

Oktatási innováció a múzeumokban

DOMINEK Dalma Lilla

Valor Hungariae Zrt., Budapest
dominekdalma@gmail.com



DOI: 10.18427/iri-2019-0055

Az internetes információbőség korában az egyén számára elérhető tudás mennyisége exponenciálisan nő, miközben tudásszomjunk, a tények mögötti összefüggések megértése iránti vágyunk érezhetően kielégítetlen marad. Így egyre égetőbb szükség van azokra az információ- és tudásközvetítő eszközökre, közegekre, melyek utat mutatnak a tények labirintusában. Olyan jól bevált, évszázados múltú közegekre, mint például a múzeumok. A múzeumok amikor szükség volt rá, a korrallal együtt változtak, és továbbra is sokak által ismert és elismert, hiteles források a könnyen (vagy bizonyos esetekben nehezebben) befogadható tudásszeleteknek. Az aktuális magyarországi helyzetet tekintve is látszik a több mint kétszáz éves múltra visszatekintő hazai múzeumi intézményrendszer népszerűsége: 2012 óta folyamatosan emelkedett itthon az országos látogatói létszám és a múzeumi rendezvények száma.

A múzeumok társadalomban betöltött szerepének fenntartásához, tudásközvetítésben betöltött súlyuk növeléséhez figyelembe kell vennünk, hogy a jelentős látogatói arányt képviselő diákcsoporthoz többsége elsősorban tárlatvezetésen vagy múzeumpedagógia foglalkozáson keresztül kerül kapcsolatba a múzeummal, mint intézménnyel, ilyen alkalmak során alakulnak ki a jövő látogatóiban azok a múzeumokkal kapcsolatos attitűdök, melyek a látogatói létszámot is erősen befolyásolhatják.

E publikáció témája a múzeumlátogatás, azon is belül a tárlatvezetés hatásának vizsgálata. Az alkalmazott kutatásunkban a tárlatvezetés élményszintjét igyekeztünk vizsgálni. Az „élményszint” mérésére legalkalmasabbnak a tárlatvezetések után a kérdőívek kitöltése, majd az azt követő fókuszcsoporthoz beszélgetéseken alkalmazott kérdések bizonyultak, melyek hangsúlya a flow-mérés alapjaira helyeződött.

Miképp is kommunikál a múzeum?

„A múzeum több szinten, több irányba és több csatornán keresztül kommunikál. Kiállításain, programjain, kiadványain, tudományos tevékenységén át sokféle üzenetet juttat el közönségéhez, reflektál a társadalom aktuális problémáira, igyekszik naprakész válaszokat adni a

változó látogatói igényekre, elvárásokra. Emellett tájékoztatást ad sokrétű tevékenységéről, jelen kíván lenni a közbeszédben. A múzeumlátogatásra készülő, a múzeumba érkező látogatókat információs rendszerével segíti abban, hogy a látogatás során otthonosan érezzék magukat, megtalálják az adott kiállítást, műtárgyat, vagy a kényelmi szolgáltatásokat. E sokrétű kommunikációs tevékenység egyes részeinek elemzése, tudatos alakítása elengedhetetlen a múzeum üzeneteinek sikeres célba juttatása, az eredményes társadalmi interakció elérése érdekében." (Bárd, 2010:178-181) Bárd Edit írásához hasonlóan Huszár Zsuzsanna 2005-ben *A múzeum, ahogy önmagára emlékszik* című tanulmányában (Huszár, 2005) szintén a kommunikációt helyezi a fókuszba. A tanulmány egy centenáriumi, ünnepi helyzet indíttatása kapcsán született: az írás megjelenésekor volt 100 éves a pécsi múzeum. Az intézmény saját történetét a közelmúltban szakközleményekben, ismeretterjesztő cikkekben tette közzé, elsősorban a szűkebb pátria érdeklődő közönsége számára hozzáférhetően. E másodlagos források felhasználásával Huszár vázlatos betekintést kíván nyújtani a pécsi múzeum történetébe, közművelődési tevékenységébe, és utalni szeretne a múzeum, mint intézmény művelődéstörténeti jelentőségére.

A fentiekén túl a kommunikáció a múzeum életében még egy fontos területet érint: a kommunikáció, mint a tudáscsere eszköze, elengedhetetlen pillére a múzeumi tanulásnak is. A múzeumi tanulás „kontextuális modellje” szerint a látogatás sikere a személyes motívumoktól, a társadalmi környezettől és a fizikai kontextustól függ (Falk & Dierking, 1992): különösen az utóbbi területet lehet megfelelő intézményi kommunikációs tevékenységgel pozitív irányba befolyásolni.

Falk a későbbiekben integrálja a kontextuális modellt a múzeumi látogatás élményére vonatkozó modelljébe is (Falk, 2009:161), mely modell a látogatást előidéző belső motivációt helyezi a középpontba, és mely elmélet szerint a múzeumi látogatás, mint élmény, befolyással bír a látogató identitására, esetenként a különböző kommunikációs aktusok révén megváltoztatja azt.

A tárlatvezetés, mint a fenti modellben is elhelyezhető, látogatói attitűdöt befolyásoló és identitásformáló múzeumi kommunikációs tevékenység, külön említést érdemel. Szerencsénkre a következő, múzeumi neveléssel foglalkozó alfejezetben bemutatott *Múzeumi tanulás* című tanulmányköteten belül szintén külön fejezet foglalkozik a tárlatvezetéssel. A fenti írás részletesen, útmutató-szerűen mutatja be, miképp érdemes felkészülni egy tárlatvezetésre, továbbá hogyan érdemes kezdeni a vezetést, irányítani a csoportot, milyen szakaszokat célszerű beiktatni a vezetésbe (Vásárhelyi, 2011). Alább idézzük a szerzők által összegyűjtött és szerkesztett listát, melyekkel érdekessé tehető egy tárlatvezetés: „

1. Olvassunk fel hangosan a kiírt szöveget.
2. Tegyük fel kérdéseket, ne csak a tárgyról, hanem a csoport tagjairól is (pl. árvízi festmény előtt: te mit csinálnál ilyen helyzetben?)

3. Utaljunk vissza korábban elhangzottakra is, és közvetlen korábbi élményekre is.
4. Utánozzunk hangokat
5. Keressünk azonosságokat, különbségeket a tárgyak között.
6. Adjunk feladatot.
7. Legyen esetleg tétje az aktív részvételnek, és anélkül is adjunk pozitív visszajelzéseket.
8. Játsszunk játékot.
9. Mozgassuk a csoportot.
10. Használjunk mennél több érzékszervet.
11. Adjunk tárgyat a kézbe.
12. Manipulálhassunk valamit.
13. Legyen egy időre egy gyerek a vezető.
14. Ha adekvát, használtassuk a saját testüket szemléltetésre, ahogyan a saját élményeiket is idéztessük fel.
15. Kérdezzünk vissza, értették-e, amit mondtunk (nem feltétlen direkt módon).
16. Mondjunk (mondassunk) el egy izgalmas történetet, ami azzal a tárggyal történt (vagy történhetett)."

Nevelés és múzeum?

A múzeumi tanulás gerincét adó múzeumpedagógiai vagy élménypedagógiai gyakorlatban vannak olyan módszerek, melyek segítségével lehet oktatni múzeumban is. Első példaként említhető a feladatlapos feldolgozás. Ezek a feladatlapok a kiállítások tematikus gyermek vagy felnőtt vezetőinek is tekinthetők. Fontos, hogy a feladatlap (Vásárhelyi & Vásárhelyi, 2009) elkészítésekor a múzeumpedagógus figyelembe vegye az életkor sajátosságait, és hogy olyan típusú feladatok váltsák egymást, melyek ébren tartják a látogatók érdeklődését. Fontos az is, hogy a válaszok ne igényeljenek előképzettséget az adott kiállítással kapcsolatban, mert aki betér a múzeumba, az a kiállítást nem feltétlenül ismeri. Ki kell emelni Vásárhelyi Tamás és Vásárhelyi Krisztina szerzőpáros felfedezőfüzetét, melyben „a szerzők (apa és lánya) a „családi felfedezőfüzet”-nek elnevezett, új múzeumpedagógiai műfajba sorolható, felnőtt-gyerek párosok számára készített kiadványaikat mutatják be. A tervezések és értékelések folyamatán túl ismertetik a füzetek elveit, pedagógiai céljait és gyakorlati megoldásait is. A füzetek a Magyar Természettudományi Múzeum kiemelkedő állandó kiállítási elemeivel és tárgyaival (a Bálnacsontváz, a Bárka) kapcsolatosan használhatók, és elkísérik a látogatókat otthonukba és a szabad természetbe is.” (Vásárhelyi & Vásárhelyi, 2009:191)

Szinte minden múzeumban alkalmazzák a múzeumi szakemberek a szerepjátékot, vagy más néven a szituációs játékot. A foglalkozáson részt vevők aktivitásán múlik a játék sikere. Olyan élményt nyújt egy ilyen

típusú foglalkozás, ami a további ismeretszerzést motiválja. Az élményszerzés a múzeumpedagógiai foglalkozások egyik elsődleges megkülönböztető jegye. Az élmény hatására feloldódik a társaság, és a látogató a játékélmény során átélhet – akár egy másik élőlény bőrében – egy másfajta világot.

A múzeumi flow megjelenése

A múzeumi flow megjelenése elsősorban az úgynevezett „társas flow” jelenség kapcsán értelmezhető. Magyaródi Tímea kutatássorozatában megállapította, hogy társas helyzetben intenzívebb a flow-élmény minősége, mint egyéni feladatvégzés közben: például két, akcióban lévő személy áramlat-élményének szinkronizálódása megfigyelhető közös feladatmegoldás során (Magyaródi, 2016). Az ekkor tapasztalt flow-élményt az úgynevezett flow-szinkronizációs összetevők támogatják Magyaródi szerint, melyek az interakció sajátosságait veszik alapul az áramlat-élmény átélésével párhuzamosan. Az áramlat átélése, gyakorlása társas, együttműködő tevékenységben a kutatás szerint az intrinzik motivált cselekvés végzése mellett a humán alapszükségletek kielégítéséhez is hozzájárulhat.

A flow típusú tárlatvezetések Magyarországon és az élménypedagógia kapcsolata

Jelenleg a hazai tárlatvezetések között még nincs dedikáltan a flow élményre törekedő tárlatvezetésre példa, ezért volt szükséges a kutatáshoz külön tréninget kidolgozni, és felkészíteni a résztvevő tárlatvezetőket. Vágola Éva tanulmánya ugyan összekapcsolja Csíkszentmihályi „Flow” élményét a közgyűjteményekben történő élménypedagógiai neveléssel (Vágola, 2013), ugyanakkor az írás a flow-elmélet mellett a pszichológiából ismert drive-elméletet, valamint a szintén pszichológiai megközelítésű *játék* fogalmat is felsorolja, mint az élménypedagógia alapjait.

Csíkszentmihályi és Hermanson 2005-ös tanulmánya szerint fontos megemlítenünk, hogy a múzeumi környezet anekdotikus tapasztalat alapján sokakban váltott ki életem át erős tanulási vágyat bizonyos specifikus szakterületeken, ami alapján a szerzők a múzeumlátogatásra mint pszichológiai jelenségre tekintenek. Azt a kérdést igyekeznek megválaszolni, miként motiválja a múzeum a látogatókat a tanulásra, egyáltalán létezik-e a „múzeumi élmény”, mint általános fogalom. A tanulmány megkülönböztet külső és belső motivációs tényezőket a tanulás szempontjából, és felállít a múzeumokkal kapcsolatban egy négy lépcsős elméleti modellt, melynek során a kíváncsiságot megragadó múzeumban az interaktivitáson keresztül teljesülnek a flow élmény feltételei, ezáltal a látogató tudatában nő a komplexitás. Összegezve: azáltal, hogy a

múzeumok komplex információt könnyen és élvezhetően becsomagolva prezentálnak, belső motiváció jön létre a látogatókban, hogy később további ismereteket sajátítsanak el a bemutatott területről (Csíkszentmihályi & Hermanson, 1995).

A kutatásunk során a fent említett két múzeumot vettük alapul, amely múzeumokból 1-1 tárlatvezetőt választottunk ki. Ezen tárlatvezetőket (mind kettő 30-as éveiben járó nő) egy tréning során felkészítettünk arra, hogy miképp tud információ-centrikus és élmény-centrikus tárlatvezetést tartani. A következő feladatunk az volt, hogy megszervezzük az általunk nem ismert látogatócsoportokat, és elkészítsük a kérdőíveket és fókuszcsoportos beszélgetésünk alapvázlatát. A tárlatvezetések az előre felkészített tárlatvezetőn és a résztvevő csoporton kívül a kutatást vezető is személyesen részt vettek, jelenlétükkel biztosítva a helyszíni megfigyelést. Arra törekedtünk, hogy az általunk vizsgált kutatási csoportokban szereplő, múzeumpedagógiát alkalmazó hagyományos vagy élmény-elemekkel dúsított tárlatvezetésekénél töltsünk ki kérdőíveket egy-egy tárlatvezetést követően. Ily módon az egyetemi korosztályi szinten, fókuszbeszélgetések során, illetve múzeumpedagógiai elemekkel dúsított hagyományos és élményelemekkel kiegészített tárlatvezetéseket követően kitöltött kérdőívekből nyertük adatainkat, amelyeket klaszterelemzéseknek vetettünk alá.

A kutatásban általunk ismeretlen egyetemisták vettek részt, különböző szakokról, különböző előképzettségekkel. Mind az információ-centrikus keretek között zajló tárlatvezetésekre, mind az élménycentrikus, élménypedagógiai fókuszú tárlatvezetésekre a kutatói csoportokat online hirdetés és regisztráció útján hoztuk létre, melyekre egyetemista korcsoportosok jelentkezhetek. A jelentkezéseket feldolgoztuk, csoportokat alkottunk legfeljebb 22 fő/csoport létszámmal, így az összes jelentkezőből a jelentkezők száma összesen 16 csoportot eredményezett a meghirdetett vezetésekre. A jelentkezteteket kiértécsítettük, majd meghatároztuk, hogy mely múzeumhoz hívjuk őket, illetve mely típusú tárlatvezetésen vesznek részt. Mindez véletlenszerűen történt. A kiválasztás, a megkeresések és a kutatásban való részvétel vállalásáról történt visszajelzések után a megtartott vezetések után kérdőívet töltöttünk ki személyesen.

Táblázat 1. A jelentkezőkből kialakított négy kutatói csoport

	Információ-centrikus tárlatvezetés	Élmény-centrikus tárlatvezetés
Magyar Nemzeti Galéria/ Magyar Természettudományos Múzeum	86 fő	84 fő

Forrás: Szerző összeállítása

A visszaigazolt csoportokból, a megjelentek összlétszáma 170 fő volt, melyből 86 fő információ-centrikus tárlatvezetésekén, míg 84 fő élmény-centrikus tárlatvezetésén vett részt a kutatásban. Ennek megfelelően a kitöltött kérdőívek száma 170 db, mely kérdőívek közül mindegyik

kvantitatív módon értékelhető résztvevői kérdőívnek (Babbie, 2003:274-275) bizonyult. Ezen kívül a fókuszcsoportos beszélgetésen megjelentek összlétszáma 124 fő lett, a tizenhat beszélgetés kvalitatív módon szintén értékelhető.

A kutatási eredmények tükrében megállapítható, hogy az élménypedagógia módszereinek helye van a hazai múzeumi tárlatvezetések, múzeumpedagógiai módszerrel történő kiállításbemutatók során.

A vizsgálatok során szerzett tapasztalatok alapján az eredmények legfontosabb tanulsága, hogy az informatív és interaktív elemek nem szembeállítandók egy tárlatvezetés során, épp ellenkezőleg integrálandók. Azaz nem információ-centrikus vagy élménycentrikus tárlatvezetésre van szükség, hanem egy - a két módszertan előnyeit összegző - komplex és integrált tárlatvezetési stílus adhatja a látogatóknak a legnagyobb élményt. További fontos tanulság a vizsgálatokból, hogy a tárlatvezető személyisége, gesztusai alapján befolyásolják a látogatói élményt, így a jövőbeli kutatások során különösen nagy hangsúlyt szükséges helyezni a tárlatvezetők képzésére, felkészítésére, illetve teljesítményük minél kvantitatívabb értékelésére is a látogatói élmény szempontjából.

Irodalomjegyzék

- Babbie, Earl(2003). *A társadalomkutatás gyakorlata*. Budapest: Balassi.
- Bárd Edit (2010). A kommunikáló múzeum. In Bereczki Ibolya & Sági Ilona (szerk.), *Múzeumvezetési ismeretek 1*. Szentendre: Szabadtéri Néprajzi Múzeum Múzeumi Oktatási és Képzési Központ.
- Csíkszentmihályi, Mihály, & Hermanson, Kim (1995). Intrinsic motivation in museums: Why does one want to learn? In Falk, John H., & Dierking, Lynn D. (szerk.), *Public intritutions for personal learning*. Washington, DC: American Association of Museum.
- Falk, John H., & Dierking, Lynn D. (1992). *The museum experience*. Washington DC: Howells House.
- Falk, John H. (2009). *Identity and the Museum Visitor Experience*. Walnut Creek, CA: LeftCoast Press.
- Huszár Zsuzsanna (2005). A múzeum, ahogy önmagára emlékszik. *Tudásmenedzsment*, 6 (1), 84-97.
- Magyaródi Tímea (2016). *Az áramlat-élmény vizsgálata társas helyzetben*. [PhD disszertáció]. Budapest: ELTE PPK.
- Vágola Éva (2013). A tanórán kívüli oktatás és az élménypedagógia pszichológiai, pedagógiai szempontjai és előnyei. *Levéltári Szemle*, 63 (4), 61-71.
- Vásárhelyi Tamás (2011). A tárlatvezetésről. In Vásárhelyi Tamás, & Kárpáti Adrea (szerk.), *Múzeumi tanulás*. Budapest: Typotex.
- Vásárhelyi Tamás, & Vásárhelyi Krisztina (2009). Új műfaj a múzeumpedagógiában: családi felfedezőfüzet. *Új Pedagógiai Szemle*, 59 (5-6), 191-198.