

Látogatók az állandó kiállításban – a kultúra-finanszírozás szempontjai (előadás a BTM állandó kiállítások konferenciájára – 2008. november 18.)

A napokban - miután már megkaptam a felkérést erre az előadásra - voltam szabadságon Amszterdamban és Berlinben, így felhasználtam az alkalmat arra, hogy megnézzem a két város legújabb történeti kiállításait: Amszterdamban a Városi Történeti Múzeumét, Berlinben pedig az új NDK Múzeumot.

Az előbbi „klasszikus” intézmény (városi alapítvány tartja fenn), utóbbi magánvállalkozás (és mellel még jelöltje, ám nem díjazottja volt az Európai Múzeum Fórum Év Európai Múzeuma idei pályázatának). Előbbi kiállítási alapterülete négy szinten több, mint másfél ezer négyzetméter, utóbbié csupán kb. 200 m².

Ezt azért mondtam itt el, mert a későbbiekben szeretnék ottani példákra hivatkozni, hiszen az Amszterdamban tapasztalt interpretáció impozáns, a berlini pedig érdekes, talán újszerűnek is mondható.

Azért is érdekes a két kiállításra utalás némiképp, mert mindkét város világváros (sokkal inkább, mint Budapest, törekvéseik a multikulturalitásra kimondottak és látványosak), ezért pedig nekünk is tanulságosak. Annál is inkább, mert a szakmánkat kívülről elemzők felől meglehetősen sajátos elvárások fogalmazódnak meg: a globális identitás kérdéskörére gondolok, ez pedig mindkét város esetében „aktuális”.

1. Lokális és globális identitás – az állandó kiállítás egy világvárosban

Nem újdonság, de kielégítendő elvárás: a kiállításnak egyszerre kell szólnia az ország polgáraihoz, a városlakókhoz és a külföldiekhez. Nyilván nem elégedhetünk meg azzal, hogy a szövegeinket angolul is kirakjuk, hanem a történetünket is úgy kell elmondanunk, hogy azok is megértsék, akik nem tanulták legalább nyolc évig a magyar történelmet, és IV. Béla nem mond nekik semmit (vagy még rosszabb, mert talán „Béla” nevű uralkodó kevés volt Európában: I. Ferenc neki egy másik személy...).

Nem ennyi ez tehát: egy-egy korszak történeti nagyon rövid (!) összefoglalását nem ússzuk meg, ráadásul úgy kell megcsinálnunk, hogy legalább az európai közelebbi és távolabbi környezethez is mutassunk meg kapcsolatokat. Gondoljuk meg: ide jön valaki Amszterdamból, nyilván keveset tud rólunk, a repülőgépén leginkább a Hortobágyra és Hévízre csábítják (na jó, manapság már a Szépművészeti Múzeumba is...), amikor például ide jönne a Várba, neki a kérdéseire kell választ adni: hogy miért ilyen sok itt a rom, miért nincsenek ép régi tárgyaink, nyilván feltűnik neki a Belváros eklektikája.

És ha kitaláljuk a kérdéseit, már megnyertük őt! Akkor jöhet a portékánk eladása: a kultúránk különlegessége és a többi.

De hát ott vannak a saját polgáraink, a természetesen különböző szintű ismeretükkel a magyar történetről. Mit kezdünk velük?

Azt gondolom, koncentráljunk a gyerekekre, a fiatalokra. (Zárójel: azzal az idősebbeket is behozzuk, mert senki sem akar „öreg” lenni, amikor meg már az unokáját hozza a múzeumba, akkor őmiatta jön, és nem maga miatt, tehát ugyanott vagyunk...)

Ez ma már elvárás: a fiatalok számára kötelező szólnia egy állandó kiállításnak. Ez pedig alapvető tematikus és megjelenési korlátokat-feltételeket szab a bemutatásban. Tudjuk, hogy a fiatalok nem olvasnak, az immár klasszikus vicc szerint az egyik laptop előtt netező kisgyerek azt mondja a másiknak: „a felnőttek könyvnek hívják, szörnyen régmódi

szoftver”. A képi információ meghatározó, ráadásul lehetőleg maximum 30-40 másodperces vágásokban.

Ez az alap. Ebbe kell történelmet „csomagolni”. Ez a „nemolvasásos” világ, de – sajnos, vagy hál' Istennek, ki tudja – egyelőre csak a szabadidőre vonatkozik.

Mert van még egy lehetőségünk: az oktatás.

Itt még élnek azok a „klasszikus” formák, amik közelebb állnak a múzeumi interpretációkhoz, sőt jó lehetőségeink is vannak az oktatásban, hiszen tárgyait hordozzák a történeteiket, amik „igazi” sztorik, így érdekesek. Az oktatásban lehetőség van valamiről annyi ideig beszélni, amennyiről a moziban szó nem lehet, de a módszer marad: minden alkalommal egy kerek történetet kell elmondanunk. Minden tárgye gyűttesben, minden részegységben, minden teremben. (A London Múzeum állandó kiállítása épp ilyen: egy család egymást követő generációinak történeteit meséli el, ahogyan Londonban élnek keltaként, rómaiként és így tovább...)

Az azután egy másik kérdés, hogyan jut mindez el a pedagógusokig, és ők hogyan-mitől érezzenek késztetést arra, hogy elhozzák diákjaikat a múzeumba – és hogyan kérjék a látogatásban a szakemberek segítségét?

De hát akkor a külföldieknek vázlatosan, vagy az oktatásnak alaposan? Nem kell kitalálni a spanyolviaszt, van megoldás:

- legyenek különböző körúljárási „szintek” (lehetőségek), azaz adjunk lehetőséget a gyorsabb (és így persze vázlatosabb) megismerésre (a legkiemeltebb műtárgyak bemutatásával). Ettől vonzó lesz az idegenforgalomnak....

- és legyenek olyan terek benne, ahogy egy csoport jól elfér. Ezekből legyen belátható a környezete (hogy foglalkozásokat tarthassunk egy-egy osztálynak a kiállításban).

Amszterdam várostörténeti múzeuma ezek szerint működik. Egy roppant bonyolult alaprajzú, fel-le változó teremsoron vezetik végig a látogatókat, akik maguk választhatnak különböző tartalmi „szintek” között. Az én megítélésem szerint nem is véletlenül terelgetnek ide-oda, hogy elvész az ember, valószínűleg azért, hogy csak arra figyelj, amit ők mondanak neked.

Berlinben ez másképp van: nagyon szögletes és egyszerű-átlátható az egész: panel-lakótelep. Mint az NDK: dolgozni, lelkesedni, tapsolni ütemre, és lehetőleg feljelenteni. De ott nincs gyűjtemény, nincs közszolgálat, nincs távlat, csak a gyors siker van, a múzeum tele van emberrel, nagy a bevétel. Nem szerettem muzeológusként ezt a kiállítást, hiába sikeres – mert felszínesnek és hatásvadásznak találtam, olyan kiállításnak, amely – mint a riói karnevál táncosnői – mindenkinek odariszálja a fenekét. Dörgölőzik egy kicsit az NDK-nosztalgikusokhoz és az antikommunistákhoz is.

Hogy mindebből mi a tanulság idehaza? Annyi mindenképp, hogy a felfogható és átélhető városról kell szólnia az új bemutatónak, úgy, hogy emberi történeteken keresztül ismerhesse meg azt bárki.

2. Tervezés, megvalósítás, üzem, fenntarthatóság

Én azt gondolom, hogy az állandó kiállításnak nekifogni csak a fenti nagyon fontos alapok rögzítése után szabad. Illetve hát ez is már a kiállítás tervezésének része, hiszen így kezdődik. Kinek és hogyan akarjuk csinálni a „mit” a rendelkezésünkre álló helyen?

Itt már erősen bejátszanak a „kultúra-finanszírozás” szempontjai, hiszen mindenkinek van fenntartója, ahonnan azért csak jön valami „okosság”, hogy mit is szeretnének tőlünk látni.

Hát igen, ez ugye ismerős. De azért vannak olyan dolgok is, amikre ha odafigyelünk, az igényeket jó eséllyel teljesíteni tudjuk. Én nem hiszem, hogy a múzeumainknak tartalmi kérdésekben ne volnának szabadok. A tárgyainkat mi ismerjük, azzal főzünk, amink van. Ebbe nem szól bele semmilyen „kultúra-finanszírozás”.

A „hogyan”-ba annál inkább! (Ami azért erősen összefügg a „mennyiért”-tel...)

Én azt tudom, hogy egy kiállítási forgatókönyv elkészítéséig nem szól bele senki, „forgatókönyv-szempontjai” nincs egyetlen megbízónak, vagy mecénásnak sem. Sokkal inkább érdekli a pénzzadó gazdákat az interpretáció mikéntje, azaz ott vagyunk a legelején, a „kinek” és „hogyan” kérdéseknél. Minket, a szakmai kurátorokat az NKA-ban és – gondolom – az Alfa-program állandó kiállításokról döntő kurátorait is ez érdekli leginkább.

Nem kell mondani ma már, hogy az interaktivitás – ami nem egyenlő az érintőképernyők kiállításba helyezésével, sőt – olyan eszköze a kiállításainknak, amivel élnünk kell. Kell, mert a közönségünk bele akarja élni magát az általunk kínált történetbe, legyen az felemelő, vagy elborzasztó egyaránt.

Az interaktivitás – lévén, hogy az alapja az egyediség – drága és bonyolult dolog, legalábbis majdnem mindig.

Persze: mi a drága? Ha a jó interaktív állandó kiállítás látogató-tízezreket vonz hozzánk, akkor már nem föltétlenül drága, még akkor sem, ha egyszer sokba is került.

De csak akkor nem drága a drága, ha tényleg csak egyszer került sokba. A prototípusok bizony nem föltétlenül ilyenek, márpedig az eredeti ötletre szükségünk van.

Én amondó vagyok, hogy próbáljunk egyszerűen gondolkodni és egyszerű megoldásokra törekedni. A pénzzadó gazdák is akkor adnak majd, ha el tudják képzelni a szándékunkat, ha meg tud jelenni a lelki szemeik előtt a produkció.

A terveink kivitelezhetősége és életben tarthatósága tehát kultúra-finanszírozási szempontok. Ha ebben sikeresek tudunk lenni, egy félidőt már megnyertünk.

A második félidő előtt nincs szünet, mert még mielőtt bármit is csináltunk volna, gondoljuk végig az érdekesre és közönségsikerre hivatott kiállításunk üzemeltetésének dolgát is.

Mert a legjobb interaktív kiállítás sem ér semmit, ha széthordják, ha nem vigyáznak rá – magyarul, ha nincsenek olyan demonstrátoraink, akik személyesen segítik a látogatókat a megértésben. Ők ugye már nem teremőrök, hanem egy másik, egy aktív viszony múzeumi közreműködői.

Hogy a vitrines-tárlós kiállításhoz kevesebb ember kell, az világos dolog. De hogy mennyi kell a demonstrátorokból, azt is terveznünk kell már az elején, hiszen ezen elég sok múlik. Mert nem állhatunk minden sarkon, ne legyen olyan érzése a látogatóinknak, hogy Nagy Testvérként figyeljük, de legyen annyi, hogy – amikor kell – mindenütt és mindig ott legyen a szükséges ember.

És itt érünk vissza a finanszírozás szempontjaihoz: a demonstrátorok nem olcsó emberek. Meg több is kell belőlük a jó új kiállításba, mint a korábbi kiállítások kötögető nénikéiből. Ez már finanszírozási kérdés.

De hát ezt ki lehet számolni: valamit valamiért! A már említett látogatószám-növekedés lehet a forrása az új típusú kiállítás fenntarthatóságának. Mi, akik pénzekről döntünk, szeretünk látni ilyen számításokat.

3. Az állandó kiállítás „használata”

A finanszírozó lelki szeme az egy dolog, meg ugyanígy csak mese egyelőre az a szám, amit leírnak nekünk a tervezett látogatószámról, és így bevételről.

Ennek megvalósítása a meccsünk hajrája.

Akkor járunk el jól, ha erre is tudatosan készülünk.

Nem ördögösség – ahogyan az interaktivitás sem – az iskolák becsábítása a múzeumba, tudatosan az új kiállításba, annak rendszeres használatába. Csak akarni és átgondoltan tervezni kell ezt is. Bizonyított tény, hogy az a fiatal, akit már kisgyerekként múzeumba szoktattak, majd feltette ott a kérdéseit és meg is találta rájuk a választ, ő rászokik a múzeumra, a múzeum „szolgáltatásainak” (adattárának, könyvtárának, gyűjteményi adatbázisának) tartós használójává válik. A múzeum az ő számára a hiteles tudás és a színvonalas élmény helye lesz.

A kultúra-finanszírozók számára a „használat” olyan kérdés, amit biztosan minden tanácsadó és felelősen döntő figyelmesen átnéz. Mi lesz ott, kik látogatják majd, mit tesznek ezért? Ha ezekre kielégítő, sőt netán előremutató választ talál a mecénás, az nagy lépés a megvalósíthatósághoz.

Nem akarom szaporítani a szót: amit itt elmondtam, mind a jó tervről szól, olyanról, amit nem lehet visszautasítani. Ezt megcsinálni még nem kerül sokba, nem kell várni semmire és senkire.

Ahogy a '30-as évek vezető mérnöke mondta egy beruházás sürgetésekor:

"Ehhez pénzünk jelenleg nincsen, de ha lenne is, a munkát akkor sem tudnánk elkezdni, mert nincsenek terveink. Ahhoz azonban nem kell pénz, hogy egy kis Tervezési Csoportot állítsunk fel az előkészítésre, a tervek kidolgozására, hogy mire lesz pénzünk, a munkákat haladéktalanul megkezdhessük."