

*Gászné Bósz Bernadett – Schultz Éva*

## *VÁRMÚZEUMOK A PANDÉMIA ALATT ÉS UTÁN – HELYZETKÉP A KULTURÁLIS TURISZTIKAI ATTRAKCIÓKRÓL*

---

### Absztrakt

A várak a kulturális turizmus fontos vonzerői. Védett, történelmi épületeik számos kulturális és turisztikai funkciót egyesítenek, meghatározó közösségi terekként jelennek meg a helyi lakosság életében és mindezek révén a fenntartható turizmusfejlesztés koncepciójába jól illeszthető erőforrások. A várak örökség interpretációja kiemelt szerepet játszik a várlátogatók motivációiban. Az átélés a kulcsszó: a történelmi környezet magas élményígérettel bír és kiváló kulisszája a bevonódást segítő interpretációnak. Éppen ezért a COVID19 a vármúzeumokat az átlagosnál nehezebb feladat elé állította. Jelen kutatás célja a vármúzeumok pandémia okozta kihívásokra adott válaszainak feltárása mellett a keresleti reakciók felmérése volt. Hipotéziseink a következők voltak: H1: A vármúzeum látogatói élményét az online lehetőségek csak kis mértékben és csak speciális keresleti szegmensekben képesek helyettesíteni.

H2: A várak vonzereje számos tényező hatására felértékelődik a pandémia miatt az eddigi várlátogatók körében.

A vizsgálat egy korábbi, a dél-dunántúli várak látogatói élményére irányuló kutatás folytatásaként 2021 márciusában kvalitatív és kvantitatív eszközökkel történt. A kutatás eredményei igazolták a hipotéziseket. Az online térbe került kultúrákövetítés a dél-dunántúli várak esetében nem volt hatékony a látogatói vélemények tükrében. A várlátogatás az örökségi rendezvények kínálta közösségi élmény mellett a természeti környezet adta turisztikai lehetőségek miatt is vonzóbbá válik a közeljövőben. A kutatás eredményei hasznosíthatók a korlátozások feloldása utáni „újturizmusban” a várak menedzsmentjében, szakmai együttműködéseiben.

---

*Kulcsszavak: vármúzeum; turizmus; COVID19*

### **Bevezető**

Jelen tanulmány célja annak a feltárása, hogy a vármúzeumok hogyan reagáltak a pandémia kihívásaira, sikerült-e elérniük a látogatókat az online kultúrákövetítés révén, valamint mennyiben változtak a keresleti attitűdök és elvárások a kényszerű zárva tartás hatására. A kutatás a dél-dunántúli várak és látogatóik bevonásával történt. Gyakorlati célja az érintett vármúzeumok menedzsmentje számára hasznosítható következtetések megfogalmazása.

Vizsgálódásunk részben a 2019 decembere és 2020 márciusa között zajló, az összes dél-dunántúli várra kiterjedő látogatókutatás folytatásaként is értelmezhető. A kutatás elsőként igyekezett felmérni a várlátogatók jellemzőit, azon belül motivációs és élménymin-tázatait (ennek eredményeiről röviden a 3. fejezetben lesz szó), tipológiai besorolási le-

hetőségeit. A kutatás időszerűségét a várak, mint gyakran vegyes funkciójú kulturális turisztikai attrakciók a pandémia általi többszörös érintettsége adja, hiszen múzeumi mivoltuk mellett rendezvényhelyszínként, esetenként szállás- és vendéglátóhelyként is működnek, általában önkormányzati fenntartással. A forprofit turisztikai szuprastrukturális létesítmények válságmenedzsmentjét jelen tanulmányban csak indirekt módon vizsgáljuk, mivel ezek megléte vagy hiánya a befolyásolja az attrakció menedzsment stratégiáját.

Kutatásunk kezdetekor – részben az említett látogatókutatás eredményei alapján – a következő hipotéziseket fogalmaztuk meg:

H1: A vármúzeum látogatói élményét az online lehetőségek csak kis mértékben és csak speciális keresleti szegmensekben képesek helyettesíteni.

H2: A várak vonzereje számos tényező hatására felértékelődik a pandémia hatására az eddigi várlátogatók körében.

Fontos megjegyezni, hogy a vizsgálatba bevont várak a törvényi rendelkezés értelmében nem rendelkeznek múzeumi státusszal. Közérdekű muzeális kiállítóhelyek (376/2017. (XII. 11.) Korm. rendelet), azaz a múzeumok hármasszoros alapfunkciói közül a bemutatásra fókuszálnak; ehhez, valamint a gyűjtés és megőrzés feladatokhoz szakmai támogatást a megyei hatókörű városi múzeumoktól (Janus Pannonius Múzeum; Wosinsky Mór Múzeum), illetve országos múzeumtól (Magyar Nemzeti Múzeum) kapnak. Mivel e szerint a kínálati oldal egységes, keresleti oldalról pedig a besorolás nem releváns, így a tanulmányban következetesen a vármúzeum megnevezést alkalmazzuk.

## **Módszertan**

A feltáró jellegű primer kutatás vegyes módszertannal történt 2021. március-május időszakában. A kvalitatív kutatás a 8 dél-dunántúli vár kapitányaival készített félig strukturált mélyinterjú / online tartalomelemzés formájában valósult meg. A kvantitatív kutatást a korábbi látogatókutatás résztvevőinek – legalább egy dél-dunántúli várba ellátogatóknak – eljuttatott online kérdőívvel végeztük. A 39 (43 zárt és 7 szabad válaszadós) kérdést tartalmazó kérdőív két részből állt. Az első rész 24 kérdése a látogatói és a kulturális utazói attitűd pandémia okozta változásaira fókuszált, a második rész 9 kérdése a múzeumi online kultúrák közvetítésére vonatkozott (n=261). Az adatelemzés leíró statisztikai módszerrel történt (MS Excel igénybevétele). A kutatás korlátos volt a nem reprezentatív látogatói mintavétel és a potenciális látogatói szegmensek kimaradása okán, de alkalmasnak bizonyult a kutatás céljainak eléréséhez. Fontosnak tartjuk megjegyezni, hogy a kutatási eredmények általános tájékoztató jelleggel bírnak az érintett intézmények számára, de a konkrét döntéshozatalhoz szükségesnek tartjuk további vizsgálatok – pl. intézményi látogatókutatások - végzését a látogatói igények mélyebb és átfogóbb megismerése érdekében.

## **Konceptualizáció**

### **Múzeumok a pandémia alatt**

A koronavírus alapvetően változtatta meg a múzeumok világát (is). A Múzeumok Nemzetközi Tanácsa (International Council of Museums, ICOM) éves jelentésében (2021) közölt adat szerint 2020 áprilisára a világ múzeumainak 95%-a bezárta kapuit (területi

egyenetlenségek egyrészt a vírushullám intenzitása, másrészt az eltérő kormányzati intézkedések kapcsán előfordultak, így Ázsia és Latin-Amerika múzeumai tovább voltak zárva, mint az európaiak és az észak-amerikaiak). 2020 májusában a szervezet 107 ország 1600 intézményének bevonásával készített felmérésében a jelentés szerint a múzeumi programok csökkenése, valamint a közösségi és magántámogatás elvesztése miatti aggodalom fogalmazódott meg (ICOM, 2021a). Az éves jelentésben szintén idézett, 2020 őszén készült ICOM-kutatás alapján a múzeumok digitális aktivitása 15%-ról 45%-ra nőtt a koronavírus hatására: főleg az események, az oktatás és a kiállítások kapcsán volt jelentős az online tér szerepe ott is, ahol azt azelőtt nem vették igénybe; a korábban is igénybe vett felületek közül a közösségi média használata nőtt a legdinamikusabban (ICOM, 2021a). A Louvre, a világ leglátogatottabb múzeuma (2019-ben 9,6 millió látogatója volt) 2021 áprilisában indult új weblapján gyűjteményének 75%-át tette online ingyenesen elérhetővé: a múzeum honlapját látogatók száma 2020-ban csaknem megduplázódott és elérte a 21 milliót (AECOM, 2020; Pénzes, 2021). A 2020-as évről szóló ICOM jelentésből kiderül, hogy a belépőjegyekből és egyéb szolgáltatásokból származó bevételkiesés miatt a megkérdezett múzeumok 31%-a létszámleépítésre kényszerült (ennél is nagyobb arányban, 46%-ban váltak meg külsős munkatársaktól az intézmények). A múzeumi szerep hangsúlyja eltolódott a közösségi reziliencia erősítése és szolgálata felé, az ICOM felszólította a döntéshozókat az ehhez szükséges források biztosítására. A nemzetközi szervezet válságkezelő tevékenységének részeként webináriumokat kínált olyan időszzerű témakörökben, mint a helyi közösségek múzeumokat támogató aktivitása vagy a közösségi alapú múzeumok. Az ICOM Facebook-követőinek száma 23%-kal, Twitter-követőinek aránya 21%-kal, Instagram-követőinek nagyságrendje 90%-kal nőtt. A hálózatok ereje a közösségi média mellett a harmadik világbeli múzeumok fenntartásának támogatásában is megmutatkozott (ICOM, 2021a). Hopkins (2020) szerint a pandémia a látogatók és a kiállított tárgyak kapcsolatának újragondolását teszi szükségessé. Összegzésképpen az alábbi irányokat fontos kiemelni: a digitális múzeum felé való elmozdulás, ami által a múzeumokhoz való hozzáférés akadályai gyakorlatilag minimálisra csökkentek; a helyi közösség életében, valamint az oktatásban játszott szerep látható erősödése, illetve a múzeumi hálózatok felértékelődése. Ez több szempontból is összecseng az ICOM által megfogalmazott, de még nem elfogadott új múzeumi definíció célkitűzéseivel (ICOM, 2021b).

Az Európai Múzeumi Szervezetek Hálózata (Network of European Museum Organisations, NEMO) 2020 tavaszán készült, 41 ország intézményeit érintő felmérése alapján a múzeumok iránti érdeklődés nőtt a pandémia alatt. A zárva tartásból származó bevételkiesés értelemszerűen a múzeumok méretével arányosan nőtt, ennek nagysága hetente az intézmények 30%-ban 1000, 25%-ában 5000 eurós összegig terjedt. A járvány a meghatározóan európai intézményi körben végzett felmérés szerint az önkéntes és szabadúszó munkaerő leépítésén kívül egyéb elbocsátásokat nem követelt. A tervezett nemzetközi kiállítások viszont megghiúsultak. Az online érdeklődés kb. 40%-os növekedésére a nyilatkozó múzeumok bő 60%-a reagált a digitális térben való jelenléte növelésével. Legtöbbször a közösség platformok költséghatékony kommunikációs lehetőségeit és az online gyűjteményeket bővítették (NEMO, 2020). A 2020 őszén zajlott NEMO kutatás 48 ország

múzeumi mintája alapján már 93% fejlesztett online tartalmat. A legnagyobb népszerűségnek a közösségi oldalak (60%), a videók (42%) és a virtuális túrák (28%) örvendtek (NEMO, 2021). Láthatjuk tehát, hogy bár a koronavírus okozta krízis az európai múzeumokat is komolyan érintette gazdaságilag, többnyire sikerült megőrizniük állandó munkaerőállományukat és viszonylag rövid idő alatt jelentős mértékben növekedett az online platformok kínálta lehetőségeket kihasználó intézmények száma.

Magyarországon a 2020. március 11-én kihirdetett veszélyhelyzet a közönséget fogadó intézmények teljes körű zárva tartásáról, a rendezvények látogatásának tilalmáról rendelkezett (40/2020. Korm.rend.). 2020. május 28-tól muzeális intézményen kívül rendezett szabadtéri rendezvények megtartására már lehetőség nyílt (241/2020. Korm.rend.). Majd 2020. június 18-án (282/2020. Korm. rend.) a kulturális intézmények megnyithatták közönségforgalmi területeiket; belső térben is engedélyezték a kulturális rendezvényeket minden további korlátozás nélkül, csupán a zenés, táncos rendezvények esetében alkalmazták az 500 fős létszámkorlátot. 2020. november 4-től ismét veszélyhelyzetet hirdetett a kormány (478/2020. Korm. rend.), amely a maszkviselés kötelezettségéről és a zenés-táncos rendezvények tilalmáról rendelkezett. A járványhelyzet gyors romlásáról tanúskodik, hogy 2020. november 11-től megtiltották többek között a muzeális intézmények látogatását (484/2020. Korm. rendelet). Ezzel együtt a szállodák szabadidős vendégfogadása és a vendéglátóegységekben a helyben fogasztás is tiltott lett. Az újranyitás fokozatosan, az átoltottság mértékétől függően zajlott. 2021. május 4-én ismét megnyithatták kapuikat a szabadidős létesítmények, így a múzeumok is; működhetnek a vendéglátó üzletek belső terei; engedélyezett a pihenés a szállodákban. A feltétel a védettség tényének igazolása, illetve kiskorúak esetében egy védett felnőtt kísérőszemély jelenléte (194/2021. Korm. rend.).

A gazdaságvédelmi intézkedések adófizetési kedvezményei és bértámogatásai (485/2020. Korm. rend.) segítették a kulturális intézményeket; utóbbit a vizsgált várak a működtetés formája (többnyire önkormányzati fenntartás; 2. melléklet) miatt kevésbé tudták igénybe venni.

A pandémia időszakában a Szentendrei Szabadtéri Néprajzi Múzeum Oktatási és Módszertani Központ (MOKK) kutatása szerint a magyar muzeális intézmények 56%-a fejlesztett digitális oktatási tartalmakat (videókat, játékokat, segédanyagokat) (Pacsika, 2021). A COVID19 hatására megnövekedett internethasználattal számos kutatás foglalkozik, ám a múzeumi tartalmak vizsgálatával nemzetközi és magyar viszonylatban is kevés. Ezt a hiányt igyekszik pótolni Berényi Marianna 2021 januári kutatása. Az eredmények alapján a hazai online múzeumi kereslet a pandémia hatására jelentősen nőtt, elsősorban a közösségi oldalakon: 61%-ról 73%-ra. A látogatók 58%-a Facebookon, 25%-a Instagramon követte a múzeumok eseményeit; az utóbbin volt a legnagyobb a növekedés üteme a koronavírus előtti időkhöz képest (4%). Az érdeklődés az online kiállítások (+20% felett), az online túrák (+12%) és az online tárlatvezetések (+56%) iránt erősödött a legnagyobb mértékben. A virtuális jelenlét ugyan csökkentette némileg a lakóhely szerinti „kulturális lejtő” fokát Magyarországon, de továbbra is a COVID19 előtt legaktívabb intézményi kultúrafogyasztók – a fővárosban és a megyeszékhelyeken élők – adták az legnagyobb online

keresleti szegmenseket (24%, illetve 15% járt évente többször múzeumba; online mindkét csoport 65%-ban látogatta a múzeumokat). Ígéretes online aktivitást mutatott a 19 év alattiak egyharmada, akárcsak az akadálytalan élő szenior szegmens: mindkettő a kimaradó látogatói csoportok internet általi elérési lehetőségét példázza. Főleg a 30-as és az 50-es korosztályra jellemző, hogy a valós és a virtuális térben egyaránt látogatja a múzeumokat (71%;74%). Figyelemre méltó eredménye a kutatásnak, hogy a pandémia előtti arányhoz képest 2,5-szeresére nőtt online múzeumpedagógiai programokon a köz- és a felsőoktatásban résztvevőknél is aktívabb volt a 30-50 éves korosztály (51%), ami alátámasztja a múzeumok informális, élethossziglani tanulásban játszott szerepét. A magasabban kvalifikált érdeklődők inkább az összefüggéseket feltáró szöveges bemutatásokat preferálták a látványra fókuszáló virtuális sétákkal szemben. A kommunikációs csatornák kapcsán kiderült, hogy a klasszikus hírlevél a szeniorok esetében volt és maradt is fontos (a 70-es korosztály 74%-a, a 80-as korosztály 82%-a olvasta). A kitöltők bő egynegyede (28%) nyilatkozott arról, hogy online új múzeumi területet fedezett fel; ehhez hasonló (24%) az új intézményeket megismerők aránya (főleg a kisebb magyarországi, illetve a nemzetközi múzeumokat nevezték meg). Berényi kutatásából kiderül az is, hogy a fővárosi válaszadók kevésbé, míg a vidéken élők inkább böngésztek földrajzilag tág területen elhelyezkedő múzeumi tartalmakban. A válaszadók meghatározóan (57%) a hazai múzeumok online kultúrákövetését keresték, a legnépszerűbbek a nagy – országos, illetve világhírű nemzetközi – múzeumok voltak. A megkérdezetteknek csak 7%-a fizetett virtuális múzeumi belépőjegyért, a legnagyobb arányban (13%) a 60-as korosztály tagjai. Az online múzeumlátogatók közel fele (46%) nyilatkozott arról, hogy a virtuális élmények motiválják az újranyitást követő látogatásra, egyharmaduk (35%) még bizonytalan ebben a tekintetben. A többség szerint a múzeumok kihasználták az online tér nyújtotta lehetőségeket (a 10-fokú Likert-skálán a válaszadók 68%-a jelölte meg a 8-10 értéket), amit a Google Trends statisztikája is alátámaszt (Berényi, 2021). A fentiek alapján megállapíthatjuk, hogy a hazai múzeumok kényszer szülte online átállása az eddig eltérő okokból kimaradó célcsoportok elérése, a múzeumi területek és intézmények szélesebb körének megismerése, valamint a későbbi múzeumlátogatásra való ösztönzés területén játszott kiemelten fontos szerepet, és alapvetően sikeresnek mondható felhasználói szemszögből. Az online tartalmak és programok, valamint a látogatómenedzsmentet segítő, interneten keresztüli időablakos jegyelővételi lehetőség az EMMI Múzeumi Főosztályának ajánlásai között továbbra is megtalálható (pulszky.hu).

### **Turizmus a pandémia alatt**

Vizsgálatunk a vármúzeumok kulturális turisztikai vonzerejére irányult, így fontos ki térnünk a pandémia turizmust érintő hatásaira is. A koronavírus a modern turizmus II. világháború utáni történetének legnagyobb turisztikai leállását hozta, ami világszinten a 2019-es rekordév 1,46 milliárd turistaérkezése után globálisan átlagosan 74%-os visszaesést eredményezett a nemzetközi érkezések számában (UNWTO, 2021a; UNWTO, 2021b). Területi eltérések figyelhetők meg a pandémia terjedési ütemének és az adott desztináció érintettségének függvényében, a legnagyobb mértékben az ázsiai turisztikai



világrégiót érintették az utazási korlátozások. Míg a nemzetközi turizmus 2019-es szintjének újbóli elérését a szakértők 3-5 éven belül várják, addig a belföldi turizmus a 2020 nyarán engedett lazításoknak köszönhetően esetenként még fellendülést is mutatott (UNWTO, 2021b).

Magyarország kétpólusú turizmusában a COVID19 rámutatott Budapest nagymértékű függőségére a beutazó turizmustól és a Balatoni turisztikai térség abszolút belföldi hegemóniájára. A Dél-Dunántúli turisztikai régió vendégéjszakái ugyan a Balaton után a legkisebb csökkenési rátát mutatták hazánkban a tavalyi évben (-28% 2019-hez képest), de hagyományosan alacsony nagyságrendjük így is csak az utolsó előtti helyre volt elég a kilenc régió viszonylatában (Német, Gergely & Mikes, 2020).

A koronavírus hatására várható trendek kapcsán gyakran felvetődik a tudatosabbá váló utazó és a fenntarthatóbbá váló turizmus témája, bár ezzel ellentétes vélemények is megfogalmazódnak az utazás újbóli lehetőségének maximális kihasználása, az elmaradt élmények pótlásának vágya okán. Az óvatosság azonban jellemző lesz. Az amúgy is mikrosegmentáltként jellemezhető kereslet tovább differenciálódik, árérzékenyebbé válik és döntően belföldi úticélokot választ majd. A rövidülő utazások továbbra is jellemzőek lesznek, növekszik az aktív szabadidőeltöltés és a természeti attrakciók, a hazai, biztonságos desztinációk iránti igény, ami Magyarország vonatkozásában a vidéki, korábban kevésbé látogatott helyszínek felvirágzását hozhatja. A spontán döntések és a rugalmas szolgáltatói feltételek korszaka jön, valamint a digitális turizmusé (Csapó & Törőcsik, 2020). A fentiek fényében a vizsgált dél-dunántúli vármúzeumok számára pozitív jövőkép rajzolható ki. A turizmus trendjeivel a várható múzeumi trendek is egybecsengenek, a turisták elmaradása miatt a helyi lakosság került a digitális múzeumi marketing fókuszába (Richardson, 2020).

## **A várak és vármúzeumok**

A Dél-dunántúli régióban nyolc, kulturális és turisztikai attrakcióként számontartott történelmi vár található. (1. melléklet). A vizsgált várak elidegeníthetetlen állami tulajdont képeznek; nyilvántartott műemléki értékkel rendelkeznek, országos védeltséget élveznek. A műemléki érték a múlt és a közösségi hovatartozástudat szempontjából kiemelkedő jelentőségű (Simsa, 2016). Ozora vára a Nemzeti Örökségvédelmi Fejlesztési Non-profit Kft., a többi vár önkormányzati üzemeltetésben működik, részben önkormányzati tulajdonú vállalkozás (kft) formájában. A magyar várak többségéhez hasonlóan turisztikai attrakcióként működnek, tehát mint turisztikai termékek is definiálhatók: (részben) helyreállított épületekben, vártörténeti és egyéb kiállításokkal, rendszeres nyitvatartással fogadják a látogatókat.

A várak turisztikai hasznosítását a kulturális turizmus, azon belül az örökségturizmus, speciális kategóriaként pedig a várturizmus csoportba szokás sorolni. Ugyanakkor hangsúlyozzuk, hogy a kulturális és történelmi vonzerőkön kívül más attrakció-típusokkal operálva lehetnek sikeresek a várak, mint például a természeti vonzerők (várkertek, kilátás), a kikapcsolódás/szórakozás („levendulaszüret” a vár fűszerkertjében) vagy akár a borzongató élmények (kínzókamra, éjszakai várvezetés) irányába (Puczko & Rátz, 2017).

A turizmus fajtája szerint a szabadidős turizmus része, de vannak kötődései a hivatás-turizmushoz is az incentive turizmus formájában, valamint a megfelelő rendezvénytermekkel és csatolt szolgáltatóegységekkel rendelkező várak esetében az üzleti- és konferenciaturizmushoz is. Formáját tekintve az alternatív turizmus színhelyei. Az egyén átlagtól eltérő érdeklődésének kielégítése, a vendég és váralkalmazott között kialakuló személyes kontaktus a sikeres működés egyik alappillére (Gászné Bósz, 2018). Típus szerint a belföldi turizmus jellemzi a dél-dunántúli várakat. Bár a látogatók 10-12%-a külföldi, de nemzetközi turizmus szintjén nem relevánsak. Az idegen turisták elsősorban német nyelvterületről érkeznek; sok a (környéken letelepedett) holland; Baranyában jelentős a horvát látogatók száma; Szigetvár török vendégekkel tűnik ki. Erős a régió belüli mozgás; a legfrissebb vendégkör felmérés szerint a vendégek 38%-ának a lakhelye is a régióban található (Péterfi & Gászné Bósz, 2020).

Valamennyi dél-dunántúli várban megtekinthető vártörténeti kiállítás, valamint további állandó és időszakos tárlatok, amelyek általában a településhez vagy a régióhoz kapcsolódnak egy-egy alkotóművész, jellegzetes tevékenység vagy termék formájában.

Mint kulturális intézmények a pandémia alatt a fent bemutatott időszakokban zárva tartottak a várak. Az egyéb szolgáltatásokat és funkciókat (vendéglátás, szállás, múzeumi bolt, felszentelt templom) is kínáló várak részlegesen vagy időszakosan ekkor is működtek. Több helyszínen térítésmentesen megnyitották a várkertet, várudvart a látogatók előtt. A forprofit feladatkörök jelentős segítséget nyújtottak a személyzet megtartásában, ami komoly előnyt jelentett a változó szabályozási keretekhez való rugalmas alkalmazkodásban.

## **Eredmények**

### **Kvalitatív kutatás**

A vizsgálat a dél-dunántúli régióban található nyolc történelmi várra irányult (1. melléklet). A „művárak” mint szimulált objektumok (Bikal középkori vára-városa; a patcai Katica tanya palánkvára), valamint a szabadon látogatható várromok nem képezik a kutatás tárgyát. A vármúzeum ugyanis feltételezi az autenticitást és az intézményi infrastruktúra meglétét.

A Dél-Dunántúl várakat erős történelmi szálak kötik össze; a jelenben elsősorban a turisztikai hasznosítás képezi az együttműködés alapját. Formális szervezetként a 2007-ben alakult Dél-Dunántúli Vár- és Kastélyturisztikai Klaszter fogta össze ezen intézményeket azzal a céllal, hogy jobb piaci pozícióhoz, több látogatóhoz, magasabb bevételekhez juttassa őket. A kitűzött célt garantált programok fejlesztésével, közös marketing tevékenységgel és keresztajánlások révén kívánták elérni, illetve szakmai képzésekkel, tapasztalatcsere lehetőségével, tanulmányutakkal. A közös munka kiemelkedő gyümölcse a 2010-ben indított Hőspróba elnevezésű családi program volt, amit mint a marketing-innováció kiváló példáját említi a szakirodalom (Oroszi & Gonda, 2016). Egyes várakban önállóan ugyan, de még ma is elérhető a játék.

A várkapitányokkal folytatott mélyinterjúk, továbbá az egyes várak online felületeinek tartalomelemzése alapján néhány kínálati és keresleti jellemzőt a 2. mellékletben található táblázat foglal össze. A vármúzeumok a hirtelen bezárás következtében kényszerűen kerültek kizárólag az online térbe, ahol korábban alig vagy egyáltalán nem mozogtak. Online kínálatuk gyenge: még az önálló honlap sem evidencia, bár a közösségi médiában jelen vannak. Kifejezetten múzeumi tartalmakkal (kiállítás, tárlatvezetés, múzeumpedagógiai program) nem jelentkezik online formában. Elérhetők kisfilmek, videóanyagok, bejelentkezések, ám a virtuális jelenlétet elsősorban figyelemfelkeltő és „kedvcsináló” szándék jellemzi, illetve a vendégekkel való folyamatos kapcsolattartást szolgálják. Hasonló okból törekedtek - a szabályozások betartása mellett - a valós látogathatóság még ha korlátozott lehetőségének biztosítására is (megnyitott várudvar; várkapolnák nyitvatartása), többnyire térítésmentesen. Ugyanis az örökségi helyszíneken kiemelt látogatói elvárás a történelmi-autentikus környezetben, valós térben megélt élmény lehetősége – ezt a kvantitatív kutatás eredményei is igazolják.

A várkapitányok ugyanakkor a pandémia hatására erősödő mértékben minősítik emlékezeti és közösségi térként a várakat a turisztikai attrakció és kultúra közvetítő intézmény mellett. Nőtt a helyi közösség életében (lokális identitás; közösségfejlesztés; gazdasági előnyök) elfoglalt pozíció szerepének értékelése.

Mégis megfigyelhető némi elmozdulás az online tér felé: Máré vár és Simontornya is applikációt fejlesztett, ami virtuális vendégkísérőként vezet végig a műemléken a helyszínen vagy távolról; Simontornyán már a pandémia előtt működött, Ozorán jelenleg dolgoznak a virtuális kalandjátékon; Szigetvár is tervezi applikáció fejlesztését. A várkapitányok egyetértenek abban, hogy a virtuális jelenlét szükséges újítási irány a digitális turizmus korában. A folyamatos kapcsolattartás lehetősége mellett az új látogatói szegmensek elérhetőségével indokolják. Elmaradásukat a fejlesztési források, anyagi, szakmai és intézményi feltételek és készségek hiányával magyarázzák.

## **Kvantitatív kutatás**

A várlátogatókból álló minta szociodemográfiai jellemzői kapcsán elmondható, a kitöltők négyötöde (80,5%) nő; az X, Y, Z generációt képviseli (81%); dél-dunántúli város lakó (71,3% baranyai, 91,8% lakik városban - közülük 4,6% Budapesten, 9,8% megye jogú városban); nagyobb része diplomás (58,6%). A minta az utóbbi évek hazai kultúrafogyasztási kutatásai alapján a kulturálisan sokszínűek (Pavluska, 2016), illetve a magas kultúrát fogyasztók (Századvég, 2018) szegmenseinek specifikumait mutatja leginkább.

A következőkben az újranyitás utáni látogatói motivációkat és elvárásokat vizsgáljuk. 2020 nyarán, a pandémia első hulláma utáni újranyitáskor a túlnyomó többség (83,9%) szívesebben látogatott el a biztonságosnak ítélt belföldi várakba, mint korábban. A megnövekedett érdeklődést a várkapitányok is igazolták, illetve a 2. melléklet látogatószám adatai is alátámasztják, hiszen nincs lényeges elmaradás a csonka nyitvatartás mellett sem a 2019-es értékekhez képest. A 2021-ben a turizmus leginkább vágyott helyszínei a történelmi városok (24,1%); a várak és kastélyok (23%), majd az élményfürdők (20,7%). A múzeumok és kiállítások preferenciáját mindössze 2% jelölte meg. A kitöltők 94,3%



útra is kelne ezekért az attrakciókért. A kulturális programok közül a koncertek (komolyzenei koncert: 16,1%; könnyűzenei koncert: 12,6%), a színházi előadás (21,8%) és a tematikus séták (11,5%) iránt mutatkozik a legnagyobb igény, ami a kitöltők 88,5%-ánál utazási motivációval is párosul. A Világturisztikai Szervezet és az Európai Turisztikai Tanács kulturális turistatipológiája alapján a megkérdezettek döntő többsége a tudatos kulturális utazó kategóriájába sorolható, akiknél a kulturális élmény meghatározó mivolta fontos szerepet játszik az utazó döntésben (a WTO-ETC, 2004 alapján Sulyok, 2005; idézi Jászberényi, 2014). A kulturális motivációjú döntéshozatal spontánabb (36,8%) és tudatosabb (25,3%) is lett; 18,4% nem jelzett módosulást; 19,5% nem tudja megítélni még. A pandémia hatására a kulturális eseményekkel szembeni biztonsági elvárás a kitöltők több mint felében (56,3%) nőtt, de közel egynegyed (24,1%) nem mutat változást, egyötöd (19,5%) pedig bizonytalan. A koronavírus várhatóan hosszú időre megváltoztatta a látogatók biztonsági elvárásait különösen a nagy tér- és időbeli koncentrációval járó rendezvényeken. Az erre irányuló, több válaszlehetőséget megengedő kérdés a látogatóáramoltatás és a higiéniai feltételek kapcsán mutat elvárásokat (1. ábra).

1. ábra: Preferált biztonsági intézkedések kulturális rendezvényeken a jövőben



*Forrás: primer kutatás, kérdőív*

A megkérdezettek többsége tervezi várak meglátogatását az újrainytás után, a motivációk közül a belföldi elhelyezkedés és a természeti környezet kínálta lehetőségek a legerősebbek (egyaránt 44,8%), amit a valós térben megélt élmény (36,8%) és a családi program (34,5%) iránti vágy követ. A zsúfoltság kerülését (9,2%) és a rendszeres, visszajáró látogatást mint okot (6,9%) viszonylag kevesen említették.

A várlátogatás mint elsődleges utazási motivációi közül a legerősebb az esztétikumhoz és az emlékezeti térhez kapcsolódik, a válaszadók többsége nem igényel feltétlenül ráépülő szolgáltatást (2. ábra).

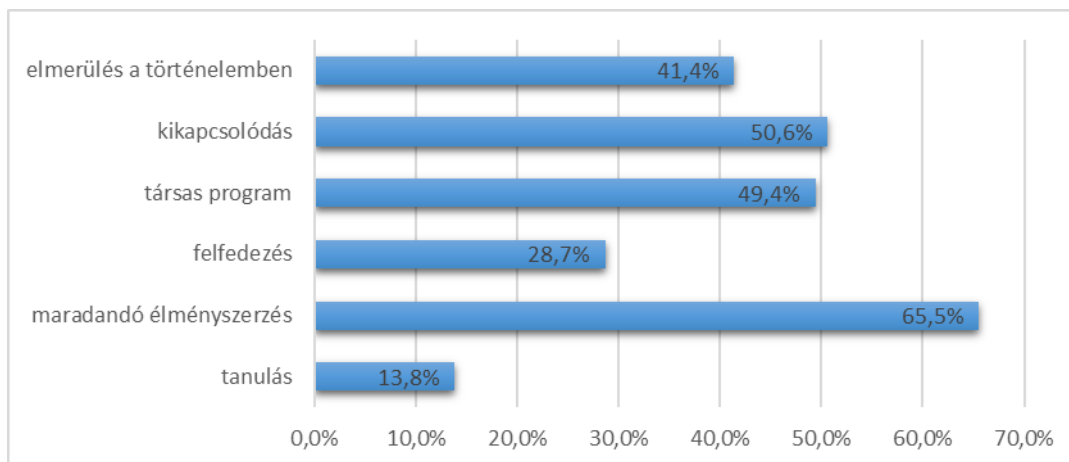
## 2. ábra: A várlátogatás primer utazási motivációi az újraindítás után



*Forrás: primer kutatás, kérdőív*

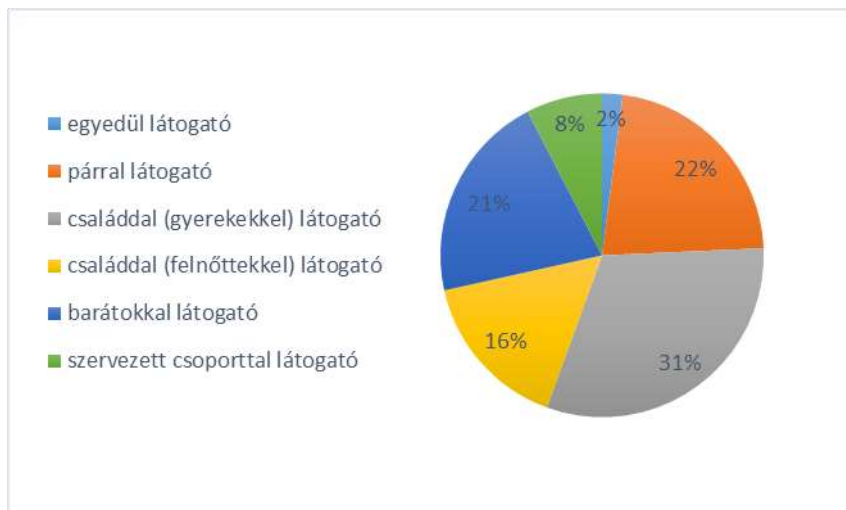
A várlátogatási motivációkat a koronavírus nem változtatta meg jelentősen, 72,4%-nál ugyanaz maradt. A várakban megélni vágyott élményre többféle opció választását lehetővé tevő kérdéssel kerestük a választ. Az eredményeket a 3. ábra mutatja. A múzeumi látogatók Falk-féle típusai közül az élménykereső, a feltöltődő, a kísérő és a „zarándok”, a Pine & Gilmore-féle látogatói élménycategóriák közül az eszképzizmus – a hétköznapokból való „elmenekülés”, kiszakadás, mint a turisztikai élmény egyik alapvető motivációja - mutat magas válaszadó arányt (Falk, 2012; Pine & Gilmore, 1998, idézi Bodnár, 2018).

## 3. ábra: Látogatói élményelvárások a várakban az újraindítás után



*Forrás: primer kutatás, kérdőív*

4.ábra: A várlátogatás mint társas kulturális program az újrainytás után

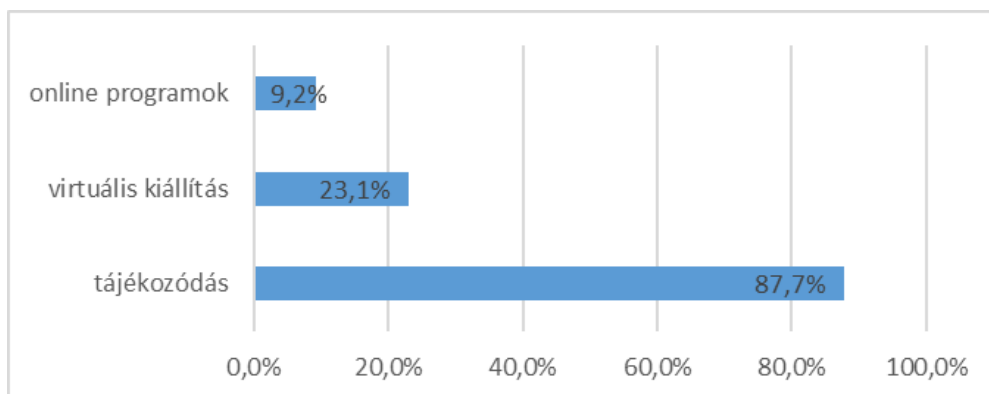


Forrás: primer kutatás, kérdőív

A várlátogatás többnyire családi program marad a jövőben is (4. ábra). Csoportos látogatás esetén a kitöltők egyharmada iskolai, egynegyede vallási/hagyományőrző és nyugdíjas csoporttal érkezne. A várkapitányok a pandémia előtti évekre vonatkozóan megerősítik ezt a véleményt, ugyanakkor jelzik, hogy az első hullám után és 2021-ben sem jelentek meg a csoportok a várlátogatók között, mindössze a 2020/21-es tanév utolsó két hetében tapasztalták az iskolai csoportok aktivitását.

Kíváncsiak voltunk arra, hogyan értékelik a kitöltők a vármúzeumok COVID19 miatt zárva tartás alatti online kultúraközvetítő tevékenységét. A válaszadók legnagyobb csoportja egyáltalán nem látogatta az intézmények honlapjait, ahogy korábban sem tette (43,7%) és mindössze 8%-uk volt aktívabb a honlapokon, mint a pandémia előtt. (33,3%-uk ritkábban, 14,9%-uk ugyanannyiszor kereste fel a várak honlapját, mint korábban). A honlaplátogatókat meghatározóan a tájékozódás (87,7%) és nem az online kultúraközvetítésben való részvétel motiválta (5. ábra). Ez egybecseng a várak online tevékenységét elemző megállapításokkal.

5. ábra: A vármúzeumok honlapjainak látogatási motivációi



Forrás: primer kutatás, kérdőív

A vármúzeumok közösségi oldalait jóval nagyobb arányban használták a honlapoknál, de ez sem növekedett számottevően a koronavírus idején: 39,1% ugyanannyiszor, mint korábban; 34,5% kevesebbszer; 21,8% gyakrabban; 4,8% egyáltalán nem böngészett a várak közösségi oldalain. A motivációk nem térnek el számottevően a honlap felkeresésének okaitól.

A vármúzeumok online lehetőségeinek kihasználását a kitöltők legnagyobb csoportja nem tudta megítélni, az elégedettségről beszámoló válaszok száma elenyésző (6. ábra).

6. ábra: A vármúzeumok online lehetőségeinek kihasználásáról alkotott vélemények

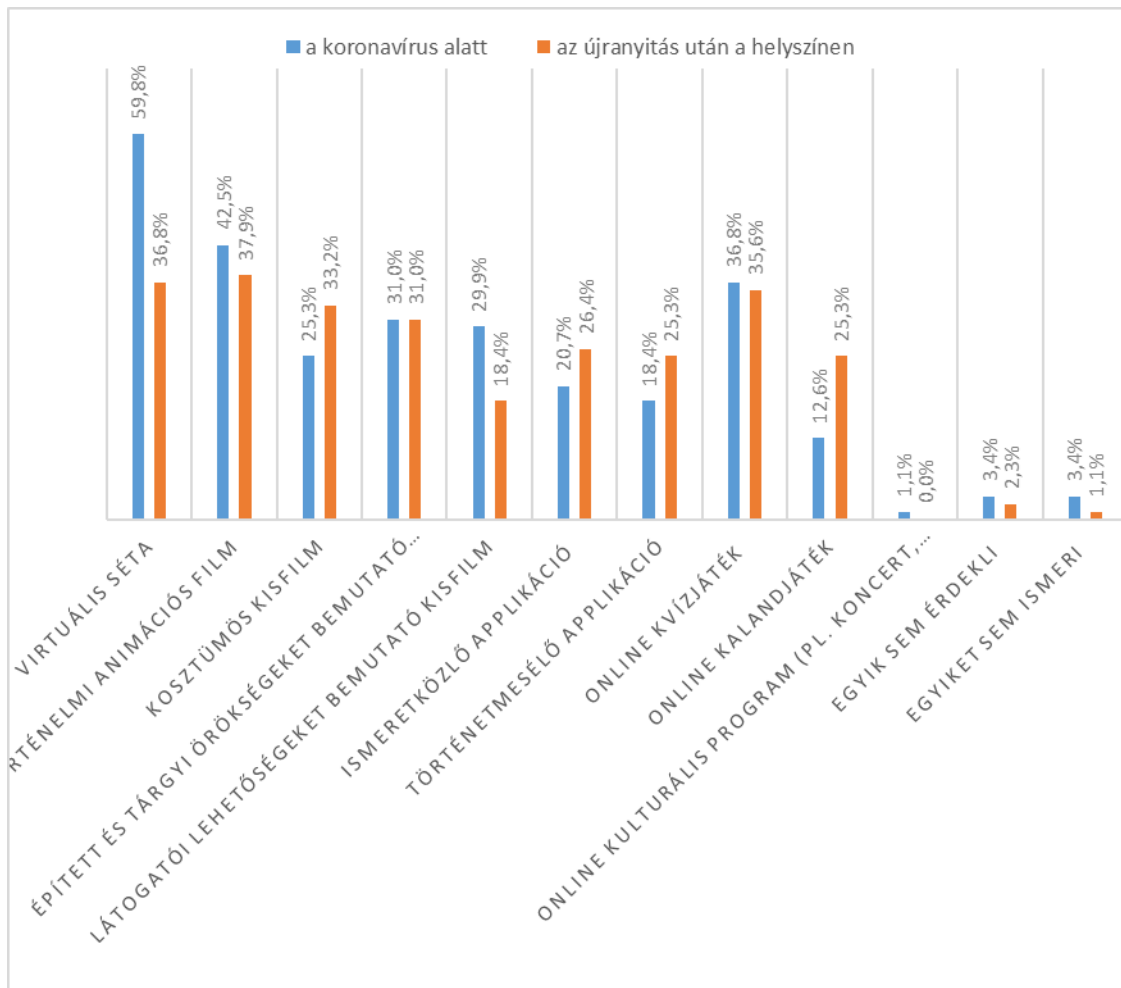


*Forrás: primer kutatás, kérdőív*

A válaszok ellentmondanak a tanulmányban korábban idézett hazai kutatási eredményeknek. Ennek hátterében a vármúzeumok online kultúraközvetítésével kapcsolatos alacsony aktivitása és az online tér használatának bemutatott céljai mellett a kitöltők lakhelye is szerepet játszhat: a 85%-uk a régióban jelölte meg lakhelyét, így más tájékozási csatornáik is rendelkezésre állhatnak.

Opcionális válaszlehetőségként konkrét jó gyakorlatot mindössze 9,2% nevezett meg, a régió várai közül Pécsvárad, Siklós, Szigetvár nevét említve és a kisfilmeket, virtuális túrákat, online előadásokat, versenyeket nevesítve. A legtöbb említés egyébként Eger várára vonatkozott. A várak COVID19 alatti virtuális tartalmainak fogyasztása mellett a kitöltők nyilatkoztak arról is, milyen online eszközök használatát tartanak fontosnak az újranyitás utáni helyszíni látogatás során (7. ábra). Itt is kirajzolódik a valós térben megélt élmény preferenciája és az online lehetőségeknek nem a látogatás-helyettesítő, inkább ráhangoló és a látogatói élményt kiteljesítő funkciója. A virtuális séták és a kisfilmek kivételével a digitális tartalmak helyszíni használatának igénye megelőzi vagy erősen megközelelti a bezártság alatti preferenciát.

7. ábra: A vármúzeumok online szolgáltatásai iránti érdeklődés a pandémia alatt és az újrainyitás utáni látogatáskor



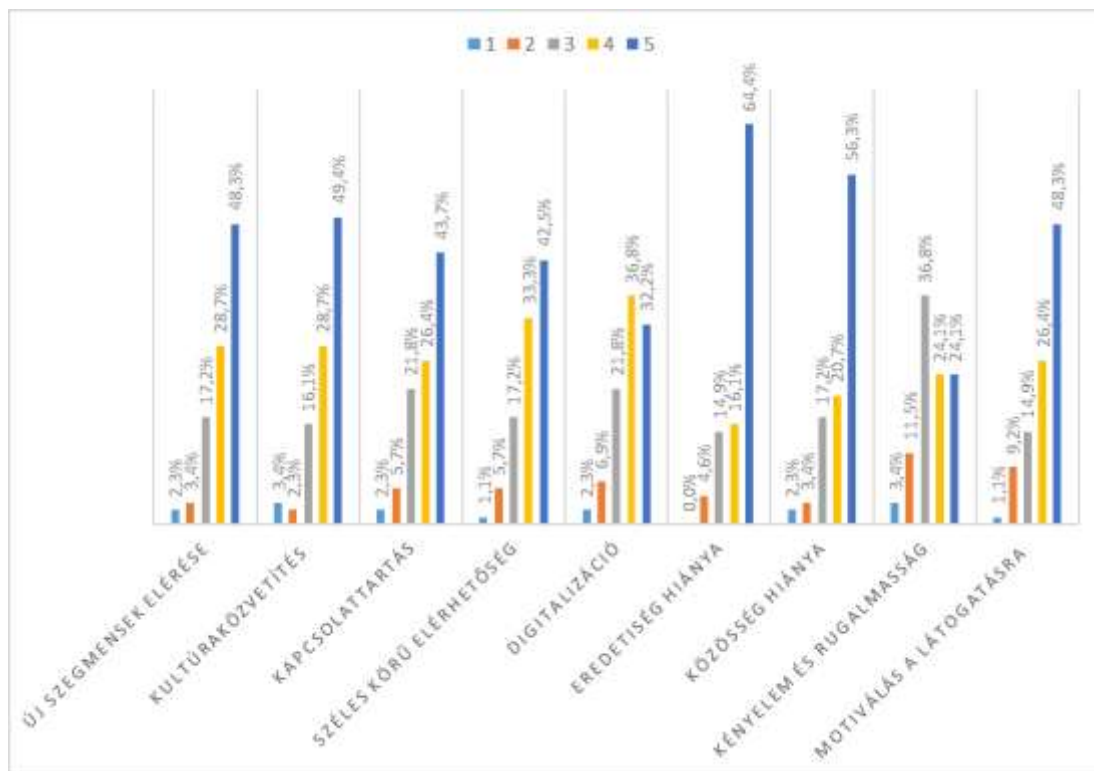
Forrás: primer kutatás, kérdőív

A kérdőívben vizsgáltuk a múzeumok online kultúráközvetítésével kapcsolatos általános attitűdöt is a pandémia alatt. A válaszadók kétharmada (67,8%) nem vett részt online kiállításon vagy egyéb múzeumi programon. Kevesebb, mint egynegyedük (23,9%) nyilatkozott arról, hogy fizetett már vagy fizetne online kulturális programért. A múzeumok online kultúráközvetítésének a megítélésében az eredetiség és a közösségi élmény hiánya mutatkozott meg legerősebben. Fontosnak ítélték a kultúráközvetítés folyamatosságának a lehetőségét, a későbbi látogatásra való motiválást és az új szegmensek elérését, de az online világ nyújtotta kényelem nem volt releváns a kitöltők számára. A bemutatott Berényi-kutatás eredményeitől való eltérést a vizsgált múzeumok (vármúzeumok) sajátos jellemzőivel magyarázhatjuk: az örökségi épületekben kialakított tárlatok elsősorban a környezetükkel, a milióval hatnak; nem a bemutatott tárgyak, ismeretek képezik az elsődleges vonzerőt. A vármúzeumokkal szemben kettős igény mutatkozik: a klasszikus, bemutató és ismeretet közlő funkció mellett hangsúlyos a szabadidős programok szórakoztató, a tartalmas családi-társas együttlétet megalapozó jellege. A vendégek az élményt nyújtó



látogatás lehetőségét keresik és arra kíváncsiak, hogy ők maguk mit élhetnek meg a történelmi falak között. Ennek online közvetítése nehézkes, és ahogy az eredmények mutatják, nem is elvárás a keresleti oldalon. (8. ábra. Az 5-fokú Likert-skálán a magasabb érték az adott szempont fontosságának erősségét mutatja).

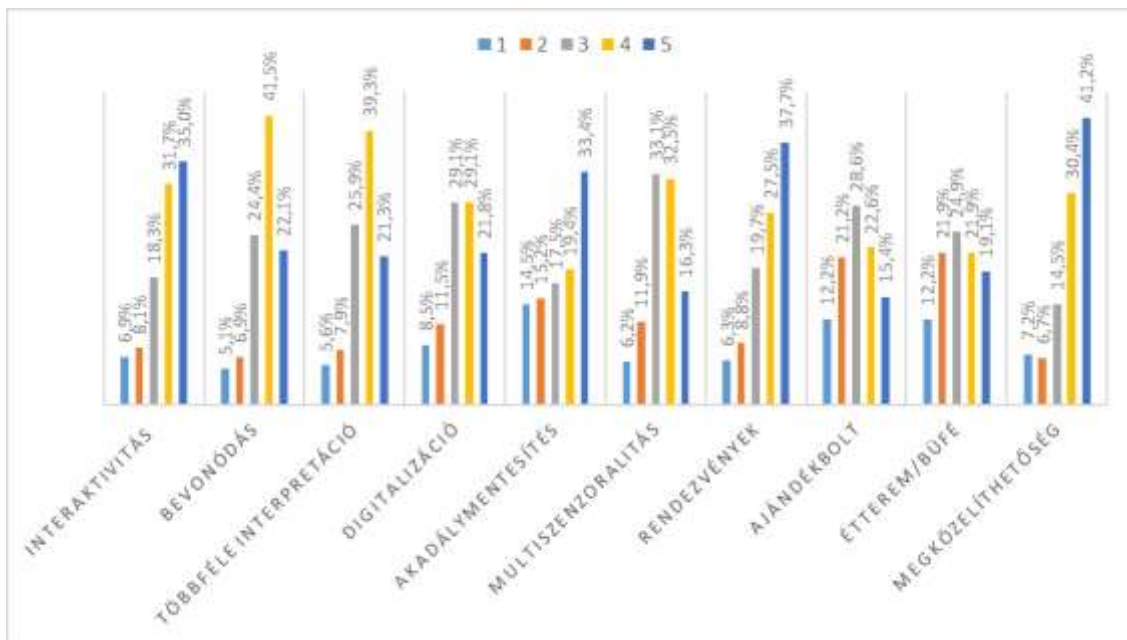
8. ábra: A múzeumi online kultúráközvetítés megítélése



Forrás: primer kutatás, kérdőív

Az utolsó, 9. ábrán a látogatók elvárásait összegezzük, amikor egy vármúzeumot felkeresnek. A diagram kiválóan összefoglalja a korábbi megállapításokat: valós, átélhető élményeket keresnek, ehhez igénylik a többfelé, az elmélyülésre lehetőséget adó interpretációs eszköz kínálatát, amelyek között nem lehet egyértelmű preferenciát megállapítani. Kétségtelen azonban, hogy a digitalizáció nem tartozik a favorizált eszközök közé. Szívesen vesznek részt rendezvényeken, de nem csak a várfesztiválokért, egyszeri programokért kelnek útra. Szívesen fogadják a kényelmi szolgáltatásokat, ami érthető, ha figyelembe vesszük, hogy a várlátogatást elsősorban családi-pihentető szabadidős programként fogják fel.

9.ábra: A látogatók elvárásai a múzeumok, mint kulturális attrakciók kapcsán



Forrás: primer kutatás, kérdőív

## Konklúzió

A kutatás során megfogalmazott hipotéziseinket az eredmények validálták.

H1: A vármúzeum látogatói élményét az online lehetőségek kevésbé képesek helyettesíteni; az online tartalmak elsősorban a kapcsolattartást és a figyelemfelkeltést, a valós látogatásra való ráhangolódást szolgálják. Ennek oka a vármúzeumok speciális helyzetében keresendő: mint örökségi helyszínek a környezetük, épületeik, elhelyezkedésük stb. által is hatnak és a bevonódás, az átélhető múlt ígéretét kínálják. Mint a kulturális turizmus helyszínein, a várakban a megelevenített kultúra a tárgyi és szellemi kultúra bemutatása és megőrzése mellett egyenrangú feladat. A megelevenített kultúra akkor hat elsősorban, ha a látogató/befogadó maga is részesévé válik. Mindezen szempontok a virtuális térben nem, vagy csak részben közvetíthetők. A digitális tartalmak fejlesztésének előnyeit és szükségességét igazolja viszont, hogy éppen figyelemfelkeltő hatásuk miatt új látogatók elérését is segíti. Bizonyos speciális keresleti szegmensekben pedig képesek helyettesíteni a valós látogatást: a nemutazók, a halasztók, a számos okból kimaradók arányának növekedése a COVID19 következtében felerősödő tendencia (Raffay, 2020). Megállapítottuk, hogy a várlátogatók nem kifejezetten igénylik a digitális tartalmakat, de más interpretációs eszközökkel együtt, elsősorban a tényleges látogatás közben nem vetik el a használatát.

H2: A várak vonzereje számos tényező hatására felértékelődik a pandémia miatt. Az ez irányba mutató trendek a biztonságos, ismerős, költséghatékony, egyéni közlekedéssel elérhető belföldi úticélok felértékelődése; az alternatív, vidéki, „rejtett”, ezért kevesebb látogatót vonzó attrakciók iránti érdeklődés növekedése; a természeti élményekkel párosítható kulturális vonzerők preferenciája. A motivációk nem változtak jelentősen az eddigi

látogatói körben, de a turisztikai trendek alapján várható új látogatói szegmensek megjelenése is. Az első hullám után a tapasztalati adatok is megerősítik ezt; 2021 nyarán az újraindulás óvatosabban, de a fentieknek nem ellentmondva folyik. Az újraindulást megkönnyítette, hogy a várak önkormányzati (vagy önkormányzati háttérű) fenntartása segítette a rugalmas alkalmazkodást a változó helyzethez a versenyszférában nem vállalható üzleti körülmények és feltételek (munkaerő megtartása, nem rentábilis feladatok felvállalása stb.) mellett; látogatói szempontból pedig egyfajta garanciát jelent a biztonsági-jogszabályi előírások betartására.

A kutatás célja a vármúzeumok vizsgálata volt a pandémia okozta kihívások közepette. A legfontosabb tanulság, hogy a vármúzeumok mint speciális kultúraközvetítő intézmények, mint helyi (adott esetben nemzeti) közösségi és emlékeztetők, és mint turisztikai termékek nem mutatják feltétlenül az általános múzeumi kutatásokban nyert eredményeket. Talán a leglátványosabb eltérés, hogy míg a virtuális jelenlét sok kultúraközvetítő intézmény számára szükséges és a pandémia alatt különböző mértékben megvalósított fejlesztésnek bizonyult, addig a várak, vármúzeumok ezek nélkül is képesek átvészelni a bezártsággal járó krízist, nem veszítik el látogatóik érdeklődését, akik a megváltozott világban is alapvetően változatlan motivációkkal és elvárásokkal érkeznek a várakba. Bizonytalanná váló élethelyzetekben (akár személyes, akár globális okok miatt) megfigyelhető az örökségturizmus erősödése; ezt egyéb turisztikai trendek is erősítik – így van esély arra, hogy a várak sikeresen vészelték át a krízist. Ehhez a menedzsment innovatív munkájára is szükség van. Az újszerű ötletek sikere mindenekelőtt a szemléletben keresendő: a látogatói élményre, vendégkompetenciára fókuszáló vezetésre, valamint együttműködési képességre és hajlandóságra a multidimenzionális vendégélmény és a teljeskörű szolgáltatáskínálat érdekében. Ehhez kapcsolódva hangsúlyozzuk, hogy a digitalizáció, az online jelenlét a vármúzeum számára sem kikerülhető. A 2. melléklet adatai érdektelenséget mutatnak, amit a kvantitatív kutatás a keresleti oldalról is visszajelzett. Mindez felveti a kérdést, hogy valóban csak az általános (látogatói) információk megosztására alkalmas a virtuális tér a várak esetében, vagy csak nem találták meg a megfelelő módszereket az online világ kiaknázására? A kutatás folytatásaként a különböző digitális interpretációs eszközök, a múzeumi online jógyakorlatok vármúzeumokra való alkalmazást vizsgálánk, különös tekintettel a digitális történetmesélés módszertanára.

## Irodalomjegyzék

- AECOM (2020). *Theme Museum Index 2019*. <https://aecom.com/wp-content/uploads/documents/reports/AECOM-Theme-Index-2019.pdf> Letöltve: 2021. 05. 14.
- Berényi M. (2021). *Hogyan értékelik a magyar látogatók a múzeumok koronavírus alatt folytatott online tevékenységét?* [https://mokk.skanzen.hu/admin/data/file/20210527/berenyi\\_marianna\\_hogyan\\_ertekelik\\_a\\_latogatok\\_a.pdf](https://mokk.skanzen.hu/admin/data/file/20210527/berenyi_marianna_hogyan_ertekelik_a_latogatok_a.pdf) Letöltve: 2021. 06. 11.
- Bodnár D. (2019). Múzeumi látogatói élmény. *Turizmus Bulletin*, 2019(3), 38-51. [https://turizmus.com/html/data/cikk/116/6018/cikk\\_1166018/TB\\_2019\\_03.pdf](https://turizmus.com/html/data/cikk/116/6018/cikk_1166018/TB_2019_03.pdf) Letöltve: 2021. 05. 14.
- Csapó J., & Törőcsik M. (2020). *A turizmus jövője, a nemzetközi és hazai turizmus legújabb trendjeinek elemzése elméleti és gyakorlati megközelítésben*. Pécsi Tudományegyetem, Közgazdaságtudományi Kar. <https://pea.lib.pte.hu/bitstream/handle/pea/23854/csapo-torocsik-a-turizmus-jovoje-a-nemzetkozi-es>

- hazai-turizmus-legujabb-trendjeinek-elemzese-elméleti-es-gyakorlati-megközelitesben-PTE-KTK-2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y Letöltve: 2021. 03.07.
- Falk, J. H., & Dierking, L. D. (2012). *The Museum Experience Revisited*. West Coast Press
- Gászné Bósz B. (2018). Élő várak a Dél-Dunántúlon - és az interneten? In Kupi M., Printz-Markó E, & Ivancsóné Horváth Zs. (szerk.): „Út” a XXI. században. IX. Nemzetközi Turizmus Konferencia. Tanulmányok (pp. 69-87). Széchenyi István Egyetem, Kautz Gyula Gazdaságtudományi Kar, Turizmus Tanszék <https://id-forg.sze.hu/ix-nemzetkozi-turizmus-konferencia-tanulmanykotet> Letöltve: 2021. 05. 07.
- Hopkins, O. (2020, May 13). *Rather than attempt to reconcile museums' contradictions, we should start again*. Deezen. <https://www.deezen.com/2020/05/13/museums-rethink-coronavirus-opinion/> Letöltve: 2021. 05. 14.
- Jászberényi M. (2014). A kulturális turizmus elméleti háttere. In Jászberényi M. (szerk.): *A kulturális turizmus sokszínűsége* (pp. 11-22). Nemzeti Közzolgálati és Tankönyv Kiadó
- ICOM (2021a). *2020 Annual Report*. <https://www.canva.com/design/DAEeKAYxvI0/view#10> Letöltve: 2021. 05. 14.
- ICOM (2021b). *Museum Definition*. <https://icom.museum/en/resources/standards-guidelines/museum-definition> Letöltve: 2021. 05. 14.
- kultstat.oszk.hu
- Német E., Gergely Sz. L., & Mikes B. (2021). *A turizmus helyzete – a járvány előtt és alatt*. Állami Számvevőszék. [https://www.asz.hu/storage/files/files/elemezsek/2021/turizmus\\_jarvany20210325.pdf?ctid=1259](https://www.asz.hu/storage/files/files/elemezsek/2021/turizmus_jarvany20210325.pdf?ctid=1259) Letöltve: 2021. 03. 11.
- NEMO (2020). *Survey on the impact of the COVID-19 situation on museums in Europe*. [https://www.ne-mo.org/fileadmin/Dateien/public/NEMO\\_documents/NEMO\\_Corona\\_Survey\\_Results\\_6\\_4\\_20.pdf](https://www.ne-mo.org/fileadmin/Dateien/public/NEMO_documents/NEMO_Corona_Survey_Results_6_4_20.pdf) Letöltve: 2021. 05. 14.
- NEMO (2021). *Follow-up survey on the impact of the COVID-19 pandemic on museums in Europe. Final Report*. [https://www.ne-mo.org/fileadmin/Dateien/public/NEMO\\_documents/NEMO\\_COVID19\\_FollowUpReport\\_11.1.2021.pdf](https://www.ne-mo.org/fileadmin/Dateien/public/NEMO_documents/NEMO_COVID19_FollowUpReport_11.1.2021.pdf) Letöltve: 2021. 05. 14.
- Oroszi V. Gy., & Gonda T. (2016). Az innováció értelmezése és gyakorlata a turizmusban. *Területfejlesztés és innováció*, 10(1), 3-19. Pécsi Tudományegyetem, Természettudományi Kar. [https://epa.oszk.hu/01900/01951/00024/pdf/EPA01951\\_teruletfejlesztes\\_es\\_innovacio\\_2016\\_1\\_003-019.pdf](https://epa.oszk.hu/01900/01951/00024/pdf/EPA01951_teruletfejlesztes_es_innovacio_2016_1_003-019.pdf) Letöltve: 2021. 03. 11.
- Pacsika M. (2021). *Online múzeumi tartalmak a digitális oktatás támogatására 2021*. MOKK jelentés. [https://mokk.skanzen.hu/admin/data/file/20210303/kutatasi\\_jelentes\\_online-muzeumi-tartalmak-a-dig.pdf](https://mokk.skanzen.hu/admin/data/file/20210303/kutatasi_jelentes_online-muzeumi-tartalmak-a-dig.pdf) Letöltve: 2021. 05. 14.
- Pavluska V. (2016). Milyen kultúrafogyasztók a magyarok? A hazai kultúrafogyasztás átfogó mintázatai. In Fehér A., Kiss V. Á., Soós M., & Szakály Z. (szerk.) *EMOK XXII. Országos Konferencia. Hitelesség és értékorientáció a marketingben* (pp. 435-445). Debreceni Egyetem, Gazdaságtudományi Kar. <https://emok.hu/tanulmany-kereso/d490:milyen-kulturafogyasztok-a-magyarok> Letöltve: 2021. 02. 07.
- Pénzes K. (2021. április 5). *Otthonról a Louvre-ba. Online elérhető a gyűjtemény 75%-a*. <https://magyarmuzeumok.hu/cikk/otthonrol-a-louvre-ba-online-elerhető-a-gyujtemeny-75-a> Letöltve: 2021. 06. 09.
- Péterfi J., & Gászné Bósz B. (2020). Vendégkör felmérés a várak és kastélyok szerepéről a Dél-Dunántúli turisztikai régióban. In Wirth G., Kölbl Á.(szerk.) *Huncastle II.* (pp. 113-122). Edutus Egyetem.
- Puczkó L., & Rátz T. (2017). *Az attrakciótól az élményig. A látogatómenedzsment módszerei*. Akadémiai Kiadó.
- Pulszky Társaság (2021). *A múzeumok koronavírus-járvány utáni újranyitása. Szakmai ajánlás*. <https://pulszky.hu/news/a-muzeumok-koronavirus-jarvany-utani-ujranyitasa/> Letöltve: 2021. 05. 14.
- Raffay Z. (2020). A COVID19 járvány hatása a turisták fogyasztói magatartásának változására. In: Ercsey I. (szerk.) *Marketing a digitalizáció korában: Az Egyesület a Marketing Oktatásért és Kutatásért XXVI. Országos konferenciájának előadásai.* (pp. 347-356.) Széchenyi István Egyetem
- Richardson, J. (2020). *How Museum Marketing is Adopting to COVID19*. MuseumNext. <https://www.museumnext.com/article/survey-how-museum-marketing-is-adapting-to-COVID19/> Letöltve: 2021. 05. 14.
- Simsa T. (2016). *Nemzeti Kastély és Várprogram*. Infojegyzet 2016/26.

[https://www.parlament.hu/documents/10181/595001/Infojegyzet\\_2016\\_26\\_kastelyprogram.pdf/70a2bf8e-512a-4c1a-ab14-b0e1f7e2fa75](https://www.parlament.hu/documents/10181/595001/Infojegyzet_2016_26_kastelyprogram.pdf/70a2bf8e-512a-4c1a-ab14-b0e1f7e2fa75) Letöltve: 2021. 03. 07.

Századvég Politikai Iskola Alapítvány (2018). *Kultúrafogyasztás Magyarországon 2017*. <https://szazadvég.hu/tarsadalomtudomanyi-kutatocsoport/szazadvég-kutatas-kulturfogyasztas-magyarorszagon-2017.pdf> Letöltve: 2021. 03. 07.

[net.jogtar.hu/veszelyhelyzet](http://net.jogtar.hu/veszelyhelyzet)

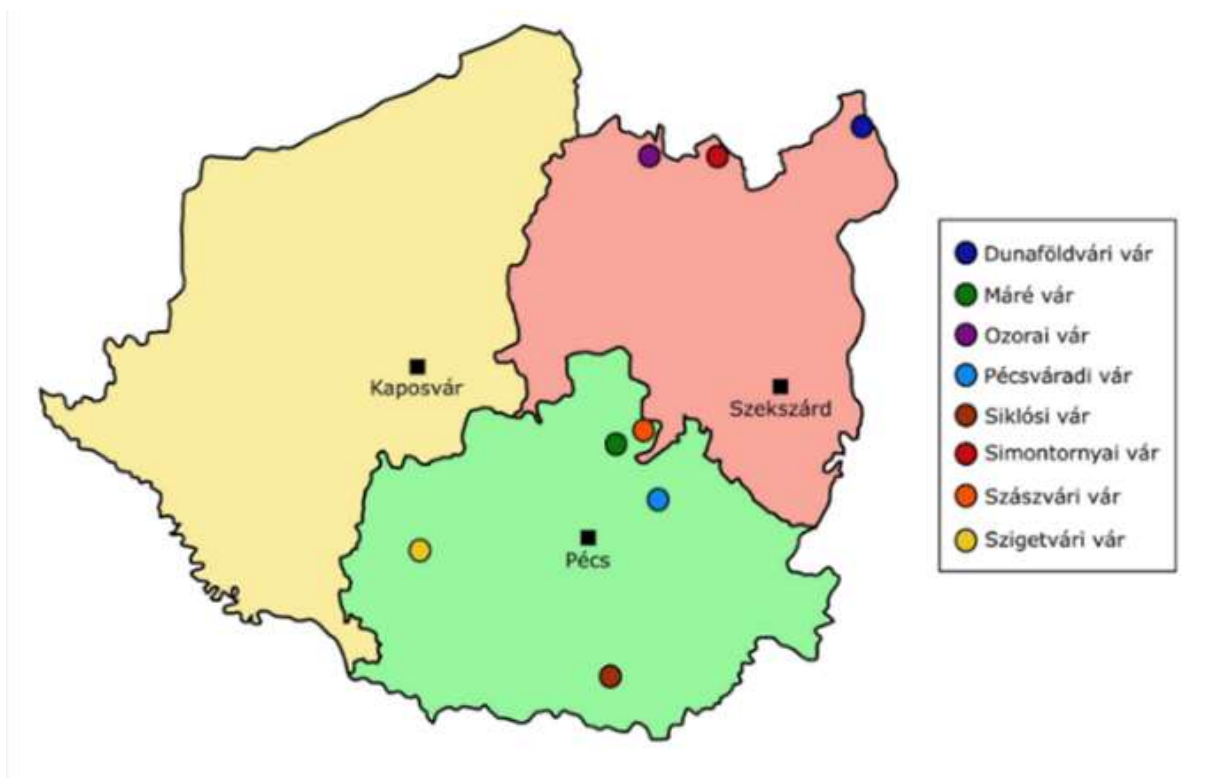
UNWTO (2021a). *International Tourism Highlights 2020 Edition*. [https://doi: 10.18111/9789284422456](https://doi:10.18111/9789284422456)

UNWTO (2021b). *World Tourism Barometer 19(1)*. <https://www.e-unwto.org/toc/wtobarometereng/19/1> Letöltve: 2021. 02. 07.

## Mellékletek

### 1. sz. melléklet: A dél-dunántúli várak térképe

Forrás: saját szerkesztés





## 2. sz. melléklet: A dél-dunántúli várak néhány kiemelt kínálati és keresleti jellemzője

Forrás: a kultstat.oszk.hu, dunafoldvar-muvhaz.hu, marevar.hu, pecsvaradivar.hu, pipovarkastely.hu, siklosivar.hu, simontornyaivar.hu, szaszvar.hu, szigetvar.hu és interjük alapján saját szerkesztés

|   | Dunaföldvári vár                                    | Maré vár                             | Ozorai Pipo-várkastély              | Pécsváradi Vár                                       |
|---|---|--------------------------------------|-------------------------------------|--|
| múzeum  | <input checked="" type="checkbox"/>                 | <input checked="" type="checkbox"/>  | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/>                  |
| rendezvényhelyszín  | <input checked="" type="checkbox"/>                 | <input checked="" type="checkbox"/>  | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/>                  |
| szálláshely   | <input checked="" type="checkbox"/>                 | <input checked="" type="checkbox"/>  | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/>                  |
| vendéglátóhely  | <input checked="" type="checkbox"/>                 | <input checked="" type="checkbox"/>  | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/>                  |
| fenntartó   | önkormányzat;<br>művelődési központba<br>integrálva | önkormányzat                         | NÖF                                 | önkormányzati<br>tulajdonú Kft                       |
| forprofit szolgáltatások                                    | külső vállalkozó                                    | civil egyesület                      | NÖF                                 | önkormányzati<br>tulajdonú Kft                       |
| múzeumi látogatószám<br>2019                                | 6477  | 26700                                | 13322                               | 21699  |
| ebből diák  | 2900  | n.a.                                 | 1490                                | 2793   |
| ebből külföldi  | 420   | n.a.                                 | 135                                 | 199  |
| ebből időszak kiállítást<br>látogató                        | 3321  | n.a.                                 | n.a.                                | 18523  |
| múzeumi látogatószám  | 6378  | 26120                                | 12463                               | 13778  |
| múzeumi rendezvények  | 25  | 15                                   | 965                                 | 273  |
| résztevők 2019  | 2591  | n.a.                                 | 14568                               | 8747   |
| a várhoz kapcsolódó<br>történelmi rendezvény /<br>fesztivál | nincs (egyéb fesztivál<br>van)                      | van, évente<br>több<br>alkalommal    | <input checked="" type="checkbox"/> | van, évente több<br>alkalommal                       |
| önálló honlap   | <input checked="" type="checkbox"/>                 | <input checked="" type="checkbox"/>  | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/>                  |
| honlap látogatóinak<br>becsült száma                        | 0-100   | 501-1000                             | 501-1000                            | 501-1000   |
| közösségi oldal Facebook<br>(kedvelő/követő)                | 1204/1259   | 7021/7054                            | 3485/3553                           | 3505/3608  |
| közösségi oldal Instagram                                   | 464   | <input checked="" type="checkbox"/>  | <input checked="" type="checkbox"/> | 595  |
| online kiállítás  | <input checked="" type="checkbox"/>                 | <input checked="" type="checkbox"/>  | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/>                  |
| online múzeumpedagógia                                      | <input checked="" type="checkbox"/>                 | <input checked="" type="checkbox"/>  | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/>                  |
| online tárlatvezetés  | <input checked="" type="checkbox"/>                 | <input checked="" type="checkbox"/>  | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/>                  |
| egyéb online program  | <input checked="" type="checkbox"/>                 | <input checked="" type="checkbox"/>  | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/>                  |
| virtuális túra  | <input checked="" type="checkbox"/>                 | <input checked="" type="checkbox"/>  | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/>                  |
| várat/kiállítás bemutató<br>videó/kisfilm                   | <input checked="" type="checkbox"/>                 | történelmi<br>rekonstrukciós<br>film | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/>                  |
| egyéb videó/kisfilm (pl.<br>rendezvény, storytelling)       | <input checked="" type="checkbox"/>                 | van (rendez-<br>vények)              | <input checked="" type="checkbox"/> | van (rendezvények,<br>egyéb települési<br>látóvalók) |
| applikáció  | <input checked="" type="checkbox"/>                 | <input checked="" type="checkbox"/>  | fejlesztés alatt                    | <input checked="" type="checkbox"/>                  |
| virtuális<br>kalandjáték/kvízjáték                          | <input checked="" type="checkbox"/>                 | <input checked="" type="checkbox"/>  | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/>                  |
| letölthető kiadvány   | <input checked="" type="checkbox"/>                 | <input checked="" type="checkbox"/>  | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/>                  |
| online oktatási segédanyag                                  | <input checked="" type="checkbox"/>                 | <input checked="" type="checkbox"/>  | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/>                  |
| blog/vlog   | <input checked="" type="checkbox"/>                 | <input checked="" type="checkbox"/>  | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/>                  |
| hírlevél  | <input checked="" type="checkbox"/>                 | <input checked="" type="checkbox"/>  | NÖF központi hírlevél               | <input checked="" type="checkbox"/>                  |

|  | <b>Siklósi vár</b><br>(Siklósi Várszínház<br>Közhasznú Nonprofit Kft.) | <b>Simontornyai Vár</b>             | <b>Szászvári Várkastély</b>         | <b>Szigetvári vár</b><br>(Zrínyi Miklós Közérdekű Múzeális Gyűjtemény) |
|--|--|-------------------------------------|-------------------------------------|--|
| <b>múzeum</b>  | <input checked="" type="checkbox"/>                                    | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/>                                    |
| <b>rendezvényhelyszín</b>                                    | <input checked="" type="checkbox"/>                                    | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/>                                    |
| <b>szálláshely</b>   | <input checked="" type="checkbox"/>                                    | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/>                                    |
| <b>vendéglátóhely</b>  | <input checked="" type="checkbox"/>                                    | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/>                                    |
| <b>fenntartó</b>   | önkormányzat   | önkormányzat                        | önkormányzat                        | önkormányzati tulajdonú Kft  |
| <b>forprofit szolgáltatások</b>                              | külső vállalkozó   | önkormányzat                        | önkormányzat                        | önkormányzati tulajdonú Kft  |
| <b>múzeumi látogatószám 2019</b>                             | 100427   | 13772                               | 15602                               | 32902  |
| <b>ebből diák</b>  | 16770  | 4330                                | n.a.                                | 10016  |
| <b>ebből külföldi</b>  | 8500   | 400                                 | n.a.                                | 1691   |
| <b>ebből időszak kiállítás látogató</b>                      | 100427   | 8994                                | n.a.                                | 12207  |
| <b>múzeumi látogatószám</b>                                  | 98676  | 9526                                | 14021                               | 24000  |
| <b>múzeumi rendezvények</b>                                  | 318  | 158                                 | 54                                  | 804  |
| <b>részvevők 2019</b>  | 19338  | 6896                                | n.a.                                | 22910  |
| <b>a várhoz kapcsolódó történelmi rendezvény / fesztivál</b> | van, évente több alkalommal  | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | van, évente több alkalommal  |
| <b>önálló honlap</b>   | <input checked="" type="checkbox"/>                                    | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/>                                    |
| <b>honlap látogatóinak becsült száma</b>                     | 0-100  | 0-100                               | 501-1000                            | 501-1000   |
| <b>közösségi oldal Facebook (kedvelő/követő)</b>             | 12150/12448  | 2000/n.a.                           | 807/844                             | 4802/4840  |
| <b>közösségi oldal Instagram</b>                             | 1449   | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | 543  |
| <b>online kiállítás</b>                                      | <input checked="" type="checkbox"/>                                    | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/>                                    |
| <b>online múzeumpedagógia</b>                                | <input checked="" type="checkbox"/>                                    | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/>                                    |
| <b>online tárlatvezetés</b>                                  | <input checked="" type="checkbox"/>                                    | applikációval                       | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/>                                    |
| <b>egyéb online program</b>                                  | <input checked="" type="checkbox"/>                                    | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/>                                    |
| <b>virtuális túra</b>  | <input checked="" type="checkbox"/>                                    | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/>                                    |
| <b>várat/kiállítás bemutató videó/kisfilm</b>                | <input checked="" type="checkbox"/>                                    | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/>                                    |
| <b>egyéb videó/kisfilm (pl. renezdvény, storytelling)</b>    | van (hivatalos videoklip; rendezvények)                                | van (animációs vártörténeti film)   | <input checked="" type="checkbox"/> | van (rendezvények; hagyományőrtző bemutatók)                           |
| <b>applikáció</b>  | <input checked="" type="checkbox"/>                                    | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | fejlesztés alatt   |
| <b>virtuális kalandjáték/kvízjáték</b>                       | <input checked="" type="checkbox"/>                                    | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/>                                    |
| <b>letölthető kiadvány</b>                                   | <input checked="" type="checkbox"/>                                    | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/>                                    |
| <b>online oktatási segédanyag</b>                            | <input checked="" type="checkbox"/>                                    | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/>                                    |
| <b>blog/vlog</b>   | <input checked="" type="checkbox"/>                                    | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/>                                    |
| <b>hírlevél</b>  | <input checked="" type="checkbox"/>                                    | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/>                                    |

### 3. sz. melléklet: Látogatói kérdőív

#### Vármúzeumok a COVID-19 alatt

*Tisztelt Kitöltő!*

*Ez a kutatás a 2019. december-2020. március között zajló dél-dunántúli vármúzeumi látogatókutatás folytatása. Célja a pandémia hatásának vizsgálata a kultúrafogyasztásra és az utazásra a várak példáján keresztül. A kérdőív kitöltése teljes mértékben önkéntes és anonim. A kitöltés várhatóan 10 percet vesz igénybe.*

*Köszönjük, hogy részvételével segíti a kutatást!*

*Gászné Bósz Bernadett (Pécsváradi vár, PTE FDI), Schultz Éva (BGE KVIK, PTE FDI)*

1. A pandémia alatt ideiglenesen bezártak a vármúzeumok. A tavaly nyári újranyitáskor szívesebben látogatott el a biztonságos belföldi úticélok közé tartozó várakba, mint korábban?

Igen

Nem

2. Ha újra megnyithatnak a turisztikai látványosságok, hová látogatna el elsőként?

kalandpark, élménypark

élményfürdő

nemzeti park látogatóközpontja

vár, kastély

emlékház

állatkert, vadaspark

múzeum, kiállítás

mozi

történelmi városok

más válasz:

3. Ha újra megnyithatnak a turisztikai látványosságok, a megjelölt első helyszínen kívül hová látogatna még el feltétlenül? (Legfeljebb kettőt jelöljön meg.)

kalandpark, élménypark

élményfürdő

nemzeti park látogatóközpontja

vár, kastély

emlékház

állatkert, vadaspark

múzeum, kiállítás

mozi

történelmi városok

más válasz:

4. Hajlandó lenne utazni is az előző két kérdés válaszadása során megjelölt látnivalók miatt?
- Igen, mindegyik megjelölt attrakció miatt  
 Igen, az első helyen megjelölt miatt  
 Nem  
 Talán
5. Ha újra engedélyezik, milyen kulturális eseményen venne részt elsőként?
- koncert  
 színházi előadás  
 múzeumi tárlatvezetés  
 várjáték  
 népművészeti műsor  
 gasztrofesztivál  
 könnyűzenei koncert  
 családi nap  
 tematikus séta / városnézés  
 történelmi fesztivál  
 művészeti fesztivál  
 más válasz:
6. Hajlandó lenne utazni is az előző kérdés válaszadása során megjelölt program miatt?
- Igen    Nem    Talán
7. Változott-e a kulturális motivációjú döntéshozatala a pandémia hatására? \*
- Igen, spontánabb lett, a váratlan helyzetek miatt kevésbé tervezek előre  
 Igen, tudatosabb lett, a valós térben megélt kulturális élmény hiánya miatt  
 Nem  
 Még nem tudom megítélni
8. Változott-e a biztonsággal kapcsolatos igénye egy kulturális program/rendezvény esetében a pandémia hatására?
- Igen    Nem    Talán
9. Amennyiben az előző kérdésre igennel válaszolt, melyik lehetőségeket tartja fontosnak az alábbiak közül? (Több választ is megjelölhet.)
- Érintésmentes fizetés  
 Időzárás belépésre jogosító előzetes online jegyvásárlás a tömeg csökkentése érdekében  
 Kevesebb látogató beengedése és folyamatos látogatóáramoltatás a tömeg elkerülése végett  
 Fertőtlenítő pontok felállítása  
 A belépés oltási igazoláshoz kötése  
 Más válasz:
10. Amennyiben idén nyáron újra kinyitnak a vármúzeumok, tervezi-e a meglátogatásukat? (Több választ is megjelölhet.)
- Igen, mert belföldön tervezem eltölteni a szabadságomat  
 Igen, mert visszajáró látogató vagyok egyes rendezvényeken

- Igen, mert hiányzik a valós térben megélt élmény
- Igen, mert a várak remek családi programokat kínálnak
- Igen, mert kerülni szeretném a nagy tömegeket vonzó üdülőcélpontokat
- Igen, mert a várak könnyen összekapcsolhatók a természetjárással
- Nem, más terveim vannak
- Nem tudom
- Más válasz:

11. Utazna-e egy vár meglátogatása miatt a pandémia után?

- Igen, akár egy várromért is
- Igen, ha legalább múzeuma van
- Csak ha rendezvényt is kínál
- Csak ha szállás- és/vagy étkezési lehetőséget is kínál
- Nem
- Még nem tudom

12. Megváltoztatta-e a várak meglátogatására irányuló motivációját a pandémia?

- Igen
- Részben
- Nem

13. Milyen céllal érkezne egy vármúzeumba, ha most nyitva lenne? (Több választ is megjelölhet)

- tanulni
- élményt szerezni
- felfedezni
- társas programként családdal, barátokkal
- kikapcsolódni
- a történelem iránti érdeklődés miatt
- más válasz:

14. Kivel látogatna el egy várba, ha most tehetné? (Több választ is megjelölhet.)

- egyedül
- párral
- családdal: gyerekekkel
- családdal: felnőttekkel
- barátokkal
- szervezett csoporttal

15. Amennyiben csoporttal érkezne, milyen jellegű csoporttal látogatna el egy várba?

- iskolai
- nyugdíjas
- vallás/történelmi hagyományőrző
- más válasz:

16. Látogatott/látogat-e vármúzeumi honlapot a pandémia alatti zárva tartás idején?

- Igen, ugyanúgy, mint a nyitva tartáskor
- Igen, gyakrabban, mint a nyitva tartáskor



- Igen, ritkábban, mint a nyitva tartáskor  
 Nem, ugyanúgy, mint a nyitva tartáskor
17. Amennyiben látogatott/látogat vármúzeumi honlapot, milyen célból tette/teszi ezt a zárva tartás idején? (Több választ is megjelölhet.)  
 Tájékozódni szeretnék  
 A virtuális kiállítás érdekel  
 Online programokon szeretnék részt venni  
 Más válasz:
18. Látogatta/látogatja-e a vármúzeumok közösségi oldalát a pandémia alatti zárva tartás idején?  
 Igen, ugyanúgy, mint a nyitva tartáskor  
 Igen, gyakrabban, mint a nyitva tartáskor  
 Igen, ritkábban, mint a nyitva tartáskor  
 Nem, ugyanúgy, mint a nyitva tartáskor
19. Ön szerint kihasználták/kihasználják az online tér nyújtotta lehetőségeket a vármúzeumok a COVID-19 alatt?  
 Igen, teljes mértékben  
 Igen, részben  
 Kevésbé  
 Egyáltalán nem  
 Vártól függ  
 Nem tudom megítélni
20. Amennyiben tud példát mondani az online lehetőségeket jól használó vármúzeumra, nevezze meg és indokolja választását röviden!  
 .....
21. A várakkal kapcsolatban milyen online-virtuális tartalom érdekli leginkább? (Több válasz is lehetséges.)  
 A várat bejáró virtuális séta  
 Animációs film, amely a várat különböző történeti korokban mutatja be  
 Kosztümös kisfilm, ami várbeli életet mutatja be bizonyos korszak(ok)ban  
 A vár kiemelkedő tárgyait, építészeti és egyéb emlékeit bemutató film  
 Hangulatos film, ami bemutatja, hogy ma mit csinálhat a látogató a várban  
 Applikáció, ami a virtuális séta több pontján új ismereteket közöl  
 Applikáció, ami a virtuális séta több pontján történeteket mesél  
 Kvízzjáték a várhoz kapcsolódó (történet, személyek, érdekességek) kérdésekkel  
 A várhoz kapcsolódó kalandjáték ellenségekkel, jutalmakkal  
 Nem tudom megítélni, egyiket sem ismerem  
 Semelyik  
 Más válasz:
22. Melyik tartalom az, amit a várban, a helyszínen is szívesen megnézne, használna? (Több választ is megjelölhet.)  
 A várat bejáró virtuális séta  
 Animációs film, amely a várat különböző történeti korokban mutatja be.

- Kosztümös kisfilm, ami várbeli életet mutatja be bizonyos korszak(ok)ban.  
 A vár kiemelkedő tárgyait, építészeti és egyéb emlékeit bemutató film  
 Hangulatos film, ami bemutatja, hogy ma mit csinálhat a látogató a várban  
 Applikáció, ami a virtuális séta több pontján új ismereteket közöl  
 Applikáció, ami a virtuális séta több pontján történeteket mesél  
 Kvízzjáték a várhoz kapcsolódó (történet, személyek, érdekességek) kérdésekkel  
 A várhoz kapcsolódó kalandjáték ellenségekkel, jutalmakkal  
 Nem tudom megítélni, egyiket sem ismerem  
 Semelyik  
 Más válasz:

23. Látogatott az elmúlt időszakban bármilyen online kiállítást vagy vett-e részt online múzeumi programon?  
 Igen Nem
24. Ön fizetne-e online kulturális programért?  
 Igen, már fizettem érte  
 Igen, fizetnék érte  
 Igen, pl. színházi előadásért vagy koncertért, de múzeumi programért nem  
 Talán  
 Nem  
 Más válasz:

### Online kiállítások és múzeumi programok

*Egyetért-e az alábbi állításokkal? Oszályozza az alábbiak szerint:*

*1= nem; 2= inkább nem; 3= részben egyetértek; 4=inkább egyetértek; 5 = egyetértek*

A múzeumok online megjelenése fontos, mert segítheti új látogatói csoportok elérését.

1 2 3 4 5

A múzeumok online megjelenése fontos, mert ezáltal kultúrához lehet jutni a pandémia alatt.

1 2 3 4 5

A múzeumok online megjelenése fontos, mert kapcsolatot lehet tartani általa a látogatókkal.

1 2 3 4 5

A múzeumok online megjelenése fontos, mert így mindenkihez eljuthat egy kiállítás.

1 2 3 4 5

A múzeumok online megjelenése fontos, mert nem lehet kimaradni a digitális világból.

1 2 3 4 5

A múzeumok online megjelenése nem helyettesíti az eredetiség élményét, amit a valós térben tett látogatás ad.

1 2 3 4 5

A múzeumok online megjelenése nem helyettesíti a közösség élményt, amit a valós térben tett látogatás ad.

1 2 3 4 5

A múzeumok online megjelenése kényelmessé és időben rugalmassá teszi a látogatást, ezért érdemes lesz megtartani az újrainytás után is.

1                      2                      3                      4                      5

A múzeumok online megjelenése fontos, mert kedvet csinálhat a valós terű látogatáshoz a későbbiekben.

1                      2                      3                      4                      5

Nem:                      Férfi                      Nő

Életkor:

Legmagasabb iskolai végzettség:

még tanuló

általános iskola

szakmunkás végzettség

érettségi

felsőfokú végzettség

Lakóhely (megye): \*

Településtípus: \*

falu

város

megyei jogú város

Budapest

#### 4. sz. melléklet: Kérdéssor a várkapitányokkal folytatott mélyinterjúkhoz

1. Hogyan értékeli a vár, mint intézmény pandémiás helyzetre adott reakcióit?
2. Kapott-e, és ha igen, milyen segítséget a helyzet anyagi és mentális kezelésére?
3. Szükség volt létszám-leépítésre?
4. Volt-e, és ha igen, milyen lehetőség a kieső múzeumi bevételek pótlására?
5. A látogatószám aránya és megoszlása a korábbi évekhez képest miként módosult?
6. Történt-e változás a 2020-as újrainytás után a vendégkör összetételében?
7. Tapasztalt-e változást a keresleti tendenciákban, motivációkban az újrainytást követően?
8. Milyen online eszközöket használt a pandémia előtt és alatt, milyen céllal?
9. Mi az, amit szívesen használna, de akadályba ütközik? Milyen típusú hiányosságok gátolják az online tartalmak fejlesztését?
10. Az online világ mennyiben alkalmas a zárva tartó várak „megnyitására”? Értékelje kínálati és – a vendégek visszajelzése alapján – keresleti oldalról!
11. 2021-re és a következő évekre tervez-e módosítást a korábbi attrakció- és látogatómenedzsmenti stratégiákban?