

Pacsika Márton

kutatási és módszertani szakértő, Szabadtéri Néprajzi Múzeum – Múzeumi Oktatási és Módszertani Központ

Kik nem látogatják a múzeumainkat, és mit tehetünk a bevonásuk érdekében?

*„Egy jó üzletember nem csupán állandó ügyfeleire koncentrál. Keményen dolgozik, hogy meggyőzze a véletlenszerű vagy alkalmi vásárlóit is, hogy érdemes visszatérni... de mindenekelőtt azon gondolkodik, hogy miként aktiválhatja azokat, akik soha nem léptek be az üzletbe... **be kell vonni a nem-látogatói kutatásokat a PR-stratégiánkba. Végül is minden nem látogató potenciális látogató.**”¹*

Hermann Schafer, alapító elnök, Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland

Bevezetés

Magyarországon a muzeális területen reprezentatív és átfogó országos látogatókutatásra nem került sor az elmúlt években,² így különösen izgalmas része volt a **MúzeumokMa 2020** kutatás mélyinterjú, kvalitatív részének azon kérdéscsoportja, mely specifikusan a „nem látogatókkal” szembeni attitűdökre, alkalmazott vagy adaptálni kívánt gyakorlatokra, valamint az esetleges jövőbeli tervekre kérdezett rá a múzeumi felső- és középvezetők körében.³ A **MúzeumokMa 2020** kutatás kvantitatív, azaz online kérdőíves része, valamint a fókuszcsoporthoz tartozó vizsgálatok csak részben és közvetve érintették a kérdést, melynek eredményeit ezen sorozat más részei mutatják be részleteiben.

¹ Schafer, Hermann: Non-Visitor Research: An Important Addition to the Unknown https://www.informalscience.org/sites/default/files/VSA-a0a2o4-a_5730.pdf [letöltés ideje: 2021. 02. 02.]

² Jelenleg egy nemzetközi látogatókutatásban, a Danube Transnational Survey 2021 nevű projektben vesz részt a budapesti Iparművészeti Múzeum. <https://magyarmuzeumok.hu/cikk/nemzetkozi-latogatokutatast-koordin-al-az-iparmuveszeti-muzeum>

³ A 44 megkérdezett múzeumi felső- és középvezetőből 43 válaszolt a kérdésekre (hiányzó 1 fő egy országos múzeum főigazgatója), akik válaszainak feldolgozását követően jellemző mintákat figyelhettünk meg a múzeumi vezetők gondolkodását tekintve.

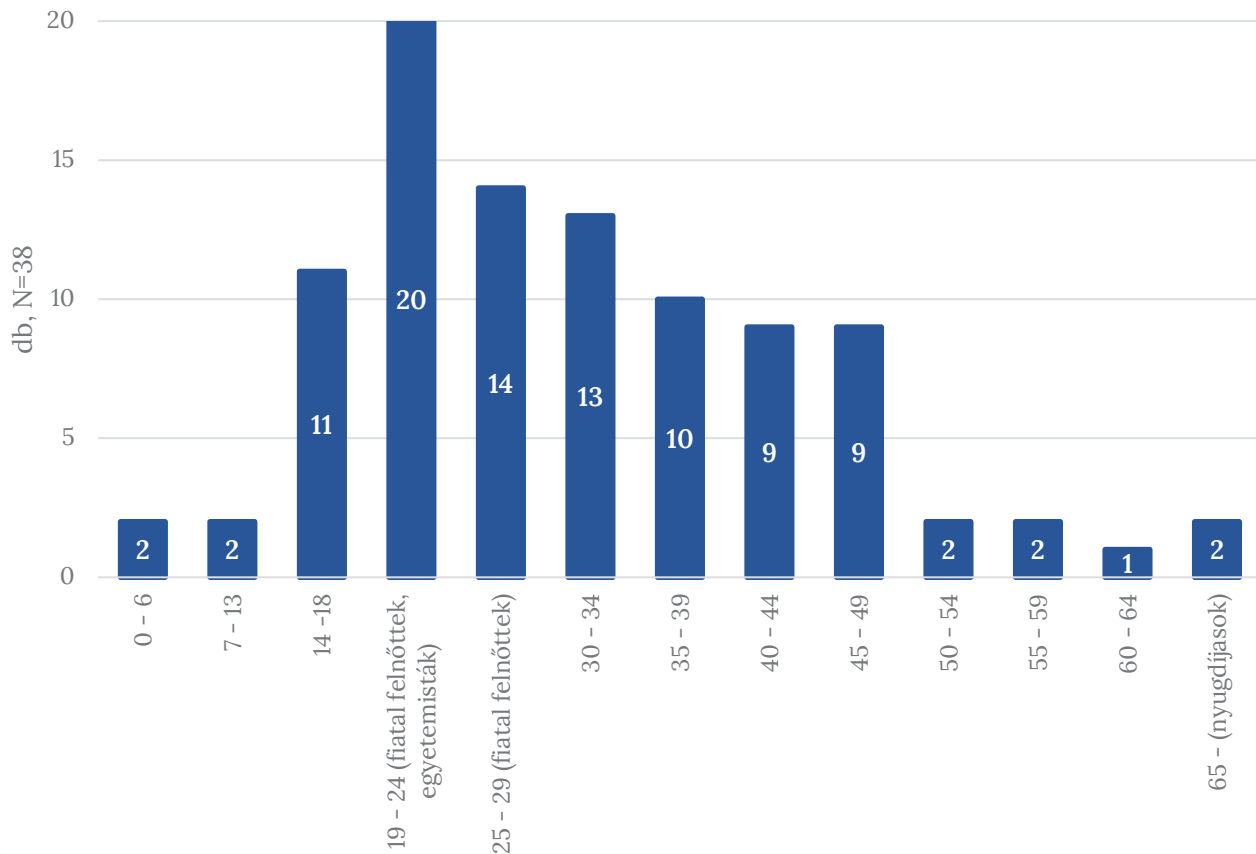
Fontos hangsúlyozni, hogy ezen elemzésben bemutatott eredmények nem azonosak egy nagymintás, reprezentatív (nem-)látogatókutatással vagy az intézményi látogatókutatások összesítésével. A múzeumi vezetők válaszai gyakran személyes benyomásaikat és szakmai hozzáállásukat tükrözték, és nem vagy csak esetenként alapultak kvantitatív vagy akár kvalitatív felméréseken. Jellemző példa erre egy gazdasági munkakörben dolgozó múzeumi középvezető válasza: *„igazából nem tudom ... minden csoportban vannak kultúrát szerető és kultúrát mellőző emberek. Ez szerintem nem demográfiai, inkább valamilyen társadalmi érettség ... hogy mennyire érettek az emberek a kultúrára, onnan megfogható...”*. Ennek megfelelően ez az elemzés is leginkább a múzeumi vezetők e területen megfigyelhető gondolkodását képes bemutatni, kiegészítve azt egy rövid kitekintéssel más európai országok múzeumi (nem) látogató-kutatásainak releváns számaira.

Kik a múzeumi „nem látogatók”?

A legtöbb érdemi választ adó közül (összesen 38 fő) a túlnyomó többség a „nem látogató” demográfiai csoportokat leginkább korosztályi, illetve az ahhoz szorosan kapcsolódó oktatási háttér szerint határozta meg. Nem véletlen, hogy a legtöbben az egyetemisták és a fiatal felnőtteket jelölték meg mint „nem látogató” közönség (20 fő), majd a 25-30 közötti korosztály (14 fő). Szintén magas volt a fiatal aktív korúak, azaz a 30 és 35 év közöttiek megemlítése (13 fő). Utánuk a középiskolások, gimnazisták (14-18 éves korosztály) következtek 11 db említéssel, a 35 és 40 közöttiek 10 válaszban, a 45 és 50, valamint az 50 és 55 év közöttiek pedig 9-9 múzeumi vezető válaszában kerültek elő mint „nem látogató” demográfiai csoportok. A bölcsődések, óvodások, az általános iskolás korúak, valamint az 55 és 60 közöttiek, továbbá a nyugdíjasok (65+) mind csupán két válaszban kerültek elő. A 60 és 65 év közöttiek pedig egyetlen mélyinterjúban sem lett megemlítve a kérdésre adott válaszokban.

Fontos továbbá felsorolni azon csoportokat is, melyek nem korosztályi alapon lettek meghatározva a múzeumi vezetők által. Ezek közül csekély számban, de mégis, nem korosztályi szempontból leggyakrabban a hátrányos helyzetűek lettek megemlítve (3 fő). Itt ugyanakkor eltérő csoportokat takart a fogalom, volt, aki a hajléktalanokkal és egyéb szociális hátránnyal élőkkel specifikálta ezen csoportot, más a testi hátránnyal élőkre gondolt elsősorban. Ide kapcsolódik még két fő interjúalany válasza is, akik a kétkezi munkások (ipari és mezőgazdasági), valamint az alacsonyan kvalifikáltakban határozták meg a „nem látogatók” körét. Mindösszesen két fő említette meg a külföldieket, egy fő a vidéki családokat (értelemszerűen fővárosi intézménynél), egy pedig a középkorú nőket (a szakirodalomtól némileg eltérően 30 és 50 között meghatározva ezen csoportot).

Véleménye szerint melyek azok a demográfiai csoportok, amelyek a „nem látogatók” körébe tartoznak saját múzeumát tekintve? (korosztályi besorolás szerint)



1. ábra⁴

Kik nem látogatják mások múzeumait? – rövid nemzetközi kitekintés

A hazai múzeumi vezetők válaszait érdemes röviden összehasonlítani a nemzetközi látogatókutatások eredményeivel, éppen azért, mert több esetben megfigyelhető, hogy a magyarországgal ellentétes jelenségeket figyelhetünk meg. Így az Egyesült Királyság Kulturális Minisztériumának a megbízásából készült 2016-os látogatókutatási tanulmány⁵ éppen a 25 és 44 közötti korosztályt nevezte meg (56,4%), hogy legnagyobb

⁴ Fontos megjegyezni az összesítés módszertanát tekintve, hogy a válaszok gyakran, a fent bemutatott adatoknál kevésbé voltak specifikusak a korosztály meghatározásánál. Ennek megfelelően a „fiatalok”, „fiatal felnőttek”, „tinédzserek” és egyéb köznyelvi fogalmak gyakran fordultak elő a válaszokban. Az összesítés során a „fiatalok” és „fiatal felnőttek” esetében – követve a válaszadók irányadó értelmezését – a 18-30 év közötti korosztálycsoportokat használtam, a „tinédzserek” esetében pedig a 14-18 év közötti korosztályt jelöltem meg. Ritka esetben a válaszok eltértek a fenti összesítés által mutatott kategóriáktól, így ott kerekítést használtam (Például: 33-ról 35-re, 42-ről 40-re).

⁵ Department for Culture Media and Sport: Taking Part focus on: Museums and galleries, 2016 https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/562676/Focus_on_museums_and_galleries_final.pdf [letöltés ideje: 2021. 02. 02.]

arányban látogat múzeumba, míg az idősebb, 75 feletti korosztály a legkisebb arányban (34,1%) teszi ezt.

Szintén 2016-os a Holland Múzeumi Szövetség, a Kulturális Minisztérium és a Kulturális Örökség Intézetének tanulmánya,⁶ mely – a hazai helyzethez hasonlóan – a 13-18 év közöttiek arányát mutatta ki legkisebbnek a látogatók közül, ugyanakkor a holland múzeumi látogatások több, mint 60%-át az aktív korúak (19-64 év közöttiek) adták abban az évben.

A 2018-as spanyolországi múzeumi látogatásokat vizsgálja a spanyol Kulturális és Sport Minisztérium statisztikai összesítése.⁷ Ebből a jelentésből kiderül, hogy a múzeumi látogatásokat tekintve a legaktívabb korosztály a 15 és 19 év közötti korosztály (56,8%), és az idősebb korosztályok felé haladva ez az arány folyamatosan csökken, de a fiatal felnőttek, azaz a 20 és 24 év közöttiek (54%), valamint 25-34 év közöttiek (47,8%) itt is kiemelkedően szerepelnek.⁸

Az angliai Derby városa készített 2016-ban egy átfogó kutatást múzeumainak „nem látogatóiról”.⁹ A felmérés különösen tanulságos eredménye volt, hogy nem korosztályi alapon lehetett a múzeumokba nem járó demográfiai csoportokat legpontosabban meghatározni, hiszen e tekintetben nem volt szignifikáns eltérés a

⁶ Museums in the Netherlands 2016

<https://www.cbs.nl/en-gb/background/2017/44/fact-sheet-museums-in-the-netherlands-2016>
[letöltés ideje: 2021. 02. 02.]

⁷ Statistics on Museums and Museum Collections 2018. Results summary, 2020

<http://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:57682572-9dcb-4d5b-99b1-b16c593b7ce7/statistics-on-museums-and-museum-collections-results-summary-2018.pdf> [letöltés ideje: 2021. 02. 02.]

⁸A felsorolt nemzetközi látogatókutatások is mutatják, hogy a fiatal felnőttek múzeumi bevonása nem lehetetlen, de talán érdemes egy 50 évvel ezelőtti hazai felmérés eredményeit is megemlíteni. Az 1971-ben Makara Péter, S. Nagy Katalin és Vitányi Iván nagymintás kvantitatív kutatása (n=1008) három budapesti, akkor még önállóan működő múzeum (Budapesti Történeti Múzeum, Kiscelli Múzeum, Aquincumi Múzeum) látogatóit mérte fel. A felmérés, a mostani kutatás eredményei tekintetében talán meglepő módon, a 18 és 30, valamint a 41 és 50 év közötti korosztályokat találta a „legszorgosabb” múzeumlátogatóknak, míg a 60 felettiek részvételét az összes múzeumlátogató körében csak 10%-ra mérte.

Forrás: Makara Péter – S. Nagy Katalin – Vitányi Iván: Közönségvizsgálat három múzeumban, Budapest folyóirat, 1971. IX. évfolyam 9. szám, Budapest, 1971. szeptember
http://apps.arcanum.hu/app/budapest/view/Budapest_1971/?pg=432&layout=s [letöltés ideje: 2021. 02. 02.]

Mácsai Ágnes: Közönségvizsgálat három múzeumban, 2019. 01. 09.

<https://kulturalisertekeles.hu/2019/01/09/kozonssegvizsgalat-harom-muzeumban/> [letöltés ideje: 2021. 02. 02.]

⁹ Doran, Fiona - Landles, Linda: Non Visitors Research 2016, Fiona Doran and Linda Landles Bluegrass Research, 2017

<https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:SNBWifBYi0kJ:https://www.derbymuseum.org/wp-content/uploads/2017/08/16087-Non-Visitors-Research-Report.pdf+&cd=1&hl=en&ct=clnk&gl=hu#16> [letöltés ideje: 2021. 02. 02.]

teljes népességhez képest. A nemek, de még a foglalkoztatottság szerint is minimális, ugyanakkor hibahatárt meghaladó volt a különbség. Az említetteknel meghatározóbb tényező volt a múzeumi „nem látogatók” között az oktatási háttér hiánya, valamint kisebb részben ugyan, de az ázsiai származás.

A „nem látogatók” bevonásának módszertana

A „nem látogatók” meghatározása után azok bevonására, illetve az ezzel kapcsolatos tervekre is rákérdeztünk a következő kérdéssel: *„Melyik „nem látogató” csoport felé nyitna elsősorban, milyen múzeumi tevékenységekkel és milyen szolgáltatást fejlesztene számukra?”*

Ezen, második kérdéscsoportra már szignifikánsan kevesebben adtak érdemi választ, a 44 interjúalany közül mindösszesen 29 fő, míg 15-en nem kívántak, vagy tudtak ezirányú elképzeléseikről számot adni. A „nem válaszolók” többsége olyan csoportok sikeres bevonásáról beszélt, amelyek már látogatják múzeumukat, de előfordult olyan válaszadó is, aki szerint az általa meghatározott „nem látogató” csoport bevonásának: *„Én nem gondolom, hogy ennek neki kéne futni.”*

Fiatal felnőttek, egyetemisták

A 18-24, illetve a 25-30 közötti korosztályokat jelölték meg legtöbben a válaszadók közül mint „nem látogató” demográfiai csoportot, így értelemszerűen ezen korosztályok bevonásával kapcsolatban számoltak be a múzeumi vezetők a legtöbb tervről, elképzelésről. Ahogy egy múzeumi középvezető fogalmazott: *„Az egyetemistát a legnehezebb behozni szerintem, mert ők már nem esnek bele a múzeumpedagógusoknak az ernyője alá ... elfoglaltak, tanulnak, buliznak.”*

Az interjúk során leggyakrabban a korszpecifikus programokat, valamint az olyan szórakoztató programokat, élményeket és fejlesztéseket említették mint például a múzeumi szabaduló szoba, a celeb vezetések, és a különféle fesztiválok, közönségcsalogató rendezvények (köztük kiemelten a Múzeumok Éjszakája). Érdekes ötlet volt az egyik vidéki muzeális intézmény vezetőjétől a gyermektelen fiatal felnőtteknek fejlesztett „randevú csomag”. Ugyanakkor, éppen a szórakoztató élmények nyújtása kapcsán jelezte egy megyei hatókörű városi múzeum igazgatója: *„őszinte leszek, én sem jártam egyetemistaként a múzeumba”,* és bizonyos „határok meghúzását” tartotta indokoltnak. Megjelent ennél a korosztálynál még több múzeumi vezető részéről bizonyos közösségi terek, akár kávézók, „kultúrházak” terek kialakításának gondolata, továbbá hangsúlyosan kerül elő az interjúk során a megfelelő kommunikáció, elsősorban a web 2.0 és a közösségi médiás csatornák aktívabb használata.

Aktív korúak (30-60 év közötti korosztály)

Szintén nagy számban jelölték meg a válaszadók a 30 és 60 év közötti korosztályi csoportokat, akiknek bevonását is elsősorban szórakoztató programok, események és élmények – mint például biciklis városi túra, szabadulósobás játék vagy koncertek – által tervezik a múzeumi felső- és középvezetők megtenni, emellett a helyi identitás erősítése, a különböző kényelmi szolgáltatások, illetve az ehhez szükséges múzeumi infrastruktúra kialakítása is megjelent a válaszok között.

Középiskolások (14-18 év közötti korosztály)

A múzeumi felső- és középvezetők a harmadik legfontosabb „nem látogató” csoportként a középiskolásokat, a 12 vagy 14 és 18 év közöttieket jelölték meg. Ennek a korosztálynak a bevonása céljából a múzeumi vezetők leginkább intézményük oktatási profiljának és szolgáltatásainak fejlesztését tartották szükségesnek. Jellemző módon volt országos múzeumi középvezető, aki intézményét egyfajta tudásközponttá kívánja ezen célból fejleszteni, míg mások hagyományosabb múzeumpedagógiai eszközöket terveznek felhasználni. Ahogy egy országos szakmúzeum igazgatója fogalmazott, hogy a középiskolások bevonása a múzeumba akkor lehet sikeres „ha olyan múzeumpedagógiai programot kínálunk, ami kivált egy órát egy középiskolában. Ha a tanár úgy látja, hogy nem marad le a tantervben, ha eljön a múzeumba”.

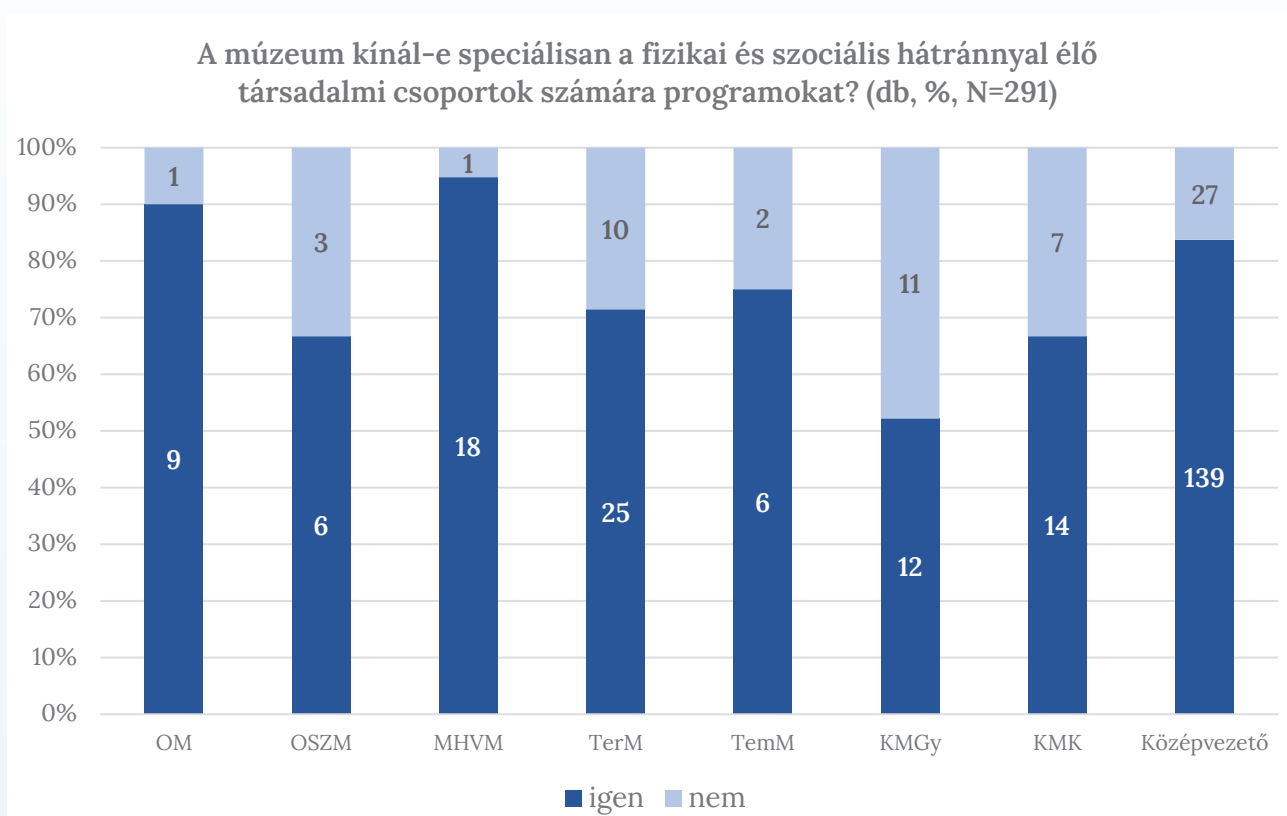
Fontos ugyanakkor, hogy a köznevelés kereteken kívül, szabadidejükben is meg tudják szólítani ezt a korosztályt a múzeumok, erre pedig leginkább a korosztályspezifikus, szórakoztató és élményszerű programok, események alkalmasak még a múzeumvezetők szerint. Megjelent a középiskolások esetében a közösségi média hatékony használatának jelentősége, a pályaorientációban rejlő lehetőség, valamint a kortárs kultúrának az előtérbe helyezése is.

Hátrányos helyzetűek

Ahogy fentebb említettem, leginkább korosztályi alapon határozták meg a válaszadók a „nem látogatók” demográfiai csoportjait, de többen a különböző (testi, szellemi vagy szociális) hátránnyal élőket is ebbe a kategóriába sorolták. Tekintettel arra, hogy a múzeumba járás egyik legfőbb akadályaként a múzeumi szakirodalom a „földrajzi távolságot” tartja számon,¹⁰ ám ezt a tényezőt kevésbé érintették a válaszadók. Az egyik

¹⁰ Culture statistics - frequency and obstacles in participation
<https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/pdfscache/51066.pdf> [letöltés ideje: 2021. 02. 02.]

fővárosi országos múzeum főigazgatója ugyanakkor a hátrányos helyzetűek kapcsán – ahogy a határon túliak esetében sikeresen működik, szintén – a magas költséggel, de magas hatékonysággal is működő utaztatást javasolta. A másik fontos észrevétel ezen csoportok tekintetében a civil és szakmai szervezetekkel való szoros együttműködés volt. Fontos hangsúlyozni ugyanakkor, hogy a hátrányos helyzetűek tekintetében, ahogy az a *MúzeumokMa 2020* kutatás kvantitatív részéből is kiderül, a hazai múzeumok jelentős része rendelkezik ajánlattal, ez pedig talán magyarázza, hogy ilyen ritkán kerültek elő a „nem látogatókra” vonatkozó válaszokban.



2. ábra

Összegzés

A *MúzeumokMa 2020* kutatás keretében nem valósult meg „nem látogató” kutatás, de értékes információkat kaphattunk a hazai múzeumi vezetők szemléletéről és gondolkodásáról a kérdésben. Fontos tanulsága a kutatásnak, hogy a nemzetközi látogatókutatások eredményeivel csaknem ellentétesen ítélik meg a múzeumvezetők saját közönségüket: míg hazánkban a fiatal felnőttként definiált korosztály a leginkább alulreprezentált a múzeumi látogatók körében, úgy éppen ez a társadalmi csoport a legaktívabb más európai országokban. Érdekessége továbbá a kutatásnak, hogy a múzeumi vezetők elsősorban korosztályi alapon határozták meg a múzeumi látogatókat és „nem-látogatókat”, míg más kutatásokból kiderül, hogy a legnagyobb eltéréseket a két csoport között nem ez a változó, hanem az oktatási háttér jelöli.