

Berényi Marianna

Posztdigitális jelen: a pandémia hatása a múzeumok online tereire

Amióta 2013-ban Ross Parry megalkotta a *posztdigitális múzeum* fogalmát, a terminus technicus a múzeumok online és digitális megjelenésével, a digitális forradalom az intézménytípusra gyakorolt hatásával kapcsolatos szakmai diskurzus megkerülhetetlen verbális eszköze lett. A Leicesteri Egyetem professzora a fogalommal természetesen nem a digitális forradalom végére kívánt utalni, hanem azt az időszakot kívánja jelölni, amikor a szektor kapcsolata már kellőképp megerősödött a technológiai vívmányokkal. Nem kezdet, nem vég, hanem fordulópont. Ross Parry olyan modellt kívánt alkotni, amely segítségével rögzíthetővé válik az a pillanat, átmenet, amikor az új technológia, valamint az online és közösségi média már nem nehézség, hanem létjogosultsága van a szervezeten belül. Nem a fizikai valóság ellentétpárja, nem ellenség, nem barát, nem a fejlődés kulcsa, a változás lehetősége, hanem az élet természetes velejárója. A digitális eszközök épp úgy megkérdőjelezhetetlen létjogosultságra tesznek szert a múzeumokban, mint ahogyan a digitális készségek valamennyi múzeumi műveletbe beleszövődnek, a mindennapi gyakorlat szerves részévé válnak. A digitális technológia olyan új normativitás, amely a munka és az élet része, s nem egy, a múzeum fizikai mivoltától független, zavarba ejtő képződmény. A múzeum offline és online terei egyre kevésbé válnak szét, a határok felolvadnak, a virtuális és analóg rendszerek egymást kiegészítve alkotják a múzeumok kortárs valóságát (Parry 2013). Ross Parry tanulmányában ugyanakkor ezt a fordulópontot nem globális folyamatként kezelte, hanem elfogadta, hogy a technológia lokálisan, regionálisan, intézménytípusonként eltérő módon és időpontban épül be a szervezeti struktúrába. Annak érdekében, hogy tetten érje, mikor válik a digitális világ normatívvá a menedzsmentben vagy az intézményi működésben, három szempontból vizsgálódott: brit múzeumok vezetőivel készült interjúk alapján a hatalom, a legitimáció és a jelentésstruktúrák szempontjából tanulmányozta a digitalizációhoz fűződő viszonyt. Megnézte, hogy a területet hogyan pozicionálták a szervezeti és működési szabályzatban, a küldetési nyilatkozatban, stratégiákban, a beszámolóikban, mennyire emelték ki a pályázatokban, nyomon követte, mikor következett be egy-egy intézményen belül az a pillanat, amikor a gyűjtemények fölött gyakorolt kizárólagos jog igényét felváltja a láthatóság, a nyilvánosság, a hozzáférhetőség jóval demokratikusabb szempontrendszerre. Ez a hagyományos működésre is hatással lehet: a webkettőre jellemző interaktivitás, párbeszéd, közösségi műkö-

dés a fizikai terekben szervezett projekteknél is megjelenik. A posztdigitális múzeum jellemzője, hogy az intézmény már túllép azon, hogy végleges állapotban tegye közzé az internetes fejlesztéseit. Felveszi a digitális világ ritmusát, folyamatosan zajlanak a fejlesztések, mindig minden béta állapotban fut. Mindemellett az intézmények már nemcsak egy-egy igény kielégítésére, egy-egy projekt megvalósítása érdekében hoznak létre online és digitális felületeket, hanem elkezdik a különböző tartalmakat összekapcsolni, legyenek azok a múzeumi terek multimédiás eszközein vagy az online térben. Ez utóbbi két attitűd, ami miatt a terminus technicus segít abban, hogy a koronavírus világjárvány múzeumok online tereire gyakorolt hatását mélységében megérthessük. A következőkben arra teszünk kísérletet, hogy áttekinthetően, a koronavírus világjárvány hatására online tevékenységre kényszerülő magyarországi múzeumok erőteljesebben integrálódtak-e az internet globális világba, tartalmaik a korábbinál merészebben reflektáltak-e a világháló trendjeire, továbbá a technológia eszközei lokálisan, regionálisan, intézménytípusonként milyen módon épültek be a szervezeti struktúrába, a mindennapi gyakorlatba.

Múzeumok krízishelyzetben

Amikor ezeket a sorokat írom, 2021 októberében, már meghaladta a világon a SARS-CoV-2, a Covid19 betegséget okozó vírus által eddig megfertőzöttek száma a 244 és fél millió főt.¹ 2019-ben, a veszélyes kínai kórokozóról szóró hírekre még sokan legyintettek, hihetetlennek tűnt, hogy a járványt nem sikerül a térségben megfékezni, és 2020. március 11-én az egészségügyi világszervezet (WHO) világjárvánnyá fogja nyilvánítani. Még a legpesszimistábbak sem jósoltak olyan forgatókönyvet, amely szerint a Magyarországhoz hasonló kisországok kormányai is néhány hónappal később vészhelyzetet hirdetnek, korlátozzák a lakosság mozgását és találkozásait, online oktatást, lehetőség szerint otthoni munkavégzést vezetnek be. Mindezt nem csupán néhány héten, hanem hónapokon át, hanem rövid fellélegzést követően – újabb tömegek megfertőződése és egy közepes városnyi ember tragikus halála mellett – 2020 őszén ismét arra kényszerülnek, hogy bezárják a kulturális intézményeket, korlátozzák a szolgáltatások körét és az emberek szabad kijárását, mozgását. Tömören: a szabad életet.² A pandémiával járó intézkedések következ-

1 Lásd: John Hopkins Egyetem számlálója: <https://coronavirus.jhu.edu/map.html>. Az adat az alábbi dátumra vonatkozik: 2021.10.27.

2 A magyarországi múzeumok 2021. március 16-tól kötelező érvénnyel zárva tartottak. Először május 18-án a szabadtéri, június 16-án a többi múzeum is kinyithatott. Az intézmények ismételt bezárására 2021. november 11-én került sor. Az intézmények csak következő év májusától nyithattak ki számos korlátozásmellett. Források: <https://koronavirus.gov.hu/cikkek/orban-viktor-bejelentese-varhatoleg-ujabb-vedelmi-intezkedesekrol>; <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a2000046.kor>; <https://koronavirus.gov.hu/cikkek/kormanyinfo-magyarorszag-sikeresen-vedekezett-jarvany-elso-szakaszaban>; <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a2000046.kor46/2020>. (III. 16.) Korm. rendelet; <https://njt.hu/jogszabaly/2021-194-20-22> 194/2021. (IV. 26.) Korm. rendelet [Letöltés: 2021. 08. 07.].

tében megrendült a világgazdaság, az élet minden területén válságos helyzetet teremtett a soha nem tapasztalat, váratlan krízis. Ez alól a kötelező zárvatartásra ítélt kulturális intézmények, közöttük a múzeumok sem vonhatták ki magukat; a bevételkiesés, a nyilvánosság, a fizikai környezethez, az analóg tárgyak, gyűjteményekhez kapcsolódó működési keretek felrobbanása drámai hatással járt.

Nem véletlen, hogy a múzeumok nemzetközi szinten a végsőkig kitartottak a nyitvatartás mellett. Elképzelhetetlen volt, hogy küldetésüket zárt kapuk mögött folytathatják. Félték a bevételkiesés következményeitől, sőt a korábbi tapasztalatok azt mutatták, hogy digitális tartalmaik sem keltik fel széles körben a társadalom érdeklődését, és a szakemberek úgy érezték, nem rendelkeznek megfelelő tudással, infrastruktúrával, hogy néhány napos, hetes felkészülési idővel a szokott minőségben folytassák a virtuális térben munkájukat. Ahogyan Kalla Zsuzsa, a Petőfi Irodalmi Múzeum gyűjteményi főigazgató-helyettese megfogalmazta az egyik első magyar járványhoz kapcsolódó szakmai szövegében, az európai nagy intézmények a koronavírus helyi felbukkanásától szinte az utolsó pillanatig – az állami tiltó rendelkezések megjelenéséig – folytatni akarták a szokásos üzemmenetet, bár végül korlátozásokra is kényszerültek (Kalla 2020). A múzeumok hasonlóan nem akartak bezárni az őszi korlátozások idején: nemzetközi állásfoglalások, vitairatok születtek arról, hogy a járványügyi szabályokat betartva biztonságosan üzemeltethetők ezek az intézmények.³ Fellépésüknek nem volt hatása: ahogyan a tavaszi karantén idején, 2020 őszén és 2021-ben is hónapokon keresztül nem nyithatták ki kapuikat. Hogy társadalmi, oktatási és kulturális szerepüket betöltsék, a nemzetközi és az országos szakmai szervezetek támogatása mellett már meglévő, majd folyamatosan új tartalmakkal és módszerekkel az online térbe helyezték át tevékenységüket. A múzeumok pillanatok alatt a média, a közösségi oldalak kedvencei lettek, ahol szervesen hozzájárultak a képernyő elé kényszerült lakosság rekreációjához (Gósi 2020), munkájához vagy az oktatáshoz, azaz digitális kínálatukon keresztül továbbra is lehetővé tették a múzeumi tartalmakhoz való nyilvános hozzáférést (Kajári–Nagy 2020, Szu 2020, Pacsika 2021, Berényi 2021a-e).

A múzeumok – látogatóik és bevételeik elvesztése ellenében – olyan kreatív, digitális környezetet alakítottak ki, amellyel a képesek voltak a lakosság és az állam újonnan megjelenő igényeit (online oktatás, virtuális szabadidő, otthoni munkavégzés, kormányzati elvárások) kielégíteni. Kiderült, hogy az intézmények elmúlt 20 évben végzett, nehézségekkel és elakadásokkal fémjelvezhető digitalizációs munkája⁴ mennyire fontos volt, a krízishelyzetben igazi aranytartaléknak bizonyult, épp úgy, mint a közösségi média (Russo–Watkins–Groundwater–Smith 2009), a közösségépítés (lásd Foster 2018), az új múzeumi módszerek kidolgozása révén szerzett gyakorlat (lásd Vergo ed. 1989, Hooper–Grennhill 2007, Battro 2012, Wilhelm 2013, Macdonald 2016, Fejős 2017, Frazon 2018, Bényei–Ruttkay 2021). Ahhoz,

3 Egy példa: Kritikával fogadták az osztrák múzeumok bezárását (<https://magyarmuzeumok.hu/cikk/kritikaval-fogadtak-az-osztrak-muzeumok-bezarasat>; utolsó letöltés: 2021.10.28.).

4 A magyarországi múzeumi digitalizáció utóbbi 30 évéről részletesen: Berényi 2021e

hogy a múzeumok egyik napról a másikra eleget tudjanak tenni a kihívásoknak és az igényeknek, nemcsak megfelelő alapokkal kellett rendelkezniük a digitalizáció, az online kommunikáció, a szolgáltató szemlélet, a társadalmi változásokra, a közösségek igényeire nyitott újmuzeológia terén, hanem innovatív gondolkodásra, fejlesztésekre volt szükség.

Ahhoz, hogy feltárhassam, milyen intenzív és mélyreható változást hozott mindez az online múzeumi tartalmak készítésének elméleti, módszertani és technológiai hátterében, milyen tartalomtípusok válhattak igazán sikeressé, hatékonyá és eredményessé, három területen, három perspektívából végeztem kutatását. Elsőként megvizsgáltam a környezetet, ahol a fejlesztések, az online tartalomgyártás és annak a közvetítése lezajlott. Azokat a nemzetközi és magyar kutatási eredményeket hasonlítottam össze, amelyek a múzeumok működését vizsgálták a megváltozott környezetben (ICOM 2020a-b, 2021; NEMO 2020a-b, 2021; UNESCO 2020, 2021; Szu 2020; Pacsika 2021). A második, online kérdőíves kutatást már magam végeztem el a magyarországi múzeumi szakemberek körében 2021 nyarán: a járvány alatt folytatott feladataikra, a munkavégzés körülményeire, az online tartalomgyártáshoz szükséges elméleti és gyakorlati tudásukra, kompetenciáikra fókuszáltam (Berényi 2021d).⁵ A harmadik – ugyancsak online kérdőívekre épülő – 2021 telén elvégzett országos kutatásban arra helyeztem a hangsúlyt, hogy az intézményi és az egyéni szakmai munka hogyan hasznosult: miként értékelik mindezt a múzeumok látogatói, online tartalmaik felhasználói (Berényi 2021b).⁶

Számokban mérhető hatás – nemzetközi és magyar kutatások a bezárt múzeumok helyzetéről

Ha a nemzetközi és magyarországi múzeumi kutatásokat vizsgáljuk, kirajzolódik: a pandémia első és legfontosabb következménye, hogy a becslések szerint a világ múzeumainak 90%-a kényszerült hónapokon át teljes vagy részleges zárvatartásra. Másodsor: a világ múzeumainak globális szinten egyidőben kellett ugyanazzal a gazdasági és társadalmi nehézségekkel kellett szembenézni: a zárvatartással járó látogatószámcsökkenéssel (*1. táblázat*), bevételkieséssel, létszámleépítésekkel, az online munkavégzéssel, a közönséggel való online kapcsolattartással, az online kulturális tartalmak iránt megnőtt igénnyel.

5 *A Múzeumi munkatársak tevékenysége, munkakörülményei a világjárvány alatt* című kérdőív kérdései (https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSep6rmbJcLw2I3PEjpm88cqFiQovN3bgSb4iFLk1XqaDik51Q/viewform?usp=sf_link; hozzáférés: 2021.10.29.).

6 *A Hogyan értékeli a magyar látogatók a múzeumok koronavírus alatt folytatott online tevékenységét?* című kérdőív kérdései (https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSce8DPGkSkFoKOP9OwEIsrpPCnbdQr9foB-40OwuCWgtmKs1Q/viewform?usp=sf_link; hozzáférés: 2021.10.29.).

	Időszaki kiállítás látogatószáma (fő)	Összes látogató (fő)	Iskolai oktatást segítő foglalkozások száma (db)	Iskolai oktatást segítő foglalkozáson résztvevők száma (fő)	Rendezvények száma (db)	Rendezvényeken résztvevők száma (fő)
Csökkenés 2019–2020 között	63%	62%	73%	56%	60%	44%
2020	1533692	4394991	9187	323583	52972	2217953
2019	4132795	11563202	34292	741334	131758	3979056
2018	4477879	10955141	30924	741517	121219	3616202
2017	4259084	10781646	28935	692402	124630	3574570
2016	4185723	10395847	27553	659166	117932	3550189

1. táblázat. A magyarországi múzeumi működési engedéllyel rendelkező intézmények látogatószámainak változása

Forrás: KultStat

Harmadszor: a múzeumok függetlenül attól, miként viszonyultak az elmúlt években a digitalizációhoz, a kommunikációhoz, 2020-ban újra kellett gondolniuk a digitális tartalomgyártással, online megjelenésekkel kapcsolatos stratégiájukat. Negyedik fontos változás, hogy mivel minden múzeumi esemény internetes eszközökön keresztül, alapvetően nyilvánosan zajlott, így a világ bármely pontján láthatóan történt. Megszűntek a földrajzi távolságok, néhány egészen kicsi és csak lokálisan ismert intézmény is a globális érdeklődés középpontjába kerülhetett. Ez is szignifikáns eleme az ötödik új attitűdnek: a különböző intézmények sokkal erősebben hatottak egymásra, a jógyakorlatok, újítások pillanatok alatt elterjedtek, variálódtak, ezzel is erősítve a krízishelyzetre adott válaszok közötti hasonlóságot. Ebben már a nyelvtudás hiánya sem hátráltatta a felhasználókat, hiszen a közösségi média oldalak automatikusan fordítanak, sőt még az olyan videómegosztó oldalakra is be lehet állítani ezt a funkciót, mint a YouTube. Így az eddigi jellemzően angolszász jógyakorlat-repertoárok váratlanul kiegészültek olasz, balti, távol-keleti, dél-amerikai, arab, afrikai mintákkal is.

A hatodik elem pedig teljesen új: az ágazat szakembereinek gyorsan fejlődő digitális kompetenciáinak köszönhetően egyre könnyebb volt olyan online kérdőíves kutatásokat végezni az öt kontinens államainak múzeumaiban, amelynek eredményeit azonnal kiértékelhetővé és publikálhatóvá váltak, muníciót adva a nehéz helyzetbe került szektornak. Így az első, a második és a harmadik hullám alatt is több nemzetközi szervezet egyazon időben vizsgálta a kulturális és örökségi helyszínek

reakcióit. Ha figyelembe vesszük, hogy az egyes országok is végeztek a pandémia kulturális intézményeire gyakorolt hatásairól kutatást, kijelenthetjük, hogy soha ennyi, egymást kiegészítő, kontroláló adat nem állt rendelkezésre a világ múzeumairól.

Talán a legbeszédesebb ebből a szempontból az UNESCO 2020-as és 2021-es kutatási jelentése közötti különbség. Míg egy évvel korábbi közleményükben 195 állam 94675 múzeumának nehézségeiről beszéltek (UNESCO 2020), addig egy évvel később a különböző kutatásoknak köszönhetően már 104000-re becsülték a világ múzeuminak számát. Ezzel párhuzamosan az intézmények földrajzi eloszlását is pontosították. 61%-uk Nyugat-Európában és Észak-Amerikában található, 18%-uk Ázsiában és a Csendes-óceán szigetein, 11%-uk Kelet-Európában, 8% Latin-Amerikában és a Karib-térségben. Afrikában, valamint az arab államokban a világ múzeumainak mindössze 0,8%-a illetve 0,7%-a működik (UNESCO 2021: 53). Az első jelentés pedig arra is rámutatott, hogy az elmúlt évtizedben világszerte közel 60%-kal nőtt a múzeumok száma, de csak 27 állam rendelkezik egymillió lakosra vetítve több mint 50 múzeummal. Az UNESCO tagállamainak túlnyomó többsége (113) kevesebb mint 6 múzeummal büszkélkedhet egymillió lakosra vetítve, és bizony olyan országok is vannak, ahol még rosszabb ez az arány. Az viszont nem elhanyagolható, hogy a múzeumi világ térképének pontjai sűrűbbek és tarkábbak lettek, a fehér foltok élesebben kirajzolódnak, ami egyszerre jelenti a terület iránt növekvő figyelmet és a vele kapcsolatos tudás bővülését.

Ugyanakkor, ha áttekintjük az UNESCO, az ICOM, a NEMO, a magyar MOKK jelentéseit, azt látjuk, hogy meglehetősen hasonló kérdésekre építették fel a kérdőíveket. Mindez egyszerre vall a koronavírus járvány globális hatásaira, de azt is jelzi, hogy a különböző kormányzatok, szakmai szervezetek mely ügyek mentén tematizálják az intézményekkel kapcsolatos kihívásokat, elvárásokat.

Online kommunikáció, a digitális szolgáltatások fejlődése

Valamennyi kutatás központi eleme a múzeumok újfajta, az aktuális igényekre épülő digitális kezdeményezéseinek a számbavétele. Az UNESCO szerint a múzeumi ágazat nagyon gyorsan reagált a Covid19-válságra, fejlesztette jelenlétét az interneten, hogy fenntartsa a kapcsolatot a közönségével. A szervezet ezen a téren tett erőfeszítései a 2015-ös, a múzeumok és gyűjtemények védelméről és népszerűsítéséről, sokszínűségéről és a társadalomban betöltött szerepéről szóló ajánlására épül, amely hangsúlyozza a múzeumok alapvető szerepét a kulturális területen, mind az oktatás, mind a lakosság fejlődése és jóléte szempontjából, valamint az információs és kommunikációs technológiák (IKT) fontosságát. Az UNESCO első kutatása több mint 800 olyan intézkedést összegzett, amikor a múzeumok a járványt megelőző fejlesztéseikre építve, online megoldással érték el közönségüket (UNESCO 2020). A múzeumi ágazatban a digitális eszközök növekvő jelentőségét az is bizonyította, hogy számos, az adott időszakra terve-

zett offline múzeumi tevékenységet – köztük a folyamatban lévő kiállításokat, konferenciákat és ismeretterjesztő tevékenységeket – az interneten valósítottak meg.

A múzeumok közösségi médiában (Facebook, Twitter, Instagram) érzékelhető aktivitása is új lendületet vett, szakmai szinten pedig számos webináriumot szerveztek. Az UNESCO örömmel nyugtázta, hogy a múzeumok számos új ötlettel enyhítették a bezártság időszakát: játékokat, színezőket, kvízeket, oktatási csomagokat, valamint a sajtó által felkapott „kihívásokat” tettek közzé. Ehhez hasonló digitális akciókat világszerte indítottak, intenzitásuk azonban tükrözi a múzeumok eloszlását a különböző kontinenseken. Míg a virtuális múzeumok és a közösségi hálózatokon megvalósuló akciók minden földrészen megtalálhatók, a legtöbb és leginnovatívabb kampányokat azokban az országokban figyelték meg, ahol a legmagasabb a múzeumok száma, és ahol a digitális technológia, valamint az internetes hálózatok fejlettek. Az IKT-kezdeményezések és a Covid19-re adott azonnali digitális válaszok szinte teljesen hiányoznak az afrikai államokból és a fejlődő kis szigetországokból. Az UNESCO második kérdőíve emellett azt is kutatta, miként helyezék át a múzeumok hagyományos oktatási és közösségi tevékenységüket az online térbe (UNESCO 2021). Megnyugvással szögezte le: új eszközök, programok segítségével kreatív módon érték el a múzeumok a tanárokat és az ugyancsak digitális térbe kényszerülő iskolákat. A nemzetközi szervezet számára a korábban említett misszió túl ez azért is volt ennyire fontos terület, mert az információs és kommunikációs technológiák szerepe már a 2015-ös múzeumokról szóló ajánlásában is hangsúlyt kapott (UNESCO 2015). Az, hogy az idő ilyen fájdalmasan igazolta ezzel kapcsolatos álláspontjukat, rámutat, hogy a különböző tagállamoknak érdemes figyelembe venni iránymutatásaikat.

Az ICOM felmérései ezen a területen is megerősítették az UNESCO megállapításait. Igaz, az adatközlők közel fele azt válaszolta, hogy múzeuma már a kijárási korlátozások előtt is jelen volt a közösségi médiában, gyűjteményeit elérhetővé a világhálón, a járvány következtében ők is 15%-kal növelték digitális kommunikációs munkájukat. A közösségi médiára a megkérdezettek több mint fele fordított nagyobb figyelmet (ICOM 2020a). A felmérés által elemzett valamennyi kategória a világ múzeumainak legalább 15%-ában nőtt, és ez a szám majdnem 50%-ra emelkedik, ha figyelembe vesszük a közösségi média, a livestreaming események vagy az online oktatási programok terén végzett aktivitást. A második ICOM jelentés (ICOM 2020b) azt is kihangsúlyozza, hogy a járvány második hullámára gyarapodott azon intézmények száma, amelyek új médiacsatornát nyitottak. Ezt a növekedést a harmadik felmérés is megerősítette, de rámutatott, hogy néhány kiugró példa ellenére a kis és közepes múzeumok a nagyokkal szemben ezen a területen is hátrányt szenvednek (ICOM 2021).

A főleg európai területre koncentráló NEMO magasabb arányszámait alátámasztják a nemzetközi szervezetek arányeltolódással kapcsolatos észrevételeit. Itt a válaszadó múzeumok 60%-a növelte online jelenlétét, 69,5%-uk olyan munkatársakat is bevontak az online kommunikációba, akiknek korábban nem ez volt a fel-

adatuk (NEMO 2020a, 2021). A bevételek csökkenésének arányát ismerve nem meglepő, hogy csak 13,4%-uk fordított magasabb összeget online aktivitásokra. A befektetett munka meg is térült: a múzeumok 40%-a jelezte a virtuális látogatók számának növekedését. Magyarországon a MOKK által 2021 januárjában megkérdezett intézmények 56,2%-a, azaz 114 fejlesztett digitális és/vagy online múzeumi tartalmakat 2020 márciusa, tehát a járványügyi helyzet kezdete óta, és az intézmények koncentrált figyelmet fordítottak a közösségi médiára. Ez alig maradt el az európai átlagtól (Pacsika 2021).

Egyenlőtlenség, digitális szakadék

Az örvendetes növekedési adatok ellenére a felmérések nem győzték hangsúlyozni, hogy nemcsak a múzeumok lehetőségei eltérőek, a Föld lakosainak csupán egy része fér hozzá a múzeumok online tartalmaihoz. Az ok-okozati összefüggések nem bonyolultak: milliók nem rendelkeznek internettel és olyan eszközökkel, kompetenciákkal, amelyek a hozzáférésüket, megértésüket biztosítaná. Hasonló nehézséget okoz, hogy a múzeumok egy része sincs birtokában a szükséges infrastruktúrának. A kutatásoknak köszönhetően a digitális szakadék minden eddigénél nyilvánvalóbb, láthatóvá váltak a virtuális múzeumok létrehozásának vagy az online gyűjteményekhez való hozzáférésnek az alapvető nehézségei. Az UNESCO a digitális technológiákhoz való hozzáférés tekintetében a nemek közötti jelentős különbségről is nyilatkozott. Az OECD adatai szerint a Földön mintegy 327 millióval kevesebb nő rendelkezik okostelefonnal és mobilinternet-hozzáféréssel, mint férfi. Mindemellett a múzeumok a járvány idején elkötelezettnek mutatkoztak a társadalmi felelősségvállalás terén. Különösen az amerikai múzeumok vállaltak példamutató szerepet a Black Lives Matter mozgalommal (Nagy Sándor 2020) vagy általában a társadalmakat sújtó globális gazdasági válsággal összefüggésben.

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

Múzeumi szakemberek bezárt kapuk mögött

A koronavírus világjárvány második hullámának a végén, a múzeumok fokozatos újranyitása után indítottam el a Pulszky Társaság MME, az Emberi Erőforrások Minisztériuma Múzeumi Főosztályának, a Magyar Nemzeti Múzeum, a MOKK hatóság erkölcsi és gyakorlati támogatásával a *Múzeumi munkatársak tevékenysége, munkakörülményei a világjárvány alatt* című kérdőíves kutatásomat.⁷ A múzeumvezetőknek és a felsorolt intézmények címlistáin szereplő múzeumi munkatársaknak kiküldött kérdőív 36 kérdést foglalt magába, amely az alapadatokkal együtt 61 zárt és 31 szabadon megválasztható kérdést tartalmazott, érintve a szakmai hátteret, a munkakörülmények és a munkalehetőségek átalakulását, a home office-szal, a digitalizációval, az online tartalomgyártással, a közösségi médiában végzett munkával kapcsolatos szakmai tapasztalatokat. A nagyszámú kérdéssor lehetővé tette a válaszok ellenőrzését, a különböző tendenciák megragadását, sőt számos ponton lehetőséget adott, hogy a megkérdezettek részletesen is kifejtsek véleményüket.

Az adatelemzés leíró statisztikai módszerrel (MS Excel) és a már említett nemzetközi és magyar kutatási eredményekkel, az országos múzeumstatisztikával,⁸ valamint saját, 2021. január 8–24. között lebonyolított, *Az Online múzeumi tartalmak a Covid19 alatt*⁹ című online kérdőíves látogatókutatással való összehasonlítás alapján történt, arra törekedve, hogy a kérdésekre adott válaszokat esetenként a következő szempontok szerint is vizsgáljam: az intézmények típusa, földrajzi elhelyezkedése. A kérdőívet végül 2021. május 24. és július 30. között 389 fő töltötte ki. A leírásban felhívtam arra a figyelmet, hogy azok a témakörök, amelyekben a válaszadó nem kompetens, átugorhatók. Így a százalékos adatokat sosem a kérdőívet kitöltő adatközlők összességének, hanem az adott kérdésre adott válaszadók számának függvényében határozom meg.¹⁰

Emberek a múzeumi online tartalmak mögött

A NEMO már említett 2021. januári kutatása kiemelte, hogy a látóterébe került 600 múzeum 93%-a fokozta online jelenlétét. Ez a drasztikus emelkedés alapvetően hatott az intézmény munkafolyamataira, hiszen valaki(k)nek elő kellett állítani ezt

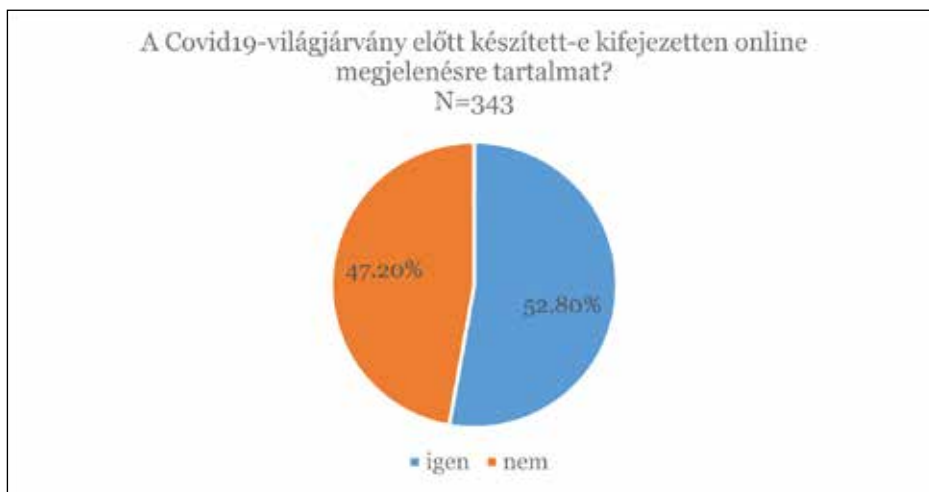
7 Külön meg szeretném köszönni Kassai Hajnalnak, az EMMI főosztályvezetőjének, Antal Józsefnek, a *Magyar Múzeumok Online* szerkesztőjének, Bereczki Ibolyának, a Pulszky Társaság elnökének és Lónárt Adriennek, a Magyar Nemzeti Múzeum munkatársának a segítséget. A kérdéssor kibővítésében még Róka Enikő,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

8 Lásd <https://kultstat.oszk.hu/#/home>.

9 A részletes elemzés itt olvasható: Berényi 2021b

10 A válaszadókról szóló elemzés itt olvasható: Berényi 2021d. A cikk folytatásaként a tanulmány több eleme is megjelent kutatási jelentésként a *Magyar Múzeumok Online* felületén.

a mennyiségű tartalmat. A nemzetközi felmérés szerint ugyanakkor csak a múzeumok 7%-a vett fel olyan új alkalmazottat, akinek kifejezetten az volt a feladata, hogy részt vegyen az online kampányok lebonyolításában. A gazdasági nehézségekkel küzdő intézmények inkább a meglévő munkatársak feladatköreit strukturálták át, azaz olyan munkatársak kezdtek el webes tartalomgyártással foglalkozni, akik korábban ezt nem tették. A tendencia Magyarországon is hasonló volt, a MOKK 2021. januári jelentése szerint a megkérdezett intézmények 56,2%-a fejlesztett digitális tartalmakat a járvány kezdete óta, meglévő munkatársaikkal.



1–2. ábrák. *Online tartalmat készítő munkatársak aránya a járvány előtt és után*

Forrás: *Múzeumi munkatársak tevékenysége, munkakörülményei a világjárvány alatt* kutatás (2021. május 24. – június 30.)



3–4. ábrák. *Online felületek kezeléséhez kapcsolódó feladatok a pandémia előtt és után*
 Forrás: *Múzeumi munkatársak tevékenysége, munkakörülményei a világjárvány alatt* kutatás (2021. május 24. – június 30.)

A múzeumi munkatársak körében végzett kutatásom is igazolja, hogy jelentős mértékben nőtt azoknak a száma, akik alapvetően előzmény, előzetes felkészülés nélkül online tartalomgyártással, online felületek kezelésével kezdtek el foglalkozni. A járvány alatt az adatközlők 35,5%-a rendszeresen, 29,4% alkalmanként kezelte intézményi online felületet, 68,6%-uk pedig online tartalmat is készített. Összességében 10,6%-kal több kolléga munkája kapcsolódott a járvány idején, a múzeumok zárvatartása alatt az intézményi online felületek kezeléséhez. Viszont a járvány előtti képeket csupán 3,5%-kal

csökkent azok száma, akik egyáltalán nem vállaltak ilyen jellegű feladatot. Ez azt jelenti, hogy azok vették kézbe a területet, akik korábban már alkalomszerűen végeztek ilyen feladatot, erre utal a kategóriában látható csökkenés is. (1–2. ábrák)

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

Az alábbiakban egy olyan kelet-magyarországi területi múzeum 40-es, tudományos fokozattal bíró szakemberének csöppet sem egyedi beszámolóját idézem, akinek frissen szerzett tapasztalataival, kézzel fogható eredményeivel egyébként országosan is sikerült intézménye iránt felkelteni a figyelmet. A szubjektív szövegben kifejezetten fontos elem, hogy a kezdetben otthoni internetkapcsolattal, okostelefonnal sem rendelkező szakember miként vonódik be, hogy érez rá az online kapcsolattartás lehetőségeire, és hogyan jut el az online szakmai események, jövőben is megőrzendő világának igényéig.

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

A közösségi média eddig nem játszott fontos szerepet a munkámban, mindig is a személyes múzeumi élményre helyeztem a hangsúlyt. Saját otthonomban nem is volt internet elérés. A digitális oktatás kihívásaival való szembekerülés azonban engem is rávitt, hogy előbb a hálózatelérést biztosítsam otthon, majd okostelefont vegyek, végül Facebook-fiókot csináljak, s szerencsére igen hamar sok kultúra iránt érdeklődő és kulturális területen dolgozó ismerősöm lett. Visszagondolva az elmúlt évre, látom, hogy egyre nagyobb szerepet szántam a munkámhoz szorosan vagy akár kevésbé szorosan kapcsolódó bejegyzéseknek. A szűk egy év arról győzött meg, hogy az általam fontosnak tartott személyes séget az online múzeumi felületeken is érdemes és lehet érvényesíteni.

A szakmában senki sem számított arra, hogy milyen nagy hangsúlyt kap az online jelenlét munkánkban. Ha felkészültebbek lettünk volna, a kultúra e területe talán jobban jön ki a járványhelyezettel kapcsolatos nehézségekből. Szomo-

rú, hogy hosszútávú értékőrző és értékteremtő munkánkat 2-3 hónap zárt ajtó mögött végzett munka alatt, néhányan feleslegesnek látják. Ez arra hívja fel a figyelmet, hogy munkánk hozzáférhetővé tétele kapcsán nagyobb hangsúlyt kellene kapnia a múzeumok nagy szakmai tudást és tapasztalatot és sok-sok évig tartó kiegyensúlyozott feldolgozó munkát igénylő területeinek megbecsülése is. Talán kis létszámú szakmai fórumokon lehetne ismertetni, bemutatni elsőként a munkát. Jól vizsgáztak ebből a szempontból az online konferenciák, meetingek. Egy kis múzeumban a szakmai alkalmazott is a nyitvatartás biztosításában dolgozik, akár munkaideje felében is! Nagyon nehéz megoldani, feszültségekhez vezet, hogy a szakmai munkához szervesen hozzátartozó szakmai továbbképzéseken, konzultációkon, konferenciákon részt tudjon venni. Az év során online tartott ilyen rendezvények elérésének lehetősége biztató irány.

A gyakorlati tudás megszerzésének lehetőségei

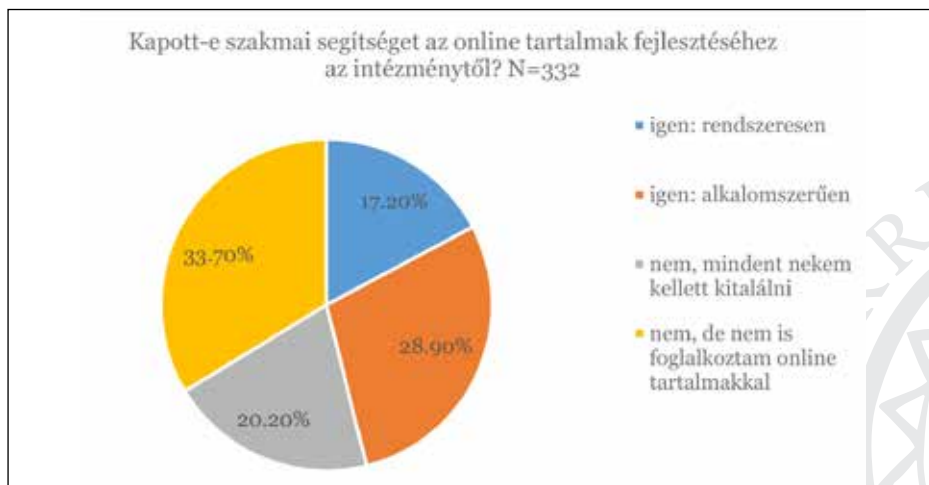
A múzeumi munkatársak számára talán a legnagyobb nehézséget az okozta, hogy minden átmenet nélkül, kreatívan és eredményesen kellett elérniük az online tér felhasználóit, ráadásul valamennyi újonnan létrehozott tartalom azonnal nyilvánosságot kapott. Tévedni nem igazán lehetett, hiszen a felhasználók azonnal kommentben jelezték az észrevételeiket. A radikálisan új helyzetet az sem segítette, hogy a válaszadók többségének nem állt a rendelkezésére olyan korábbi digitalizálással, online kommunikációval, tudásközvetítéssel kapcsolatos intézményi stratégia, amelyre építkezhetett volna. (5. ábra)



5. ábra. Az intézmények digitalizálással, online kommunikációval, tudásközvetítéssel kapcsolatos stratégiáinak megléte

Forrás: Múzeumi munkatársak tevékenysége, munkakörülményei a világjárvány alatt kutatás (2021. május 24. – június 30.)

A munkavállalók jelentős része ezen a területen alapvetően minimális szakmai támogatást sem remélhetett saját intézményétől. A 332 válaszadó közül mindössze 57-en kaptak rendszeresen segítséget, 67 főnek alapvetően mindent saját magának kellett kitalálni, 96 pedig alkalmyszerűen számíthatott aktív szakmai támogatásra. (6. ábra)



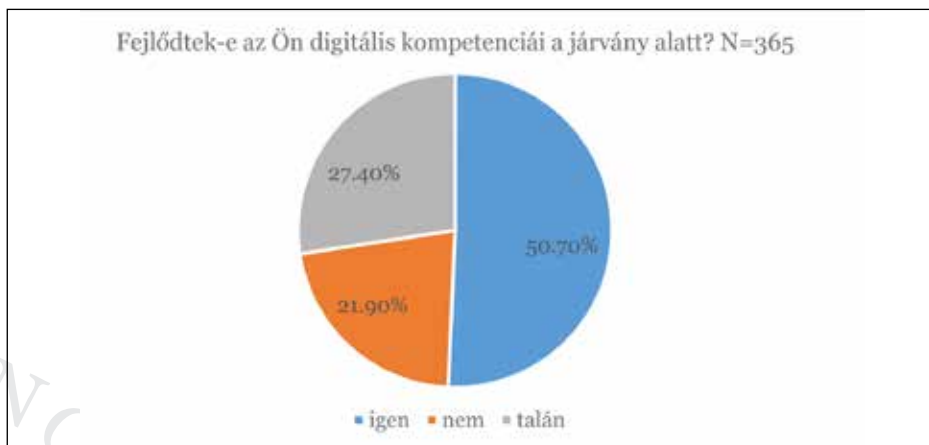
6. ábra. Szakmai támogatás az online tartalomfejlesztéshez

Forrás: *Múzeumi munkatársak tevékenysége, munkakörülményei a világjárvány alatt* kutatás (2021. május 24. – június 30.)

Így jobb híján 157 fő a kollégáktól gereblyézte össze a tudásmorzsákat, 107 fő bemutató videókra, 56 oktató programokra épített, 53 a barátikörétől kért segítséget, 12-en a családi kapcsolataikat használták ki, és ami alapvetően újdonság: 41 adatközlő a gyerekeiktől kapott tanácsot és gyakorlati útmutatót.

Egy biztos a válaszadók több mint fele (185 fő) úgy érzi, hogy digitális kompetenciái fejlődtek a járvány időszakában. (7. ábra) A válaszadók számos új alkalmazás kezelésében is elmélyedtek, a különböző konferenciákra alkalmas programok mellett, többféle múzeumpedagógiai és andragógiai célú, virtuális kiállítások rendezésére alkalmas fejlesztést kipróbáltak. Ehhez nagyban hozzájárultak a különböző szakmai események. 366 válaszadó 51,4%-a vett részt magyar, 2,7% csak nemzetközini, 16,1% pedig magyar és külföldi konferencián, workshopon.

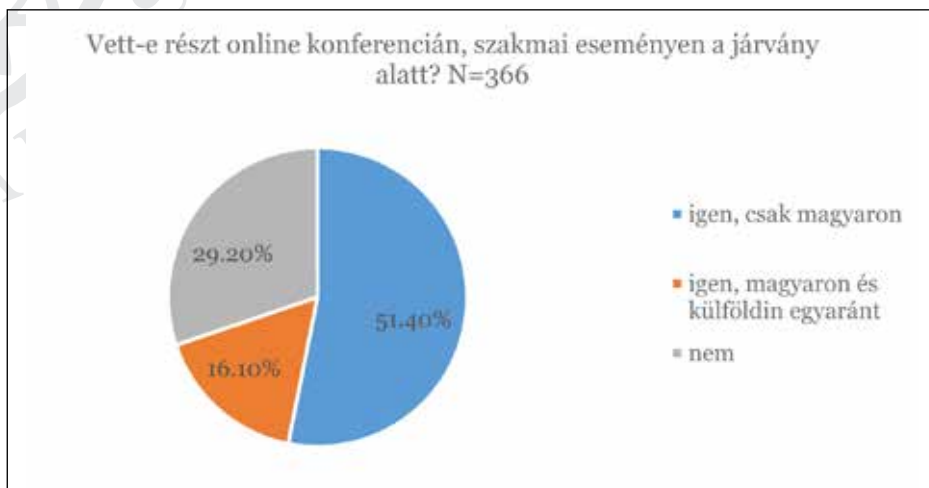
A Restart, a MuseumDigit, a Múzeumandragógiai Konferencia, a Europeana Aggregators Forum, a MAPS, a MuseumNext, a Ludwig Múzeum Hymexe, a Néprajzi Múzeum új kiállításaiival kapcsolatos nemzetközi tanácskozása, az egyes szakágak tudományos eseményei épp olyan hatékonyak voltak a helyzet kezelésében, a folyamatos fejlesztésekben, mint a kötelező vagy választható online továbbképzé-



7. ábra. *Digitális kompetenciák változása*

Forrás: *Múzeumi munkatársak tevékenysége, munkakörülményei a világjárvány alatt* kutatás (2021. május 24. – június 30.)

sek, tanfolyamok (a Pulszky Társaság Múzeumi iránytű sorozata, a természetvédelmi eseményt előkészítő Beporzó szalon vagy a kis intézmények számára életmentő Tájházi Műhely).



8. ábra. *Online konferenciákon való részvétel*

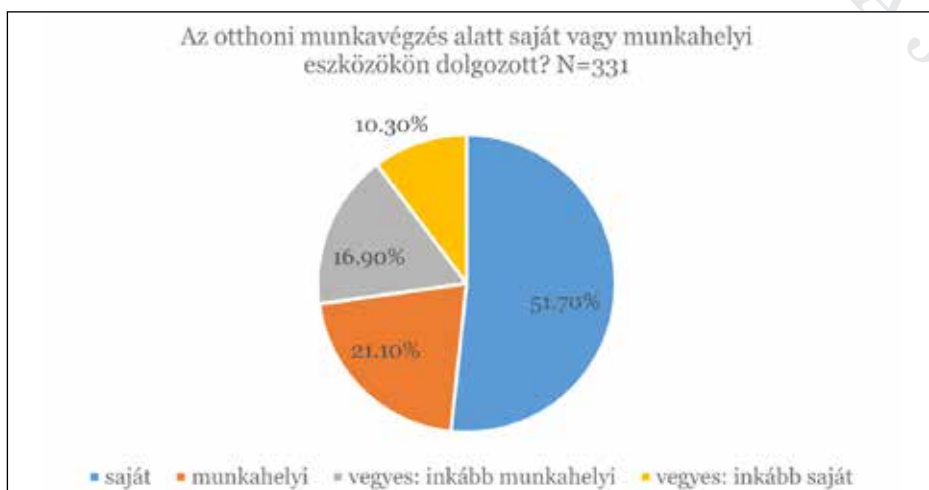
Forrás: *Múzeumi munkatársak tevékenysége, munkakörülményei a világjárvány alatt* kutatás (2021. május 24. – június 30.)

A múzeumi szakemberek maguk is szerepeltek konferenciákon, 63 fő magyar, 23 nemzetközini és magyaron, 5 csak nemzetközi tanácskozáson adott elő.

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

A digitális infrastruktúra hiánya – otthoni eszközök, ingyenes programok

A vészhelyzet idején megoldhatatlannak tűnő problémát jelentett a múzeumi munkavállalók számára, hogy a digitális étvágy illetve a digitális tartalomgyártással kapcsolatos elvárások kielégítéséhez, valamint az online kapcsolattartáshoz nem álltak a rendelkezésükre megfelelő eszközök. *Teljesen figyelmen kívül hagyták, hogy vannak-e eszközeim és anyagi vagy egyéb lehetőségeim. Csak a feladat elvégzését kérték számon* – fogalmazott az egyik adatközlő. Sokak számára a saját családi géppark fejlettebbnek bizonyult: a túlnyomó többség egyértelműen saját eszközzel élte túl a karantént, melynek esetleges meghibásodásakor csak a válaszadók 20%-a számíthatott az intézmény segítségére. (9. ábra)

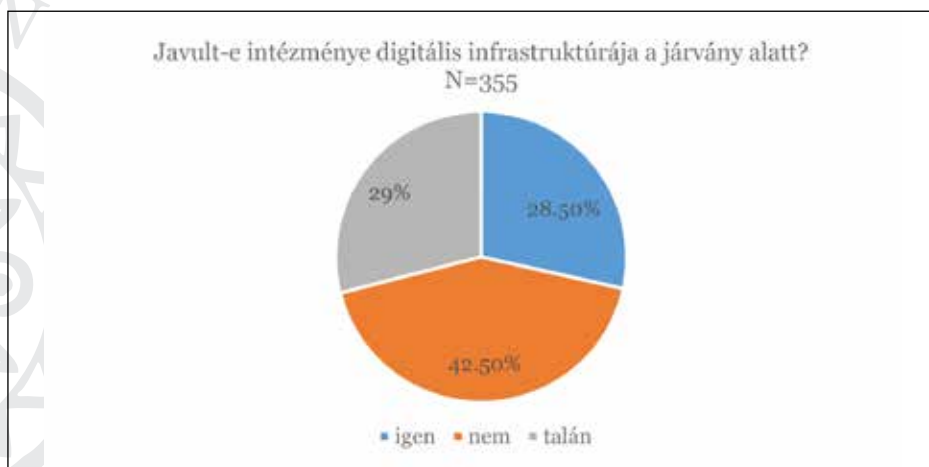


9. ábra. Az otthoni munkavégzés eszközei

Forrás: *Múzeumi munkatársak tevékenysége, munkakörülményei a világjárvány alatt* kutatás (2021. május 24. – június 30.)

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

Összességében azonban pozitív, hogy az adatközlők több mint negyede (28,5%) határozottan állítja, intézménye digitális infrastruktúrája javult a járvány alatt. (10. ábra)



10. ábra. Az intézményi infrastruktúra változása

Forrás: Múzeumi munkatársak tevékenysége, munkakörülményei a világjárvány alatt kutatás (2021. május 24. – június 30.)

Az IKT-eszközök hiányával a világon szinte mindenütt küzdött a múzeumok. A NEMO 2021. januári felmérésben 10-ből 8 múzeum, számolt be hasonló nehézségről, egyaránt említve a digitális infrastruktúra és a személyzet megfelelő szak tudásának a hiányát.

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

A múzeumok világszerte számtalan megoldást kipróbáltak, hogy hónapokon keresztül fenntartsák látogatókból lett követőik, felhasználóik érdeklődését. A NEMO 2021. januári jelentése szerint a látókörükbe került főként európai intézmények

93%-a bővítette online kínálatát. Számításaik szerint a közösségi médián közzé tett tartalmak (67%) után legtöbbször videókat, (39%), virtuális kiállításokat, túrákat (29%), és online oktató programokat (27%) készítettek.

Év	Állandó kiállítások száma saját épületben (db)	Virtuális kiállítás is készült hozzá (db)	Nem készült hozzá virtuális kiállítás (db)	Az állandó kiállításokhoz kapcsolódó virtuális tárlatok aránya (%)	Időszaki kiállítások száma saját épületben (db)	Virtuális kiállítás is készült hozzá (db)	Nem készült hozzá virtuális kiállítás (db)	Az időszaki kiállításokhoz kapcsolódó virtuális tárlatok aránya (%)
2020	1726	183	1103	11%	959	108	619	11%
2019	1719	103	1128	6%	1630	37	1155	2%
2018	1715	92	1124	5%	1658	33	1094	2%
2017	1704	102	1602	6%	1829	39	1790	2%
2016	1700	110	1590	6%	1864	31	1833	2%

2. táblázat. *Állandó és virtuális tárlatokhoz készített virtuális kiállítások számarányának változása a magyarországi múzeumi működési engedéllyel rendelkező intézményekben (2016-2020)*

Forrás: KultStat

Ez alapvetően meg is egyezik a közönség érdeklődésével. A MOKK ugyanekkor közreadott tanulmánya a közösségi média mellett hasonlóan a videók, kisfilmek készítését, online játékok fejlesztését, digitális oktatási segédanyagok készítését emelte ki (Pacsika 2021: 25). A főképp intézményvezetők, információi, hivatalos intézményi állásfoglalások alapján kirajzolódó nemzetközi és a hazai trendek láthatóan egybeestek. Igaz más területek is hangsúlyossá váltak, de a múzeumi munkatársakat célzó kutatások sem térnek el a korábbi eredményektől. A magyar múzeumi szakemberek saját bevallásuk szerint legtöbbször Facebook-bejegyzéseket (47,1%), gyűjteményi adatbázisokat (38,6%), virtuális és online kiállításokat (31,8%), múzeumi blogokat (27,9%), múzeumról szóló híryananyagokat (26,3%), oktatást segítő anyagokat (26%) készítettek. A filmkészítés is hangsúlyos. Bár ebben a kutatásban külön vettük a más-más céllal készült kuratori, backstage és YouTube-videókat, ha azonban ezeket összeadjuk, 37%-kal egyből a harmadik helyre ugrik ez a tartalomtípus.

Nem rendelkezik informatikussal		
2020	383	62%
2019	391	63%
2018	410	66%
2017	549	74%

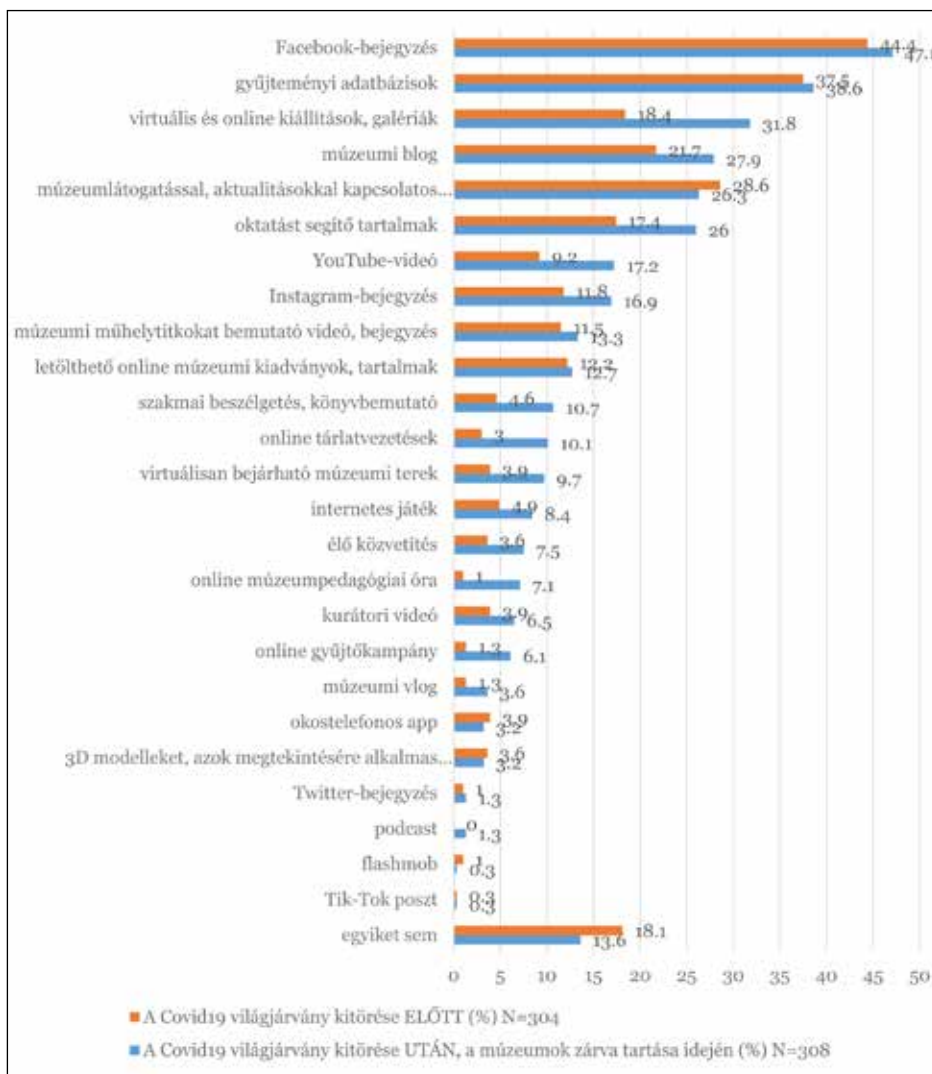
3. táblázat. *Informatikai szakemberek aránya a magyarországi múzeumi működési engedéllyel rendelkező intézményekben (2016–2020)*

Forrás: KultStat

2016	561	75%
------	-----	-----

A különböző kutatások egyik visszatérő megállapítása, hogy a múzeumokban a szaktudás és az IKT-eszközök tekintetében is rendszerszintű hiányosságok fedezhetők fel, de ennek ellenére az intézmények számottevő tapasztalatra tettek szert a digitális kommunikációs és tartalomgyártás terén. Igaz ezek a tapasztalatok a 100 fő alatti kis és közepes múzeumokban meglehetősen esetlegesek, szakember és intézményvezető függők, a vészhelyzet meghirdetésekor mégis volt mire építeniük a munkatársaknak. Éppen ezért a kutatásomban azt is megvizsgáltam, hogy az online és digitális tartalomgyártás mely területén volt a legerősebb tapasztalata az intézményeknek. Kiderült, hogy a válaszadók – és minden bizonnyal közönségük is – a legeredményesebb területeken, a közösségi médiában, a gyűjteményi adatbázisok építésében, az intézményi hírek készítésében, blogírásban már korábban is tettek szert tapasztalatokra.

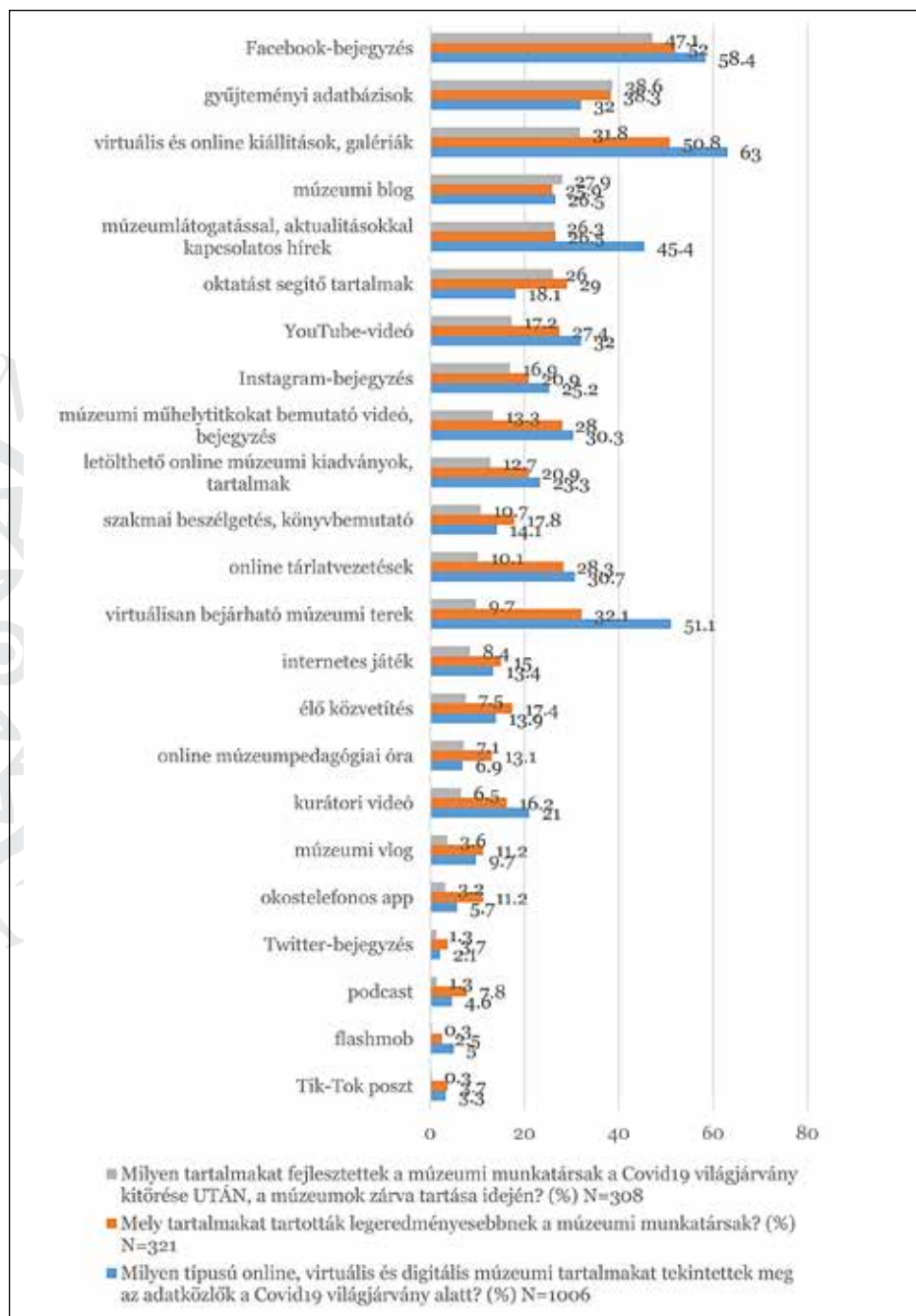
A 11. ábrán kirajzolódik, hogy melyek azok a műfajok, amelyekben a pandémia alatt mélyedtek el. Drasztikusan megnőtt az online múzeumpedagógiai órákat tartók és az online gyűjtőkampányt szervezők száma. Az online tárlatvezetéseket szervezők száma 3,4-szerese, az online szakmai beszélgetésekben, könyvbemutatók közreműködőké 2,3-szerese a korábbinak. Virtuálisan bejárható múzeumi tereket két és félszer, virtuális és online kiállításokat, élő közvetítéseket, YouTube-videókat majdnem kétszer, oktatást segítő tartalmat másfélszer annyian készítettek, mint korábban. Jelentősen nőtt az Instagram-tartalom, a kuratori videók, a múzeumi vlogok száma. Múzeumi aktualitásokkal kapcsolatban viszont kevesebb hír született, és érthető módon az okostelefonos applikációk készítésre is kevesebb figyelmet fordítottak.



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

Múzeumi online tartalmak és látogatók

Hogy mennyire volt eredményes a múzeumi szakemberek tevékenysége, a 2021 januárjában készült, 1000 főt megszólító lakossági kérdőív eredményeit összeolvastam a jelen kutatással (Berényi 2021b).



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

A vizualizált összehasonlító elemzésből nemcsak a legeredményesebb online tartalomtípusok körvonalazódnak, hanem az is, mely területeken voltak a múzeumi munkatársak a leghatékonyabbak. (12. ábra) A gyűjteményi adatbázis építésének ellenére, hogy rendkívül fontos, a közönség szempontjából kevésbé látható tevékenység. Annál inkább megérte közművelődési szempontból, hogy a múzeumok virtuálisan bejárható múzeumi terek, virtuális és online kiállítások fejlesztésébe kezdtek, videókat forgattak, online tárlatvezetéseket és élő közvetítéseket hirdettek, betekintést engedtek a kulisszák mögött folyó munkákba.

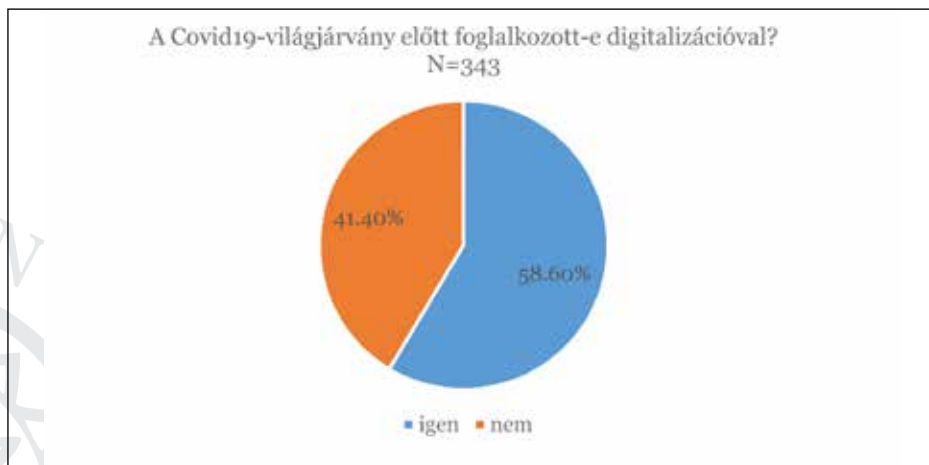
Az utóbbi kutatásból az is kiderül, hogy a múzeumi szakemberek mely területet érezték a legsikeresebbnek. A közönség elérése szempontjából a top 5 közé a Facebook-posztokat, a virtuális és online kiállítások, galériák készítését, gyűjteményi adatbázisok fejlesztését, virtuálisan bejárható múzeumi terek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

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

Digitalizációs feladatok vs. online tartalomszolgáltatás

A múzeumi dolgozók körében végzett kérdőíves kutatás egy másik területre, a gyűjteményi digitalizálással kapcsolatos anomáliákra is felhívja a figyelmet. A KDS, a Közgyűjteményi Digitalizálási Stratégia (2017–2025) elemzése (KDS 2016: 33–34) már 2016-ban felhívta a figyelmet, milyen hiányosságok tapasztalhatók ezen a téren múzeumi területen. Amikor felmérte a különböző gyűjtemények digitalizálási tevékenységét társadalmi hasznosulásuk szempontjából, megállapította, hogy a korábbi eredmények ellenére arányait tekintve a digitalizált műtárgyak száma viszonylag alacsony, és ezek nyilvános hozzáférése is rendkívül korlátozott. Annak ellenére, hogy a pandémia alatt a megkérdezett múzeumi dolgozók 38,3%-a foglal-

kozott a gyűjteményi adatbázisokkal, 55,2%-uk kifejezetten digitalizációval, összességében 3,4%-kal csökkent a területen részt vállalók aránya a járvány előttihez képest. (13–14. ábrák)



13–14. ábrák. *Digitalizációval foglalkozó múzeumi szakemberek aránya a járvány előtt és a járvány idején*

Forrás: *Múzeumi munkatársak tevékenysége, munkakörülményei a világjárvány alatt* kutatás (2021. május 24. – június 30.)

A felmérés arra is rávilágított, hogy az intézmények szerteágazó online tevékenysége ellenére a meglévő adatbázisok, digitalizált műtárgyállomány közreadása nem kapott kellő figyelmet az online tartalomszolgáltatások „forradalma” idején. Az adatközlők háromnegyede, összesen 75,5% egyáltalán nem hozott létre olyan

online tartalmat, amely intézményük meglévő digitalizált adatbázisait népszerűsítette volna. 338 főből összesen 82 alkalmazott törekedett erre. (15. ábra)



15. ábra. Online tartalmak és a digitális adatbázisok

Forrás: Múzeumi munkatársak tevékenysége, munkakörülményei a világjárvány alatt kutatás (2021. május 24. – június 30.)

Az ő gyakorlatuk ugyanakkor a későbbiekben is inspiráló lehet: blog- és közösségi média-bejegyzésekben, videóknak mutatták be az online elérhető gyűjteményeket, online vezetéseket reklámoztak a digitalizált tárgyakon keresztül, útvonal-tippeket, virtuális kiállításokat készítettek 3D szkennelt tárgyak beillesztésével, használták őket az online játékaikban, online tananyagaikban, régi online elérhető kiadványokat, forrásokat mutattak be, hét műtárgya vagy más műtárgyismertető sorozatot indítottak, online látványtárat szerkesztettek, a honlapon külön menüpontban kiemelték az adatbázisukat. A Göcseji Múzeum például Múzeumi Szertár néven nyitott új felületet a weboldalán, ahová a muzeológusok a nyilvános adatbázisunkból válogatva írtak tematikus tartalmakat, azzal a céllal, hogy a diákok otthoni tanulását segítsék.

A magyar és nemzetközi gyakorlatban is vitatott a digitális tartalmak nyilvános hozzáféréseinek a kérdése: számos intézmény, gyűjteményi kurátor kritikusan viszonyul az adatok széles körű, online közzétételéhez (Berényi 2021e). Az online, a nyilvánosság számára korlátozottan elérhető gyűjteményi adatbázis sokszor nem teszi lehetővé, hogy egy-egy tematika mentén bárki számára láthatóvá váljanak a tartalmak, vagy az is előfordul, hogy az adott témakörben még nem digitalizálták a tárgyállományt. A közművelődési, kommunikációs szakemberek ilyen esetben saját módszerekkel próbálják meg helyettesíteni az adatbázist. A kutatás résztvevői körében erre mindössze 2,8%-os arányban került sor – főleg az online tartalomszolgáltatás mellett elkötelezett, a meglévő intézményi gyakorlattal szemben konfliktust

felvállaló munkatársak esetében. A felsoroltakon túl erre akkor is szükség volt, ha az intézménynek nem volt saját, online elérhető adatbázisa, vagy egy-egy tárgycsoporthoz még csak nyomtatásban jelent meg a tárgykatalógus. Ebben az esetben QR-kód segítségével irányították az érdeklődőket az adott adatbázisból elérhető kötetre.

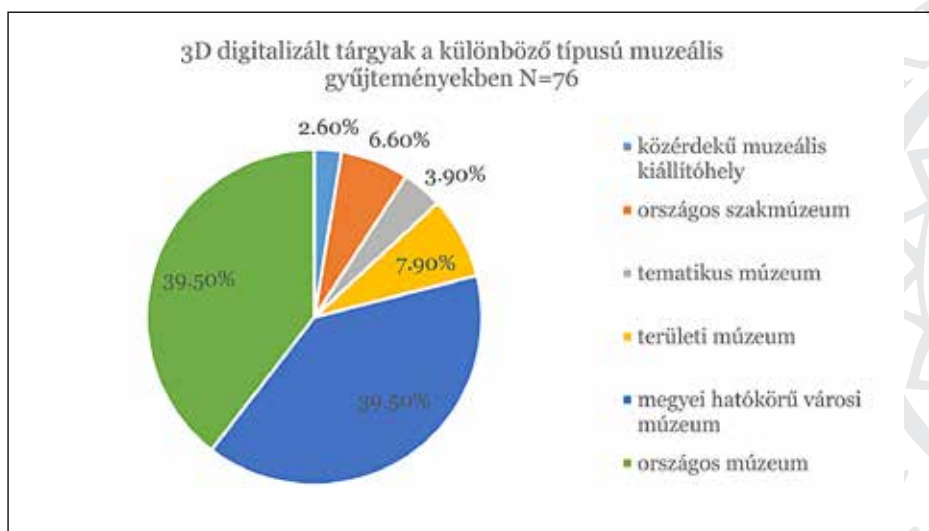
Valamivel többen, 342 válaszadó 17,5%-a viszont arról nyilatkozott, hogy nem küzd ilyen nehézségekkel, sőt azzal is foglalkozhatott, hogy a múzeum tárgyai, gyűjteményei különböző aggregációs felületen megjelenjenek. A múzeumok számára akár nemzetközi szempontból is kapukat nyithatnak meg az olyan globális, nemzeti vagy tematikus aggregációs platformok, mint az Europeana, a MuseuMap vagy a Néprajzi Múzeum koordinálása mellett 2020-ban létrehozott Trianon tárgyi emlékei. Az aggregáció során az aggregátor intézmény elsősorban a tartalmak begyűjtésére koncentrál azzal a céllal, hogy azokat információkkal gazdagítva minél szélesebb körben hozzáférhetővé tegye különböző platformokon oktatási és kutatási infrastruktúrák, valamint a nagyközönség számára. (Kómár–Bánki szerk. 2019, valamint vö: 3.5.1. fejezet.) Az elmúlt öt évben a KDS keretén belül számos olyan konferencia, képzés, legutóbb webinárium valósult meg, amely nemcsak a digitalizáció munkafolyamatait, hanem a hazai vagy nemzetközi aggregációban való részvételt segítette. Talán ennek is köszönhető, hogy az aggregációs munkában résztvevők köre kitágult: csaknem annyian dolgoztak ezen a területen a megyei hatókörű városi múzeumok adatközlői közül, mint az országosokéból. (16. ábra)



16. ábra. Aggregációs feladatokat is ellátó munkatársak aránya

Forrás: Múzeumi munkatársak tevékenysége, munkakörülményei a világjárvány alatt kutatás (2021. május 24. – június 30.)

A KDS keretén belül ugyanakkor a közgyűjtemények segítséget kaphatnak a gyakorlati digitalizációs munkájukban is, többek között a mobil digitalizációs labor házhoz megy, és ingyenesen digitalizálhatják a múzeumok műtárgyait. A labor szakemberei nem csupán nagy felbontású digitális műtárgyfotókat rögzítenek, hanem lehetőséget biztosítanak a műtárgyak 3D modelljeinek elkészítésére is. Örvendetes, hogy a kutatás szerint a válaszadók 24,3%-ának a gyűjteményében már van 3D-modell, közülük 58 esetben ez meg is tekinthető a honlapjukon az Europeana, a MuseumMap vagy a saját Sketchfab-felületükön.¹¹ Külön érdekesség, hogy a megyei hatókörű városi múzeumok adatközlői közül ugyanannyian tettek említést ilyen fajta fejlesztésről, mint az országos intézményeké. (17. ábra)



17. ábra. 3D digitalizált tárgyak a muzeális intézményekben

Forrás: Múzeumi munkatársak tevékenysége, munkakörülményei a világjárvány alatt kutatás (2021. május 24. – június 30.)

Elgondolkodtató azonban, hogy ez a látványos és az online térben sokféleképp használható megoldás, miért nem került nagyobb arányban felhasználásra a járvány idején. Miközben a válaszadók 17,1%-a eredményesnek tartotta ezt a tartalomtípust, összesen csak 3,2%-uk hozott létre ilyen tartalmat, applikációt.

Hasonlóan több intézmény számára kínálna lehetőséget a Google Arts & Culture, a világ gyűjteményeit, vizuális kincseit egy felületen összekapcsoló oldal. A kutatásban mindössze csak néhány budapesti intézmény – 3 országos szakmúzeum, 1

¹¹ Forrás: <https://sketchfab.com/search?location=hungary&segment=organization%2Fmuseum&type=users>; utolsó letöltés: 2021.08.10.

közérdekű muzeális gyűjtemény – 8 országos múzeum képviselője számolt be arról, hogy foglalkozott a kérdéssel. A nemzetközi, számos lehetőséget rejtő platformon egyébként 15 magyarországi gyűjtemény szerepel. A fejlesztés lehetősége azért is elgondolkodtató, mert a múzeumok online tartalmaival kapcsolatos felhasználói véleményeket vizsgáló kutatásban a kedvenc nemzetközi alkalmazások között előkelő helyen állt ez a felület.

Hipertextualitás mint cél, web-tudatosság

A Google Art, az Europeana, a MuseuMap és más aggregációs felületek egyik legfontosabb előnye, hogy képesek egy-egy téma, fogalom mentén összekötni a különböző tartalmakat hiperlinkek segítségével. A Google Art talán egyik legnépszerűbb megoldása, hogy egy-egy színárnyalatra kiadja a memóriájában őrzött hasonló színt tartalmazó, különböző gyűjteményekből származó műtárgyat. A számos jógyakorlat ellenére mégis ritkán találkozunk azzal, hogy a múzeumok a különböző online tartalmaikat végtelen hálóként szőnék össze. Mindennaposak az olyan közlések, ahol a készítő egyszerű, hiperlinkeket sem tartalmazó elektronikusan elérhető szöveges-képes, esetleg mozgóképes anyagot tesz közzé. Mivel a linkek által, rizómaként összekapcsolódó tartalmak a világháló alapvető jellemzői közé tartoznak (Szűts 2001), nem mellékes felmérni, hogy a múzeumok online tartalomkészítéssel foglalkozó munkatársai mennyire tudatosak ebből a szempontból.

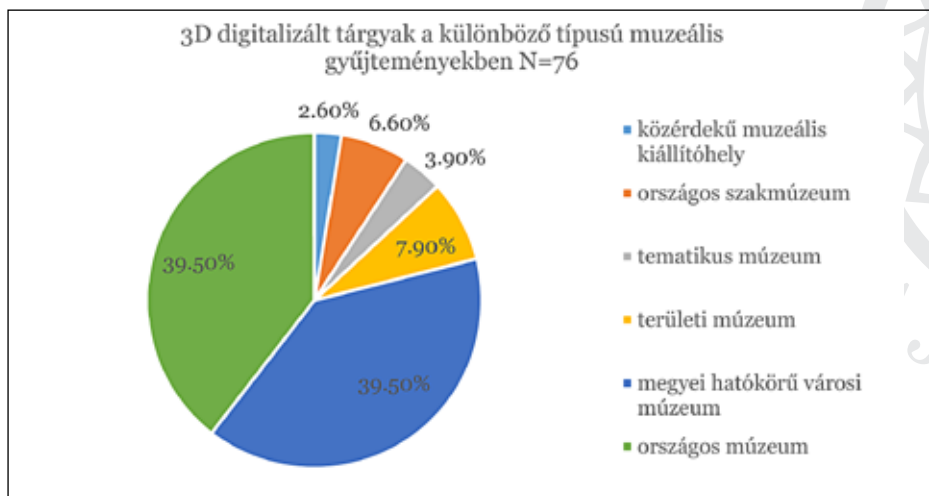
A felmérés sajnos az előfeltevéseket igazolta: a 365 válaszadó többsége (54,8%) nem ismerte a hipertextualitás fogalmát (vö: Müllner 2007; Gács é.n.; Szűts 2001, 2013, 2018), 31,2% (114 fő) viszont biztos volt benne, sőt meglehetősen adekvát definíciót írt. Egyetlen példa egy észak-kelet magyarországi 30-as néprajzostól:

A már említett virtuális kiállítás hipertextuálisan épül fel, hiszen a „fejezetek”, tárgyak, hiperhivatkozások között ugrálva is ugyanúgy megismerhető az egész tartalom, mint lineárisan haladva. A fő feladattal, az online nyilvántartás kezelésével kapcsolatban is megjelenik ez a fogalom, mivel az adatbázisban lévő rekordok össze vannak kapcsolva metaadataiknál fogva, illetve direkt kapcsolatot is létre tudok hozni két összetartozó tárgy között, így keresőszavak nélkül is eljuthatok rajtuk keresztül további kapcsolódó rekordokhoz.

Azok számára, akik rendelkeztek megfelelő elméleti tudással, kifejezetten hasznosak bizonyultak ezek az ismeretek. A megkérdezettek közül 153-an igyekeztek tudatosan összekapcsolni a különböző online tartalmakat: 78 fő közülük alkalmanként használt hiperlinket, 60-an pedig kifejezetten törekedtek arra, hogy virtuális kiállításokban, szövegekben ezzel a módszerrel kitágítsák a megismerés, az információszerzés lehetőségét.

A jövő

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



18. ábra. Az online tevékenységek folytatása a múzeumokban

Forrás: Múzeumi munkatársak tevékenysége, munkakörülményei a világjárvány alatt kutatás (2021. május 24. – június 30.)

Összegzés

A múzeumi munkatársak online tevékenysége 2020 előtt alapvetően esetleges volt. Mivel csak a nagyobb intézményekben volt/van olyan szakember, aki a különböző online felületeket kezeli, a kisebb helyeken a munkatársak részfeladatként látták el a különböző webes felületek kezelését, az ehhez szükséges tartalomgyártást. Általában

az adott egyén érdeklődési körén, kompetenciáján múlt, mennyire mélyed el a területen. Így a meglehetősen heterogén magyar múzeumi online terek, valamint működtetőik felkészültsége rendkívül különböző volt a vészhelyzet meghirdetésekor.

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

Ahogy a posztdigitális múzeum modellje esetében láthattuk, hogy a múzeumi munkatársak már képessé váltak összeolvasni az offline és online tér kihívásait a mindennapi gyakorlatban, a járvány időszakában a múzeum kényszerűen ugyan, de már nem egy adott fizikai térben jelent meg, hanem jelenlétét kiterjesztette a korábban jóval nagyobb körben a világhálón található virtuális formációkra, valamint a mobilitás különféle gyakorlatai és technológiai által létrehozott átmeneti terekre. Anélkül, hogy az intézmények elvesztették volna saját jellegzetességeiket, egyre inkább bekapcsolódtak az információ hömpölygésébe, erősödött a műtárgyak, gyűjtemények online kontextualizációja, ráadásul olyan multimédiás alkalmazások születtek, amelyek a fizikai és online teret összekapcsolják: a fizikai tér digitális megoldásai az internetre vezetik a látogatót, és fordítva, az online tér felhasználóját a digitális tartalomra keresztül a fizikai valóságba irányítják.

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

Amit azonban még el kell sajátítaniuk az az online tartalmak mérésének, analitikai elemzésének módszerei. Az ebből fakadó hiányosságok még a legnagyobb, a

területen tudatos stratégiával rendelkező intézmények között is tetten érhetők. Bár számos intézményben előremutató megoldások születtek, határozott elméleti tudás tapasztalható, országosan mégis számos kihívást rejt, hogy a munkatársak ne az analóg világ virtuális tükörfordítására törekedjenek az online térben, hanem annak módszertani nyelvezetét alkalmazzák hipermediális, interaktív, interkonnektív megoldásokkal.

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

A magyarországi múzeumok jelentős részének tevékenysége a posztdigitális múzeum modellje szempontjából értelmezhetővé vált. A jövő nagy kérdése, hogy valódi szemléletváltás történt, vagy pedig csak rövid, átmeneti időre kapcsolódtak össze az intézményi működés egésze tekintetében a múzeumok online és offline terei.

Szakirodalom

Battro, Antonio M.

2012 Malrau x képzeletbeli múzeumától a virtuális múzeumig. In: Palkó Gábor (szerk.): *Múzeumelmélet. A képzeletbeli múzeumtól a hálózati múzeumig*. Petőfi Irodalmi Múzeum – Ráció Kiadó, Budapest, 44–63.

Bényei Judit – Ruttkay Zsófia

2021 A digitális múzeum 10 éve. *Tudásmenedzsment* 22. (2. különszám) 84–105.

Berényi Marianna

2021a A koronavírus terjedése a múzeumi gyűjteményekben. *MúzeumCafé* 15. (1–2, 81–82) 39–70.

2021b *Hogyan értékeli a magyar látogatók a múzeumok koronavírus alatt folytatott online tevékenységét?* Szentendre. (https://mokk.skanzen.hu/admin/data/file/20210527/berenyi_marianna_hogyan_ertekezik_a_latogatok_a.pdf)

2021c Online szálakkal összevarrva – múzeumi közösségek a világhálón. *Tudásmenedzsment* 22. (2. különszám) 65–188.

2021d *Így dolgoztunk mi a járvány idején!* címen, sorozatként. 1. rész: a kérdőíves kutatás válaszadói. *Magyar Múzeumok Online*. (<https://magyarmuzeumok.hu/cikk/igy-dolgoztunk-mi-a-jarvany-idejen-1-resz-a-kerdoives-kutatas-valaszadoi>; utolsó letöltés: 2021. 10. 28.)

2021e *Áttört falak mögött: múzeumi digitalizáció*. *MúzeumCafé* 15. (5, 85) 52–89.

Fejős Zoltán

2017 *Új helyek, új metaforák. Közelítések a jelenkor múzeumi etnográfájához.* (Studia Folkloristica et Ethnografica, 67.) Debrecen.

Foster Hannah Daisy

2018 Közösségi múzeum. In: Frazon Zsófia (szerk): ...*NYITOTT MÚZEUM... Együttműködés, részvétel, társadalmi múzeum.* 86–94.

Frazon Zsófia

2018 Szubjektív múzeum. In: Uő (szerk): ...*NYITOTT MÚZEUM... Együttműködés, részvétel, társadalmi múzeum.* Budapest, 150–161.

Gács Anna

é. n. Hipertext, hipermédia. ELTE. (http://szabadbolcseszlet.elte.hu/index.php?option=com_tanelem&id_tanelem=534&tip=0v; utolsó letöltés: 2021.10.28.)

Gósi Zsuzsanna

2020 Rekreáció a korlátozások alatt. In: Fokasz Nikosz, Kiss Zsuzsanna – Vajda Júlia (szerk.): *Koronavírus alatt.* e-Replika.

Hooper-Grennhill, Eilan

2007 *Museums and Education. Purpose, Pedagogy, Performance.* London – New York.

ICOM

2020a Survey: Museums, museum professionals and COVID-19. (<https://icom.museum/en/covid-19/surveys-and-data/survey-museums-and-museum-professionals; utolsó letöltés: 2021. 10. 29.>)

2020b Follow-up survey: the impact of COVID-19 on the museum sector. (<https://icom.museum/en/covid-19/surveys-and-data/follow-up-survey-the-impact-of-covid-19-on-the-museum-sector; utolsó letöltés: 2021. 10. 29.>)

2021 Museums, museum professionals and Covid-19: the third ICOM report is online. 2021.07.05. (<https://icom.museum/en/news/museums-and-covid-19-third-icom-report; utolsó letöltés: 2021. 10. 29.>)

Kajári Gabriella – Nagy Magdolna

2020 Múzeum+koronavírus: (Meg)oldjuk a helyzetet?! *Magyar Múzeumok Online* (<https://magyarmuzeumok.hu/cikk/muzeum-koronavirus-meg-oldjuk-a-helyzetet; utolsó letöltés: 2020.04.27.>)

Kalla Zsusza

2020 Az igazság pillanata. Kik zárták be a múzeumokat? *Magyar Múzeumok Online* (<https://magyarmuzeumok.hu/cikk/az-igazsag-pillanata-kik-zartak-be-a-muzeumokat; 2020.03.27.>)

KDS

2016 Közgyűjteményi Digitalizálási Stratégia (2017–2025). (<https://digitalisjolet-program.hu/files/27/c4/27c41541fb75cfb0bfd4ceb02385fb4e.pdf>; utolsó letöltés: 2021.10.28.)

Kómár Éva – Bánki Zsolt (szerk)

2019 *Fehér Könyv. Módszertani útmutató a közgyűjteményi kulturális örökség digitalizálásához és közzétételéhez.* (https://ommik.hu/media/attachments/2019/12/09/fehr_knyv.pdf; utolsó letöltés: 2021.10.28.)

KULTSTAT

Kulturális Statisztikai Adatgyűjtő Rendszer (<https://kultstat.oszk.hu/#/home/public>; utolsó letöltés: 2021.10.28.)

Macdonald, Sharon

2016 New Constellations of Difference in Europe's 21st-Century Museumscape. *Museum Anthropology* 39. (1) 4–19.

Nagy Sándor Zsuzsa

2020 Múzeumok és mozgalom: hogyan reagáltak az amerikai múzeumok az egyenlő bánásmódot követelő #BlackLivesMatter tüntetессorozatokra. *Magyar Múzeumok Online.* (<https://magyarmuzeumok.hu/cikk/muzeumok-es-mozgalom-hogyan-reagaltak-az-amerikai-muzeumok-az-egyenlo-banasmodot-kovetelo-blacklivesmatter-tuntetessorozatokra>; utolsó letöltés: 2021. 07. 31.)

NEMO

2020a Survey on the impact of the COVID-19 situation on museums in Europe. Final Report. 2020.05.12. (https://www.ne-mo.org/fileadmin/Dateien/public/NEMO_documents/NEMO_COVID19_Report_12.05.2020.pdf)

2020b Final report. Digitalization and IPR in European Museums. 2020.07.15. (<https://www.ne-mo.org/news/article/nemo/nemo-report-on-digitisation-and-copyright-challenges-of-making-museum-collections-accessible-online.html>)

2021 Follow-up survey on the impact of the COVID-19 pandemic on museums in Europe. 2021.01.11. (https://www.nemo.org/fileadmin/Dateien/public/NEMO_documents/NEMO_COVID19_FollowUpReport_11.1.2021.pdf)

Pacsika Márton

2021 Online múzeumi tartalmak a digitális oktatás támogatására 2021. Jelentés. (https://mökk.skanzen.hu/admin/data/file/20210303/kutatasi_jelentes_online-muzeumi-tartalmak-a-dig.pdf; utolsó letöltés: 2021. 10. 28.)

Parry, Ross

2013 The End of the Beginning: Normativity in the Postdigital Museum. *Museum Worlds* 1. 24–39.

Russo, Angelina – Watkins, Jerry – Groundwater-Smith, Susan
2009 The impact of social media on informal learning in museums. *Educational Media International* 46. 153–166. (https://www.researchgate.net/publication/248998282_The_impact_of_social_media_on_informal_learning_in_museums; utolsó letöltés: 2021.10.28.)

Szu Annamária

2020 Online múzeumi tartalmak a digitális oktatás támogatására. Jelentés. (<https://mokk.skanzen.hu/admin/data/file/20200424/fin-online-muzeumi-tartalmak-a-digitalis-oktata.pdf>; utolsó letöltés: 2021. 10. 28.)

Szűts Zoltán

2001 A hypertext. (<http://magyar-irodalom.elte.hu/vita/tszz.html>; utolsó letöltés: 2021.10.28.)

2013 *A világháló metaforái. Bevezetés az új média művészetébe*. Budapest.

2018 *Online. Az internetes kommunikáció és média története, elmélete és jelenségei*. Wolters Kluwer, Budapest.

UNESCO

2015 Ajánlás a múzeumok és gyűjtemények védelméről, fejlesztéséről, sokszínűségükről és a társadalomban betöltött szerepükről. 2015.11.20. Párizs (http://unesco.hu/data/UNESCO_ajanlas_2015.pdf)

2020 Museums facing COVID-19 challenges remain engaged with communities. 2020.04.04. (<https://en.unesco.org/news/museums-facing-covid-19-challenges-remain-engaged-communities>)

2021 Museums around the World in the Face of Covid-19. Unesco Report. 2021.04. (https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000376729_eng/PDF/376729eng.pdf.multi)

Vergo, Peter (ed.)

1989 *The New Museology*. Reaktion Books, London.

Wilhelm Gábor

2013 Az új muzeológia fogalmai és problémái. *Néprajzi Látóhatár* 22. (2) 8–29.

Prezentul postdigital: impactul pandemiei pe spațiile online ale muzeelor

Datorită coronavirusului muzeele lumii au fost forțate să-și închidă porțile în 2020 și 2021. Deoarece pentru ele a fost esențial de realizat dacă își pot păstra publicitatea în spațiul online, își pot păstra propriile funcții, pot să facă vizibil ce se întâmplă într-o instituție înafara spațiilor destinate vizitatorilor, membrii staffului au fost forțați să „se deschidă” în fața spațiilor online, să se gândească despre cum pot ei să-și valorifice conținuturile digitale existente. Apelând la modelul „muzeului postdigital” al lui Ross Parry, lucrarea de față are ca scop să prezinte dacă muzeele au reușit să-și apropie spațiile online și offline, dacă au evoluat competențele digitale ale specialiștilor sau serviciile online ale instituțiilor.

Post-Digital Present: the Impact of the Pandemic on Museums' Online Spaces

Museums around the world have been forced to close in 2020 and 2021 as a result of the coronavirus. As it was vital for museums to maintain their visibility in online spaces, to fulfil their functions, to make visible what was happening beyond the public spaces in an institution, staff were forced to 'open up' to online spaces, to think about how they could make use of their existing digital content. Based on Ross Parry's model of the 'post-digital museum', this study aims to show whether the offline and online spaces of museums have become more closely aligned and whether the digital competencies of museum professionals and the online services of institutions have improved.

