

♦♦♦ MÁCSAI ÁGNES

Látogató kutatás a Keresztény Múzeumban

A magyarországi muzeális intézményeknek egyszerre többféle feladatot kell ellátniuk.¹ Ezek közé tartozik a kulturális javak és a szellemi kulturális örökség elemeinek gyűjtése, megőrzése, feldolgozása, kutatása és kiállítása, valamint egyéb formákban történő közzététele is. Ahogy arról Lipták Mária ír,² fontos kérdés, hogy mit és hogyan kell bemutatni, de ugyanilyen fontosnak kell lennie annak is, hogy kinek készül az adott kiállítás. Ezek alapján nem kétséges, hogy a látogató ugyanúgy hozzátartozik egy múzeumhoz, mint a gyűjtemény.

Ahhoz, hogy a muzeális intézmények olyan kínálatot tudjanak kialakítani, amellyel a látogatói igényeknek egyre magasabb szinten felelhetnek meg, és megértsék, milyen motivációk húzódnak meg egy-egy látogatás mögött, elengedhetetlen eszköz a látogatókról való ismeretek rendszerezése, az adatok szisztematikus gyűjtése és elemzése.

Stephen Bitgood és Harris H. Shettel írása³ alapján a látogatókutatás középpontjában azok a kérdések állnak, hogy az emberek miért látogatnak vagy nem látogatnak el múzeumba, mi ösztönzi őket ismételt látogatásra, hogyan lehet új látogatókat vonzani és megérteni a közönség észleléseit.

A látogatókutatások készítése során többek között a szociológia, a pszichológia és a marketing területéről származó ismeretek segítségével igyekszünk minél többet megtudni a látogatókról, motivációjukról, elvárásairól és véleményükről.

A MAGYARORSZÁGI LÁTOGATÓKUTATÁSOK TÖRTÉNETE

Magyarországon a múzeumi látogatókutatások kezdete az 1960-as évek végére tehető.⁴ A vizsgálatok kezdetben a Művelődésügyi Minisztérium múzeumi főosztályának megbízásából készültek, majd ezeket a Népművelési Intézet tudományos programjába integrálták.⁵ Ilyen keretek között több

¹ 1997. évi CXL. törvény a muzeális intézményekről, a nyilvános könyvtári ellátásról és a közművelődésről.

² LIPTÁK Mária, *Közönségvizsgálat a Móra Ferenc Múzeum Képtárában*, in *Múzeumi kutatások Csongrád megyében 1982* (szerk. Juhász Antal – Lengyel András; Szeged, Csongrád Megyei Múzeumok Igazgatósága, 1982) 233–245.

³ BITGOOD, Stephen – SHETTEL, Harris H., *An Overview of Visitor Studies*, in *The Journal of Museum Education* (1996) 3/6–10.

⁴ S. NAGY Katalin, *Múzeum és közönség*, in *Népművelés* (1973) 11/30–32.

⁵ VITÁNYI Iván, *Kik járnak múzeumba?*, in *Valóság* (1975) 1/82–88.

intézmény látogatóit vizsgálták például a Nemzeti Galériában,⁶ a Budapesti Történeti, a Kiscelli és az Aquincumi Múzeumban⁷ vagy éppen a Diósgyőri Vármúzeumban.⁸ A kutatás céljai között szerepelt, hogy képet kaphassanak a látogatók elvárásairól, múzeumlátogatási attitűdjeikről, véleményükről.

Az 1970-es évek végétől kezdve már több olyan vizsgálatot is ismerünk, amelyet egy-egy muzeális intézmény maga készített azért, hogy az eredmények felhasználása a közönségszolgálati munkát segítse. Ilyen kutatások készültek többek között a Néprajzi Múzeumban,⁹ a szegedi Móra Ferenc Múzeum Képtárában¹⁰ és a Szabadtéri Néprajzi Múzeumban¹¹ is.

Az 1990-es évek második fele a következő időszak, amelyből nyilvános beszámolókat találunk látogatókutatásokról. Ezek között szerepel például egy tanulmány, mely a szentendrei múzeumok látogatóit vizsgálja,¹² egy hasonló kezdeményezés Győről¹³ és a Magyar Mezőgazdasági Múzeum¹⁴ felmérése is.

2000-ben jelent meg az első magyar nyelvű látogatómenedzsmenttel foglalkozó könyv,¹⁵ amely kiadványnak a középpontjában a látogató áll. A kötet az attrakciók tervezésétől egészen azok értékeléséig nyújt segítséget a természeti és kulturális örökség bemutatásán dolgozó szakembereknek.

A terület egyik legismertebb felmérése egy 2005–2006-ban zajló országos kutatás¹⁶ volt, amely többféle módszerrel (kutatások regiszterének készítése, mélyinterjúk, kerekasztal-beszélgetések, fókuszcsoporthozos beszélgeté-

⁶ S. NAGY Katalin, *Közönségvizsgálat a Nemzeti Galériában*, in *Budapest* (1975) 10/18–19.

⁷ MAKARA Péter – S. NAGY Katalin – VITÁNYI Iván, *Közönségvizsgálat három múzeumban*, in *Budapest* (1971) 9/14–15.

⁸ S. NAGY Katalin, *A Diósgyőri Vármúzeum és közönsége*, in *Borsodi Szemle* (1975) 4/31–42.

⁹ TICHY József, *Szociológiai vizsgálat a Néprajzi Múzeum vendégkiállításán 1978-ban*, in *Néprajzi Értesítő* (1978) 111–127.

¹⁰ LIPTÁK 233–245.

¹¹ KOVÁCS Judit, *A Szabadtéri Néprajzi Múzeum 1982. évi látogatottságának vizsgálata*, in *Ház és ember. A Szabadtéri Néprajzi Múzeum közleményei 4* (szerk. Kecskés Péter; Szentendre, Szabadtéri Néprajzi Múzeum, 1987) 175–186.

¹² IKVAI-SZABÓ Emese, *Tárgyak, vágynak, tények. Múzeumszociológiai felmérés Szentendre múzeumaiban*, in *Néprajzi, történeti és múzeumszociológiai tanulmányok a Ferenczy Múzeumból* (Szentendrei Múzeumi Füzetek 1) (szerk. Ikvainé Sándor Ildikó; Szentendre, Pest Megyei Múzeumok Igazgatósága, 1996) 281–363.

¹³ NÉMETHNÉ JANKOVITS Györgyi, „Távoli üzenetek”. *A győri Xántus János Múzeumban végzett látogatói hatásvizsgálat tapasztalatai*, in *Arrabona Múzeumi közlemények 1999* (szerk. Tóth László; Győr, Győr-Moson-Sopron Megyei Múzeumok Igazgatósága, 1999) 407–448.

¹⁴ KOVÁCS Judit, *Kik látogatják a Mezőgazdasági Múzeumot? Egy kérdőíves felmérés eredményei, tapasztalatai*, in *A Magyar Mezőgazdasági Múzeum közleményei 1995–1997* (szerk. Fehér György; Budapest, Magyar Mezőgazdasági Múzeum, 1998) 365–412.

¹⁵ PUCZKÓ László – RÁTZ Tamara, *Az attrakciótól az élményig. A látogatómenedzsment módszerei* (Budapest, Geomédia Kiadói Rt., 2000).

¹⁶ PUCZKÓ László, *A látogatóbarát múzeumok elméleti megalapozása*, in *Műemlékek, múzeumok mindenkinek?* (NKA kutatások 4) (szerk. Deme Péter; Budapest, Kultúrpoint Iroda, 2007) 101–222.

sek, kiállítás- és múzeumelemzések) vizsgálta a látogatói szokásokat és a látogatói környezetet.

Ebből a kutatási jelentésből tudjuk, hogy a 2000-es évektől Magyarországon is egyre elterjedtebbnek mondható a látogatókutatások használata múzeumi területen. Hasznos, hogy az intézmények egy része készít ilyen felméréseket, a magyarországi látogatókutatások fejlődéséhez azonban szükséges lenne, hogy a kutatásokról több nyilvános beszámoló is elérhetővé váljon.

Érdeemes kitérni arra, hogy a muzeális és felsőoktatási intézmények együttműködésében milyen nagy lehetőségek rejlenek a látogatókutatás területén. A hallgatók és oktatók közreműködésével több múzeum számára válhatna elérhetővé a látogatók alaposabb és jobb megismerése. Erre volt példa a Pázmány Péter Katolikus Egyetem Múzeumpedagógia II. speciális kollégium hallgatóinak és három múzeumnak az együttműködése.¹⁷

Ennek a munkának a folytatása a budapesti Ludwig Múzeumban végzett 2007-es felmérés,¹⁸ amelynek célja az aktuális múzeumlátogatói szokások megismerése volt. Ezt a kutatást szintén a Pázmány Péter Egyetem hallgatói végezték. Az előző mérésükkel az eredmények össze is vethetőek, mivel a vizsgálat eszköze ugyanaz a standardizált kérdőív volt.

A magyarországi látogatókutatások fejlődését segítette, hogy 2019-ben volt már olyan szakmai esemény,¹⁹ amely kifejezetten a látogatóértékelésekkel foglalkozott. Az eseményhez kapcsolódóan egy tanulmánykötet²⁰ is megjelent, amely a fórum két napja alatt elhangzottakat összegzi, ezzel is segítve, hogy a kutatások, értékelések minél szélesebb körben elterjedhessenek.

Népešy Noémi 2020-ban megjelent írásában²¹ a látogatóval kapcsolatos kérdések közgazdaságtani aspektusait és a látogatókutatás mint piackutatás, marketingkutatás néhány összefüggését mutatja be. A látogatókutatások elméletének megértéséhez nyújt nagy segítséget ez a tanulmány.

A közeljövőben a múzeumi látogatókról való ismereteinket jobban elmélyítheti, ha majd bemutatásra kerülnek az Iparművészeti Múzeum²² országos, több komponensből álló felméréseinek eredményei. Ez a nagy léptékű

¹⁷ GERMAN Kinga – TÖKÉSI Diána – DÓCZI Erika, *A kortárs kiállítások közönsége egy felmérés tükrében*, in *Magyar Múzeumok* (2006) 4/3–6.

¹⁸ FÁYKISS Katalin – GERMAN Kinga, *A Ludwig Múzeum látogatóinak elvárásai egy felmérés tükrében*, in *Magyar Múzeumok* (2007) 3/49–50.

¹⁹ „Értékelj a látogatót! – Szakmai fórum természeti és kulturális területen dolgozóknak” c. fórum (Budapest, 2019. febr. 21–22.).

²⁰ *Értékelj a látogatót! Közönségismeretek, látogatókutatás, hatásmérés* (szerk. Berecz Zsuzsa – Böczén Árpád; Budapest, Kulturális Örökségmenedzserek Egyesülete, 2019).

²¹ NÉPEŠY Noémi, *A látogató*, in *Modern múzeumi interpretáció* (Múzeumi irányítú 23) (szerk. Beczki Ibolya – Népešy Noémi; Szentendre, Szabadtéri Néprajzi Múzeum, 2020) 89–111.

²² KOREN Zsolt, *Véleményvezérek és interakciók. Az IMM komplex látogatókutatása*, in *Múzeum Café* (2017) 6/161–169.

kutatás tartalmaz olyan elemet is, amelynél az adatfelvétel az ország lakosságára nézve reprezentatív mintán történt.

Fontos hangsúlyozni, hogy a magyarországi látogatókutatásokról még keveset tudunk, és nem az egész szakma számára egyértelmű, milyen nagy jelentőséggel bír, ha a múzeumok minél többet tudnak a látogatóikról. Az viszont biztos, hogy a látogatók szerves részei a múzeumi működésnek, ezért elengedhetetlen, hogy minél nagyobb figyelmet fordítsunk véleményükre, kéréseikre, helyzetükre.

A KERESZTÉNY MÚZEUM LÁTOGATÓKUTATÁSA

Az esztergomi Keresztény Múzeum átfogó felújítás előtt áll. Látogatókutatásunkat azért kezdtük el, hogy minél több olyan információt, véleményt gyűjtsünk, amit a felújítás tervezése és a megvalósítás során a szolgáltatások kialakításakor, a kiállítások tervezésekor fel lehet majd használni. A felmérés szummatív, összegző jellegű volt.

A látogatókutatásnak két célja volt: az egyik a tanulás, a másik pedig a fenntartó felé a felújítás legitimitásának bemutatása. A tanulási funkcióval azt szerettük volna megismerni, hogy a jelenlegi kiállításból mely elemeket érdemes átmenetni a következő állandó kiállításba, és min kellene változtatni. Itt a fő kérdésünk az volt, hogy a kiállított tárgyak, tárgycsoportok közül a látogatók melyeket találják a legérdekesebbeknek, mely bemutatási körülményekkel elégedettek, és melyekkel nem.

A legitimitás kérdéskörnél a fenntartó számára szerettük volna tényekkel alátámasztani, hogy a múzeum felújításának mielőbb meg kellene történnie. Ezen a ponton a fő kérdéseink voltak, hogy a látogatóknak milyen elvárásaik vannak a múzeumlátogatással kapcsolatban, és a jelenlegi infrastruktúrával mennyire elégedettek.

Kutatásunkban csak a helyszínen elérhető szolgáltatásokat és az infrastruktúrát vizsgáltuk, a múzeum által készített online rendelkezésre álló digitális tartalmakat nem. Azért döntöttünk így, mert a jelen felméréssel az épületfelújítás előkészítését kívántuk segíteni a rendelkezésre álló erőforrásokkal.

Az eredeti elképzelés szerint a kutatás három részből állt volna: a múzeum területén papír alapú kérdőívek kihelyezése, ezzel párhuzamosan online kérdőív készítése és fókuszcsoportos beszélgetések a múzeum baráti körének tagjaival. Ebből csak a két kérdőívezést sikerült megvalósítani, mivel a COVID-19 járvány nem tette lehetővé a személyes csoportos beszélgetéseket, a távoli online beszélgetéseket pedig nem tartottuk megfelelőnek a csoport korösszetétele miatt.

A látogatókutatás kérdései a következő témaköröket érintették: általános múzeumlátogatási szokások, a Keresztény Múzeumra vonatkozó látogatási szokások, az épülettel és a kiállítással kapcsolatos vélemények, meglévő és még bevezetés előtt álló szolgáltatások.

A kérdőívek összeállítása során törekedtünk arra, hogy minél több azonos kérdés jelenjen meg a papír alapú és az online kérdőívben, de ez nem minden esetben volt lehetséges. Azokra a kérdésekre adott válaszok, amelyek az online és a papír alapú kérdőívben is megtalálhatóak voltak, összegezve kerülnek bemutatásra.

A kérdőívben több nyitott kérdés is szerepelt, ezekre a látogatóknak saját maguknak kellett megfogalmazni véleményüket, nem előre megírt opciók közül választhattak. Nagy örömeinkre a kitöltők sok értékes, érdekes visszajelzést adtak, amelyek lehetőséget biztosítanak a tanulásra, a tanácsok megfogadásával javíthatóvá válik a látogatói élmény.

A rendelkezésre álló erőforrások nagysága miatt a felmérés nem reprezentatív.

A kutatás során kapott adatok és a hasznos látogatói ötletek segítséget nyújthatnak abban, hogy a múzeum a felújítás után már a 21. század látogatói elvárásainak jobban meg tudjon majd felelni, látogatóbarát múzeumként tudja szolgálni a múzeumlátogató közösséget.

A kutatás alapadatai

Kitöltések

A látogatókutatást egy papír alapú kérdőívvel kezdtük meg, amelyet a Keresztény Múzeumban lehetett kitölteni a látogatások után. Összesen 84 db kitöltés érkezett ilyen módon. A kitöltési időszak 2019. június 22. és szeptember 23. között volt. Csak magyar nyelvű kérdőív készült.

Az offline megkérdezésnél a látogatás után a múzeum pénztáros munkatársa kérte meg a látogatókat a kérdőív kitöltésére. A megadott intervallumon belül nem voltak meghatározva konkrét napok vagy napszakok, amikor a látogatók megkaphatták a kérdőívet. A felmérésben nem vettek részt kérdezőbiztosok, a látogatók maguk töltötték ki a kérdőíveket.

A kérdőív 14 kérdésből állt (ebből 4 kérdéshez tartozott *a* és *b* rész is), emellett szerepelt még benne 3 demográfiai kérdés²³ is.

Az online kérdőív egy kérdőívszerkesztő program²⁴ segítségével készült, és a kitöltés is ezen az internetes felületen volt lehetséges. Összesen 109 db válasz érkezett ilyen módon 2019. november 9. és 2020. április 28. között.

²³ Demográfiai kérdések: a kitöltő neve, kora és lakhelye.

²⁴ www.kerdoivem.hu

Az online kérdőív is csak magyar nyelven készült. A kérdőív terjesztése a Keresztény Múzeum saját belső címlistáin és a közösségi médiában történt.

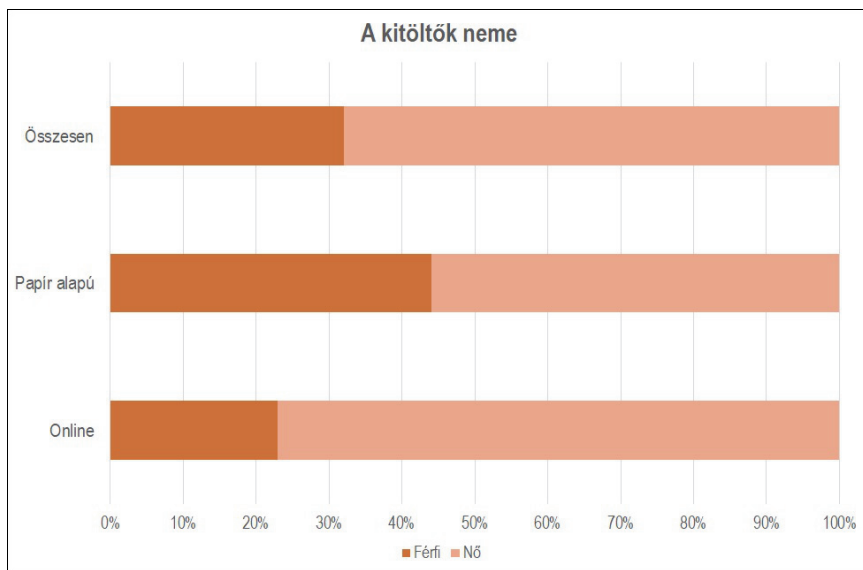
Az online kérdőív 19 kérdésből állt, és ugyanúgy, mint a papír alapú esetben, itt is 3 demográfiai kérdés egészítette ki a kérdőívet.

Így a teljes mintaszámunk 193 darab lett. Ez a Keresztény Múzeum 2019. évi látogatószámának a 2,9%-a.

Kik a kérdőív kitöltői? – Demográfia

Összesen 187 látogató töltötte ki a nemre vonatkozó demográfiai kérdést. Ennek alapján a kitöltők 68%-a nő, 32%-a férfi volt. Nagy eltérések voltak az online és a papír alapú kitöltések esetében. Az online kérdőívénél 77% volt a női kitöltők aránya 23% a férfi. A papír alapúnál jobban kiegyenlítődtek a kitöltések 56% nő és 44% volt férfi.

Az Eurostat²⁵ 2015-ös adataiból²⁶ tudjuk, hogy a magyar lakosság esetében a nők kicsivel aktívabbak (50,3%) a kulturális életben való részvételben, mint a férfiak (49,6%).



1. ábra
A KITÖLTŐK NEME (N=187)

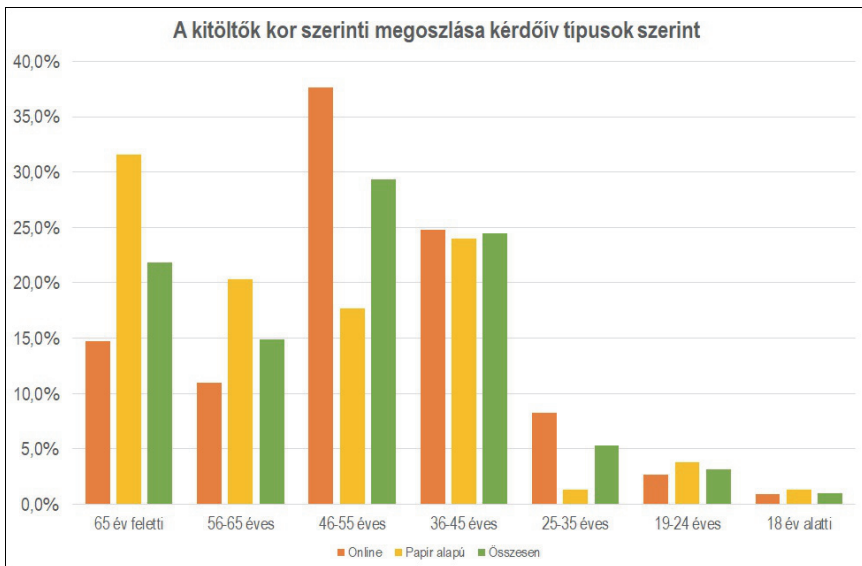
²⁵ Az Európai Unió statisztikai hivatala.

²⁶ *Culture Statistics 2019 edition* (szerk. Marta Beck-Domžalska; Luxemburg, Publications Office of the European Union, 2019) 123–149.

188 látogató adta meg az életkorát a kitöltés során. Ezek alapján a teljes kitöltéseket nézve a legtöbben a 46–55 éves korosztályba tartoznak (55 kitöltő – 29%), ezt követte a 36–45 éves korosztály (46 kitöltő – 25%), a 65 év felettiektől is megszámú kitöltés érkezett (41 kitöltő – 22%).

Érdeemes megnézni, hogy ha az online és a papír alapú kitöltéseket összehasonlítjuk, akkor volt-e nagyobb eltérés a korösszetételben. Az online kitöltőknél ugyanaz volt a sorrend, mint a teljes mintánál. Viszont a múzeumban kihelyezett kérdőíveket a legnagyobb arányban a 65 év feletiek töltötték ki (25 kitöltés – 32%). Ezt az eltérést azért érdemes megemlíteni, mert egy-egy felmérés során, ha minél több korosztályt szeretnénk elérni, akkor fontos figyelni, hogy milyen eszközöket használnak a látogatók a legkönnyebben, legszívesebben.

Amit egyértelműen elmondhatunk az az, hogy a 35 év alatti korosztálytól nagyon kevés információt sikerült begyűjteni, nagyjából a válaszok 10%-a érkezett tőlük. A Keresztény Múzeum látogatóinak 35%-a vásárolt diákjegyet 2019-ben. Az offline kitöltések esetén a szűkös időkeret miatt az iskolai csoportok nem szívesen töltötték ki a kérdőívet, viszont online nagyobb energiát kellett volna fordítani arra, hogy a diákokat és a tanárokat bevonjuk a felmérésbe.



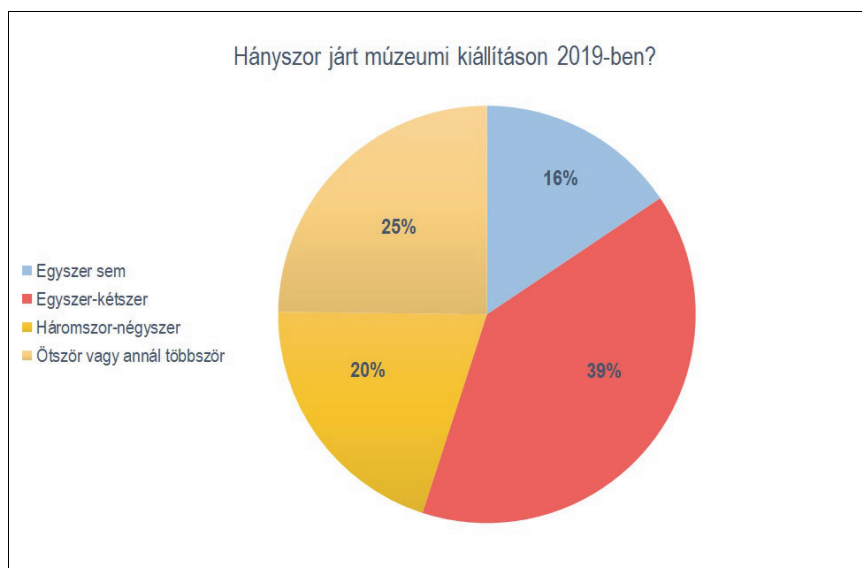
2. ábra

A KITÖLTŐK KOR SZERINTI MEGOSZLÁSA KÉRDŐÍVTÍPUSOK SZERINT (N=188)

A kitöltők lakhelyét tekintve a legtöbben esztergomiak (66 kitöltő – 36%), őket követték a budapesti látogatók (46 kitöltő – 25%). További 35 magyarországi településről érkezett még kitöltés (1–5 db kitöltés/település). Csak 9 kitöltő jelölt meg nem magyarországi lakhelyet.²⁷ A konkrétan megnevezett külföldi lakhelyek: Németország, Párkány, Csíkszereda, Kolozsvár.

Általános múzeumlátogatási szokások

Az online kérdőív 4 általános múzeumlátogatási szokásokat érintő kérdéssel kezdődött. Ezeknek a bevezető kérdéseknek a lényege az volt, hogy a kitöltő annak ellenére, hogy fizikailag távol volt a múzeumtól, bele tudjon helyezkedni a kérdőív témájába. A kérdések segítségével azt szeretnénk volna jobban megismerni, hogy mely hazai múzeumokat kedvelik, és milyen jó példákat láttak külföldön, amit a magyar múzeumokban is szívesen viszontlátnának.



3. ábra
HÁNSZOR JÁRT MÚZEUMI KIÁLLÍTÁSON 2019-BEN? (N=109)

²⁷ A külföldi lakhelyek alacsony arányát indokolhatja, hogy a kérdőívek csak magyar nyelven készültek.

109 válasz érkezett arra a kérdésre, hogy a látogató hányszor volt múzeumi kiállításon 2019-ben. A legtöbben (39%) alkalmi múzeumlátogatónak mondhatók (egyszer-kétszer jártak kiállításon). Nagyon jó, hogy a kitöltők 45%-a múzeumkedvelő vagy akár már múzeumrajongónak is hívhatjuk, hiszen az ilyen látogatók sok helyen megfordulnak, sok tapasztalatot gyűjtenek, így könnyebben meg tudják fogalmazni, mi hiányzik egy adott intézményből, mit látnának ott szívesen. 16% volt azoknak a kitöltőknek az aránya, akik 2019-ben nem jártak múzeumi kiállításon.

A következő kérdés az volt, hogy a látogató melyik magyarországi múzeumba jár a legszívesebben és miért? Összesen 33 intézményt jelöltek meg a látogatók. A legtöbbször a budapesti Szépművészeti Múzeumot, a Magyar Nemzeti Galériát és a Keresztény Múzeumot említették. A látogatások oka között szerepelt többek között a világszínvonalú kiállítási anyag, az interaktivitás, érdekes tárlatvezetések, egy-egy speciális érdeklődési terület, családi helyzet (pl. kisgyerekekkel keresnek programot).

Néhány példa arra, hogy mi alapján választanak múzeumot a látogatók: „Nem a múzeum, hanem a kiállítás alapján választom ki, hogy hová megyek szívesen.” „Természettudományi Múzeum, sokféle installációs módszert használnak, nem válik unalmassá.”

Láttuk, hogy a legtöbb kérdőívkitöltés esztergomi, illetve budapesti lakosoktól érkezett, a földrajzi elhelyezkedés a kedvenc múzeum meghatározásában is szerepet játszott.²⁸

A következő két kérdésben azt vizsgáltuk, hogy a kitöltők az elmúlt években voltak-e külföldi múzeumokban, és ha igen, akkor ott milyen újdonságot láttak, amelyet örömmel fogadnának a hazai múzeumokban is.

76 kitöltő (70%) járt az elmúlt 3 évben külföldi múzeumban. Többen említették, hogy az újdonságok tekintetében már nem érznek olyan nagy különbséget a magyarországi és a külföldi múzeumok között. Amit mindenképpen érdemes megemlíteni, az az, hogy a személyességet, a beszélgetéseket, a tartalmas tárlatvezetéseket, élményszerű művészettörténet-órákat, az interaktivitást látnák szívesen a hazai múzeumokban is a látogatók. Emellett meghatározó élmény volt még a kitöltők számára az applikációk, az audioguide-ok, az online jegyvásárlási lehetőségek, a minőségi, kreatív termékeket árusító shopok és az ülőhelyek kihelyezése is.²⁹

Három példa a látogatói véleményekből: „Interaktivitás, fiatal teremőrök, lendületes kiállítások. Frissesség.” „Személyes beszélgetés a látogatóval. Nem csupán anyagleadás..., hanem elbeszélgetés.” „Tavaly voltunk a Monet-kiállításon Bécsben, fantasztikus volt, idén a Rote Wient tekintettük

²⁸ A lakhely egyértelműen meghatározza a hozzáférhetőséget, a látogatás lehetséges gyakoriságát.

²⁹ Kérdőívünk egy későbbi részében mi is kitértünk arra, hogy melyik szolgáltatás bevezetését igényelnék a Keresztény Múzeumban a látogatók.

<i>Esztergom</i>	<i>Budapest</i>	<i>Más magyarországi település</i>
Keresztény Múzeum (11 említés)	Szép művészeti Múzeum (19)	Zsolnay Múzeum (2)
Duna Múzeum (7)	Magyar Nemzeti Galéria (13)	Móra Ferenc Múzeum (2)
Babits Emlékház (3)	Magyar Nemzeti Múzeum (10)	Bory-vár (2)
Főszékesegyház Kincstár (1)	Magyar Természettudományi Múzeum (6)	Almásy-kastély - Gyula (1)
Dzsámi Múzeum (1)	Budapesti Történeti Múzeum (2)	Déry Múzeum (1)
Esztergomi Vármúzeum (1)	Közlekedési Múzeum (2)	Érseki Palota – Eger (1)
	Petőfi Irodalmi Múzeum (2)	Óvodamúzeum (1)
	Vasúttörténeti Park (2)	Hermann Ottó Múzeum (1)
	Iparművészeti Múzeum (1)	Széchenyi István Emlékmúzeum (1)
	Ludwig Múzeum (1)	Csontváry Múzeum (1)
	Műcsarnok (1)	Gyugyi Gyűjtemény (1)
	Néprajzi Múzeum (1)	Hetedhét Játékmúzeum (1)
	Terror Háza (1)	Kovács Margit Kerámiamúzeum (1)
		Városi Tömegközlekedési Múzeum – Szentendre (1)

A KITÖLTŐK ÁLTAL KEDVENCKÉNT EMLÍTETT MÚZEUMOK LISTÁJA

meg. Nagyon jó az online jegy, gyerekekkel nem kell sorban állni, kötelező és ingyenes ruhatár mindenütt és nagyon sok interaktív /érdekes elem.”

A Keresztény Múzeum látogatásának körülményei

Az online és a múzeumban kitöltött kérdőívekben is több kérdést szenteltünk annak a témakörnek, hogy megismerjük a látogatók véleményét a Keresztény Múzeum kiállításairól. A helyben kitöltött kérdőívek esetében egyértelmű volt, hogy a kitöltőnek van már tapasztalata a múzeumból, mivel a kitöltésre a látogatás után kértük meg az embereket. Viszont abban nem lehettünk biztosak, hogy aki az online kérdőívünket kitölti, ő már személyesen is járt valamilyen a múzeumban. Ezért az online kérdőívben a „Hányszor járt már a Keresztény Múzeumban?” kérdés egyúttal szűrőként is szolgált. 7-en válaszolták azt,

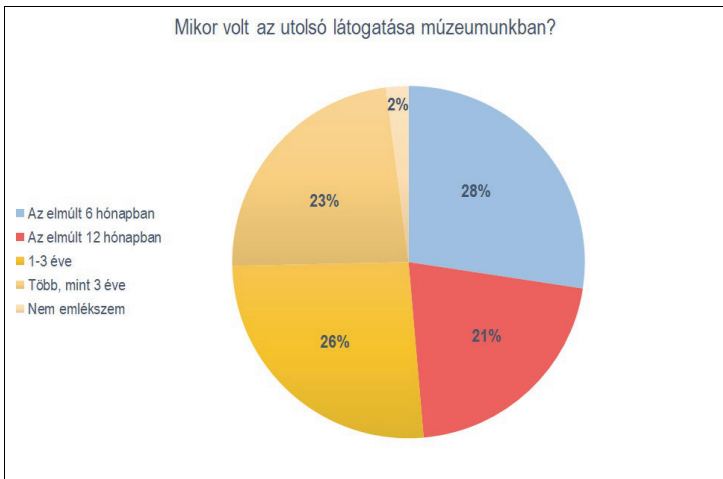
hogy egyszer sem. Aki ezt az opciót választotta, annak megköszöntük az addigi válaszokat, és a kérdőív a végére ugrott, neki ott befejeződött a kitöltés.

Múzeumlátogatási gyakoriság, legutóbbi látogatás

Mind a két kérdőívben rákérdeztünk arra, hogy a kitöltő hányszor látogatta már meg a múzeumot. Az online kitöltések esetében többségben voltak a visszajáró látogatók, 59,6% (65 fő) írta azt, hogy több mint háromszor járt már a múzeumban. Ebből az elköteleződésből, a múzeum szeretetéből fakad az a késztetés is például, hogy időt szántak a kérdőív kitöltésére. Ezért is érdemes olyan látogatói bázissal rendelkeznie egy múzeumnak, akikkel rendszeresen tud kommunikálni, akiktől lehetséges a visszajelzések begyűjtése.

A helyben kitöltött kérdőívek esetében nagyjából minden második látogatónak (47% – 39 fő) az aktuális látogatása volt az első a Keresztény Múzeumban. A kitöltők 30,1%-a (25 fő) korábban néhány alkalommal (1–3-szor) járt már a múzeumban, a több mint háromszor visszatérő látogatók aránya 22,9% (19 fő) volt.

146 válaszadó mondta azt, hogy a kérdőív kitöltését megelőzően korábban már járt a múzeumban. Az online kitöltők közül hárman nem emlékeztek rá, hogy mikor voltak a múzeumban utoljára. Nagyjából minden második látogatónak (49%) egy éven belül volt az utolsó látogatása a múzeumban. Ez elég friss látogatási élménynek mondható, ami azért jó, mert ez segítség lehetett a későbbi kérdések megválaszolása során, ahol a látogatási tapasztalatokra, élményekre kérdeztünk rá.



4. ábra

MIKOR VOLT AZ UTOLSÓ LÁTOGATÁSA MÚZEUMUNKBAN? (N=146)

Hányan érkeztek a múzeumba és kivel jött el?

A látogatás körülményeit tekintve az is fontos kérdés, hogy hányan érkeztek a kitöltők a múzeumba, és kivel jöttek el. Ezt azért érdekes ismerni, hogy a múzeum milyen típusú látogatói csoportokat tudott elérni (egyedülálló, családok, turisták stb.), kiknek a véleményét elemezzük és olvassuk. Ezeket a kérdéseket csak a helyben kitöltött kérdőívek esetében tettük fel, mert az online kitöltésnél nehézségekbe ütközhetett a visszaemlékezés, hogy egy régebbi látogatásra kivel is érkezett a kitöltő.

A látogatók többsége egy másik személlyel érkezett a kiállításra és ez a másik személy döntő többségben egy családtag (70%) volt. Egyedül csak 3 látogató (4%) nézte meg a kiállítást. A család mellett a legtöbben még barátokkal, ismerősökkel jártak a múzeumban, de az ő arányuk is csak 15% volt. A turista, katolikus közösségi vagy egyéb csoportos látogatók aránya 11%-os a válaszadók között.³⁰



5. ábra

MA HÁNYAN ÉRKEZTEK MÚZEUMUNKBA? (N=84)

Honnan hallott a múzeumról?

Közös kérdés volt a kérdőívekben, hogy a kitöltő honnan hallott a múzeumról. Milyen forrás volt az, ami meggyőzte a látogatót, hogy szeretné meglá-

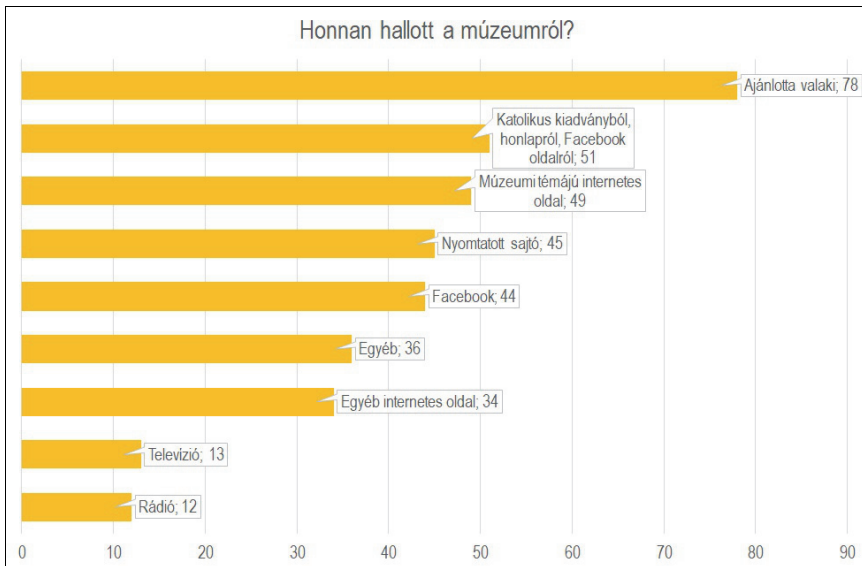
³⁰ A csoportos látogatók esetében a legtöbbször nem az egész csoport tölti ki a kérdőívet, hanem csak 1-2 tag.

toгатni a múzeumot? Ezt azért volt fontos megtudni, hogy kiderüljön, milyen eszközökön keresztül volt a legsikeresebb a látogatók elérése, mi lehet az a hely, ahol érdemes tovább folytatni a munkát, és mi az, ami nem éri el a kellő hatást.

Nagy arányú volt azoknak a látogatóknak a száma, akik ajánlásokon keresztül hallottak a múzeumról. Az intézmény gyűjtőköréből fakadóan rendelkezik egy speciális látogatói szegmessel, ők a katolikus kötődésű látogatók. A számokból is jól látszik, hogy a katolikus kiadványokban, oldalakon megjelenő hírek, információk is nagy segítséget jelentenek a múzeumnak a látogatókhoz való eljutásban.

Összességében az internetes oldalakat is sokan említették mint a tájékozódás egyik formáját. Meglepően jól szerepeltek a nyomtatott sajtó termékei is. A rádió és a televízió volt az a két hely, ahonnan nem sokan értesültek a Keresztény Múzeumról.

Amit még érdemes kibontanunk, az az egyéb kategória, mert ezt 36 kitöltő választotta. Itt a legtöbben a helyi kötődést jelölték meg (esztergomiak vagy ide jártak iskolába). Emellett sokan nem tudták megmondani, hogy pontosan honnan, de tudták, hogy létezik ez a hely régebbiről. Voltak, akik korábbi kirándulás, nyaralás során jártak a múzeumban, de ketten azt is írták, hogy egy esztergomi látogatás során meglátták, és innen az ismeret.



6. ábra
HONNAN HALLOTT A MÚZEUMRÓL? (N=362)

Az online kérdőívben egy olyan kérdést is feltettünk, hogy a látogató a Keresztény Múzeum programjairól honnan értesül. A legtöbben (31%) a múzeum honlapjáról és a múzeum saját Facebook oldaláról (28%) szerzik be a szükséges ismereteket. Emellett még az online programajánlókat (21%) is többen említették mint az információk forrását. Nyomatott programajánlóból a kitöltők 10%-a tájékozódik. Az egyéb kategóriában említésre került a barátok, ismerősök ajánlása és az e-mailes meghívók, hírlevelek is.

A Keresztény Múzeum kiállításai

Tevékenységek

Mind a két kérdőívben megkérdeztük a kitöltőket arról, hogy milyen tevékenységeket végeztek múzeumi látogatásuk során. A kitöltők 91%-a nézte meg az állandó kiállítást, ami nem számít meglepőnek, mivel a múzeumban ez a kiállítás van a központi helyen, és az intézmény legnagyobb részében ez a kiállítás található.

Az időszaki kiállítást a látogatók 53%-a nézte meg. Csak 5 olyan válaszadó volt, aki megtekintette az időszaki kiállítást, de az állandót nem. Ezen kívül 1 olyan látogató töltötte ki a kérdőívet, aki megtekintette az időszaki kiállítást, de nem tudjuk, hogy az állandó kiállítást látta-e, mert arra a kérdésre nem adott választ.

<i>Tevékenység</i>	Igen	Nem	Nem emlékszem/ Nincs válasz	Összesen
Megtekintette az állandó kiállítást	169	9	8	186
Megnézte az aktuális időszaki kiállítást	99	53	34	186
Részt vett tárlatvezetésen	54	109	23	186
Részt vett egy eseményen pl. könyvbemutató, előadás stb.	54	104	28	186
A kiállításon vagy a kiállítás meg-nézése után posztolt a múzeumról valamilyen közösségi oldalra (pl. Facebook, Instagram stb.)	29	123	34	186

A KIÁLLÍTÁSON VÉGZETT TEVÉKENYSÉGEK

Minden harmadik kérdőívkitöltő vett részt tárlatvezetésen vagy valamilyen múzeumi eseményen. Náluk a múzeumról alkotott véleményekben már ezek a hozzáadott értékek is megjelennek.

Ami érdekes, de talán nem annyira meglepő, hogy csak 29 olyan látogató volt, aki a közösségi médiában posztolt a múzeumról. Láttuk, milyen nagy

jelentősége van a színhagyománynak, az ajánlásoknak, és mivel ma már egyre többen az ajánlásokat a közösségi média csatornáin keresztül gyűjtik, így érdemes lehet a későbbiekben ilyen típusú tevékenységre ösztönözni a látogatókat.

Változó, hogy melyik múzeumban mennyire bátran fotóznak és posztolnak a látogatók. Ez nyilván függ a témától és attól is, hogy mennyire biztat erre a múzeum. A Keresztény Múzeum esetében a vallási téma gátolhatja az embereket abban, hogy posztoljanak, mert azt gondolhatják, hogy itt nem illik vagy nem szabad ezt csinálni. A fejlesztés során lehet olyan elemeket is elhelyezni a kiállításban, amely ösztönzőleg hat a posztolásokra. Ennek segítségével meg lehetne mutatni másoknak, miért is érdemes ide ellátogatni.

A kiállításon töltött idő

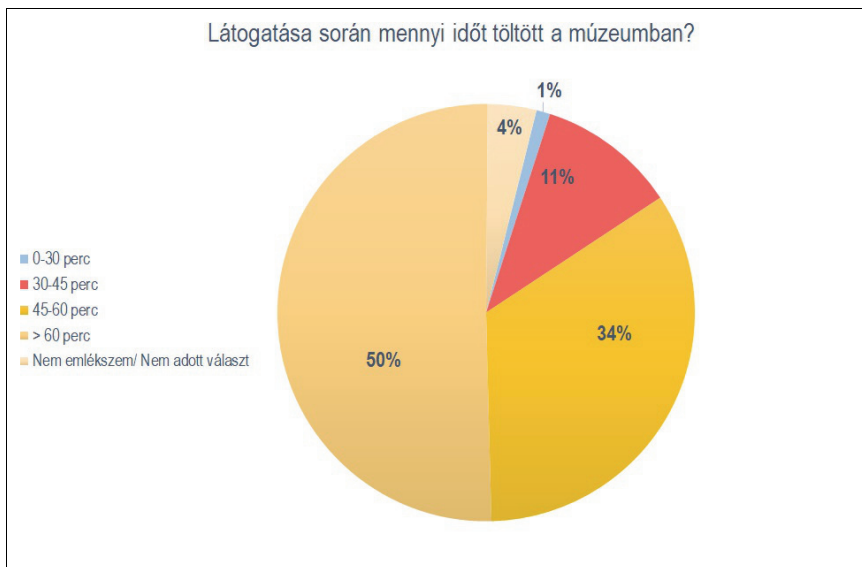
Szintén mind a két kérdőívben szerepelt az a kérdés, hogy a látogató mennyi időt töltött a múzeumban. Mivel a múzeumban jelenleg nincs kávézó, étterem, shop, ahol több időt el lehetne tölteni, így ezzel a számmal a kiállításra fordított időt tudtuk mérni.

Összesen 4 időintervallumot adtunk meg, amelyekből választhattak a látogatók. Az online válaszadók közül 5-en erre a kérdésre nem tudtak válaszolni, mert már nem emlékeztek rá, hogy mennyi ideig maradtak a múzeumban, a személyes kitöltések esetében pedig 2-en nem írtak ide választ. Az összesen 186 válaszadó közül 94-en (50%) egy óránál többet töltöttek a múzeumban, ami már lehetőséget adhat az elmélyülésre. Mivel az állandó kiállítás több teremből áll, így érthető, hogy szükséges a több mint 1 óra a felfedezéshez. Szintén sokan (63 válasz – 34%) jelölték meg, hogy 45–60 percet szántak a kiállításokra. Ez azt is mutatja, hogy a látogatók találtak annyi érdekességet, hogy ne csak átfussanak a kiállításon. 20 látogató mondta azt, hogy 30–45 percet töltött a múzeumban, 2 látogató pedig 0–30 percet.

Kiállítási szövegek, feliratok

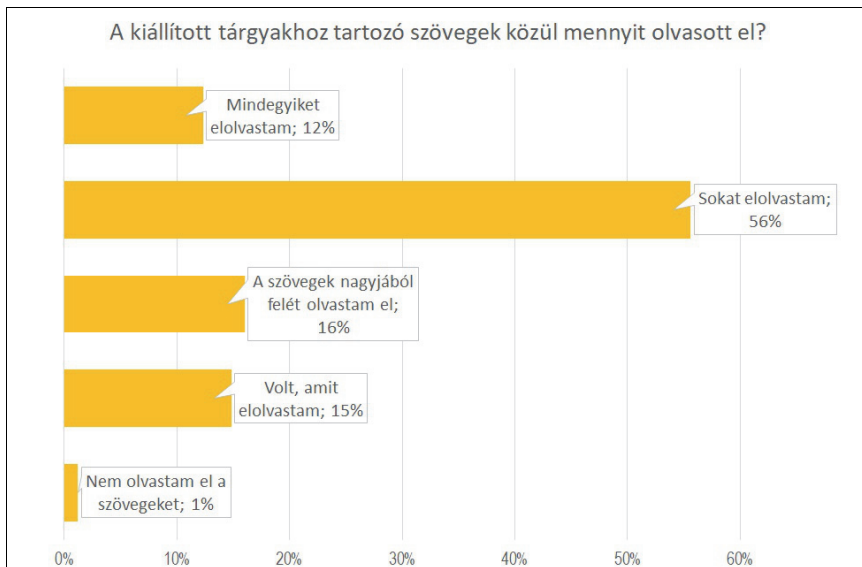
A kérdőív összeállításakor fontos szempont volt, hogy csak azokra a dolgokra kérdezzünk rá a látogatóknál, amelyeken egy átfogó felújítás során lehetőség nyílik majd változtatni, javítani. Egy ilyen terület a kiállítási szövegek és feliratok témaköre. A múzeumban, helyben kitöltött kérdőívekben a szövegek olvashatóságára és érthetőségére kérdeztünk rá.

Az első kérdés ebben a kérdéscsoportban az volt, hogy mennyi szöveget olvasott el a látogató. Összességében az látszik, hogy érdeklődőek voltak a látogatók, a többség olvasott szöveget, ki többet, ki kevesebbet. Ez mutathatja a speciális témák iránti fogékonyságot, kíváncsiságot vagy azt is, hogy a kiállítás megértéséhez a látogatók szükségesnek tartották a szövegek elolvasását.



7. ábra

LÁTOGATÁSA SORÁN MENNYI IDŐT TÖLTÖTT A MÚZEUMBAN? (N=186)



8. ábra

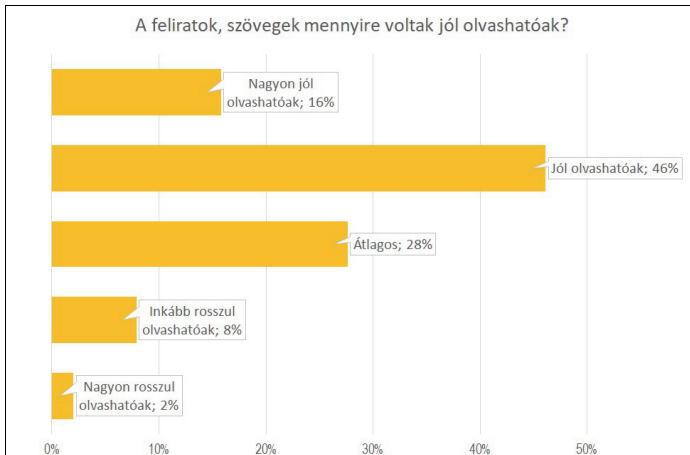
A KIÁLLÍTOTT TÁRGYAKHOZ KAPCSOLÓDÓ SZÖVEGEK KÖZÜL MENNYIT OLVASOTT EL? (N=81)

Érdeemes megnézni, hogy mi volt az oka, ha valaki nem olvasott szöveget vagy csak nagyon keveset. 17 visszajelzést kaptunk ebben a témakörben. A kapott válaszokat hat kategóriába lehet sorolni, amelyek a következők:

- időhiány
- nehéz értelmezhetőség
- nem releváns az információ
- rossz látási viszonyok
- tárlatvezetésen vett részt
- túl sok/túl kevés információ

Ezek között találunk olyan szempontot, amin nem tudunk változtatni (pl. időhiány, valaki otthon hagyta a szemüvegét), de az esetek döntő többségében olyan dolgokra hívták fel a látogatók a figyelmet, amin lehetséges változtatni (pl. fényviszonyok, értelmezhetőség stb.).

A feliratok, szövegek minőségére is rákérdeztünk. 76 látogató válaszolt erre a kérdésre és a legtöbb vélemény alapján a szöveges részek olvashatóságával nem volt gondjuk. A válaszok 62%-a szerint jól vagy nagyon jól olvashatóak a kihelyezett feliratok, szövegek. 10% szerint rossz vagy nagyon rossz az olvashatóság, itt azt érdemes megvizsgálni, hogy ez a látogató egyéni adottságai (pl. rossz látás) miatt van így,³¹ vagy tényleg a szövegek/betűk tulajdonságain kellene változtatni. Az olvashatóságot a kitöltők 28%-a nevezte átlagosnak.



9. ábra

A FELIRATOK, SZÖVEGEK MENNYIRE VOLTAK JÓL OLVASHATÓK? (N=76)

³¹ Ebben az esetben is van, amin lehetséges javítani, pl. betűméret vagy fények.

A szövegekhez kapcsolódóan még egy kérdést tettünk fel, amelyben a feliratok, szövegek érthetőségét néztük meg. Egy 0-tól 10-ig terjedő skálán lehetett erre a kérdésre válaszolni, ahol a 0 az egyáltalán nem voltak érthetőek, a 10 pedig a teljesen érthetőek voltak választ jelentette. A beérkezett 84 válasz átlaga 8,63 pont lett a maximális 10-ből. Ezek alapján a szövegek a látogatók számára érthetőek voltak.

Kedvenc kiállítási tárgyak, tárgycsoportok

Megkérdeztük a látogatókat arról is, hogy melyik kiállítási tárgy vagy tárgycsoport volt számukra a legemlékezetesebb, melyek a kedvenceik. Közvetlenül a látogatás után nyilván könnyebb felidézni a pontos nevét egy alkotásnak, mintha néhány hónap vagy akár évek múltán kellene ezeket a tárgyakat megnevezni. Ez a nehézség a kitöltések során is látszott. Akik a kérdőívet a látogatás után helyben töltötték ki, sokkal több esetben említettek konkrét művészt vagy műcímet, mint az online kitöltők. Az online kérdőív esetében gyakran nagyobb kategóriákat és nem egy-egy művet emeltek ki pl. festmények, gótikus gyűjtemény, középkori művészet.

Voltak, akik konkrét termeket neveztek meg kedvencként, ez is inkább a helyben kitöltött kérdőívek esetében volt jellemző. A legtöbben az 1. számú termet (9 látogató) neveztek kedvencként, emellett még a 2. számú került említésre (3).

Egyértelműen az úrkoporsó volt a legtöbb látogatóra a legnagyobb hatással, ez volt a legemlékezetesebb műtárgy számukra. Emellett még a szárnyasoltárok és a textíliák voltak a látogatók legnagyobb kedvencei.

A következő lista azokat a tárgyakat, tárgycsoportokat, nagyobb kategóriákat tartalmazza, amelyet legalább 3 látogató megnevezett a kedvencek között:

- Úrkoporsó (33 említés)
- Szárnyasoltárok (22)
- Textíliák: szőnyegek, szőttések, ruházat, gobelin, faliszőnyegek, falikárpitok (16)
- Festmények (10)
- Gótikus gyűjtemény, gótikus táblaképek (10)
- MS mester képei (9)
- 1. terem (9)
- Oltárképek (8)
- Porcelánok (7)
- Jan van Hemessen: Keresztet vivő Krisztus (5)
- Középkori művészet (5)
- 2. terem (3)

- Itáliai festészet, szobrászat (3)
- Máriát ábrázoló képek (3)
- Szakrális tárgyak, festmények (3)
- Bibliai témájú művek (3)
- Táblaképek (3)

Szolgáltatások

Új szolgáltatások bevezetése

Napjainkban a múzeumok igyekeznek minél több és minél igényesebb szolgáltatást nyújtani a látogatóknak, hogy ezzel is növeljék a látogatói élményt és elégedettséget. A Keresztény Múzeum látogatókutatása során arra is kíváncsiak voltunk, hogy a látogatók milyen új szolgáltatások bevezetésének örülnének. Alapvetően kétféle szolgáltatásra kérdeztünk rá: az egyik csoportba azok tartoznak, amelyek közvetlenül kapcsolódnak a kiállításokhoz (telefonos applikáció, digitális alkalmazások, audioguide). A másik csoportba pedig az épülethez kapcsolódó, infrastrukturális szolgáltatások kerültek: múzeumi bolt, lift, kávézó.

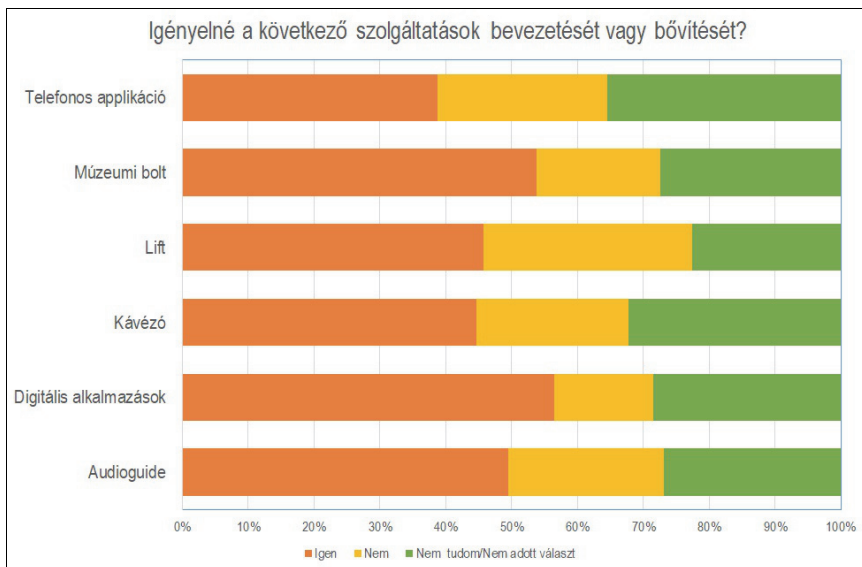
Az a helyben kitöltött és az online kérdőívek esetében is kiderült, hogy egy-egy szolgáltatás esetében sokan nehezen tudták eldönteni, hogy nekik arra szükségük lenne-e vagy sem. Nagy volt az aránya (szolgáltatásonként 23% és 35% között) azoknak, akik nem tudták, hogy igényelnék-e az adott újdonság bevezetését, vagy nem is adtak választ egy-egy kérdésre.³²

Az mindenképpen elmondható, hogy minden esetben az online kitöltők voltak nagyobb arányban, akik egy-egy szolgáltatás bevezetését igényelnék. Az online válaszadók közül a legtöbben múzeumi boltot szeretnének (74%), ezt követte a digitális alkalmazások bevezetése (68%) és a kávézó (56%).

A helyben kitöltött kérdőíveknél a legtöbben audioguide-ot igényelnének (48%), ami a jobb megértést segítené. Ezt követték a digitális alkalmazások (43%), amelyek az élményt tudnák növelni, és a lift kiépítése (41%), ami pedig a kényelmet és a megközelíthetőséget javítaná.

Összességében az látszik, hogy a legtöbben a digitális alkalmazások, a múzeumi bolt és az audioguide bevezetését igényelnék leginkább a múzeumtól, de a többi szolgáltatásnak is sok látogató örülne.

³² Sok esetben nehéz elképzelni egy-egy ilyen szolgáltatást, ezekről több és mélyebb kérdéseket érdemes feltenni egyéni vagy fókuszcsoportos interjú során.



10. ábra

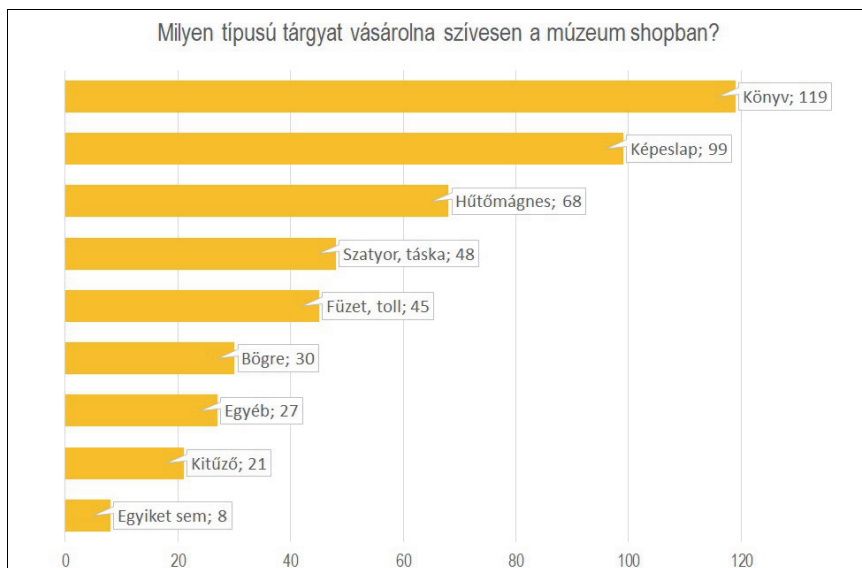
IGÉNYELNÉ A KÖVETKEZŐ SZOLGÁLTATÁSOK BEVEZETÉSÉT VAGY BŐVÍTÉSÉT? (N=186)

A leendő múzeumi shop kínálata

A múzeum részéről felmerült egy olyan kérdés is, hogy ha majd múzeumi boltot nyitnak, akkor melyek lennének azok a tárgyak, amelyeket a látogatók szívesen vásárolnának. Egy olyan listából tudtak ennél a kérdésnél választani a kitöltők, amely az általában leggyakrabban előforduló múzeumi shopokban kapható termékek listáját tartalmazta.

Egy-egy kitöltő többféle tárgyat is megjelölhetett, ezért a mintaszám 465 lett. Két termék kapta a legtöbb szavazatot: az egyik a könyv, a másik pedig a képeslap volt. Nyilván ennél a kérdésnél is igaz, hogy a megadott kategóriák még túl nagyok, érdemes lehet a látogatók egy csoportjával konkrétan is körbejárni, hogy egy-egy termék vásárlásánál milyen szempontok fontosak, pl. témakör, ár, méret, anyag stb.

Az egyéb válaszokat érdemes még megnéznünk. Ezek között többen azt említették, hogy szívesen vásárolnának kisebb méretű műtárgy-reprodukciókat. Emellett említésre került még például az ajándékdoboz, csokoládé, emlékkártya idézettel, gyerekeknek való füzet a kiállításához, határidőnapló, kegytárgy/vallási emlék, póló, szemüvegtörölő kendő stb.



11. ábra

MILYEN TÍPUSÚ TÁRGYAT VÁSÁROLNA SZÍVESEN A MÚZEUM SHOPBAN? (N=465)

A látogatók benyomása, véleménye a múzeumról

Először ez jut eszembe a Keresztény Múzeumról

Az online kérdőívezés során megkérdeztük a kitöltőket arról, hogy mi jut eszükbe először, ha azt hallják, hogy Keresztény Múzeum. Fontos, hogy milyen kép él a látogatókban egy adott intézményről, milyen asszociációk indulnak el, milyen érzések, élmények, tárgyak azok, amelyeket kötni tudnak egy helyhez.

A legtöbb látogatónak – a múzeum speciális gyűjtőköréből fakadóan – a vallás és a kereszténység szavak jutnak először eszébe. A város, Esztergom is az első szavak között van, amire gondolnak a múzeum kapcsán. Ezek mellett a kedvenc tárgyak között is említett úrkoporsó, szárnyasoltárok, MS mester alkotásai itt is szerepet kaptak. Látszik, hogy vannak olyan látogatók, akik a gyűjtemény egy-egy kiemelkedő darabjával azonosítják a múzeumot. A pozitív jelzők között szerepel többek között a szépség, rendezettség, nyugalom, gazdag gyűjtemény, családi környezet is.

Néhány hiányosság és egy-egy negatív jelző is előkerült ebben a részben. Ezek a poros, retró, unalom, nehezen megközelíthető, nincs lift (sok a lépcső).

Ajánlaná másnak a múzeumot? Újra eljönne?

Mind a két kérdőívben kitértünk 2-2 kérdés erejéig a múzeummal való általános elégedettségre is. Az egyik kérdés az volt, hogy a látogató ajánlaná-e másoknak a múzeumot. A 185 válaszadó látogatóból 181 (98%) ajánlaná ismerőseinek, barátainak a látogatást. Csak 1 látogató volt, aki nem ajánlaná másoknak a múzeumot, és hárman válaszolták azt, hogy nem tudják.

Azzal a kérdéssel, hogy szívesen eljönne-e máskor is múzeumunkba, azt szerettük volna megnézni, hogy tetszett-e annyira a múzeum a kitöltőknek, hogy visszatérő látogatók legyenek. Itt szintén 185 választ kaptunk, amiből 173-an (94%) mondták azt, hogy visszajönnének, 1 nem és 11 nem tudom válasz érkezett még erre a kérdésre.

Amivel a látogatók nem voltak elégedettek

A fentiekből látszik, hogy a látogatóknak tetszett a múzeum, a többség vissza is térne. Az viszont egyértelmű, hogy hiába elégedett a látogató egy múzeummal, mindig van olyan dolog, amin lehetne változtatni, amivel még jobbá lehetne tenni a látogatói élményt. Nézzük meg, mi volt az, amin a látogatók szerint javítani lehetne!

Több visszajelzés is érkezett arról, hogy az épület mennyire régi, ráférne egy felújítás. Nyilván ezzel a múzeum munkatársai is tisztában vannak, ez a helyzet egyik fél számára sem megfelelő. Amit ebben a témakörben kiemeltek a látogatók, az a bejárati rész szűkössége, a belsőépítészeti megoldások elavultsága, a sok lépcső, a lift és az ülőhelyek hiánya, a nem megfelelő világítás, a klíma hiánya, a rossz padló, a zavaró szag és a mosdó nem megfelelő minősége.

A felsorolt igényekben, kérésekben semmi túlzó nincs, csupán azt tükrözik, hogy a látogatók egy 21. századi színvonalú épületben szeretnék szabadidejüket tölteni és élményeket gyűjteni a kiállításokon.

A kiállításokkal kapcsolatosan is voltak olyan részek, amelyeken a látogatók szívesen változtatnának. Az interaktivitást többen hiányolták. Vannak, akiknek nem derül ki egyértelműen egy-egy tárgyról, hogy az micsoda, többen hiányolták, hogy kevés a magyarázat. Ezen például egy telefonos alkalmazás vagy egy audioguide sokat tudna segíteni.

A szövegek mérete, elhelyezése és megvilágítása került még fókuszba, volt olyan látogató, akinek ez okozott nehézséget, erről korábban már részletebben beszéltünk.

A munkatársakra vonatkozóan egy-egy negatív vélemény érkezett csak. Ezek között szerepelt, hogy volt amikor egy látogatónak kellett segítenie egy kerekesszék cipelésében, mert nem volt erre személyzet, és hogy egy lá-

togató szerint a teremőrök mérgesek és lekapcsolják rögtön a villanyt, ahogy kilépnek egy teremből, ami számukra zavaró volt.

Pozitív visszajelzések

Mivel a mostani kérdőívekben nem vonatkozott konkrét kérdés arra, hogy mi az, ami a legjobban tetszett a múzeumban, ezért a pozitív visszajelzések száma kevesebb lett, mint a negatívaké. Arra figyelniünk kell, hogy ezeket a mennyiséget most ne hasonlítsuk össze. A kérdőív elkészítésével részben az volt a szándékunk, hogy a látogatók felhívják a figyelmünket, hogy mi az, amin javítani lehetne, kellene.

Ennek ellenére a kérdőív kitöltői így is találtak lehetőséget arra, hogy pozitív visszajelzéseiket megosszák a múzeummal. Ennek a helye az egyéb megjegyzés rész volt. Ezeket a biztató, pozitív véleményeket három csoportba sorolhatjuk: munkatársak, gyűjtemény/kiállítás és általános tetszés.

A munkatársak kedvességét, segítőkészségét többen említették mint pozitív élményt. Ez fontos, mert a látogatók viszonylag kevés múzeumi munkatárssal kerülnek személyesen is kapcsolatba, így felértékelődik a teremőrök, pénztárosok, tárlatvezetők szerepe.

A kiállítást és a gyűjteményt érintő pozitív visszajelzések az anyag gazdagságát emelik ki.

Az egyéb észrevétel, megjegyzés részben a látogatók nagyon sok és sokféle érdekes javaslatot tettek, hogy mi az, amin változtatnának, mi az, aminek örülnének. Itt voltak a szolgáltatásokat érintő észrevételek, pl. a téli zárvaratás megszüntetése, koncertek tartása, de előkerültek az épület kialakítására vonatkozó hiányosságok is. A felmérés más részében többen is javasolták, hogy jó lenne, ha a múzeum gazdag raktárkészletéből több tárgy lenne megismerhető, ha ezekből is lenne egy-egy időszaki kiállítás.

ÖSSZEGZÉS

A kérdőívek bevezető szövegében azt írtuk, hogy a Keresztény Múzeum egy nagyobb felújítás előtt áll, és ezért is tartjuk nagyon fontosnak, hogy megtudjuk a látogatók véleményét. Arra voltunk kíváncsiak, hogy a kitöltő mit gondol a múzeum jelenlegi állapotáról, milyen újjátásnak örülne.

Ez a néhány mondat jól meghatározza, mi is volt kutatásunk célja. A múzeum jelenlegi állapotáról egyértelműen azt gondolják a látogatók, hogy elengedhetetlen a felújítás, mert az épület elavult, építészetileg nem megfelelő. A gyűjteménnyel viszont nagyon meg vannak elégedve, és örülnek, hogy

ilyen gazdag és sokszínű anyag áll rendelkezésre. A két szempont között tehát éles ellentmondás mutatkozik.

A kapott visszajelzések alapján a látogatók azt is szívesen vennék, ha az állandó kiállítás megújulna. Az interaktivitás, a személyesség került elő több helyen, a látogatók szeretnék részt venni a kiállításban, és örülnének, ha párbeszéddek is kialakulnának, nem csak előadásokat hallhatnának. A múzeum iránti elköteleződés szempontjából ezek fontos dolgok.

Ha a kérdőívkitöltések számát nézzük, akkor összesen 193 embert tudunk elérni. Ez a mintaszám már elegendő volt ahhoz, hogy összegzéseket készíthessünk, de azt is látnunk kell, hogy ez csak egy szelet a látogatók összességéből. Nagyon pozitív volt a kitöltésekkel kapcsolatosan, hogy hiába volt több nyitott kérdés, nagyon sokan energiát fektettek abba, hogy segítő véleményüket leírják, elmondják nekünk.

A felújítást illetően – mind az új szolgáltatások bevezetése, mind a kiállítás megújítása kapcsán – mindenképpen érdemes lenne minél többször, akár a tervezési, akár a megvalósítási fázisban is kikérni a látogatók véleményét. Tesztelni sokféle eszközzel lehetséges, és a külső, látogatói szem sok olyasmit észrevehet, amit a múzeumi dolgozók nem.

A kapott adatokkal és véleményekkel azt az előzetesen a munkatársak és a látogatók által is ismert tényt támasztottuk alá, hogy a múzeum nagy jelentőségű gyűjteményének a jelenkor elvárásainak megfelelő épületre és bemutatási eszközökre lenne szüksége. Egy látogatókutatás akkor jó, ha a kapott eredményeket a mindennapi munka során is fel lehet használni, legyen így a Keresztény Múzeum esetében is.