

Qualità e linguaggio: come facilitare l'acquisizione di competenze nei musei scientifico-naturalistici

Silvia Casini

Università Ca' Foscari, Dipartimento di Filosofia e Beni Culturali, Palazzo Malcanton Marcorà, Dorsoduro, 3484/D. I-30123 Venezia.
E-mail: silvia.casini@unive.it

RIASSUNTO

Gli studi sui visitatori hanno sottolineato l'importanza di creare nei musei scientifici le condizioni affinché i pubblici possano acquisire competenze trans-disciplinari piuttosto che informazioni. Che ruolo ha la valutazione nell'agevolare l'acquisizione di queste competenze? La difficoltà risiede nel definire e misurare la qualità della valutazione e gli effetti dell'incontro tra pubblici e museo, che non può essere riducibile alla sola categoria del gradimento. Nell'articolo si suggeriscono alcune strategie per restituire complessità agli studi sui visitatori, un ambito multi-disciplinare che in Italia non gode di dignità accademica pari a quella di cui gode in paesi come la Gran Bretagna o la Germania. Le strategie qui accennate fanno perno su due concetti chiave: qualità della valutazione e limiti del linguaggio utilizzato dai visitatori per creare un senso all'esperienza di visita.

Parole chiave:

linguaggio, tecnoscienza, valutazione, qualità, competenze.

ABSTRACT

Quality and language: how to facilitate the acquisition of skills in science and natural history museums.

Visitor studies have highlighted the importance of creating the best conditions for the public(s) of science museums to acquire cross-disciplinary skills rather than just information. What is the role of evaluation in facilitating the acquisition of those skills? The difficulty lies in defining and measuring the quality of the evaluation and the effects of the encounter between the public(s) and the museum, that can not be reduced to the category of liking. The article suggests some strategies to restore complexity to visitor studies, a multi-disciplinary field that in Italy does not enjoy an academic status equal to that enjoyed in countries such as Great Britain or Germany. The strategies outlined here are centered on two key concepts: quality of the assessment and the limits of the language used by visitors to make sense of their visit experience.

Key words:

language, technoscience, evaluation, quality, skills.

PREMESSA

Da sempre le scienze, le arti e le scienze umane si impegnano, ognuna utilizzando i propri linguaggi e metodologie, a ricercare, porre domande e tentare di offrire risposte relative all'essere umano, al mondo naturale e alla relazione tra i due, confrontandosi su problematiche che spesso non sono di competenza esclusiva né della conoscenza tecno-scientifica né del sapere umanistico, ma che richiedono un punto di vista il più possibile olistico. Piuttosto che le indagini rivolte a rilevare e misurare il grado di soddisfazione degli utenti di un museo, sono gli studi sui visitatori che offrono un approccio multi-disciplinare e non convenzionale sui pubblici museali.

In qualità di ricercatrice del Dipartimento di Filosofia e Beni Culturali a Ca' Foscari, ho svolto un progetto di

ricerca dal titolo "Il visitatore incontra la scienza al museo" in collaborazione con il Museo di Storia Naturale di Venezia (MSN). La ricerca ha avuto l'obiettivo di valutare l'esperienza di visita fatta al museo e l'impatto del nuovo allestimento su un campione di visitatori adulti, dal momento che il museo già utilizzava strumenti di monitoraggio e valutazione per le attività educativo-didattiche. La cornice concettuale è stata quella offerta dall'analisi multi-modale e dagli studi relativi al modello di esperienza di visita basata sull'identità dei visitatori (Falk, 2009). A livello metodologico, sono stati utilizzati sia strumenti quantitativi (questionario a risposta multipla) che qualitativi (interviste semi-strutturate, indagine osservante, riprese video). Un articolo che discute alcuni degli obiettivi e dei risultati della ricerca svolta è già stato pubblicato (Casini, 2012).

LA SFIDA PER I VISITATORI: ACQUISIRE COMPETENZE, NON SOLTANTO INFORMAZIONI

Gli studi sui visitatori dei musei scientifico-naturalistici hanno da tempo sottolineato l'importanza di creare le condizioni affinché in tali musei i diversi tipi di pubblico possano acquisire competenze piuttosto che soltanto informazioni (Celi et al., 2011; Falchetti, 2007). Alcune di queste competenze, per esempio l'esercizio del ragionamento astratto, la creatività, lo sviluppo dell'abilità di osservazione e discernimento, la capacità di riutilizzare in contesti diversi i concetti che si sono appresi, l'utilizzo di un metodo, sono trasversali alle discipline scientifiche e artistico-umanistiche. Il superamento del modello deficitario-trasmissivo nella comunicazione della scienza si è già avuto negli anni '90 del secolo scorso a livello accademico (Bauer et al., 2007) ma è ancora da compiere nella percezione che hanno del loro ruolo moltissimi professionisti impiegati nella pratica quotidiana della museologia scientifica. Acquisire tali competenze è cruciale poiché non è sufficiente l'utilizzo di un approccio puramente tecno-scientifico per affrontare sfide sociali, ambientali, economiche sempre più complesse e interconnesse. In tal senso seppur situate in un paradigma teorico radicalmente diverso, le arti e le discipline umanistiche possono promuovere una più ampia comprensione dei punti di vista della società sulla scienza, del ruolo svolto dalla tecnoscienza per il progresso della vita socio-culturale.

Due sono a mio avviso gli aspetti critici sui quali vale la pena soffermarsi. In primo luogo, chi si occupa di studi sui visitatori e valutazione dovrebbe poter assistere gli operatori museali nell'approntare strategie per l'acquisizione di tali competenze trasversali. Una delle maggiori difficoltà risiede nel definire e poi misurare la qualità dell'interazione tra i pubblici e un particolare museo e gli effetti che tale esperienza ha sui visitatori stessi. Gli studi sui visitatori dovrebbero quindi ragionare su quali possano essere gli indicatori di qualità nella pratica della valutazione e/o gli strumenti più efficaci per valutare, sia a livello cognitivo che emozionale, gli effetti della visita sia in termini di outputs che in termini di outcomes (Mazzolini, 2002). Gli outputs possono essere definiti come risultati diretti e misurabili delle attività svolte (ad esempio il numero di persone coinvolte in un'attività educativa). Gli outcomes si riferiscono ai cambiamenti risultanti da tali attività (ad esempio, cosa è cambiato dopo l'attività, perché è cambiato, se c'è stato apprendimento e di che tipo).

In secondo luogo, gli studi sui visitatori e la stessa attività di valutazione dovrebbero divenire un esercizio di democrazia in grado di sollecitare i diversi attori che animano il dibattito tra scienza e società. In questo modo, si contribuirebbe a trasformare il museo in un

"parlamento delle cose" (Latour, 2009) di cui entrano a far parte oltre ai cittadini (siano essi visitatori o meno), i professionisti museali, gli apparati comunicativo-espositivi, gli scienziati, la strumentazione del laboratorio. Questo "parlamento" dovrebbe facilitare e promuovere non solo la comprensione dei concetti ma anche la discussione sulle problematiche scientifiche che toccano gli aspetti più controversi della tecnoscienza nel tessuto sociale e culturale contemporaneo. Nell'ambito del convegno ANMS abbiamo la possibilità di conoscere e discutere l'efficacia di numerosi casi studio relativi alla valutazione e al monitoraggio dei pubblici museali. Alcune metodologie si avvalgono di strumenti tradizionali quali l'analisi dei commenti e dei disegni fatti nel guestbook, la somministrazione di questionari per valutare il gradimento dell'offerta museale, altre cercano di esplorare metodologie innovative avvalendosi anche di strumenti tecnologici avanzati. Tuttavia, nonostante i musei scientifico-naturalistici siano stati spesso pionieri nel rivolgere lo sguardo e l'attenzione ai propri pubblici, vi è ancora la convinzione che la valutazione sia un esercizio ancillare rispetto alle attività di conservazione, ricerca, allestimento e didattica.

Vorrei qui suggerire alcune strategie per rendere più complessi gli studi sui visitatori, una disciplina che in Italia meriterebbe una maggiore dignità accademica pari a quella di cui gode in paesi come la Gran Bretagna o la Germania. Rendere più complessi gli studi sui visitatori può aiutare chi fa valutazione a sperimentare maggiormente a livello di metodologia e a utilizzare spunti e strumenti provenienti da altre discipline che non siano necessariamente la sociologia, la pedagogia e il marketing ma, per esempio, la filosofia e le scienze cognitive. Le strategie qui proposte sono rivolte, da un lato, alla valutazione che il museo deve fare delle proprie attività di comunicazione e coinvolgimento dei pubblici e, dall'altro, all'attenzione rivolta alle parole che i visitatori utilizzano per descrivere l'esperienza di visita. Esse fanno perno su due concetti chiave: qualità e linguaggio.

COSA SIGNIFICA QUALITÀ DELLA VALUTAZIONE

Se si esercita un'attività di monitoraggio e/o di valutazione dell'impatto di un museo naturalistico-scientifico sui visitatori, significa che si è interessati a misurare la qualità della offerta educativo-didattica, dell'allestimento, dell'esperienza di visita, ecc. Prima di chiederci come misurarla, tuttavia, bisognerebbe evidenziare parametri in grado di rivelare se una data attività di valutazione possa definirsi di "qualità", naturalmente tenendo presenti le differenze dei vari musei a livello di dimensione, collocazione territoriale, obiettivi, risorse. Vi è la necessità di identificare una serie di indicatori capaci di spronare ciascun museo a migliorare le proprie attività, la propria offerta culturale e la

progettazione anche a livello di allestimento. Un buon punto di partenza per iniziare la discussione sono senz'altro le raccomandazioni contenute nella pubblicazione *Linee Guida per l'Organizzazione dei Servizi Educativi nei Musei Scientifici* (Celi et al., 2011) curata dall'ANMS. Di seguito, alcuni degli indicatori capaci di rilevare la qualità della valutazione all'interno dei musei.

- **Risorse.** La presenza di un nucleo o una persona dello staff dedicata al monitoraggio e alla valutazione all'interno del museo è senz'altro garanzia di qualità. Inoltre, la qualità della valutazione beneficia della presenza di un budget che, seppur limitato, dovrebbe essere utilizzato esclusivamente per attività di monitoraggio e valutazione.

- **Continuità.** Il fatto che la valutazione divenga una prassi ripetuta nel tempo e non un esercizio sporadico da effettuarsi soltanto in occasioni particolari migliora la qualità della valutazione stessa. La continuità della valutazione permette al museo di acquisire una visione a lungo termine e di monitorare nel tempo i cambiamenti dei propri pubblici, un aspetto essenziale per progettare di conseguenza le proprie attività espositive-didattiche.

- **Impatto.** Si tratta di un aspetto cruciale per non vanificare l'investimento fatto a livello di risorse umane e di budget. Gli aspetti critici e le raccomandazioni evidenziate dal valutatore debbono essere prese in considerazione dal museo perché possano servire per effettuare cambiamenti a livello di policy e organizzazione dell'allestimento, di una singola installazione, di un'attività educativa, degli apparati comunicativi, ecc.

- **Internazionalizzazione.** Tenendo presente le dimensioni della realtà museale in questione, la sua collocazione geografica, le collezioni presenti e la missione, internazionalizzare significa stabilire relazioni con altre realtà europee ed extra-europee attraverso strumenti diversi (convegni, relazioni personali, partecipazione a progetti europei, ecc.) per una progettazione condivisa che permetta di realizzare progetti pilota, sperimentare nuovi approcci e nuove metodologie anche per quanto riguarda la valutazione.

- **Ricerca.** Un ulteriore indicatore di qualità, strettamente legato al precedente, riguarda la presenza o meno in museo di un legame con il mondo della ricerca non solo per quanto riguarda le strategie a livello museologico e museografico, ma anche per le strategie di monitoraggio e valutazione. Queste ultime, infatti, dovrebbero sempre cercare di confrontarsi con le ultime raccomandazioni provenienti dal mondo della ricerca.

- **Accessibilità.** Il riferimento qui non è tanto all'accessibilità per i diversamente abili, ma è da intendersi come possibilità di creare un continuo rimando tra reale e digitale/virtuale (digitalizzazione collezioni, utilizzo di interfacce che permettano un'interazione mista tra visitatori in remoto e visitatori in situ, valu-

tazione attraverso strumenti online, ecc.), riuscendo a dialogare con i diversi tipi di pubblico anche prima e dopo la visita al museo o indipendentemente da essa.

- **Partecipazione.** Il concetto di partecipazione è molto più radicale di quello di interazione con un reperto o tra visitatori. Lo studioso Andrea Bandelli ha studiato i meccanismi che favoriscono o inibiscono la partecipazione dei pubblici soprattutto nell'ambito dei musei scientifici. Partecipazione è da intendersi come un modello nuovo di governance che prevede il coinvolgimento di altri stakeholders rispetto ai soli visitatori (cioè gli educatori, i volontari, i sostenitori, le organizzazioni della società civile, ecc.) nello sviluppo delle attività museali e, ove possibile, nella partecipazione diretta alla gestione del museo (Bandelli & Konijn, 2009).

- **Impatto cognitivo.** Esso non è soltanto la misurazione del livello di apprendimento di nozioni e informazioni ma è da intendersi anche come lo stimolo o meno ad approfondire un dato argomento affrontato dall'esposizione, o come la percezione in senso lato dell'istituzione museale, come lo stimolo a tornare, come la modifica dei propri ragionamenti/comportamenti/abitudini/ nel tempo.

I LIMITI DEL MIO LINGUAGGIO SONO I LIMITI DEL MIO MONDO

Nel corso di un'indagine sui visitatori dei musei scientifici (e non) si nota come ai visitatori manchino le parole per dire ciò che osservano. Sembra difficile superare la categoria del "mi piace", "non mi piace", "che bello" alla guisa di quello che accade nel visitare una mostra di arte contemporanea, cosa che, paradossalmente, rischia di livellare l'esperienza di visita su di un piano puramente estetico o emozionale non in grado di diventare cognitivo. Oppure si ascolta l'elenco delle cose che il visitatore ha visto: "ho visto il reperto x e l'esemplare y".

Questa difficoltà si trasforma nella domanda (domanda innanzitutto filosofica ma capace di sfidare i valutatori): "che cosa percepiscono i visitatori quando dicono di vedere/toccare un oggetto, un'installazione, un reperto, un esemplare?" L'abisso fra il percepire e il dire ciò che si è percepito per alcuni filosofi è incolmabile, credenza da cui consegue la disputa sulla superabilità o meno di un linguaggio che sembra condannato a restare privato nonostante i tentativi di dialogo e comprensione.

Alcuni musei hanno cercato di implementare tecnologie avanzate per osservare e decifrare il comportamento e la percezione dei propri visitatori (l'eye-tracking utilizzato dal Museo della Scienza e della Tecnica di Monaco di Baviera è forse uno degli esempi più noti a tal proposito), cercando cioè di restituire un corpo a un visitatore che spesso è disincarnato nell'esercizio della valutazione, un visitatore considerato soltanto come variabile socio-demografica. Queste tecniche,

tuttavia, lasciano senza risposta la domanda: che cosa vedono i visitatori quando dicono di vedere qualcosa? In uno scenario futuro si potranno forse utilizzare le tecniche di imaging cerebrale per tentare di visualizzare e comprendere i processi cognitivi. Tuttavia, invece che rincorrere l'ultimo ritrovato della tecnologia nella speranza che ci aiuti a catturare il visitatore in un fermo-immagine fedele, sarebbe auspicabile rivolgersi al linguaggio come modalità con cui l'uomo sta al mondo e come limite ("i limiti del mio linguaggio significano i limiti del mio mondo" sosteneva Wittgenstein nel *Tractatus*). Anche quando un museo offre modalità multi-sensoriali per fare esperienza di un reperto, di un esemplare, il linguaggio resta tuttavia il mezzo principale a disposizione del visitatore per comunicare e quindi condividere ciò di cui ha fatto esperienza. Se non si hanno le parole per esprimere ciò che si è percepito, si finisce per limitare l'esperienza che si è vissuta al museo e si finisce per renderla incomunicabile e, perciò, anche di difficile valutazione per chi si occupa di ricerche sui visitatori. Le interviste semi-strutturate con successiva analisi multimodale e i focus-group, a tal proposito, rimangono a mio avviso tra gli strumenti più efficaci per cercare di rispondere alla domanda di cui sopra. Inoltre, si tratta di due modalità per poter assistere il visitatore, in modo quasi maieutico, nella ricerca delle parole per raccontare il mondo incontrato al museo. Nel caso della ricerca fatta al museo di storia naturale un dato significativo riguardava l'occorrenza della parola "naturale" nelle risposte dei visitatori intervistati, occorrenza che assumeva significati diversissimi a seconda del contesto d'uso della parola e della persona che lo utilizzava e che obbligava sia il valutatore che il visitatore a interrogarsi rispetto alla possibilità di arrivare a una chiarificazione del concetto di naturale e alla demarcazione tra "naturale" e "artificiale".

OSSERVAZIONI CONCLUSIVE

Il visitatore che riesce a trovare le parole per dire ciò che si ha esperito attraverso i sensi è in grado di costruire un senso alla propria esperienza di visita e di comunicarla agli altri, trasformandosi così in un moltiplicatore di esperienze e conoscenze. Uno dei compiti a cui sono chiamati non solo museografi e museologi, ma anche quanti si occupano di studi sui visitatori e valutazione è anche quello di dare parole per parlare, occhi per vedere, mani per toccare, orecchie per ascoltare, come se si trattasse di costruire per il visitatore delle protesi non necessariamente iper-tecnologiche. In questo modo si offrono al visitatore competenze di ragionamento e la possibilità di fare proprio il vissuto museale, piuttosto che limitarsi a nozioni o parole che registrino il gradimento. Le due strategie a cui si è fatto breve accenno nel corso di questo articolo, cioè la definizione di indica-

tori di qualità e l'attenzione al linguaggio, possono trasformare la valutazione in un autentico esercizio di democrazia in grado di stimolare i diversi attori che animano l'arena di confronto e scontro tra scienza e società, contribuendo a promuovere un dibattito consapevole e una presa di posizione il più possibile informata anche di fronte agli aspetti più controversi della tecnoscienza contemporanea.

BIBLIOGRAFIA

- BANDELLI A., KONIJN E.A., 2009. The need for public participation in the governance of science centers. *Museum Management and Curatorship*, 24(2): 89-104.
- BAUER M.W., ALLUM N., MILLER S., 2007. What can we learn from 25 years of PUS survey research? Liberating and expanding the agenda. *Public Understanding of Science*, 16(1): 79-95.
- BOLLO A. (ed.), 2008. *I pubblici dei musei. Conoscenza e politiche*. Francoangeli, Milano, 160 pp.
- CASINI S., 2012. Fare scienza con l'estetica. L'epistemologia scientifica attraverso i discorsi e i movimenti dei visitatori in un contesto museale. *Museologia Scientifica n.s.*, 6(1-2): 76-84.
- CELI M., CIOPPI E., FALCHETTI E., GUARALDI VINASSA DE REGNY I., MIGLIETTA A.M., 2011. Linee guida per l'organizzazione dei servizi educativi nei musei scientifici. *Museologia Scientifica*, 7: 9-56.
- EGHBAL-AZAR K., WIDLAK T., 2012. Potentials and limitations of mobile eye tracking in visitor studies: Evidence from field research at two museum exhibitions in Germany. *Social Science Computer Review*, 31(1): 103-118.
- FALCHETTI E., 2007. Costruire il pensiero scientifico in museo. Spunti e riflessioni sull'educazione scientifica nei musei delle scienze. *Museologia Scientifica Memorie*, 1: 1-255.
- FALK J., 2009. *Identity and the Museum Visitor Experience*. Left Coast Press, Walnut Creek, CA, 299 pp.
- HOOPER-GREENHILL E., 1994. *Museums and their Visitors*. Routledge, London, 224 pp.
- LATOUR B., 2009. *Non siamo mai stati moderni*. Elèuthera, 230 pp.
- MARSTINE J.C. (ed.), 2011. *The Routledge Companion to Museum Ethics: Redefining Ethics for the Twenty-First Century Museum*. Routledge, New York and London, 512 pp.
- MAZZOLINI R.G. (ed.), 2002. *Andare al museo. Motivazioni, comportamenti e impatto cognitivo*. Provincia Autonoma di Trento, 251 pp.
- SIMON N., 2010. *The Participatory Museum*. Museum 2.0, 388 pp.
- WITTGENSTEIN L., 2009 [1922]. *Tractatus logico-philosophicus e Quaderni 1914-1916*. Einaudi, Milano, 359 pp.