

Ha Jónás prédikál a a sivatagban

Csorba Lászlóval beszélget F. Szabó Emese

Csorba László történész három évre vállalta a Budapesti Történeti Múzeum főigazgatói feladatainak ellátását. A Nemzeti Múzeum egykori főigazgatójaként már szerzett tapasztalatot intézményvezetésben, egy városi múzeum persze más, ráadásul több tagintézményt is felügyelni kell. Mit jelent a „budapestiség”, mik a divatok és trendek, és mikor lehet a múzeumokba vinni a történelemoktatást? – többek között erről kérdeztük.

– *Három évre vállalta el a Budapesti Történeti Múzeum (BTM) főigazgatói feladatainak ellátását. Miért csak három évre?*

– Azt mondják, az él jól, az hozza ki a legtöbbet a lehetőségeiből, aki tervezetten gazdálkodik az idejével és az energiáival. Sajnos én egész eddigi életemben a lényegtelen, apró dolgokkal is legalább annyit foglalkoztam, mint a fontosabb és nagyobb művek létrehozásával. Így azt gondoltam, legalább most, hetven fölött érdemes kicsit kalkulálnom, mire van még időm. Amikor eldőlt, hogy beleállok ebbe az új feladatba, számot kellett vetnem azzal a közismert lélektani ténynyel, hogy az emberek óhatatlanul összekötik az intézményt és annak vezetőjét: ha ez utóbbinak láthatóan van bőven energiája, lendülete, életkedve, perspektívája, akkor azt önkéntelenül rávetítik az általa vezetett intézményre is. Bár bízom benne, hogy van kellő erőm és aka-

ratom, mégis arra jutottam, hogy a feladatomban most mégsem az, hogy egy teljesen új programmal látványosan földübörögjek a barikádokra. Inkább a jövőbeli kívánatos változás előkészítése, az ezt akadályozó problémák szisztematikus megoldása, az ellentétek racionális és empatikus elsimítása, a majdani haladáshoz szükséges vágányok lerakása az a feladat, amelyre vállalkoznom érdemes – és amit amúgy is mindenképpen meg kell csinálnia valakinek ahhoz, hogy majd a fölfelé ívelés meginduljon. A jövőkép megvan, csak el kell kezdeni ezt a munkát, és ennek során megtalálni azokat a nálam nyilván fiatalabb munkatársakat, akik azután majd ezen az úton továbbviszik az intézményt. A barátokkal, leendő kollégákkal beszélgetve alakult azután úgy a perspektíva, hogy ehhez három év elegendőnek látszik.

– *Amikor lejár majd a mandátuma 2027-ben, akkor lesz 140 éves a Budapesti Történeti Múzeum. Ha visszatekintünk az egész 140 éves történetre, most hol van ez az intézmény?*

– A Fővárosi Közgyűlés 1887-ben hozott arról határozatot, hogy létrejön a fővárosi múzeum. Azóta van egy alapvető folyamatosság, amely abból fakad, hogy minden csoport életében elérkezik egy pillanat, amikor azzal erősíti meg tagjai számára az összetartozást, hogy elkezd gyűjteni a saját múltjára vonatkozó tárgyi emlékeket. A múlt állandó fölidézése a csoportélet egyik alap-

élménye, az identitás megélésének nagyon fontos része. Úgy határozzuk meg magunkat, hogy folyton fölidézzük a múltunkat, a csoport alapításának és életének – amúgy könnyen és hamar mitizálódó – történeteit. Ez a fölidézés lényegét tekintve rítus, és ebbe a rítusba illeszkedik bele a saját múlt tárgyainak gyűjtése – majd a modern korban ezeknek a tárgyaknak a tudományos feldolgozása, őrzése és bemutatása a csoport újabb és újabb nemzedékei számára. Az emberi kultúra egyik legerősebb csoportfajtája a város és a városi közösség. Nem véletlen, hogy Budapest lakói is rátaláltak a történelmi emlékgyűjtés csoportmegerősítő formájára, és megszületett a fővárosi múzeum gondolata. Ahogy a város maga változik, ahogyan a város lakói változnak, úgy mindig egy kicsit másképp képzelik el önmagukat és azt az örök feladatot, hogy a múltjukra emlékezzenek, a jelenükről és a jövőjükéről beszéljenek. E hármas perspektívában lehet mindig megnézni, hogy épp egy adott pillanatban mi a helyzet, mi az, ami leginkább foglalkoztatja a város lakóit, milyen az a fókuszpont, ahonnan a múltba visszanéznek. Itt tartunk tehát: ismét előttünk az az örökké visszatérő, aktuális feladat, hogy a történeteinket a tárgyak segítségével újrameséljük, mert természetesen sosem a múlt változik meg, hanem az, amit éppen róla gondolunk.

– *És mit gondolnak a budapestiek a saját városukról?*

– Sokféle Budapest van egymás mellett. Lehet, hogy napjainkban az egyik legfontosabb feladat annak fölismerése, hogy ezek hogyan

tudnak egymás mellett létezni, egymást észrevenni, egymással párbeszédet folytatni. A közösséget valamilyen szempontból egységesnek vesszük, miközben tudjuk, hogy millió részből áll. Minden ember egyszerre többes identításban él. A „budapestiség”-et is többféle módon, több szinten éljük meg. Megéljük a lakókörnyezetet, a munkakörnyezetet. Megéljük a politikai közösséget, a *démosz*-létet, amikor az önkormányzatunkról, a saját szabadságunkról döntünk. Megéljük a várost mint világnézeteink geográfiai terepét. Megéljük természeti tájként és épített örökségként, továbbá mint műalkotások és művészeti produkciók helyszínét, ahol a kulturális árukat úgy fogyasztjuk, mint életünk fontos szellemi táplálékait. És megéljük mindezt persze olyan klasszikus közösségi kategóriákban is, mint például a családi élet, az első és az utolsó szerelmek, az örömkök és a gyász színterei, és még a társaslet sok más formájában. A „budapestiség” annak az intellektuális és érzelmi élménye, amely ezt az összes identitásmozzanatot össze tudja kötni. Ez a közösség olyan, mint a folyó: állandóan változik, de attól még ugyanaz a folyó marad. A város is egy életfolyó, amelyben megpróbáljuk megélni a mindenkori jelenünket, és amelyben a múlttól és a jövőről is folyton gondolkodunk. Úgy vélem, valamiképp ezt a komplexitást kell manapság képviselnie egy korszerű városmúzeumnak.

– *Erre rimel a Vármúzeumban a Budapest Hatás című kiállítás a Budapest 150 apropóján.*

– Ennek őszintén örülök. Még nem láttam, de hamarosan megnézem.

– *Mindenkinek ajánlom, nagyon kedves és hangulatos.*

– *Apropó, 150! Szokták mondani, hogy miért mindig csak az évfordulón emlékezünk. De hát nem lehet egyfolytában emlékezni. Imádjuk Petőfi Sándort, de nem lehet Petőfivel fogat mosni, reggeltől estig a kezét fogni, folyton vele vacsorázni. Igenis el kell fogadni, hogy az életnek van egy belső ritmusa, amelyben a visszatérő évfordulók nagy szerepet játszanak, és ezt a tradíció megfelelően számontartja. Bizonyos szertartástípusok kifejezetten az évfordulókra épülnek. Ezt vállalni kell, és ezért volt magától értetődő gondolat, hogy Budapest egyesítésének 150. évfordulóját többek között egy komoly és szép kiállítással ünnepli meg a közösség.*

– *A BTM-hez több tagintézmény is tartozik, és amikor a jelenlegi főigazgató, Népessy Noémi hivatalba lépett, azt a célt tűzte ki, hogy ezek arculata valamelyest egységes legyen. Az, hogy ezt a központosítással is össze kívánja kapcsolni, más dolog. Továbbra is cél az egységes brand kialakítása?*

– *Elvileg aligha vitatható, az hasznos dolog, ha egy több elemből álló intézménynek közös, jól fölismérhető arculata van. Ha megnézzük a nagyvárosi múzeumok kialakulási folyamatát, akkor azt látjuk, hogy sok helyen a városi polgárok ajándékai, végrendeleti hagyományai gyarapították a portfóliót. Tehát nem egy átgondolt muzeológiai tervezés eredményeként jött létre az intézmény ingatlanállománya, hanem véletlenek folytán. Ilyen esetekben a közös brand kialakítása segítheti a tágabb közösségben tudatosítani azt a tényt, hogy ezek mindnyájan*

immár a közös múlt emlékeit őrző intézményhez tartoznak. Ehhez persze az is kell, hogy az eredendően véletlenszerű adottságokat ne problémáknak, hanem lehetőségeknek tekintsük, és így aknázzuk ki a kommunikáció során. Ebből a szempontból a BTM – úgy vélem – különösen jó helyzetben van. A tagintézmények mindegyike részben történeti, részben pedig művészeti intézmény, így tudományos és közösségi tevékenységeik során remekül kiegészíthetik egymást. Nem ördögtől való gondolat, hogy a város történetében reálisan létező kapcsolatainknak kellően látszódnunk kell, de nem kívülről rájuk erőltetve, hanem valamiképp a tevékenységükön és a produkcióikon keresztül. Aligha mondom újat, ha úgy vélem, hogy a központosítást nem egy adminisztratív vízfej növelésével kell elképzelni, hanem a tagintézmények kapcsolatainak jobb átgondolásával és a kiállításokban, a kommunikációban való megfelelő érzékeltetésével.

– *Egyébként át kell dolgozni az SZMSZ-t? A sajtó is hírt adott arról a vitáról, hogy az elmúlt években elkészült egy új szervezeti és működési szabályzat, de ezt nem sikerült a fenntartóval elfogadtatni.*

– *Fogalmam sincs, meg fogom nézni. A korábbi SZMSZ-eket is meg fogom nézni, hogy mik voltak a javaslatok, milyen viták zajlottak, és ha az ellentétek továbbra is fennállnak, akkor megpróbálom viszonylag gyorsan lefolytatni az egyeztetéseket, és utána a döntéseket meghozni. Az SZMSZ az intézményi működés egyik leghasznosabb munkaeszköze, a szakigazgatás modern struktúrájának nélkülözhetetlen eleme.*

Persze ha rosszul szabályozza a folyamatokat, ha túlteng a bürokrácia, akkor az gondot okozhat. Remélem, hamar észszerű kompromisszumokat tudunk kötni, és olyan SZMSZ-ünk lesz, amely nem gátolja, hanem segíti a hatékony munkavégzést.

– *Az emberi erőforrást illetően lesz-e változás?*

– Ezt sem tudom még. A személyi döntésekhez nyilván kell valamilyeni idő, míg kiderül, valaki a helyén van-e – ha pedig nincs ott, akkor majd lépek a megoldás érdekében.

– *Időnként felröppennek a hírek, hogy a Várnegyedben zajló átalakítások természetesen érintik a BTM-et is.*

– Semmilyen előzetes információm nincs ezzel kapcsolatban. Bízom benne, hogy időben megismerhetjük a terveket, hiszen a BTM jövőjét alapvetően befolyásolhatja, ha a jelenlegi ingatlanhelyzet megváltozna.

– *Nemzetközi szinten egy kiállítás ma már nemcsak műtárgyak felvontatása, hanem valamiféle attrakció is. Minden múzeum igyekszik komplexebb szolgáltatást, csomagot nyújtani, amellett, hogy impozáns tárgyak, illetve képek vannak kiállítva. Ebben a trendben Budapest, illetve Magyarország hol tart?*

– Ez valóban olyan alapvető folyamat, amely összefügg a globalizációval és azzal, hogy a múzeumok helyzete az utóbbi harminc-negyven évben drámaian megváltozott. Röviden arról van szó, hogy a modern államok a 20. század második felében már nem képesek, illetve nem hajlandók azt a kultúrafinanszírozó szerepet eljátszani, mint korábban.

A nemzeti múzeumokat – még a szakmúzeumokat is – a 19. században a vallásos kötődés mintáját követő nemzeti érzés virágzása idején hozták létre, így ezek a múzeumok a nemzeti kultúra templomaiként működtek. Elég csak az épületekre nézni: a görög-római templomok formatípusát használta föl a klasszicista és a romantikus építészet. És ahogy a szülő kézen fogja a gyermekét, elmegy vele a templomba, végignézi vele az oltárképeket, majd részt vesz a szertartásban, miáltal bevezeti őt a vallásos kultúrába, ugyanúgy megy el vele a szülő a múzeumba is, és a kiállításokat megtekintve ugyanígy bevezeti, beavatja őt a nemzeti kultúrába. A párhuzam nyilvánvaló. A közösség ezért nagyon komoly anyagi eszközöket fordított e „templomok” gondozására és arra, hogy azokban ez a bizonyos identitásépítő folyamat végbemenjen. Ám ez a funkció és ez a helyzet a 20. században alapvetően és drámaian megváltozott.

– *Miért? Mert már mindent összeraboltak az államok, amit be lehetett pakolni a múzeumokba?*

– Érdekes ötlet, de nem, mert a funkció működése valójában nem függ attól, hogy mennyi tárgyat őriz a múzeum. A modern egységesülés folyamata minden korábbinál jobban tudatosítja a demokráciák lakóiban, hogy mindenki többes identitásban él, így csökken annak a vágya, és fizikailag is nagyon nehezzé válik, hogy egy teljes államszervezet csupán egyetlen nemzeti identitás kizárólagos képviselője legyen. Mivel pedig már nem kizárólagos az az ideológia, amelynek rajongói annak „templomait” fönntartják, elkezdett

csökkenni a nekik nyújtott közvetlen állami támogatás. A múzeumoknak tehát ki kellett lépniük a tágabb kulturális piacra, ahol viszont kemény küzdelem folyik a figyelem (és a vásárlóerő) megszerzéséért. És aki nagyobb látványt, nagyobb attrakciót csinál, az nagyobb figyelmet arat és több bevételt szerez. Ez elkerülhetetlen folyamat, mindenütt a világon zajlik, végső soron nálunk is ez a helyzet. A kérdés az, hogy a múzeumok ezt mennyire ismerik föl, és mennyire képesek arra, hogy tevékenységükben harmonizálják az alaptevékenységet és a piaci részvételt. Elvileg – a jövő nemzedékekhez fűződő erkölcsi kötelezettség miatt – a hármas alapfeladatból nem szabad engedni: őrzés (gyűjtés, konzerválás), tudományos feldolgozás és művészi bemutatás. Akkor van komoly baj, ha ennek költségeit a fenntartó már nem tudja vagy nem akarja biztosítani, így a bázisfinanszírozás egy részét az intézménynek a látványpiacon kell megkeresnie. Nyilvánvaló, hogy egy múzeumi tárlat sosem fogja azt a bevételi szintet elérni, mint egy popkoncert vagy egy futballmeccs. A múzeumnak csak egy eszköze van: a saját műtárgyainak gyűjteménye. Ennek megfelelő tálalását ugyanakkor össze lehet kötni a kulturális cselekvéssel, amelynek azután lehetnek akár látványosabb elemei is. A múzeum akkor segíti a legjobban a közösség önerősítését, amikor a tárgyi múltját újraértelmezi. A hagyomány újraértelmezése ugyanis az általános kulturális párbeszéd része, ami nem tisztán csak a múzeumi tárgyról, hanem azok révén valójában az egész közösség jelenéről és jövőjéről folyik. Hogy ez mennyire fontos társadalmi tevékenység, jól

mutatja, hogy ahol ezt fölismerik, elképesztő felfutása látható a modern múzeumépítészetnek! A csúcstárgyak elragadtatott bámulása és a jelenről való kulturális párbeszéd miatt megéri ezeket a lenyűgöző sztárépületeket létrehozni, mert vonzzák a közönséget. Ez tehát a tágabb környezet, valamiképp minden múzeum ebbe az irányba mozdult el, és hogy a kérdésre közvetlenül feleljek: igen, az attrakció immár nélkülözhetetlen – de annak a múzeumok esetében a műtárgyakhoz kell kötődnie. Nem szabad behozni a múzeumba olyan látványelemeket, amelyek a tárgykinccseitől idegenek.

– *Tavasszal megnéztem Amszterdamban a Vermeer-kiállítást. Amire számítottak a szervezők, ahhoz képest is elképesztő figyelem kísérte. Mi volt ennek a titka? Nyilván Vermeer zseni, de sok zseni van még rajta kívül is. Mit tudott ez a fickó, mit tudnak a munkái 2023-ban, hogy túlzás nélkül az egész világ megőrült érte?*

– A múzeumlátogatók egy rétege a legmagasabb szintű értelmiségi, ám a nézők zöme sokkal inkább divatból megy el a tárlatra – de ez egyáltalán nem baj. A klasszikusoktól tudjuk: sosem lehet tudni, hogy ha Jónás prédikál a sivatagban, Ninivében kinek az agyában-szívében moccan meg valami ezzel kapcsolatban... Alapvetően tehát jó dolog, ha valaki divatból elmegy a kiállításra, mert órá is hatni fog valamennyire a művészet lenyűgöző karizmája és emberátalakító ereje. De egy ekkora világsikerhez a múzeumlátogató divat önmagában nem elég: ehhez természetesen nagyon komoly professzionális tömegkommunikációs munkára van szükség. Hiába a világ

zsenije valaki, ha a jó értelemben vett reklám nem győzi meg az embereket arról, hogy őt kell megnézni. Manapság világhírű művész Duccio di Buoninsegna, a sienai gótikus iskola egyik órása, sokan úgy vélik, a Giotto előtti trecento festészet legnagyobbja. Egyik fő műve, a *Madonna gyermekkel* New Yorkban látható, a The Metropolitan Museum of Arts (*The Met*) egyik büszkesége. Nos, a szakmai pletykák szerint a jeles intézmény nem volt elégedett a látogatói számokkal, mire egy szakmailag és kereskedelmileg alaposan átgondolt marketingstratégiával fölépítette Duccio amúgy jól megérdemelt nimbuszát, és bár ez komoly anyagi áldozatokkal járt, végül megérte, mert manapság ez a kép is a Met egyik nagy közönségcsalogató attrakciója. Nem elég tehát a művészi zsenialitás ahhoz, hogy valakiből világszám legyen, az is kell, hogy egy tudományosan és pszichológiailag jól megtervezett csúcskampány épüljön rá. Napjainkban át kell fogalmazni a régi mondást: bizony, a jó bornak is kell cégér. Olyan mértékű az információverseny, hogy a legjobbat is reklámozni kell – de a befektetés szinte mindig megtérül, ahogy ez Vermeer esetében is látható.

– *Ami szembetűnő volt külföldön, például Hágában, ahol a Lány gyöngy fülbevalóval lakik, egy szoba van berendezve annak az egyetlen képnek, mindenféle vicces parafrázis és karikatúra lóg a kép mellett...*

– Azok már egy igazi brand kellékei.

– *Igen. De hasonlót láttam Oslóban, az Edvard Munch Múzeumban, ahol a legfelső emeleten berendeztek egy tők sötét termet...*

– Ahol sikoltozni lehet...?

– *Sokkal jobb. Egy norvég metál zenekar készített egy albumot, amit Munch inspirált. Ebben a teremben ezt a zeneművet játsszák néhány repülő társaságában. Ami nekem nagyon tetszett, az a játékoság, vagy merészség, hogy hozzá mernek másképp nyúlni a legfontosabb értékeikhez. És én ezt Magyarországon nem nagyon látom.*

– Talán ennek az az oka, hogy mi még túl közel vagyunk ahhoz a korszakhoz, amikor vallásos áhítattal viszonyultunk a nemzeti múltunkhoz. Még kissé mereven ünnepélyesek az emlékezési formáink. Pedig tudjuk, a mintának tekinthető vallási-egyházi kultúrában is számos példa található az ironikus és önironikus, tréfás és vicces reflexióra. De vegyünk egy „hazafias” példát Itáliából. Emlékszem, amikor ösztöndíjasként a Garibaldi-könyvem írtam, láttam egy ásványvízreklámot. Van egy nagyon híres kép Garibaldiról, a magyaros kalapjában, színes ponchóval a vállán. A reklámban szerepelt ez a kép, mégpedig három változatban. Az elsőt teljesen le volt borotváltva a bajusza és a szakálla, és az a szöveg volt odaírva, hogy nagyon kevés ásványvíz. A másik képen térdig ért a szakálla, és a szöveg hozzá: nagyon sok ásványvíz. És végül jött maga az eredeti kép, hozzá a víz a maga jellegzetes palackjában: na, ez az igazi! Teljes mértékben egyetértek azzal, hogy az ilyen fajta ötletek, trükkök nélkülözhetetlenek ahhoz, hogy a múlt nagyjai ne oszlopszentekként, hanem személyes ismerőseinkként éljenek közöttünk. Vegyük például egy másik kedvencemet, Széchenyi Istvánt! Láttam vele

egy telefonreklámot, és ez jó irány: manapság ő igazi „kütyübolond” lenne, biztos minden műszaki újdonságot azonnal kipróbálna. Vannak tehát találó példák arra, hogyan lehet oldani a múlt nagy alakjainak túlságosan merev és ünnepélyes, kultikus szemléletét. De hadd említsek egy teljesen más jellegű, ám szintén nagyon hatékony lehetőséget. Kollégáimmal 2011-ben készítettünk egy kiállítást a Nemzeti Múzeumban a 19. század egyik legjelentősebb politikusa, Teleki László gróf halálának 150. évfordulójára. Teleki a reformellenzék kiemelkedő tagja volt, majd a szabadságharc diplomáciájának irányítója, később pedig a Kossuth-emigráció egyik vezetője, aki 1861-ben öngyilkos lett. Hosszú ideig élt a pletyka, hogy más az „igazság”: valójában a bécsi udvar ölette meg, tehát egy klasszikus összeesküvés-elmélet is fonódott a halála köré.

– *Mint Zrínyi Miklós és a felbérelt vadkan...*

– Vagy Mátyás király megmérgezése, és így tovább. Nos, mivel Teleki halálakor készültek a magyar bűnüldözés-történet első helyszínélő fényképfelvételei, így kollégáim nagyszerű ötlete nyomán felkértünk rendőrtiszteket, hogy a kiállítás kedvéért játsszák el a hivatalos helyszínelést egy berendezett enteriőrben. Örömmel belementek a mókába, ami ugyanakkor szakmailag teljesen korrekt és pontos eljárás volt – erről videófilm készült, és azután több alkalommal is nagy sikerrel szerepeltek vele tudományos és közönségkapcsolati rendezvényeken. Nos, Teleki alakját és a múzeumot sok száz emberhez hozta közelebb ez a rendhagyó vállalkozás, lebilincsel-

ve a ma emberét, aki úgy szórakozik, hogy közben nem is veszi észre, mennyi mindent tanul, és ért meg a múlt eseményeiből.

– *Mennyire tud versenyképes lenni Budapest, avagy Magyarország a nemzetközi szinten? Nyilván vannak olyan nevek, akikért megőrülnek az emberek: Bosch, Rembrandt, Renoir. De mennyire tudunk folyamatosan tényezőként fenn lenni a térképén?*

– Itt a funkciókat kell világosan látni. Egy fővárosi gyűjtemény sosem lesz olyan, mint egy képzőművészeti specializációjú múzeum, amely nem csupán egy adott közösségnek a művészeti hagyatékát őrzi, hanem a világtörténelem, az egész emberiség vizuális emlékezetének jó néhány csúcstarabját, amelyek reprodukciói mindenkinek gyermekkorától ott rezegnek a recehártáján. A magyar arisztokrácia egykoron a legdrágább európai piacról tudott beszerezni olyan műtárgyakat, amelyek ma is a világ élvonalába tartoznak. Ez az oka annak, hogy a Szépművészeti Múzeum révén Magyarország és Budapest világszínvonalon áll, és a kellő ügyességgel és tudományos alapon zajló menedzselés révén a teljes földgolyóval csereberélve, állandóan kölcsönöz és fogad fő műveket. Ám világosan kell látni, hogy egy fővárosi múzeum nem ez a kategória. Mi arra alapozhatunk, hogy a látogatóközönség valójában kettős természetű. Elsősorban a világszámok érdeklők – de nemcsak az. A főváros lakossága boldogan tolong, hogy egy újabb Cézanne-t láthasson, de azért időnként eszébe jut, hogy „itt van a város, vagyunk lakói, maradunk itt, neve is van, Budapest...”

Mert érdeklí saját maga, a környezete, amelyben a mindennapi életét éli. Nem egyetlen alkalommal megy az ember múzeumba egész életében, hanem szerencsés esetben oda „jár”, hogy a különböző identitásait a tárgyak segítségével megélje. A fővárosi múzeum erre a szükségletre válaszol, a szenzációi és a poénjai ehhez vannak méretezve – de azért azok valódi szenzációk és poékok, amelyek mindeközben a lokális „otthon” értékeit közvetítik. Sokfelé megfigyelhető a nagyvilágban, hogy a turista elájul a csodáktól, amelyekkel találkozik – és közben néha valami kis apróság is megfogja, mert a múltjára, a közvetlen környezetére emlékezteti. Kedvenc példám itt is Itália, mert a magyar történelem ezer szállal kötődik az Appennini-félszigethez. Amikor én ott dolgoztam, az egyik feladatomban tekintetem, hogy a magyar emlékekre föl hívjam a figyelmet. Ezek sok szempontból apró dolgok: egy sír, egy épület, egy emléktábla, netán szobor – amúgy a kutya alig venné észre. De azért, hogy behozzuk a köztudatba, meg tudja dobogtatni az arra járó magyar ember szívét. A Szent Péter-bazilikában Lorenzo Bernini és Francesco Borromini alkotásait naponta ezek bámulják meg – de néhány honfitársunk azután a padlót is végigbogarássza, ahol a világ nagy katolikus székesegyházainak a bejárattól mért távolsága csillogó sárgaréz betűkkel van beleillesztve a márványba. És valahol a szentély felé haladva, az út kétharmadánál egyszer csak fölbukkan az esztergomi bazilika neve is! A minta világos: a városi múzeum valami „otthonos”-at is képvisel a látványvilágban (az érdekes és a tudományos mellett), és a tárla-

tok állandó sikerei azt bizonyítják, hogy ez jó irány. Ráadásul említtem a belföldi és külföldi turistákat is, akik számára mindig nagyszerű indítás lehet a budapesti kószálás előtt a múzeum termeiben egy tömör várostörténeti bevezető.

– *Egy-egy kiállítás megszervezésénél a főigazgatónak van valamilyen ethosza, szellemisége? Mennyire kapnak szabad kezet a munkatársak, akár egy ötlet kidolgozására?*

– Ez vezetői stílus kérdése, ami összefügg a személyiséggel.

– *Önnél mennyire fognak szabad kezet kapni?*

– Egy ilyen kérdésre aligha lehet mást felelni, mint azt, hogy természetesen törekszem majd arra, hogy nyitott és toleráns legyek... De túl a viccen, szerencsére eddig nemigen hallottam vissza olyan panaszt, miszerint én vezetőként bárkit a legcsekélyebb mértékben is akadályoztam volna elképzelései kifejtésében és megvitatásában. Azt az utat követem, amelyet egyik kedvenc történelmi anekdotám szerint a pétervári francia nagykövet, Maurice Paléologue jegyzett fel a naplójában 1917 februárjában az angol és az orosz hatalmi-politikai doktrína különbségéről. II. Miklós cár egyeduralmi logikájával szemben ugyanis megemlítette, hogy hét évszázaddal korábban Robert Winchelsey canterbury érsek így írt VIII. Bonifác pápának: „Az angol királyságban az a szokás, hogy a közérdekű ügyekben mindig kikérik az érintett felek véleményét.” Ez elég jól bevált doktrínának látszik, így szívesen követem én is... Arra is régen rájöttem, hogy ha a kollégák

megérik a bizalmat, akkor „kinyílik az agyuk”, és elkezdenek szárnyalni. És kiderül, hogy egy látszólagos szobatudós elképesztő nyitottsággal tud a mai világra reflektálni, és bizony sokszor jobb látványötleteket talál ki, mint az úgynevezett „kreatívak”. És ekkor elkezdődik a párbeszéd a kiállításépítőkkal, akik valódi grafikusok, szobrászok és festőművészek, akik a hagyományos eszközök mellett az akusztikai berendezések, a számítógépek, a modern technika virtuózai is. És a pezsgő együttgondolkodásból végül megszületnek azok az ötletek, amelyek megoldják az aktuális problémákat. Mivel sokszor átéltem már ilyen alkotó pillanatokat és sikeres együttműködést, biztos vagyok benne, hogy ugyanez lesz a helyzet az új kollégákkal is.

– *Van olyan tematika, amit ha egy mód van rá, akkor szívesen látna valamelyik intézményben?*

– Itt megint döntő a bizalom azokban, akik a BTM munkatársaiként mindezzel már évek, netán évtizedek óta foglalkoznak. Nem zárom ki, hogy lesznek majd ötleteim, de nincs értelme addig ezen gondolkodnom, amíg bele nem tanulok az ottani világba, amíg fel nem veszem a munkaritmust. Most folyik a jövő évi kiállítási naptár tervezése. Nyilván a legtöbb (vagy mindegyik) ötlet teljesen rendben lesz, így én is támogatni fogom majd a megvalósítást. Így most csak olyan elvi-elméleti dolgokat mondhatok, hogy például biztos elősegítenék olyan ötleteket, amikor a történeti kiállítások és a kortárs művészetek kapcsolatba kerülnek egymással. De a konkretizálásban is a lehető legteljesebb mértékben figyelni szeretnék majd a kollégák

szavára. Én nagyon sok mindent tudok erről a múzeumról. Évtizedek óta együttműködöm számos munkatársával, írtam kritikákat a kiállításairól már húsz évvel ezelőtt is. Mindig ismertem a vezetőket, számos gyűjteményben kutattam. De mindent természetesen nem tudok, nem tudhatok. Ám miután tájékozódtam, és úgy látom majd, tényleg van olyan ötletem, ami odafér, akkor ezt persze nem fogom elhallgatni.

– *Az most divat, hogy sötét egy múzeumbelső? Végigjártam a BTM intézményeit a beszélgetést megelőzően, és általánosan azt tapasztaltam, hogy sötét volt, és a kiállítás második felére már elfáradt a szemem. Ez a Kiscselliben adottság, de akkor is fázasztó volt, hogy nem láttam.*

– Nem tudok róla, hogy létezne ilyen divat, de attól még persze lehetséges. Gondoljunk arra, hogy például a Corvin Áruház is be volt dobozva, és nemrégiben nyitották ki az ablakokat, hogy beáradjon a fény. A belső dobozépítés népszerűségének egyik oka az lehet, hogy sokkal könnyebb úgy megcsinálni egy kiállítást, ha nem kell figyelembe venni a külső elemeket, több a felület, és nincs napfény, ami azért sok műtárgy (pl. a grafikák) híres ellensége.

– *Igen, de a falat azért be lehetne festeni fehérre.*

– Ez igaz, és persze sok mindent lehet még csinálni, hogy ne legyen a kiállítótér nyomasztóan fekete. De az is igaz, hogy a rajzot, akvarellt valóban csak adott ideig szabad fénybe állítani, és utána vissza kell vinni a raktárba. Ahol nem porosodik, ez a legsötétebb és legostobább félreértések egyike, ami csak a mu-

zeológiában léteznek. A raktár a tárgy pihenésének, töltekezésének, a vele zajló szakmai munkának a helyszíne, ahol fizikailag a restaurátorok kezében újjászületik, és ahol a tudományos feldolgozás történik. De hogy a kérdésre válaszoljak, mintha valóban csökkenni kezdene a fekete doboz típusú installációk száma. Ugyanakkor természetesen nem vitatható, hogy megvan a helye olyan esetekben, amikor éppen erre a különleges atmoszférára van szükség (például egy templomi kriptá rekonstrukciója stb.).

– *Beszéltünk arról, hogy a város-lakók vagy a városlátogatók identitásához igazodik egy-egy múzeum, illetve interpretálja az adott kort. De ezen túlmenően hogy lehet közelebb hozni a múzeumot az emberekhez? Két éve az amszterdami maraton útvonala átment a Rijks Múzeum kertjén, és a maraton alkalmából egy, a múzeum logójával dekorált cipőt is terveztek. De volt a Vármúzeumnál is hasonló, rendeztek a várban több tájfutó versenyt is, keresztül-kasul lehetett futni a várban, és aki nevezett, az ingyen bemehetett a múzeumba. Ezekon túlmenően, hogy lehet valahogy úgy közel hozni egy múzeumot az emberekhez, hogy ne valami ünnepnap jusson eszünkbe, hanem benne legyen a köztudatban?*

– Említettem, hogy nem tartom olyan nagy bajnak, ha az évfordulón, ünnepnapokon gondol valaki a múzeumra. De a felsorolt PR-fogások kitűnőek, pontosan ilyesmiket kell kitalálni a múzeumok népszerűsítése érdekében. Hasonlóak lehetnek a jótékonyági akciók vagy a különféle ünnepi játékok, fesztiválok, közönségcsalogató rendezvények. Ám van-

nak más elemek is, hadd említsek ezek közül kettőt. Az egyik a múzeum-pedagógia. Manapság az oktatáskutatók sokszor vázolják fel azt a jövőképet, hogy bizonyos tantárgyak ki fognak jönni az iskola négy fala közül. Ma már a testnevelés nagy része nem az osztályban vagy az iskolai tornateremben folyik, hanem elmennek az uszodába, kimennek a stadionba, és egyszerűen ott zajlik maga az óra. Hasonlóan nagyon régóta létezik a múzeum-pedagógia, vagyis az a lehetőség, hogy a látogató diákok számára akár kihelyezett történelemórákat is lehet tartani a múzeumban. Így előfordulhat, hogy akár már pár évtized múlva a történelemoktatás teljes egészében kilép az iskolából, és átköltözik a múzeumba. Ezáltal minden gyerek már kisdíák korában megtanulja a múzeum nyelvét és megszereti komplex élményeit. Még aki nem kedveli a történelmet, az is sokkal jobban érzi magát két római gladiátor szoborfeje meg három végvári mozsárgolyó között, mint a hajdani osztályteremben.

– *Aki nem szereti a történelmet, annak egyszerűen nincs jó tanára.*

– Ez így van, és ez persze minden tantárgyra igaz. De egyszerűen sokkal szórakoztatóbb lesz maga a történelemoktatás, ha a valódi tárgyak között hangzik el a magyarázat. Ez az egyik irány, amely várhatóan közelebb fogja hozni az emberekhez a múzeumot. A másik irány, amelyet említeni szeretnék, a kifejezetten tudatos közösség-szervezés-közösségépítés a múzeum köré. Ez a múzeumbaráti körök magasabb szintje. A múzeumbaráti körök egyidősek a múzeumokkal. Amikor a

civil társadalom kialakult a 18–19. században, sokféle egyesület és egyesület jött létre, közöttük azokkal, amelyek céljuknak tekintették az adott helyi közösség múzeumának létrehozását, támogatását, műtárgyak és adományok gyűjtését stb. A tagok között néha komoly szakemberek is akadtak, tehát nem tisztán civil tevékenység volt ez. Nos, ezt a hagyományt használja fel az úgynevezett „közösségi múzeum” gondolata, amelynek elkötelezettjei megpróbálják a múzeumbaráti kört egy magasabb szintre fejleszteni, tudatosabbá tenni a múzeummal való foglalatosságot olyannyira, hogy azután a közösség azon tagjait, akik például önkéntesként szívesen segítik a munkát, esetleg bevonhassák bizonyos tervezési folyamatokba, akár még abba is, hogy milyen kiállítások legyenek. Természetesen ez azért alapvetően szakmai terület, de mégis, az a fajta új szemlélet, amely ma az úgynevezett közösségi múzeumoknál megjelenik, tud abban segíteni, hogy kialakuljon egy szorosabb holdudvar az intézmény körül. Az ebben a közegben terjedő jó hír pedig javítja a múzeumi ismertséget, társadalmi értékét és megbecsültségét.

– A tagintézményeket nézve a Vár-múzeum szerencsés helyen van, a Kiscelli kuriózum, az Aquincum Múzeum pedig alap, mert mindenkit érdekel, mit csináltak a rómaiak, amikor éppen nem ölték vagy szerették egymást... Viszont a Budapest Galériánál gondolkodtam, hogy mi lehet a megkülönböztető jegye a többi, kisebb galériához képest. Nincs túl jó helyen, és mintha nem lenne annyira jól kitalálva.

– Volt a Budapest Galériának egy nagyszerű kiállítóhelye a Drottya utcában. Különböző okokból ez ma már nincs meg, de tervben van, hogy a galéria egy új, korszerű és nagyszerű kiállítóteret kapjon, akár a Városháza tömbjében. De a részletek még a jövő kérdése.

– Összejöhet az ön három éve alatt?

– Lehet, de még kicsit odébb van. A főváros mindig is a képzőművészet egyik mecénása volt, ilyen értelemben távoli múltba nyúlik vissza a galéria története. Egyfelől szakmailag kezeli a főváros közterületén levő nyilvános műalkotásokat. Másfelől pedig a mecénási tevékenységet is folytatja, ennek kiemelt területként menedzselve a Művészcsere Programot. Tíz európai várossal van élő szerződése a fővárosnak, hogy magyar művészek utazhatnak oda egy-két hónapra (lakhatással, teljes ellátással), és ugyanígy a partnervárosokból érkező művészek ugyanennyi ideig itt élhetnek és dolgozhatnak Budapesten. A galéria – kurátori koncepciók alapján szervezett kiállításai révén – a hazai és a nemzetközi modern képzőművészeti közélet aktív és értékes szereplője. Szélesebbek a lehetőségei, mint a magángalériáknak, amelyek kénytelenek üzleti alapon működni. Bizonyára lesz arra lehetőség, hogy a BTM másik három múzeumával megvizsgáljuk az érintkezési és együttműködési felületeket. Úgy érzem, ez a négy intézmény tudna mit kezdeni egymással, még ha a történelmi véletlen hozta is őket így össze. Ezt a helyzetet mindnyájunk közös előnyére lehetne fordítani.