

„Nekünk a szegediekre kell építenünk”

JÁSZAY TAMÁS INTERJÚJA FOGAS OTTÓVAL,
A SZEGEDI MÓRA FERENC MÚZEUM IGAZGATÓJÁVAL

Az elmúlt négy évben a Móra Ferenc Múzeum nagy változások helyszíne volt: az intézményi profil markáns átalakításával párhuzamosan a nézőszám és a jegybevétel látványosan nőtt. Miközben a vidéki viszonylatban egyértelműen „megakiállításoknak” nevezhető tárlatok új közönségrétegeket szólítanak meg sikerrel, sokan kétkedve figyelik azt, ahogyan a múzeum szerepe és funkciója változik. *Fogas Ottó* szerint ez részben kényszer, részben tudatos választás dolga: a ma múzeuma nem hagyhatja figyelmen kívül azt a fordulatot, ami a körülötte lévő világban zajlik.

– *Fiatal kora ellenére már közel húsz éve kötődik a Móra Ferenc Múzeumhoz. Milyen benyomásai voltak a múzeumról akkor, amikor külsős munkatársként idekerült?*

– 1996-ban, mint egyetemista kerültem a múzeumhoz, 2006 óta vagyok itt teljes állományban. Akkor régészként dolgoztam, ezért nem nagyon figyeltem, mi történik az igazgatói irodában: az itt dolgozókat ismertem, jóban voltunk, de a múzeum működésével, pláne az irányításával kapcsolatban nem voltak észrevételeim. A ránk bízott feladattal foglalkoztunk, vagyis a február és november között zajló régészeti feltárásokkal. Akkor sem változott ez a helyzet, amikor állományba kerültem: először a szegedi várfeltáráson, 2008-tól pedig az M43-as autópályánál dolgoztam.

– *2011-ben pedig a múzeum első embere lett. Hogyan lesz valaki ásatásvezető régészből múzeumi igazgató?*

– 2011-ben nyugdíjazták az akkori igazgatót, és a megbízott igazgató jelezte, hogy mivel ő is a nyugdíj közelében van, nem fogja vállalni a múzeum vezetését hosszú távon. Azért kért fel



Fotó: Karnok Csaba/Délmagyarország

engem, hogy pályázzak, mert tudta, hogy a régészeti projektek miatt nagyon kényes a múzeum helyzete, ezért olyan ember kell, aki amellet, hogy átlátja az egész folyamatot, tud tárgyalni a vállalkozóval és képes kommunikálni a fenntartóval. Meglepett a felkérés, mert egyáltalán nem készültem rá, de akkor már tizenöt éve dolgoztam a múzeumban, és az ember felelősséget érez az intézménye iránt. Hár-

man pályáztunk, a fenntartó engem választott: elfogadta, hogy egy régész szakembernek van esélye arra, hogy helytálljon.

– *A szegedi múzeum régészigazgatóinak sorát gyarapítja: Móra Ferencről Trogmayer Ottóig többeket említhetnénk.*

– A kinevezéskor nem az előzmények döntöttek, hanem a régészeti nagyberuházások. Ez korábban sorozatosan problémákat okozott, mivel a fenntartó felé nem volt könnyű kommunikálni, hogy az intézménybe befolyó összegeket hogyan használjuk fel. Ha egy állami fenntartású iskola nyer egy pályázaton, akkor világos, hogy mi a pénz elköltési rendje, de a múzeum és azon belül a régészet kilóg a sorból. Visszatérő kérdések vannak: ha bejön ennyi pénz, akkor miért vannak pénzügyi nehézségei az intézménynek? Miért nem finanszírozza a feltárásból a működését is? A külvilág felé szinte képtelenség ezt jól kommunikálni, de a fenntartó felé is nehéz. Ezért kellett régészigazgató: képzeljük el, ha egy nem szakember próbálja elmagyarázni egy másik nem szakembernek a régészeti nagyberuházás munkafázisait, az ehhez kapcsolódó pénzügyi rendet, szakmai nehézségeket és az állandó likviditási problémákat. A régészeti projektek ugyan nagy pénzekhez jutnak, de a kiadásuk is óriásiak, ráadásul a pénz a feltárás végén, egy összegben érkezik, vagyis egy márciusban megkezdett munka pénze általában a tárgyév októbertől-novembere, vagy a következő év januárja körül folyik be a múzeumba, viszont addig is mindenkit fizetni kell valamiből.

– *Gondolom, a fenntartót az is zavarja, hogy a régészek hónapokon keresztül szöszmötölnek egy útszakasz fölött, vagyis nem végeznek semmi látványos, jól kommunikálható munkát.*

– Téved, már rég nem így működik a régészet: vége van azoknak az időknek, amikor a régész mókusszór ecsettel simogatta a leleteket. Ma egy ásatáson 10-15 ezer négyzetmétert is feltárhatunk havonta, a régész mellett pedig hat-nyolc munkagép és harminc-negyven munkás és technikus is dolgozhat egyszerre, akiknek a bérköltsége szintén a projektet terheli. Ásatásvezető régészként átláttam a munkafolyamatot, el tudtam azt is magyarázni, mit, miért és hogyan csinálunk. A feltárás tetemes költségén túl ugyanis az előkerült leleteket még éveken át tucatnyian dolgozzák fel, restaurálják, leltározzák, dokumentálják, tárolják. Ráadásul ennek a költségét sokszor a feltárás befejezése után megkapjuk, így látszatra hirtelen nagyon sok pénze lesz a múzeumnak, de ebből, mint mondtam, még éveken át fizetni kell a feldolgozás lassú és fáradságos munkáját, hiszen a pénzt erre adták, erre is kell elköltenünk.

– *Az állandó likviditási probléma egész Európában jellemzi ezt a területet?*

– Sajnos Magyarországon az állami fenntartású vidéki kulturális intézmények rendkívül alulfinanszírozottak. Ha nem számolom a rezsiköltséget, akkor ma a Móra Ferenc Múzeum több mint száz dolgozójából körülbelül ötvennek a bérét finanszírozza az állam, de ha a rezsit is beleszámolom, akkor úgy huszonöt-harminc ember munkáját tudjuk kifizetni a normatívából, vagyis a többi nyolcvan munkatársat saját bevételből kell fizetni. Mindeközben több százmilliárd forint értékű nemzeti vagyont őrzünk, aminek a dokumentálása, tárolása, megóvása és közzététele törvényi kötelezettségünk, ám a megfelelő anyagi fedezetet alig rendel mellé az állam. Ez kormánytól független tendencia: ha el kell venni valahonnan, a kulturális szektor fáj a legkevésbé. Ha kirúgnak egy ápolónőt, felzúdul a társadalom, de ha el kell bocsátanom tíz muzeológust, az jóval kevesebb embert érdekel.

– A 2011-es pályázatában arról írt, hogy látogató-centrikus múzeumot akar, ahol a látogatószám és a bevétel egyaránt nő. Közben új fenntartók jöttek, új régészeti törvény született, vagyis nehezített pályán kellett küzdenie a céljaiért. Hol tart most a múzeum?

– Nagyságrendileg sikerült a növekedés, tudtuk tartani a terveket. A visszajelzésekből, és itt elsősorban a nem a múzeumi szakmában dolgozó ismerősökre, barátokra, vagyis az átlagemberre gondolok, úgy érezzük, négy év alatt sikerült elérni a városon belüli ismertségnek egy olyan szintjét, ami korábban nem volt jellemző. Ha olyan embereket is meg tudunk szólítani, akiknek nem a múzeumlátogatás a hobbijuk, de tudnak róla, hogy van egy fontos kiállítás, amit látni kell, az a kommunikációnk sikerét mutatja.

– Egy korábbi interjúban elmondta, hogy a sok, kényszerből kiadott térítésmentes belépő nagy problémát jelent a múzeumnak.

– Így van, törvényi rendelet alapján a látogatók jelentékeny része mentesül a belépőjegy megfizetése alól. Az így kieső bevételért kompenzációt – mint például a tömegközlekedési vállalatok – nem kapunk, mert erre is a normatív támogatás a fedezet. Ez is egy olyan törvény, ami évtizedek óta nem változott, pedig ma már nem igaz, hogy az állam tartja fenn a kulturális intézményeket, már csak azok alapműködésének a költségeihez járul hozzá: a teljes bekerülés mintegy harmadát fizeti. Úgy vélem, a hazai múzeumi rendszer megérett a változásra: felnőtt az a generáció, amelyik 35-40 éves korára intézményvezető lett vagy olyan pozícióba került, ahol érdemben tud alakítani az intézménye profilján. A társadalom is készen áll a váltásra, de kínos örökséget cipelünk a hatvanas-hetvenes évekből: a múzeum általános megítélése még mindig az, hogy az állam az utolsó fillérig eltartja az itt dolgozókkal együtt, akik titokzatos és érthetetlen dolgokkal foglalkoznak, a cél tehát a veszteség minimalizálása. Nincs olyan politikai vezető, aki ma a múzeumban azt a potenciált látná, amit elérhetnénk, és némi támogatással tovább tudnánk fejleszteni, hogy nyugati mintájú múzeumaink legyenek. A múzeum egy adott közösség kulturális kikapcsolódási, szórakoztató központjává tudna válni, ami a térség turizmusának meghatározó eleme kellene, hogy legyen.

Míg a mi fiataljaink a plázában korzóznak és kirakatokat nézegetnek, Dániában az emberek a múzeumba járnak kikapcsolódni. Amikor a Fekete házban elindítottam a vendéglátást, rögtön megtámadtak, hogy kocsmát csinálók a múzeumból. A British Museumban több étterem és számos üzlet is üzemel. A múzeumnak „kulturális wellnessnek” kellene lennie, olyan közösségi térnek, ahová az emberek a napi fárasztó munka után eljönnek feltöltődni, beszélgetni, és közben nagyokat nevetnek a Karinthy-kiállításon vagy kipróbálják a Weöres-kiállítás elképesztően korszerű és ötletes játékait. Mindez természetesen nem zárja ki a komoly tudományos munkát, de muszáj realistának lennünk: nem a nagyközönségnek szól a kutatómunka, annak az eredményei néhány évtized múlva átszívódnak majd a tankönyvekbe, a tudományos életbe, később pedig az átlagemberhez is eljutnak. A közönséggel való kapcsolattartás, az új igényeknek való megfelelés létkérdéssé vált a múzeum esetében, ami mostanra egyre inkább termelő ágazattá kezd válni. Akik az épületen belül dolgoznak, látják ezt a mechanizmust, de a falakon kívül a múzeum szóra sokan még mindig a nyolcvanas éveket képzelik maguk elé: poros tárgyak a tárlókban, mellettük rengeteg unalmas szöveg, és miközben ezeket böngésszük, árgus szemekkel figyelnek minket a teremőr nénik, nehogy hozzáérjünk valamihez.

Hogy mi mit értünk el, arra mondok konkrét számokat is: miközben egy átlagos magyar múzeumnak 6-8 millió forint a jegybevétele, nálunk a 2014-ben három helyszínen bemuta-

tott Egyiptom-kiállítás közel 70 milliós jegybevételt hozott, és egy olyan „csendes”, vagyis nagy kiállítás nélküli évben, mint az idejé, is összejön 30-40 millió forintnyi jegybevétel. A bevétel szignifikánsan nőtt az elmúlt négy évben, és bár a látogatólétszám 60-70 ezer fő körül van továbbra is, el tudtuk azt érni, hogy szélesebb rétegeket szólítunk meg, akik magasabb jegyárat is hajlandóak kifizetni. Amire érdemes, arra költenek az emberek: illúzió azt hinni, hogy az ingyenesség vagy a nagyon alacsony jegyár majd látogatókat hoz. A költségvetésünk hiányzó részét fejlesztésekkel, beruházásokkal, az érdeklődést növelő kiállításokkal kell összeszednünk, nem pedig leépítésekkel. A múzeum felhajtó erővel bír a turizmus számára is: egy előadásnak a Dóm téren pontszerű a hatása, ha valaki lemarad róla, akkor nem jön el, de egy fél éven át látható nagy tárlat meglátogatására lehet készülni, meg lehet tervezni a hozzá kapcsolódó, egy hosszú hétvégét megtöltő programokat színház- vagy koncertlátogatástól a fürdők felkereséséig. Legalább tizenötezer látogató kifejezetten az egyiptomi kiállítás kedvéért jött ide, úgy, hogy néhány napra itt is maradtak; ők így igazán Szegednek jelentettek sokat, hiszen utána költöztek a város szállodáiban, éttermeiben, cukrászdáiban. A múzeum helyét meg kell találni az új világban.

– Intézményvezetőként mennyire van megkötvé a keze? Mennyire kell megfelelnie a fenntartónak?

– A jelenlegi fenntartóval, vagyis a várossal jó a viszonyunk, bár megjegyzem, hogy nagyon nehéz út vezetett idáig, ugyanis három év alatt háromszor is váltottunk „gazdát”: 2011-ig a megyei önkormányzathoz tartoztunk, 2012-ben az államhoz (Megyei Intézményfenntartó Központ) kerültünk, majd 2013-ban a városi önkormányzat kapott meg minket. Eleinte érezhető volt a tartózkodás, de az elmúlt két évben meg tudtuk őket győzni arról, hogy nem jelentünk számunkra plusz terhet: eddig még nem kellett kérnünk városi támogatást. Szabad kezünk van: a törvényi előírások betartása mellett pozitív mérlegű tevékenységet kell végeznünk. Amíg ez így van, nem szólnak bele abba, mit csinálunk, hanem messzemenőleg támogatják a munkánkat.



A FÁRAÓK EGYIPTOMA
(Móra Ferenc Múzeum)

– *Bármelyik kulturális intézmény olyan, mint egy nagy hajó, ahol a vezető, vagyis a kapitány dönt arról, merre fordítja a hajó orrát. A szegedi múzeum kiállításait figyelve egy irány helyett mintha irányokról kellene beszélni.*

– Valóban, nem egy irány van, már csak azért sem, mert az intézményvezetés nem autokratikus dolog: bármelyik kollégám ötletét szívesen fogadom, amit közösen tárgyalunk meg, ugyanakkor végül mégis én vagyok az egyszemélyi felelős, én mondom ki a végső szót. Az esetek többségében a kollégák felkeresnek az ötleteikkel, legyen szó kutatásról, pályázatról, vásárlásról vagy egy új kiállításról. Ha jönnek tünik az ötlet, összehívok egy csapatot, amelynek a tagjait érinti a feladat. Konkrét példával: a Kubinyi Ágoston Programban több millió forintig lehetett pályázni muzeális intézmények szakmai támogatására. Felmerült a rossz állapotban lévő régészeti raktárunk átépítésének ötlete: leültünk a gyűjteménykezelővel, a régészekkel, a kiállítás-építőkkal, hogy a régészeti látványtár tervét megtárgyaljuk. Ezután szélesítettük a kört azokkal, akikre a pályázat elkészítéséhez konkrétan szükség volt: belevágtunk és nyertünk is. Bármilyen elképzelésről is beszéljünk, a lényeg, hogy a múzeum szempontjából előremutató legyen. Ha valaki az Afrika-kiállítás kapcsán azzal jön, hogy tegyünk ki néhány kitömött állatot, írjunk alájuk szöveget, meg mellé készítsünk egy több száz oldalas katalógust, akkor biztosan nemet mondok, de mivel a trófeákat sikerült kivételes környezetben, magas színvonalú installációban bemutatni, ahol jutott hely az interaktivitásnak is, zöld utat adtam. A múzeumnak a kulturális missziót kell képviselnie. A tudományos kutatás mára viszszaszorul az egyetemekre, a múzeumra más feladatok várnak, miközben a két intézmény között persze van átjárás. Az internet kora előtt, ha megszületett egy-egy tudományos eredmény, azt a múzeum beágyazta egy kiállításba, amit aztán azok néztek meg, akiket ez érdekelt. Ma gyökeresen más a helyzet: ha a látogatót érdekli, ki volt az *australopithecus africanus*, előkapja az okostelefonját, és mindent megtud róla, amit csak akar.

– *Hogyan lehet ezzel versenyre kelni?*

– Ezzel nem lehet és nem is tudunk versenyezni. Csináltathatunk bármilyen interaktív játékot a kiállításainkra, az otthoni számítógépes játékoknak a nyomába se érünk. Egy dologban viszont behozhatatlan előnyünk van a virtuális világokkal szemben, ez pedig a tárgyak fizikai valósága, vagyis az, hogy ha a látogató bejön, nálunk szembesül a műtárgyakkal. Meg lehet nézni egy monitoron is Munkácsy Mihály *Honfoglalás* című képét, de az nem adja vissza azt az érzést, amit a valódi festmény nyújt a dísztermünkben. Egyre jobban törekszünk arra is, hogy minél több olyan tárgyat kitegyünk, amit a látogató megfoghat, kipróbálhat, felemelhet, érezheti a súlyát, kipróbálhatja használat közben. Minden kiállításunkban több megfogható, kipróbálható, „tönkretehető” installáció is helyet kap, mellettük pedig rövid, érdekes, figyelemfelkeltő szövegeket találunk, mivel a részletes információk ma egyetlen gombnyomásra elérhetővé váltak. Vannak, akik nem értenek egyet ezzel az iránnyal, ragaszkodnak ahhoz, hogy a múzeumnak szolgálnia kell a tudományt: nem lemondani akarok arról, hogy a múzeum tudományos központ legyen, hanem azt állítom, hogy ezt a szerepet már elveszítettük. És ebben a helyzetben muszáj alkalmazkodni. Más a közönség is, mint néhány évtizede: a mai ember nem butább, mint régen, egyszerűen más irányú a műveltsége. Ha végigmegyünk az utcán, villogó képek, reklámok, videók ömlenek ránk minden irányból, a világ szélesre nyílt. Régen József Attila-verseket tudtak fejből az emberek, ma Quimby-dalszövegeket. Nekünk pedig az a dolgunk, hogy ebben a világban is fenntartsuk az érdeklődést a kultúra iránt. Szélmalomharcot vívunk, mert régen divat, sőt kötelező volt foglalkozni a kultúrával: az isko-

lai csoportoknak kötelező volt végigjárni a múzeumokat, ma viszont meg kell győzni a tanárokat és a szülőket, hogy érdemes hozzánk betérni.

– Ennek az eszköze pedig a marketingstratégia. Nekem úgy tűnik, a szegedi múzeum nemigen válogat az eszközökben: a bűnbakkal szembenézéstől az ástítoversenyig minden előfordult itt az utóbbi években. Hol a határ?

– Nem vagyunk multinacionális cég, ami naponta hússzor az emberek agyába rágja, hogy fogyasszanak. Mi csak úgy kerülhetünk be a médiába, ha hírt adunk magunkról, ahhoz pedig, hogy ennek érezhető hatása legyen, egy idő után muszáj generálni a híreket. És igen, értem a célzást a kérdésében, olykor tényleg belecsúszunk a bulvárba, bizonyos dolgokkal én sem értek egyet, és nem is szeretném, hogy tovább erősödjön ez az irány. A Munkácsy-kiállítás kapcsán félszáz eseményünk volt, amiből talán, ha kettő nem tetszett nekem, ugyanakkor az ástítoverseny, amit említett, kétperces anyagként bekerült a legnagyobb kereskedelmi tévé szombat esti híradójába. Ez szó szerint megfizethetetlen reklám a múzeum számára. Mint ahogy az is az volt, amikor 2013-ban a Múzeumok Éjszakáján 1 forint 50 fillérért árultuk a fagyit, és ezzel kikerültünk az index.hu címdalára. Ezek az események elérik a média ingerküszöbét, mert érdekesek, furcsák. Ugyan érnek támadások miatta, de a fiatalok körében egyértelműen működik a vírusmarketing: az a cél, hogy felrázzuk a közönséget. Ha ezt sikerült elérni egy ilyen eseménnyel, legközelebb magától jön vissza a néző, és lassan elindul egy szemléletváltás.

Amikor idekerültem, az első kiállításom egy Csontváry-tárlat volt, amit a mai napig az egyik legjobb kiállításomként tartok számon. Az anyag Pécsről jött, Magyarországon nem mozgott még semerre korábban, mégis „csak” húszezren voltak rá kíváncsiak. Biztos vagyok benne, hogy ha ma rendeznénk meg, elérnénk a hetvezeres látogatószámot, de ebben rengeteg munkánk volt. Két évvel később, amikor a Munkácsy-kiállítás jött, sokan mondták, hogy a csapból is Munkácsy folyik, hogy rengeteg helyen járt már az anyag, mi mégis ötven ezer látogatót be tudunk hozni: két év munkája kellett ahhoz, hogy felfigyeljenek ránk az emberek. Olyan időket élünk, amikor országosan csökken a múzeumok látogatottsága, és ez alól a legnagyobbak sem kivételek, hozzánk viszont a korábbinál többen térnek be, ezért pedig valóban feszegetnünk kell a határokat. Az Egyiptom-kiállításunk alatt két óriási szobor állt a múzeum főépülete előtt: sok kritikát kaptam érte, volt, aki szerint Disneylandet csinálók az intézményből, de biztos vagyok benne, hogy rengeteg embert ezek hoztak be, mert látták, hogy itt van valami. Ha valami sikeresen működik, a támogatók mellett az ellenzők száma is arányosan növekszik. Ilyen szempontból tanulságos olvasmány a vendégkönyvünk: egy-egy kiállítás ugyanazon részletéről a rajongástól a szidalmazásig sok mindent olvashatunk. Érdekes, hogy azok a vendégeink, akik megjárták Egyiptomot, felsőfokban szóltak a kiállításunkról, akik viszont nem, azok közül néhányan csalódottan távoztak.

– Hol kell a múzeumnak erősnek lennie: helyben, a régióban vagy országosan?

– Egy kulturális intézménynek mindig helyben és a régióban kell nyerni: én mindenkit szegedinek tartok egy napi járóföldön belül, hiszen aki itt van, itt dolgozik, bejár, az ide tartozik. Az ötven kilométeres körben Szabadka és Szentes is benne van, nekünk itt kell megfelelnünk elsősorban, és persze van egy elvárás, hogy ennek a régiónak az értékeit kell őriznünk, felmutatnunk és átadnunk. Ugyanakkor feltűnt, hogy mindez épp azokat nem fogja meg annyira, akiknek a múltjáról van szó, és ez valahol érthető is: a szegedi ember fontosnak tartja vá-

rosa hagyományait, de nem fog havonta eljönni megnézni egy kiállítást a szegedi paprikáról, a hajó- vagy a papucskészítésről. Épp ezért azt a taktikát választottuk, hogy egy nagy kiállítással behozzuk a nézőt, aki aztán megnézi a kisebb kísérotárlatot is. A Kass-galériában évente pár százan nézték meg Kass János csodálatos képeit, viszont amikor az egyiptomi sírkamrát ott felépítettük, harmincezren jártak ott, és a vendégkönyv megtelt a grafikákat dicséző bejegyzésekkel. Be kell látni, hogy populáris irányba kell mozdulni, de ezt is lehet magas szakmai színvonalon csinálni. A főépületben az egyiptomi kiállítással párhuzamosan a bronzkori Magyarországról szóló tárlatunk: az embereket érdekelte, hogy sok ezer kilométerre Egyiptomtól mi zajlott éppen, mik a hasonlóságok és a különbségek.

– A „nagy” és a kíséő kiállítás kombináció hatásosságáról nekem is van élményem: az Afrika-kiállítás után felüdülést jelentett a Házi szappanytól az arczenőcsig című, a paraszti tisztálkodást bemutató kamarakiállítás.

– Jogosan, viszont arra sajnos önmagában nagyon kevesen jönnének be. A Munkácsynál és az Afrikánál is jól működött ez a stratégiánk: odafigyeléssel egészségesen tudnak együtt mozogni ezek a dolgok. Mert attól, hogy valaki szereti Szegedet, nem várhatjuk el tőle, hogy mindig szegedi papucsot hordjon vagy, hogy uszályfát vásároljon. Szeged számomra egyébként is különös város: itt majdnem mindenki „gyüttment”, ami egyszerre előny és hátrány is. Miközben az itt élők szeretik a várost, nem igazán van Szeged-tudatuk, de a város talán éppen ettől tud igazi, jó értelemben vett európai hely lenni. Nagyon komoly potenciál van a belvárosi turizmusban: olyan programsorozatokra lenne szükség márciustól novemberig, hogy amikor egy miskolci család azon gondolkodik, hova ugorjon le a hétvégén, akkor ne a Balaton legyen az első és utolsó ötlete. A hétvégi turizmus új trend az idegenforgalomban: a munkahelyi és pénzügyi adottságok ma nem teszik lehetővé, hogy egy család két hétre elutazzon nyaralni, ezért az emberek rászoktak a hétvégi kiruccanásokra. Több helyre jutnak el így kevesebb pénzből, Szeged pedig ideális adottságokkal rendelkezik ebből a szempontból, ráadásul Románia és Szerbia is nagyon közel van. A város átgondolt turizmus-konceptiójában nagyon érdekelt a múzeum is. Emellett azonban a látogatóink többsége továbbra is szegedi, aki elvárja, hogy folyamatosan új kiállításokkal várjuk, az pedig anyagilag is nagyon megterhelő, hiszen egy-egy tárlat nem maradhat évekre, hanem pár hónap után cserélnünk kell. Nekünk elsősorban a szegediekre kell építenünk.

– Augusztusban beszélgetünk, és amikor ez az interjú megjelenik, némelyik, itt említett kiállítás már nem lesz látható, mégis szeretném, ha végigmennénk a most látható tárlatokon, mert mindegyikről azt gondolom, hogy jól vagy kevésbé jól, de illeszkedik az eddig felvázolt struktúrába. Kezdjük a „Csak a jó meleg Afrika” című kiállítással, ami kettős élmény volt a számomra: éreztem benne az interaktivitásra való törekvést, ráadásul az installáció valóban magas színvonalú, ugyanakkor idővel kicsit monotonná vált, mintha kitömött állatok panoptikumában sétálgatnék. Azt hiszem, akkor élveztem volna igazán, ha egy múzeumpedagógus végigkísér rajta, vagy el tudok képzelni ebben a környezetben egy-egy felvillanyozó földrajz vagy biológia órát is, de a jelen formájában kissé ingerszegénynek érzem.

– A kiállítás megtervezésekor nagy nehézséget jelentett, hogy egy vadászati kiállításból építettük át, vagyis tróféákhoz kellett igazodnunk: végül így született egy vadászati rész és egy Afrika vadvilágát bemutató szekció. Amit ingerszegénynek nevez, az összefügg azzal, hogy a nagyon igényes installációban nem tudtuk megtalálni a feliratok megfelelő helyét: vagy kita-

pétázzuk a falakat szöveggel, vagy az állatok alá rakunk szövegeket, de egyik se tűnt jó megoldásnak, hiszen épp a megteremteni kívánt atmoszférát szüntették volna meg. Ami a múzeum-pedagógusokat illeti, igaz van: jelenleg négy kolléga folyamatosan kíséri a gyerekeket, és ez a tárlat vezetéssel él igazán. Azért is nyitottuk meg viszonylag későn, mert a kiállítás a szegedi iskoláknak és családoknak szól. Főleg középiskolásokat várunk, akiknek múzeum-pedagógusok kíséretében tudunk bemutatókat tartani.

– *Hasonlót gondoltam a Bolygón innen, Földön túl című, A kis herceghez kapcsolódó, Kiss Ágnes bábművész tervezte kiállításról. Ez szintén a színvonalas berendezés miatt tűnik fel, ugyanakkor kicsit zavarba jöttem: a játékos és interaktív installációk mellett érdekesek voltak Saint-Exupéry metszetei a regényhez, de amikor azt hittem, hogy majd most kezdődik el igazán a dolgot, véget ért a kiállítás. Itt mi volt a kiindulási alap?*

– Ez az a fajta modernitás, amit még mi is csak ízlelgetünk, ebben a nemben eddig hagyományosabb próbálkozásaink voltak, mint például a *Móra mesebirodalma* kiállításunk. A *kis herceg*-kiállítás jóval letisztultabb, ha úgy tetszik, minimalistább: próbálgatjuk, meddig mehetünk el ebben az irányban, ami egyébként Nyugaton már teljesen elfogadott. Minden megfogható, mindennel lehet valamit csinálni: főleg északon divat az ilyen típusú kiállítás-berendezés, ahol sokszor az ember észre se veszi, hogy hol kezdődik a kiállítás, hiszen a múzeum közösségi terei is a koncepció részévé válnak. Nálunk a kiindulási alap a tizenkét Saint-Exupéry-nyomat volt, ami köré kiállítást akartunk építeni. A kurátor szerint az emberek elolvassák a könyvet, mielőtt idejönnek, szerintem viszont régen találkoztak vele, és épp azért jönnek el, mert fel akarják eleveníteni az élményt, végül pedig úgy távoznak, hogy de jó lenne újra elolvasni.

– *És ott van az a két irodalmi kiállítás a Fekete házban, ami teljesen levett a lábamról. A Weöres Sándor- és a Karinthy Frigyes-tárlat egyaránt a Petőfi Irodalmi Múzeumból (PIM) érkezett Szegedre, mint korábban a nagysikerű Örkény-kiállítás. Mennyire jellemző, hogy jól működő kiállítások újraélednek más helyeken?*

– Jellemző is meg nem is: léteznek vándorkiállítások, korábban a Petőfi- vagy a Gárdonyi-kiállítás is így járt itt a PIM-ből, viszont az Örkényt és a Karinthyt nem annak szánták eredetileg. Lenyűgöző az a szakmai munka, ami a PIM-ben zajlik, remek, konstruktív csapatuk van, pontosan tudják, hogyan kell kinéznie ma egy irodalmi kiállításnak. Kiváló szakmai kapcsolatot ápolunk a múzeum vezetésével, minden évben sikerül meggyőznünk őket, hogy adjanak oda egy-egy olyan kiállítást, amit nem akartak utaztatni. Az Örkényt csak nekünk kölcsönözték, majd amikor látták, hogy milyen jól működött nálunk, máshova is eljutott. Speciális műfaj az irodalmi kiállítás: nagyon kevesen mennének el kifejezetten emiatt Budapesten a PIM-be, viszont ha itt van, akkor szívesen megnézik. És mégis van velük egy nagy probléma, az, hogy nehéz áttörni az átlagember ingerküszöbét. Mert mit is gondolunk látatlanban egy irodalmi kiállításról? Hogy ott lesz az író tolla, a könyvei, esetleg a kedvenc sapkája. A PIM kiállításai azonban már egészen más színvonalon működnek, igazi felhasználóbarát, játékos, örömteli találkozásokat tesznek lehetővé: nehéz behozni rájuk az embereket, de ha egyszer bejöttek, szinte kizavarni se lehet őket innét.

– *Jöjjön egy lokálpatrióta kérdés: mikor lesz a múzeumban kiállítás Juhász Gyuláról, József Attiláról, Radnóti Miklósról, Móra Ferencről vagy Tömörkény Istvánról?*

– Amikor a PIM megcsinálja őket. *(nevet)* Ahogy mondtam, nehéz ezekre becsalogatni az embereket, de az a profizmus, ahogy ezt ők készítik, valóságos szakmai katarzist jelent a számkra is. Számoljunk reálisan: Szeged lakosságának kisebb része igazi lokálpatrióta, és közülük sem mindenki jönne be ezekre a tárlatokra. A kívülállók éleslátásával nehéz megküzdni, de azt mindenkinek el kell fogadnia, amiről már sokat beszélünk: ahhoz, hogy egy színvonalas kiállítás megépüljön, a múzeumnak a jegybevételből kell kitermelnie a pénzt a következő eseményre, vagyis vállalkozói szemléletre van szükség a döntéshozatalkor. Nem vállalhatók be olyan kiállításokat, amelyeknek nem térül meg a bekerülési költségük. Nehéz megváltoztatni azt a szemléletet, ami azt mondja, hogy a kultúra legyen ingyenes vagy nagyon olcsó, de a színvonal nyugat-európai legyen.

– *Azt mondta, az idei csendes év volt, gondolom, 2016-ra terveznek egy újabb nagy durranást.*

– Így van, másfél éve tárgyalunk egy nagy Pompeji-kiállítás megvalósításáról. Ennek a főpróbája az Egyiptom-tárlat volt: a házon belül is harcolnom kellett azért, hogy három helyszínen legyen a kiállítás, és végül az eredmény minden várakozásunkat felülmúlta. A turistáknak eleve önmagában program lett az, hogy körbejárják ezeket a helyeket, közben nem melleseleg a várost is megnézték. Ha egyetlen helyszínen kérek egy nagyon borsos belépőt, azt nehezebben fizeti ki a néző, mint ha három helyen viszonylag szerény árakkal várom. Egy szegedi családnak pedig kifejezetten előnyös, hiszen ha egyik hétvégén a főépületbe jön, két hét múlva elmehet a Fekete házba, majd amikor kedve tartja, a Kass-galériába. Visszatérve a Pompeji-kiállításra: országos reklámkampányt tervezünk. Tudatosítani akarjuk az emberekben, hogy muszáj ezért eljönniük Szegedre.



MÓRA FERENC EMLÉKSZOBA
(Móra Ferenc Múzeum)