szóbeszéd útján történő terjedését. A kiállításokról és a társrendezvényekről minden alkalommal postai úton, hírlevélben és e-mailben tájékoztatjuk a közönséget. Gyakran készül plakát, néha óriásplakát a kiállításokhoz, és szinte minden alkalommal nyomtatnak leporellót, melyben az összes program szerepel. Az elmúlt két évben a Facebook oldalain is olvashatók voltak az éppen aktuális műcsarnoki események. A tapasztalat és a statisztikai adatok azonban azt mutatják, hogy a legeredményesebb információátadás a személyes közvetítés. Nem akkor hozza el egy osztályfőnök az osztályát a Műcsarnokba, ha körlevelet vagy e-mailt kap egy múzeumpedagógiai programról, hanem ha már volt egy ilyen rendezvényen, és tanítványainak maradandó élményt nyújtott, vagy ha ismerőseitől, kollégáitól hall ilyen foglalkozásokról. A kiállításon több mint 60 csoport vette igénybe a múzeumpedagógiai szolgáltatást, ami nagyon nagy szám ahhoz képest, hogy kortárs kiállításról van szó, illetve, hogy a Műcsarnok egyetlen múzeumpedagógust foglalkoztat. Ez a fokozott érdeklődés elsősorban a mindenki számára élvezhető és élményt nyújtó kiállításnak, másrészt a hosszú nyitvatartási időnek köszönhető, ami lehetővé tette az információ széles körű elterjedését.

Annak ellenére, hogy szép számmal vettek részt gyerekek és fiatalok ezen a világviszonylatban is jelentős kiállításon, úgy gondolom, hogy a múzeumkommunikációs programoknál a hangsúlyt nem a mennyiségre, nem a látogatószám különböző eszközökkel történő növelésére, hanem a programok szakmai minőségére kell helyezni. Minden alaposan és körültekintően kidolgozott program, és színvonalasan megtartott foglalkozás eredményes és hasznos lesz mind a fiatalság, mind pedig a kiállítóhely számára.

A kiállításhoz meghirdetett múzeumpedagógiai programok:

Téli vadászat - 6-10 évesek

Miközben közösen végigjárjuk a kiállítás termeit, a műalkotások díszletekké, a gyerekek pedig – szinte észrevétlenül – egy mese szereplőivé válnak. Vizuális eszközök és képzőművészeti technikák segítségével küzdjük le az elének kerülő akadályokat, hogy elérjük célunkat.

Génmanipuláció - 10-14 évesek

Egy nem létező, de a mai tudomány állása szerint elképzelhető világot hozunk létre génmódosítással megváltoztatott növényekből, állatokból és egyéb különös élőlényekből. Eljátszunk a gondolattal, mi történne akkor, ha tetszés szerint, kényünkre-kezdünkre manipulálhatnánk az élőlényeket.

Vidéki ház eladó - 14-18 évesek

A programra jelentkező osztályok egy ingatlanközvetítő iroda munkatársaiként próbálják értékesíteni a kiállításon látható házat. Olyan rövid reklámfilmeket készítenek a kiállított művek alapján, amely a ház és a környék előnyeit mutatja be.

15. fejezet - Irodalomjegyzék

Önálló kiadványok

(1997): 1997. évi CXL. törvény a muzeális intézményekről, a nyilvános könyvtári ellátásról és a közművelődésről. Oktatási és Kulturális Minisztérium, Budapest

Ambrose, T., Pain, C., (1993): Museum Basics. ICOM – Routledge, New York

Ágostháziné dr. Eördögh, É. (2003): Építészeti rajz. Műszaki Könyvkiadó, Budapest

Balassa, I. (1964): A múzeumi kiállítások tudományos előkészítése. Kézirat kiadó nélkül, hely nélkül

Bereczki I., Sági I. szerk. (2009): Kiállításrendezés A-Z-ig: az ötlettől a megvalósításig a közoktatás szolgálatában. SzNM – MOKK, Szentendre

Black, G. (2010): The Engaging Museum, Developing Museums for Visitor Involvement. Routledge, London – New York

Binni, L., Pinna, G. (1986): A múzeum. Egy kulturális gépezet története és működése a XVI. századtól napjainkig. Gondolat, Budapest

Buckingham, D. (2002): A gyermekkor halála után. Felnőni az elektronikus média világában. Helikon Kiadó, Budapest

Dean D. (1994): Museum exhibition, theory and praxis. ICOM, Paris

Dernie, D. (2006): Exhibition Design. W. W. Norton & Company, New York

Dexter, G., Lord, A., Markert, K. (2007): The manual of strategic planning for museums. AltaMira Press Lanham

Dertouzos M. (2002): Félkész forradalom. Typotex Kiadó, Budapest

Dodd, J., Jones, C., Sawyer, A., Tseliou, M. (2012): Voices from the Museum. Qualitative Research Conducted in Europe's National Museums. EuNaMus Report No. 6. Linköping University Electronic Press, Linköping

Eco U. (2009): A lista mámore. Európa Könyvkiadó, Budapest

Ébli, G. (2005): Az antropologizált múzeum. Közgyűjtemények átalakulása az ezredfordulón. Typotex Kiadó, Budapest

Ébli, G. (2011): Hogyan alapítsunk múzeumot? Tanulmányok a művészet nemzetközi intézményrendszeréről. Vince Kiadó, Budapest

Falk, J. (2009): Identity and the museum visitor experience. Left Coast Press, Walnut Creek, CA

Falk, L., Dierking, J. (2000): Learning From Museums. Alta Mira Press, Walnut Creek, CA

Fejős Z. (2003): Tárgyfordítások. Néprajzi Múzeum, Budapest

Filippopoliti, A. (2010): Science Exhibitions, Communication and Evaluation. MuseumsEtc, Edinburgh

Filippopoliti, A. (2010): Science Exhibitions, Curation and Design. MuseumsEtc, Edinburgh

Finn, D. (1985): How to visit a museum. Harry N. Abrams Inc., New York

Frank, J. (1992): Tárlatok, szertartások. Műcsarnok, Budapest

- Frazon, Zs. (2011): Múzeum és kiállítás, az újrarajzolás terei. Gondolat Kiadó – PTE Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék, Budapest-Pécs
- Gergely, I. (1983): Gergely István beszédes című könyve (A helyek világa – a világ helyei. Corvina Kiadó, Budapest
- Gergely, I. (1979): *A kiállítás művészete*. Corvina Kiadó, Budapest
- György, P. (2008): A Kalinyingrád-paradigma. Múzeumföldrajz. Magvető Kiadó, Budapest
- Gergely, I. (1979): A kiállítás művészete. Corvina Kiadó, Budapest
- Gergely, I. (1983): A helyek világa – a világ helyei. Magvető Kiadó, Budapest
- György, P. (2003): Az eltörölt hely – a múzeum. A múzeumok átváltozása a hálózati kultúra korában. New York, Természet-történeti Múzeum – egy példa. Magvető, Budapest
- Hernádi, M. (1982): Tárgyak a társadalomban. Kozmosz Könyvek, Budapest
- Hooper-Greenhill E. (2007): Museums and Education. Purpose, pedagogy, performance. Routledge, London and New York
- Izsó, L., Becker, Gy. (2011): Termékélmény. Akadémiai Kiadó, Budapest
- Janes, R. (2009a): Museum in a Troubled World. Renewal, Irrelevance or Collapse? Routledge, London and New York
- Jones- Garmil, K. (szerk.) (2003): The wired museum. American Association of Museums, Washington
- Káldy, M., Kárpáti, A., Szirmai, A. L., (2010): Múzeumpedagógia Magyarországon 2008 – 2009. Helyzetkép és perspektívák. Múzeumi iránytű 6. Szabadtéri Néprajzi Múzeum, Múzeumi Oktatási és Képzési Központ (MOKK), Szentendre
- Kárpáti, A. (1992): Látni tanulunk. A műelemzés tanítása az általános iskolában. Akadémiai Kiadó, Budapest
- Kárpáti, A. (2005): A kamaszok vizuális nyelve Akadémiai Kiadó, Budapest
- Korek, J. (1998): A muzeológia alapjai. Tankönyvkiadó, Budapest
- Kuno, J. (2009): Whose Culture? The promise of museums and the debate over antiquities. Princeton University Press, Princeton és Oxford
- Kurta, M. (2012): Múzeumandragógia. Szabadtéri Néprajzi Múzeum és a Pulszky Társaság – Magyar Múzeumi Egyesület, Budapest
- Lord, B., Lord, G. D. (Ed.) (2001): The Manual of Museum Exhibitions. Altamira Press, Walnut Creek, Lanham, New York, Oxford
- Lowenthal, D. (1985): The Past is a Foreign Country. Cambridge University Press, New York
- Malraux, A. (1960): A csend hangjai. Gondolat, Budapest
- Mártonffy, A. (2009): Mit mondanak a programismertető? A múzeumok őszi fesztiváljának programfüzete nyelvészszemmel. Plenáris előadás. 2. Múzeumpedagógiai Konferencia, Ludwig Múzeum, Budapest
- Matskási, I. (2000): A Magyar Természettudományi Múzeum. Magyar Természettudományi Múzeum, Budapest
- McLean, K. (1993): Planning for people in museum exhibitions. Association of Science-Technology Centers, Washington, DC
- Palugyai, I. (2013): A tudománykommunikáció informális szinterei. Eötvös Loránd Tudományegyetem, Budapest

Patkó, G. (2012): Múzeumelmélet. A képzeletbeli múzeumtól a hálózati múzeumig. Petőfi Irodalmi Múzeum – Ráció Kiadó, Budapest

Pearce, S. (1999): On Collecting. An Investigation Into Collecting in the European Tradition. Routledge, London

Pearce, S. (szerk.) (1999): Interpreting objects and collections. Routledge, London

Serrell, B. (2006): Judging Exhibitions, a Framework for Assessing Excellence Left Coast Press Inc., Walnut Creek

Pogány, F. (1955): Belső terek művészete. Műszaki Könyvkiadó,

Puczkó L., Rátz T. (2000): Az attrakciótól az élményig. Geomédia Szakkönyvek, Budapest

Serrell, B. (2006): Judging Exhibitions, a Framework for Assessing Excellence Left Coast Press Inc., Walnut Creek

Simon, N. (2010): The Participatory Museum. Museum 2.0, Santa Cruz, CA

Stendhal, H. B. (1971): A romantika születése. Corvina Kiadó, Budapest

Varga Cs., Csörgő Z. (szerk.) (2002): A tudás társadalma. Stratégiakutató Intézet, Budapest

Vásárhelyi, T., Sinkó I. (2004): Múzeum az iskolatáskában. Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest

Vásárhelyi, T. (2009): A nyitott múzeum. SzNM – MOKK, Szentendre

Vásárhelyi T., Kárpáti A. (szerk.) (2011): Múzeumi tanulás. Typotex – Magyar Természettudományi Múzeum, Budapest

Vasáros, Zs. (2010): Kiállító-tér, Múzeumi tárlatok kézikönyve. Szabadtéri Néprajzi Múzeum – Múzeumi Oktatási és Képzési Központ, Szentendre

Vels Hein, A. (Ed.) *The Future of Museums, the Museum of the Future*. Nederlandse Museumvereniging, Amsterdam

Vergo, P. (1989): The New Museology. Reaction Books, London

Zacharias, W. (1990): Zeitphänomen Musealisierung. Das Verschieden der Gegenwart und die Konstruktion der Erinnerung. Klartext Verlag, Essen

Könyvfejezetek

B. Varga J. (2011): Korok, kultúrák, múzeumok. Magyar történettudomány az ezredfordulón. ELTE Eötvös Kiadó-MTA Budapest 873-882

Farkas, Zs. (2011): Látogatókutatások magyar múzeumokban. Vásárhelyi T. és Kárpáti Andrea (szerk.) Múzeumi tanulás, MTM – Typotex, Budapest 277-283

Fehr, M. (2012): A történelem konstrukciója – a múzeumban. Patkó Gábor (szerk.) Múzeumelmélet. A képzeletbeli múzeumtól a hálózati múzeumig, Petőfi Irodalmi Múzeum – Ráció Kiadó, Budapest 239-254

Gergely, I. (1978): A kiállítás mint kommunikáció. Szemere Ádám (szerk.) A korszerű múzeumi kiállítások tartalmi, didaktikai esztétikai problémái, MRMK, Budapest 118-126

Hein, G. (2005): A Progressive Education Perspective on Evaluation. Engel, B. S., Martin, A. C. (szerk.) Holding Values. What We Mean by Progressive Education, NH, Heinemann, Portsmouth, 176-181

Katz, J., Halpern, D. (2013): Is a Tour Worth a Thousand Clicks? Visual Information Processing as Affected by Spatial Abilities and Individual Differences in a Museum Environment. Benedek, A. and Nyíri, K. (Eds.) How To Do Things With Pictures. Skill, Practice, Performance. Peter Lang Verlag, Frankfurt am Main.

- Kárpáti, A., Szirmai, A. L. (2010): Múzeumi szakemberek a közoktatás szolgálatában – A kutatási kérdőívre adott válaszok elemzése. Bereczki I., Ságghi I. (szerk.) Élmény és tudás. Múzeumi szakemberek a közoktatás szolgálatában, Szabadtéri Néprajzi Múzeum, Múzeumi Oktatási és Képzési Központ, Szentendre 59-88
- Kárpáti, A. (2011): Tanulásméletek és múzeumi tanulás. Vásárhelyi T., Kárpáti A. (szerk.) Múzeumi tanulás, MTM – Typotex, Budapest 92-98
- Korff, G. (2012): Tároló és/vagy generátor. Gyűjtés és kiállítás viszonya a múzeumban Patkó G. (szerk.) Múzeumelmélet. A képzeletbeli múzeumtól a hálózati múzeumig, Petőfi Irodalmi Múzeum – Ráció Kiadó, Budapest 219-238
- Kovács, H. (2012): A múzeumok és a múzeumpedagógia szerepe a vizuális nevelésben. AGTEDU Konferencia előadásai, Kecskeméti Főiskola, Kecskemét. 27-35
- Kovács, H., Kárpáti, A. (2012): Az iskolai múzeumlátogatás értékelése. Vásárhelyi T., Kárpáti A. (szerk.) Múzeumi tanulás, Typotex Kiadó, Budapest 265-274
- Kriston Vízi, J. (2009): Múzeumi mozaikok. Pató, M. (szerk.) Nyitott kapukkal – kapun belül és kívül. Írások a szolgáltató és oktató múzeumról, Szabadtéri Néprajzi Múzeum, Múzeumi Oktatási és Képzési Központ, Szentendre
- Mayrand, Y. (2011): The Role of the Exhibition Designer. Lord, B., Lord, G. D. The Manual of Museum Exhibitions, Altamira Press, Walnut Creek, Lanham, New York, Oxford 405-420
- McLuhan, M. (1964): The Gadget Lover. Narcissus as Narkosis. McLuhan, M. (szerző) Understanding Media. The Extensions of Man, Harper and Collins, London and New York 45-53
- Meijer Van Mensch, L., Van Mensch, P. (2012): A szaktudományos felügyelettől az együttalkotásig. A gyűjtés és a múzeumi gyakorlat fejlődése a 19. és 20. században. Patkó G. (szerk.) Múzeumelmélet. A képzeletbeli múzeumtól a hálózati múzeumig, Petőfi Irodalmi Múzeum – Ráció Kiadó, Budapest 97-126
- Molnár Gy., Kárpáti A. (2012): Informatikai műveltség. Csapó B. (szerk.) Mérlegen a magyar iskola, Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest 381-416
- Pétursdóttir, R. (2005): Transmitting Cultural Heritage via Mobile Phone. Čiž, M., Lukáč, I. (szerk.) Partnering in Museum Education – Enhancing the Adventure, Dali-BB, Banská Bystrica 52-61
- Piacente, M. (2001): The Language of Multimedia. Lord, B. és Lord Dexter, G. (szerk.) The Manual of Museum Exhibitions, Alta Mira Press, Walnut Creek, CA 402-404
- Pine II, B. J. (2002): Museums in the Experience Economy. Vels Hein, A. (szerk.) The Future of Museums, the Museum of the Future, Nederlandse Museumvereniging, Amsterdam 18-26
- Spencer, H. A. (2001): Interpretative Planning. Lord, B. és Lord Dexter, G. (szerk.) The Manual of Museum Exhibitions, Alta Mira Press, Walnut Creek 373-392
- Swiecimski, J. 1978 Forma, kompozíció és tartalom a múzeumi kiállításon Szemere Ádám (szerk.) A korszerű múzeumi kiállítások tartalmi, didaktikai esztétikai problémái, MRMK, Budapest 47-59
- Van der Donckt, M., Callebaut, D. (2001): The Feast of Thousand Years at the Ename Provincial Museum, Belgium Lord, B. és Lord Dexter, G. (szerk.) The Manual of Museum Exhibitions, Alta Mira Press, Walnut Creek, CA 247-258
- Vásárhelyi T. (2010a): Stratégiai tervezés a múzeumban. Bereczky I. és Ságghi I. (szerk.) Múzeumvezetési ismeretek I., Szabadtéri Néprajzi Múzeum – Múzeumi Oktatási és Képzési Központ, Szentendre 62-84
- Vásárhelyi T. (2010b): A projektmódszer a kiállításban Bereczki Ibolya. és Ságghi Ilona (szerk.) Kiállításrendezés A-Z-ig Az ötlettől a megvalósításig a közoktatás szolgálatában, SzNM – MOKK Szentendre, 23-26
- Vásárhelyi T. (2010c): Projektmódszer a múzeumban Bereczki Ibolya. és Ságghi Ilona (szerk.) Múzeumvezetési ismeretek I., SzNM – MOKK, Szentendre, 137-146

Vígh, A. (2007): Múzeumok változásban – Alfa-program a vidéki múzeumok fejlesztéséért. Veres L., Viga Gy. (szerk.) Múzeumok változásban. Az önkormányzati múzeumok Alfaprogram keretében megvalósult modernizációja 2004–2006., Hermann Ottó Múzeum, Miskolc, 7–9

Walczak, K. (2010): ARCO. Building Virtual Museum Exhibitions with Flex-VR. Styliaras, G., Koukopoulos, D. (szerk.) Handbook of Research on Technologies and Cultural Heritage. Applications and Environments, Information Science Reference, London

Wilson, B. (2004): Child Art After Modernism. Visual Culture and New Narratives. Eisner, E. W., Day, M. D. (szerk.) Handbook of Research And Policy In Art Education, Taylor and Francis, New York 299-328

Woodruff, A., Szymanski, M. H., Aoki, P., Hurst, A. (2001): The Conversational Role of Electronic Guide Books. Proceedings of the International Conference on Ubiquitous Computing, Atlanta, GA, September 2001., Springer Verlag, Berlin, Berlin, 187-208

Folyóiratcikkek

Bárd, E. (2008): Ahogy ők látják — Egy múzeumi óra a diákok és a pedagógusok szemével. Múzeumi Közlemények, **1**: 50-59

Baumler, Christine és Gossner, Sabine (2004): Szembesülés az európai örökséggel. A múzeumok szerepe az európai identitás megteremtésében. Múzeumi Közlemények, **1**: 63-68

Berényi, M. (2012): Múzeumi adatbázisok. MuseumCafe, **32**:

Bishop, L. (2007): A New Dimension. 40-42 Attractions Management, **12**, (3):

Cooke, S. (2007): The Big Picture. Attractions Management, **12**, (3): 54-57

Csordás, L. (2013): Több feladat, kevesebb pénz. Csorba László főigazgató 2014 márciusára megújítaná a Nemzeti Múzeum állandó kiállítását. Interjú. Népszabadság, **2013**, március 23: 14

ECSITE, (2008): Talking the Talk: Dialogue. ECSITE Newsletter, **2008. Spring**, (74):

Endzweig, P. (2011): Moving Forward Collaboratively: From Collections to Exhibitions and Back. Fieldnotes, **2011. Autumn**: 7

György, P. (2005): A Kultusz (hült) helye – az irodalom(történet) múzeuma. Avagy: Olvasók, Nézők, Zarándokok. Beszélő, **4**, (13): 265-283

György, P. (2007a): A muzeológia múzeuma. Magyar Néprajzi Múzeum. Élet és Irodalom, **LI**, (12):

György, P. (2007b): A nemzet múzeuma. Magyar Nemzeti Múzeum. Élet és Irodalom, **LI**, (17):

György, P. (2007d): Whitney Museum, New York. Gordon Matta Clark. Élet és Irodalom, **LI**, (29):

György, P. (2007c): Múzeumkritika. Szabadtéri Néprajzi Múzeum, Szentendre. Élet és Irodalom, **LI**, (44):

György, P. (2007d): Múzeumkritika – Pécs. Cella Septichora. feltárás és bemutatás. Élet és Irodalom, **LI**, (39):

György, P. (2008a): Körmagyar. Múzeumi rendszerünk egy lehetséges kritikája. Élet és Irodalom, **LII**, (22):

György, P. (2008b): Múzeum és nosztalgia. Élet és Irodalom, **LII**, (3):

György, P. 2011 A kurátori munkáról. Élet és Irodalom, **55**, (49):

Herman, O. 1877a Megnyitó. Természetráji füzetek, **1**: 1

Jeffers, C. (2003a): Museum as process. Journal of Aesthetic Education, **37**, (1): 107-119

- Medgyesi K. (2007): Kezdeményezés és dinamizmus. Múzeum és kommunikáció, **2007. május**: 16-17
- Pavluska V., Kuráth G. (2002): A látogatóbarát múzeum: Marketingszemlélet és marketing tevékenységek a múzeumi szférában. Marketing és menedzsment, **36**, (4): 68-78
- Puczkó, L. (2009): A látogatóbarát múzeumok elméleti megalapozása. Múzeumi Közlemények, **1**, 1-59
- Puczkó, L. (2009): cím nélkül (Magyar Múzeumi Kutatás 2007-2008). Múzeumi Közlemények, **2009**, (1): 1-108
- Sinkó, I. (2003): Vigyük haza (az iskolába) a múzeumot! Új Pedagógiai Szemle, **9**: 103-106
- Tematikus szám, (2012): Cézanne. Sztárkiállítás és mindennapi múzeumi munka. Múzeumcafé, **3**, (6):
- Tematikus szám, (2012): Utcaképek – Utca a múzeumban – múzeum az utcán. Múzeumcafé, **6**, (29):
- Vattimo, G. (1998): A múzeum a posztmodern korban. Magyar Lettre International, **29**, (Nyár):
- Vágvölgyi Busi, N. (2012): „Érték, amelyet meg kell becsülnünk, amire vigyáznunk kell”. Az idén százéves Ernst Múzeum története és jelene. Museumcafé, **3**, (6): 75
- Veres, L. (2009): Múlt, jelen, jövő. Comitatus, **178**: 13–17
- Wessely, A. (1995): E csarnok hangja szent. Lettre Internationale, **19** (Tél):

Internetes hivatkozás

- (2004): A Manifesto for Museums Building Outstanding Museums for the 21st Century. www.museumassociation.org
URL Letöltve: 2013. 06. 10.
- Audience research blog <http://museum30.ning.com/group/audienceresearch> URL Letöltve: 2013. 06. 10.
- Bude, H. (2012): The Curator as Meta-Artist. The Case of HUO. <http://www.textezurkunst.de/86/der-kurator-als-meta-kunstler/> URL Letöltve: 2013. 06.10.
- Catching the Spirit. (2011): DEMHIST 2011. ICOM/DEMHIST 2011 conference proceedings: 'Catching the Spirit. Theatrical Assets of Historic Houses and their Approaches in Reinventing the Past'. <http://www.museumplantinmoretus.be/mfe.net?id=8016952> URL Letöltve: 2013. 06.10
- CIMI Symposium, (2002): HANDSCAPE - Handheld Access to the Museum Landscape. http://www.cimi.org/wg/handscape/handscape_long_desc_1201.html URL Letöltve: 2013. 06.10.
- Colloquium on Learning in Museums X. (2012): Proceedings of the Ontario Museum Association's Colloquium on Learning in Museums X, held at the St. Catharines Museum and Welland Canals Centre on October 17, 2012, in St. Catharines, Ontario. http://www.museumsonario.com/en/Handbooks_&_Reports_37.html URL Letöltve: 2013. 06.10.
- Duplessis, A. (2011): The Five Minute Falk. A very brief explanation of John Falk's Visitor Identity Related Motivations. Conference presentation. iMuseum Symposium Proceedings http://www.museumsonario.com/en/Handbooks_&_Reports_37/iMuseum_Proceedings_1863.html URL Letöltve: 2013. 06.10.
- Giacardi, E. (2004): Memory and Territory. New Forms of Virtuality for the Museum. Museums on the Web Conference 2004. www.archimuse.com URL Letöltve: 2013. 06. 10.
- Györffy, B. (2007): Látogatóbarát és marketingszemlélet a hazai múzeumokban, fókuszban a Szépművészeti Múzeum. Budapesti Gazdasági Főiskola, kézirat. http://www.elib.kkf.hu/edip/D_13279.pdf URL Letöltve: 2013. 06.10.

Huhtamo, E. (2002): On the Origins of the Virtual Museum. Nobel Symposium (NS 120)“Virtual Museums and Public Understanding of Science and Culture”, 2002 május 26-29, Stockholm. <http://www.fixxxer.altervista.org/pdf/huhtamo.pdf> URL Letöltve: 2013. 06.10.

Janes, R. (2009b): Are Museums Irrelevant? The Palazzo Strozzy blog bejegyzése. <http://wordpress.netribe.it/palazzostrozzi/?p=50#more-50> URL Letöltve: 2013. 06.10.

Jones, J. (2013): What colour should gallery walls be? *The Guardian*, Jonathan Jones on Art Blog, Friday 21 October 2011 <http://www.guardian.co.uk/artanddesign/jonathanjonesblog/2011/oct/21/colour-gallery-walls-musee-d-orsay> URL Letöltve: 2013. 06.10.

Joó, J. (é. n.): Mit KÉPzelünk? Fotók múzeumi honlapokon. http://www.magyardmuzeumok.hu/muhely/988_mit_kepzelunk URL Letöltve: 2013. 06.10.

Koltai, D., Koltai, Zs. (2005): (2005). Felnőttoktatás és múzeumi képzés. www.hermuz.hu/muzeumandragogia/adatok/publikaciok/tanulmanyok/koltai.pdf/ URL Letöltve: 2013. 06.10.

Koester, S. E. (1993): Interactive Multimedia in American Museums. Archives & Museum Informatics. www.archimuse.com/publishing/interactive_multimedia.html URL Letöltve: 2013. 06.10.

Kómár, É. (2012): Kódlovagok a régi és új médiumokban. Kép és szöveg transzformációi az irodalmi kiállításban. Irodalomismeret online. 3. <http://www.irodalomismeret.hu/archivum/181-aktualisszamunk> URL Letöltve: 2013. 06.10.

Kómár, É., Labundy, D. (é. n.): A múzeumi kommunikáció új dimenziói. A kiállítások informatikai támogatása. http://videorium.hu/hu/recordings/details/2866_A_muzeumi_kommunikacio_uj_dimenzioi_a_kiallitasok_informatikai_tamogatasa URL Letöltve: 2013. 06.10.

Morphy, H. (2009) : Perspectives on exhibiting collections. Keynote address, „From collections to exhibitions” – a symposium of the National Museum of Australia, 27 March 2009. http://www.nma.gov.au/audio/transcripts/collections09/NMA_Welcome_20090327.html URL Letöltve: 2013. 06.10.

Metropolitan Museum of Art, The (2013) Museum Mission Statement. <http://www.metmuseum.org/about-the-museum/mission-statement> URL Letöltve: 2013. 06.10.

Museums on the Web Conference, (2004): Memory and Territory. New Forms of Virtuality for the Museum. www.archimuse.com URL Letöltve: 2013. 06.10.

Okkersen, M. (2012): Technology and the human condition. *ESCITE Newsletter*, (89) Winter, p. 1-2 www.ecsite.eu URL Letöltve: 2013. 06.10.

Origo hírportál közleménye (2011): A világ 15 legjobb virtuális múzeuma <http://www.origo.hu/kultura/20110203-a-vilag-15-legjobb-virtualis-muzeuma-es-kiallitasa.html> URL Letöltve: 2013. 06.10.

Proceedings of the Ontario Museum Association, (2012): Colloquium on Learning in Museums X. http://www.museumsonario.com/en/Handbooks_&_Reports_37.html URL Letöltve: 2013. 06.10.

Smithsonian Institute, The Smithsonian Guidelines for Accessible Exhibition Design. <http://www.si.edu/accessibility> URL Letöltve: 2013. 06.10.

Szabó, J. (2009): A múzeumok új kihívása: a múzeumandragógia. Múzeumandragógiai Konferencia előadása, *Miskolc*, 2009. http://www.muzeumandragogia.hermuz.hu/adatok/publikaciok/konferenciak/muzandr_20090511/szabojozsef.pdf URL Letöltve: 2013. 06.10.

Szántó, A. (2011): Sixty museums in search of a purpose. Art Basel Miami Beach, 2011 December. <http://www.theartnewspaper.com/articles/Sixty+museums+in+search+of+a+purpose/25146> URL Letöltve: 2013. 06.10.

Takahashi, J., Kushidu, T., Hong, J.-K., (2007): Global Digital Museum. Multimedia Information - Access and C r e a t i o n o n t h e I n t e r n e t . <http://portal.acm.org/citation.cfm?id=276703&dl=GUIDE&coll=GUIDE&CFID=56463094&CFTOKEN=91142728> URL Letöltve: 2013. 06.10.

THE (Thematic Human Interface and Explainers) Group (2008): ECSITE – Training course for explainers. http://www.ecsite.eu/news_and_events/news/register-now-pilots-group-training-course-explainers URL Letöltve: 2013. 06.10.

Van Loon, H., Gabriëls, K., Luyten, K., Teunkens, D., Robert, K., Coninx, K., and Manshoven, E. (2007): Supporting Social Interaction: A Collaborative Trading Game On PDA. <http://www.archimuse.com/mw2007/papers/vanLoon/vanLoon.html> URL Letöltve: 2013. 06.10.