

A múzeumi foglalkozások hatása a látogatottságra

A múzeumok hagyományos kulturális turisztikai attrakciók – ritka az a látogató, aki legalább egy kiállítást, múzeumot, látogatóközpontot ne keresne fel útja során. Hazánkban a legutóbbi (2015) statisztikai adatok alapján 743 muzeális intézmény található. Napjainkban a fogyasztás ezen a területen is átalakulóban van. Már nem elegendő a statikus kiállítás, a látogatók élményekre vágyanak. Ezt az igényt ki tudják elégíteni a múzeumok is, ha például különféle foglalkozásokat szerveznek.

A szerzők kutatásukban azt vizsgálták, hogy a megszervezett foglalkozások milyen hatással vannak a múzeumi látogatottságra.

A kulturális turizmusról

A kulturális turizmus az alternatív turizmus formái közé tartozik (Puczko – Rátz, 2005). Különböző szakirodalmak tágabb és szűkebb értelemben is definiálják. Tágabb értelemben lényegében minden szabadidős utazást besorolhatunk a kulturális turizmus valamely típusába, mivel a turista minden egyes utazása folyamán új tapasztalatokkal, ismeretekkel gazdagodik, mindig kapcsolatba kerül egy másik térség, ország kultúrájával. Szűkebb értelemben csak akkor beszélünk kulturális turizmusról, ha az adott látogató olyan motivációval indul el, amely kifejezetten a kulturális igényeit elégíti ki. Ilyennek tekinthető például a múzeumlátogatás, egy templom vagy egy műemlék megtekintése, valamint fesztiválon, tanulmányúton vagy koncerten való részvétel (Michalkó, 2012; Steinecke, 2007).

A kulturális turizmust számos módon lehet csoportosítani, például a meglátogatott attrakciók típusa alapján, a látogató érdeklődésének mélysége mentén, vagy a látogatás alapját jelentő kultúra jellege szerint. Utóbbi esetében magas és

tömegkultúráról lehet beszélni (Aubert, 2006). A magas kultúra körébe tartoznak például a balett, opera, klasszikus zenével kapcsolatos rendezvények. A tömegkultúra jellemzően több látogatót vonz, ide a könnyűzenei fesztiválok meglátogatása sorolható, vagy a különféle filmbeli helyszínek megtekintése, amilyen például a londoni King's Cross pályaudvar (Harry Potter népszerűségének köszönhetően) (Michalkó, 2012). A két véglet közötti spektrum igencsak sokszínű és változatos.

A múzeumok szerepe, illetve annak átalakulása

A kulturális turizmuson belül érdekes a múzeumok szerepe. A múzeum az a legtipikusabb attrakció, ami szinte az első, amit egy látogató felkeres, gyakran másféle utazásoknak (aktív utazás, üdülés) is szerves részét képviseli. A desztináció oldaláról tekintve szintén az mondható el, hogy nincs olyan turisztikai célterület, ahol ne lenne mód meglátogatni egy múzeumot. Ezek alapján nem kérdéses, hogy bármilyen attrakciókeresleti felmérést tekintve a múzeumok az első helyeken szerepelnek, a leglátogatottabb attrakciók között vannak. A múzeumok jelentősége, szerepe a kulturális turizmusban tehát kétségtelenül vitathatatlan – mégis az a jellemző, hogy ritkán jelentik az utazás alapját.

Hazánkban a múzeumot, mint intézményt, illetve feladatköreit az 1997. évi CXL törvény definiálja: „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.”

A turizmust tekintve természetesen ebből a komplex feladatkörből a bemutató funkció a meghatározó. Napjainkban az általános és turisztikai fogyasztási szokások gyors és gyökeres változásával a bemutatás minősége is fontossá vált. A korábbi, hagyományos bemutató módszerek, mint a vitrinek és tárlók, a mai látogatók számára már nem elegendők: szükséges a bemutatást is

különbéle eszközök segítségével élményszerűvé, élménnyé tenni.

A múzeumok szerepe átalakulóban van. A pusztá „megőrző és kiállító hely” jellegből olyan helyszínné kell válniuk, ahol a látogató az ismeretszerzés mellett szórakozik is, és szabadidejét nem csak hasznosan, de élményekkel gazdagodva tudja eltölteni. Megfigyelhető, hogy azok a múzeumok, melyek nyitnak a különféle kiegészítő lehetőségek, az élményszerű bemutató eszközök felé, népszerűbbekké válnak. Magyarországon is tapasztalható ez a fajta nyitás: mind több múzeum hoz létre interaktív kiállítást, szervez programokat, vagy kapcsolódik a „Múzeumok Éjszakája”-programhoz. Az egyik legtipikusabb kiegészítő jelenség a múzeumpedagógia bevezetése, illetve különféle foglalkozások szervezése - gyakran korcsoportonként más-más tartalommal.

A kutatási módszertan és a felhasznált adatbázis bemutatása

Jelen tanulmányhoz a Kulturális Erőforrások Minisztériuma által működtetett Kulturális statisztikai rendszer adatbázisa adja az alapot. Az adatbázis 2008 és 2015 közötti időszakra vonatkozóan érhető el és tartalmazza a hazai muzeális intézmények főbb adatait. A 2014-es adatok azonban olyan mértékben eltérnek a többi évtől, hogy adatgyűjtési hibát feltételezve a szerzők ezt az évet kizárták.

Az adatbázis segítségével történt a múzeumok számának, látogatottságának és a különféle foglalkozásoknak, valamint ezek időbeli válto-

zásának elemzése. Az elemzésekhez az egyszerű statisztikai módszerek mellett korrelációanalízis használatára is sor került.

Hazai múzeumi helyzetkép

A múzeumok száma a vizsgált időszakban növekvő tendenciát mutatott, noha az időszak végén, 2013 és 2015 között némiképp csökkent. Az időszak elején létező 689 muzeális intézmény 2015-re további 54-gyel bővült, ahogyan az 1 táblázat is mutatja.

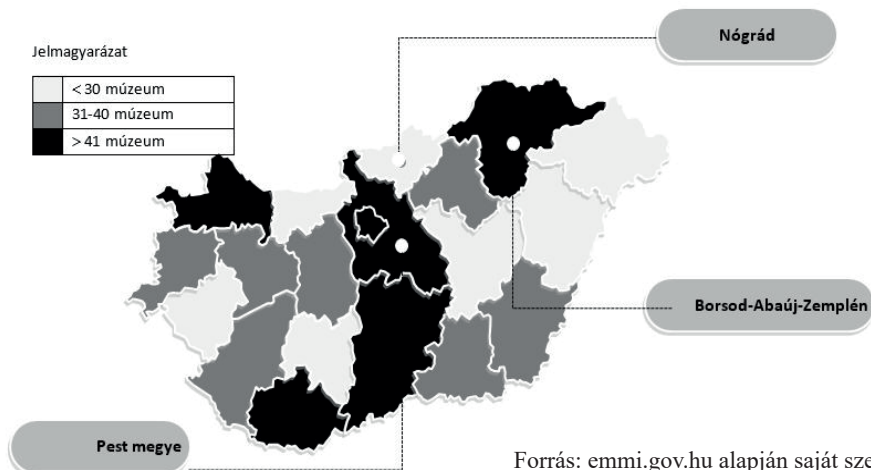
1. táblázat: A muzeális intézmények számának változása

Évek	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Múzeumok száma	689	731	730	730	735	752	N/A	743

Forrás: emmi.gov.hu alapján saját szerkesztés

A legtöbb múzeum a várakozásoknak megfelelően a fővárosban, illetve megyéket tekintve Pest megyében található – meglepő módon azonban a második legtöbb múzeumot tartalmazó megye Borsod-Abaúj-Zemplén megye, ahol 2015-ben összesen 58 múzeum működött (mindössze 10-zel kevesebb, mint Pest megyében). Ezzel szemben a legkevesebb muzeális intézményt felvonultató, szomszédos Nógrád megyében csak 12 múzeum állt a látogatók rendelkezésére. Ahogyan az 1. ábrán is látható, a hazai megyéknek kicsivel több, mint 30%-ában található 40-nél több múzeum.

1. ábra: A muzeális intézmények számának megoszlása megyénként



A vidéki városokat tekintve a legtöbb múzeum mindegyik vizsgált évben Pécsen volt található (18-21 intézmény) – ami talán nem meglepő annak fényében, hogy Pécs nyerte el korábban az Európa Kulturális Fővárosa címet is. Ugyanakkor 2015-re Székesfehérvár „felzárkózott” Pécs mellé (mindkét városban 17-17 múzeum működött).

A látogatók számát tekintve Magyarország leglátogatottabb múzeuma a Szépművészeti Múzeum, Budapesten, ahol 2015-ben például 572.000 látogatót regisztráltak. A vidéki múzeumok közül Eger a legnépszerűbb: 2015-ben 343.000 látogatót vonzott, ami úgy is szép teljesítmény, hogy a látogatók fele diák volt, és csak 13% érkezett külföldről.

A hazai múzeumok teljes látogatottsága 2008-ban volt a legmagasabb, mélypontját pedig (a vizsgált időszakon belül) 2012-ben érte el, amikor az összes látogatószám nem érte el a 840.000 főt sem. Az egymillió látogatószám eléréséhez pedig még 2015-ben is közel félmillió látogatóra lett volna szükség. A teljes látogatószám változását a 2. ábra szemlélteti.

A látogatók számával kapcsolatosan fontos bemutatni, hogy a statisztikai adatok milyen kategóriákat különítenek el. A vásárolt jegytípustól függően külön kategóriát képeznek a teljes árú, és a kedvezményes jegyet vásárló látogatók, valamint azok, akik ingyenesen látogathatják a

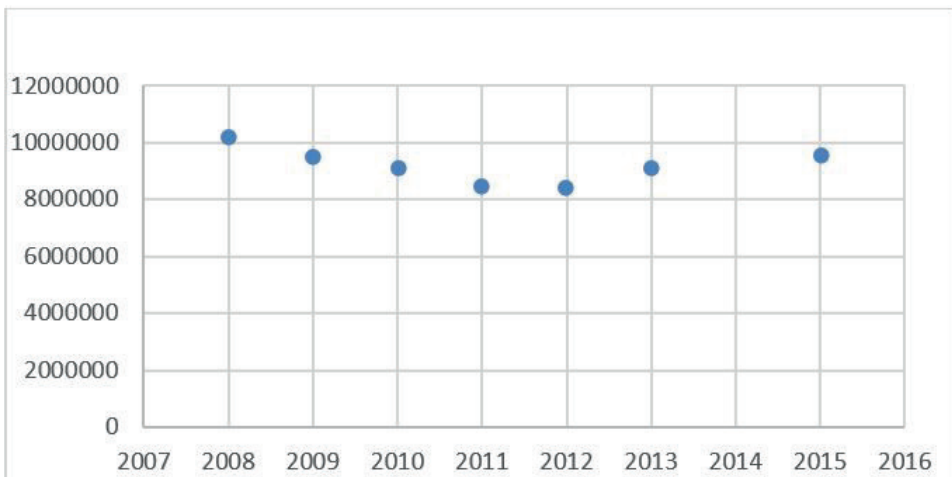
múzeumot. Az adatgyűjtés során bekérik még a tanulók/diákok számát (a kedvezményes látogatókon belül), illetve egy legalább becslött külföldi látogatószámot is.

Ezek alapján 2015-ben az összes hazai múzeum összes látogatójának 27%-a váltott diák/tanuló jegyet, 20%-ot tettek ki a külföldi látogatók, és mintegy 40%-ra rúgott az ingyenes látogatók mértéke. Az ingyenes látogatók közé a vizsgált időszakban a 6 év alatti, 70 év feletti látogatókon kívül a pedagógusok, fogyatékkal élők és más múzeumok alkalmazottai is beletartoztak.

A múzeumi foglalkozások elterjedését a vizsgált statisztikai adatok nagyon jól szemléltetik (3. ábra). 2008-ról 2015-re a múzeumi foglalkozások száma másfélszeresére nőtt: a 2015-ben már 26.993 foglalkozást szerveztek a hazai muzeális intézmények. A foglalkozásokkal kapcsolatos másik szembevetendő jelenség, hogy azok egyre differenciáltabbak lettek: egyre több helyen szerveztek különféle foglalkozásokat az iskolás korosztályon kívül például óvodásoktól vagy egyetemistáknak is.

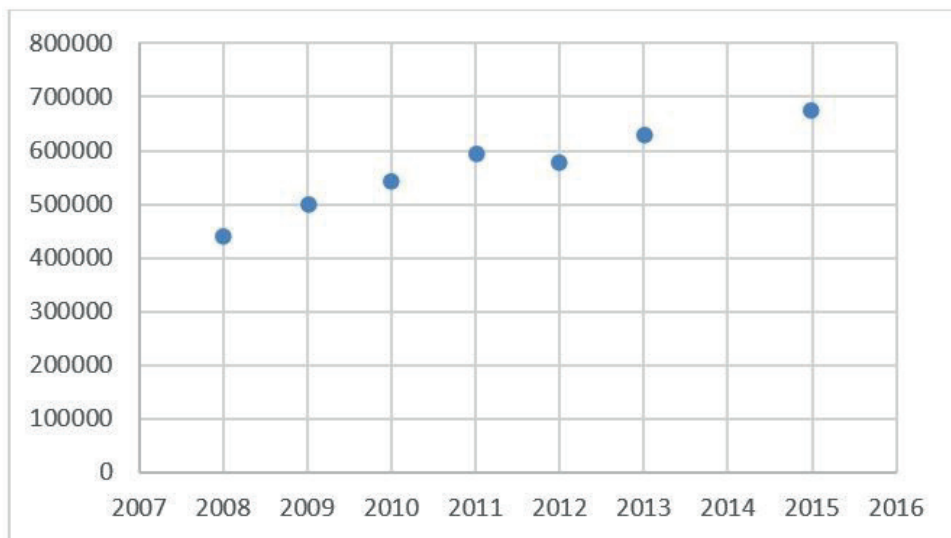
A foglalkozások szervezése nem maradt eredménytelen: a vizsgált időszakban harmadával nőtt a foglalkozásokon résztvevők száma (3. ábra). 2015-ben, a működő múzeumok több, mint 70%-ában kínáltak foglalkozásokat, melyeken mindösszesen 676.698 látogató vett részt.

2. ábra: A múzeumlátogatók számának alakulása Magyarországon (2007-2016)



Forrás: emmi.gov.hu alapján saját szerkesztés

3. ábra: A foglalkozásokon résztvevők számának alakulása



Forrás: emmi.gov.hu alapján saját szerkesztés

A látogatottság és a foglalkozások száma közötti összefüggések

A kutatás során kvantitatív vizsgálat történt, ami egy mennyiségi vizsgálat és leginkább mért adatokra fókuszál, valamint szabályszerűségeket keres. A mennyiségi kutatás azon a megállapításon alapszik, hogy az emberi magatartás, hozzáállás is mérhető, így a kutatás során kapott eredmények statisztikai módszerekkel elemezhetők. A mennyiségi kutatás célja az, hogy meghatározza a mintából nyert adatokat és általánosítsa az eredményeket. (Sajtos – Mitev, 2007) Nagyon fontos volt a vizsgálat során a szerzők számára, hogy megbízható adatok álljanak rendelkezésre, és általánosítható eredményeket lehessen kapni. Jelen elemzés ok-okozati kapcsolatokat nem tárt fel, tehát az elkészült eredmények okára nincs konkrét, statisztikai bizonyíték, csak szakmai érvek illetve javaslatok.

A sok statisztikai elemzési módszer közül a korrelációelemzés került kiválasztásra, mivel ez a két tényező (változó: összes foglalkozás, összes látogató valamint összes látogató, összes foglalkozáson résztvevő) közötti kapcsolatot mutatja. A korrelációs együttható egy mérőszám, ami az előzőekben felsorolt mutatók közötti kapcsolatot

vizsgálja. A korrelációelemzés segítségével meg lehet határozni, hogy van-e összefüggés (kapcsolat) a két tényező (ismérv) között, milyen irányú az összefüggés (erősítik-e egymást vagy gyengítik egymást), mennyire szoros a kapcsolat (mennyire befolyásolják egymást), illetve az egyik ismérv változása milyen hatással van a másik ismérv változására. (Sajtos – Mitev, 2007) Tehát ezzel a viszonylag egyszerű módszerrel minden, a kutatás során vizsgált kérdésre választ lehet adni:

Amennyiben több a múzeumi látogató, akkor többen vesznek részt a foglalkozásokon?

Amennyiben többen vesznek részt a foglalkozásokon, akkor több a látogató?

Amennyiben több a múzeumi foglalkozás, több lesz a látogató is?

A 2. és 3. táblázat az elvégzett elemzések eredményeit mutatja, amely IBM SPSS Statistics 23 program segítségével került elvégzésre.

Az 2. táblázatból látható, hogy 537 elemű mintán végeztük a kutatást, ami mindenképpen reprezentatívnak számít, tehát a teljes múzeum szektorra vonatkoznak az állítások, melyeket az elemzésből lehetett levonni. A táblázatból látható, hogy szignifikáns az eredmény, mivel az érték 0,000, tehát 0,05 alatti. Ekkor azt mondhatjuk,

2. táblázat Az összes látogató és az összes foglalkozáson résztvevő közötti kapcsolat

		Összes látogató	Összes résztvevők
Összes látogató	Pearson Correlation	1	,442**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	537	537
Összes résztvevők	Pearson Correlation	,442**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	537	537

Forrás: saját számítás alapján saját szerkesztés

hogy az eredmény érvényes, és a kapcsolat valós. A kapcsolat előjele pozitív, tehát a két tényező közül, ha az egyik nő, akkor másik is. Tehát, ha több a múzeumi foglalkozásokon résztvevő, akkor több a látogató is, vagy ha több a látogató, akkor több a foglalkozásokon résztvevő is. A korrelációs együttható 0,442, tehát az is megállapítható, hogy a kapcsolat gyenge, de egyértelműen fennáll.

A következőkben szintén 537 elemű mintán történt a vizsgálat az összes látogatóra és a múzeumok összes foglalkozására vonatkozóan. Az eredmény ezúttal is szignifikáns lett, tehát érvényes a két tényező közötti kapcsolat, ami ezúttal is pozitív irányú. Itt is ki lehet tehát jelteni, hogy amennyiben a múzeumban több a múzeumi foglalkozás, akkor több az összes látogató is. Az összefüggés azonban itt is gyenge, tehát nem lehet egyértelműen azt mondani, hogy arányaiban is együtt mozog a két mutató, viszont mindenképpen hatnak egymásra.

3. táblázat: Az összes látogató és az összes foglalkozáson résztvevő közötti kapcsolat

		Összes látogató	Összes foglalkozás
Összes látogató	Pearson Correlation	1	,405**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	537	537
Összes foglalkozás	Pearson Correlation	,405**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	537	537

Forrás: saját számítás alapján saját szerkesztés

múzeumok kínálatát is ilyen téren fejleszteni, mind a belföldi, mind a külföldi látogatók vonatkozásában. A foglalkozások kialakításakor az egyik fontos szempont az interaktivitás kell, hogy legyen. A mai látogatók előnyben részesítik azokat a helyeket, lehetőségeket, ahol több érzékszerv bevonásával, interaktív élményekhez juthatnak. Gyerekek esetében az olyan egyszerű foglalkozás is vonzó, ahol egy-egy technika (például hímzés) kipróbálására nyílik lehetőség. A másik fontos szempont éppen ez lehet: érdemes többféle csoportban gondolkozni, és minden esetben „csoportra-szabott” foglalkozást kialakítani. (Más szükséges az óvodás és más a középiskolás korosztálynak; mondjuk – az előző példánál maradva – a hímzendő minták nehézségi fokát tekintve.)

A foglalkozásokkal így mindenki előnyhöz jut: a látogatók élményhez, a múzeum bevételéhez, a desztináció pedig jobb megítéléshez.

**PAPP ZSÓFIA
GYURÁ CZ-NÉMETH PETRA**

Felhasznált irodalom

Aubert A. (2006). Magyarország idegenforgalma. Szakkönyv és atlasz. Cartographia Kiadó, Budapest

Míchalkó G.(2012): Turizmológia. Akadémia Kiadó, Budapest

Puczkó L.- Rátz T.(2005): A turizmus hatásai. Aula Kiadó Kft. Budapesti Corvinus Egyetem, Budapest

Sajtos L.; Mitev A. (2007): SPSS Kutatási és adatelemzési kézikönyv. Alinea Kiadó, Budapest

Steinecke, A. (2007). Kulturtourismus: Marktstrukturen, Fallstudien, Perspektiven. Walter de Gruyter