

Dopo la visita. Indagine sul pubblico del Museo di Biologia Marina "Pietro Parenzan"

Anna Maria Miglietta

Marcello Emilio Posi

Ferdinando Boero

Museo di Biologia Marina "Pietro Parenzan", Università del Salento, Via Vespucci, 13-17. I-73010 Porto Cesareo (LE).

E-mail: anna.miglietta@unisalento.it; marcello.posi@unisalento.it; e-mail: boero@unisalento.it

RIASSUNTO

Allo scopo di monitorare il rapporto tra il Museo di Biologia Marina "Pietro Parenzan" e il suo pubblico in relazione ai molteplici aspetti ritenuti importanti per una equilibrata fruizione museale, nel periodo da Febbraio a Maggio 2012, ai visitatori che si sono dimostrati disponibili a partecipare alla ricerca è stato somministrato un questionario costituito da domande a risposta libera. Questa tipologia d'intervento si inquadra in una politica di condivisione e sostenibilità adottata da tempo e ritenuta oggi più che mai indispensabile per la validazione socio-culturale di un Museo nel territorio che lo ospita. Da questo studio emerge che il visitatore ha del Museo l'impressione di un luogo accogliente e ben organizzato, pur nella sua piccolezza, un posto in cui informarsi ma anche divertirsi, pur in assenza di giochi e apparati interattivi, un posto in cui c'è ancora spazio per lo stupore, ma anche per imparare a salvaguardare l'ambiente marino.

Parole chiave:

pubblico, visitor studies, soddisfazione.

ABSTRACT

After visiting. Survey at the Museum of Marine Biology "Peter Parenzan".

In order to monitor the relationship between the Marine Biology Museum "Pietro Parenzan" and his audience in relation to many aspects which are important for a balanced museum fruition, in the period from February to May 2012, visitors were invited to answer a few questions that included open-ended responses. This type of study is part of a policy of sharing and sustainability adopted for a long time and today more than ever essential to the socio-cultural validation of a museum in the territory it occupies. From the results of this study it appears that the visitor think the Museum like a welcoming and well organized place, despite its smallness, a place to inquire but also have fun, even in the absence of games and interactive equipments, a place where it is still possible to be astonished, but also to learn how to safeguard the marine environment.

Key words:

public, visitor studies, satisfaction.

INTRODUZIONE

La moderna Istituzione museale affianca alla conservazione, alla ricerca e all'esposizione, l'educazione e lo svago. Il Museo si è quindi aperto alla società ed ha oggi un'ulteriore dimensione, basata sul concetto della centralità dei visitatori e curata attraverso i Visitor Studies (Weil, 2000). In particolare, le Università e i Musei Universitari sono oggi al lavoro per l'individuazione dei parametri di valutazione della cosiddetta Terza Missione delle Università Italiane. Per terza missione si deve intendere l'insieme delle attività con le quali le università (e in forme particolari gli enti di ricerca) entrano in interazione diretta con la società, fornendo un contributo che accompagna le missioni tradizionali di insegnamen-

to (nel quale si realizza una interazione con una frazione particolare della società, gli studenti) e di ricerca (nella quale si interagisce prevalentemente con le comunità scientifiche). Appare evidente l'importanza dei Musei in questo contesto, data la loro capacità intrinseca di venire a contatto diretto con tutte le componenti della società.

Senza negare né trascurare l'originaria missione legata alla custodia e conservazione del Patrimonio Culturale, i musei scientifici oggi sviluppano attività di sensibilizzazione, divulgazione e diffusione di informazioni che hanno il fine di migliorare il rapporto tra cittadini ed ambiente (Evans, 1997; Miller et al., 2004), motivando i primi ad assumere atteggiamenti protettivi e conservativi.

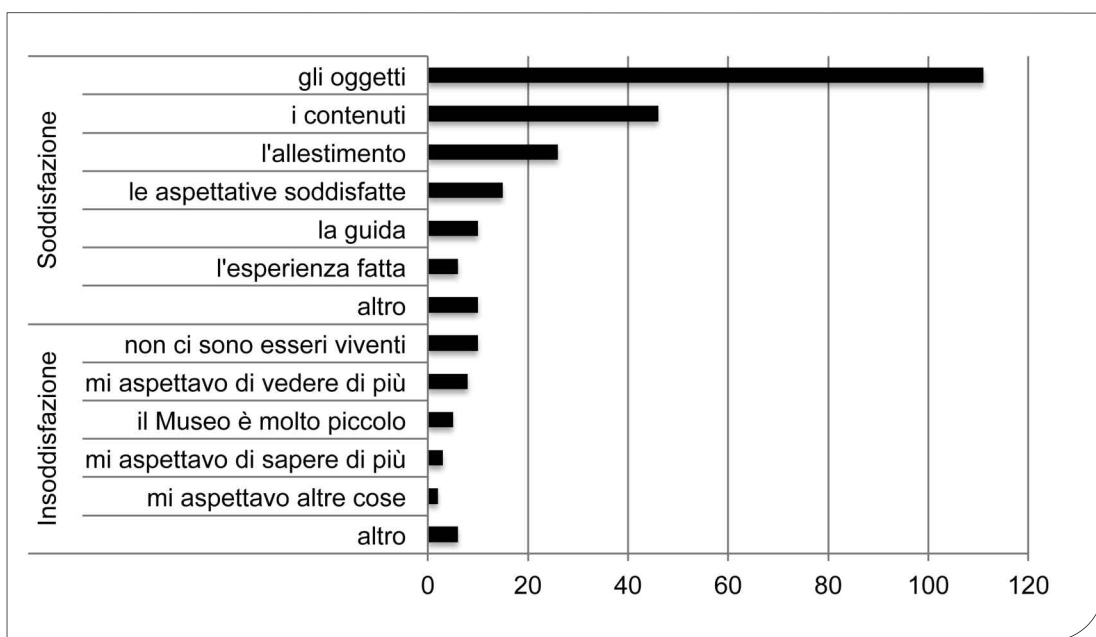


Fig. 1. Risposte alla domanda "Sono soddisfatto per" e "Sono insoddisfatto per" (numero).

Il potenziamento dell'Istituzione museale, nella qualità di mediatore culturale, può pertanto essere perseguito solo attraverso l'individuazione degli elementi che influenzano il rapporto tra agenzia educativa e Pubblico. Il museo deve fornire nozioni su argomenti d'interesse pubblico e riscontro quotidiano, comunicare in una forma comprensibile ed accattivante, essere accessibile nei tempi e nelle modalità più comode per il pubblico (Henriksen e Frøyland, 2000). La popolazione deve essere facilitata nella possibilità di approfondire argomenti di tipo scientifico e percepire il Museo come adeguata sorgente delle informazioni desiderate. Il Museo, in altre parole, deve riuscire a individuare gli interessi dell'utenza e le tematiche che la società sente il bisogno di approfondire, rivolgendo particolare attenzione al contesto sociale e territoriale all'interno del quale si colloca.

Una "politica del pubblico" reale e potenziale, nonché la conoscenza delle sue caratteristiche demografiche e sociali, delle sue motivazioni ed aspettative sono elementi imprescindibili per una efficace gestione dell'offerta culturale (Mazzolini, 2002; Merzagora & Rodari, 2007; MacDonald, 1992; Bollo, 2004).

Al fine di facilitare il perseguimento degli scopi divulgativi ed educativi del museo, Falk and Dierking (1992) proposero di considerare il visitatore secondo un modello interattivo basato sull'esperienza e suggerirono che questa ha una influenza attiva sulla visita che si esplica già nell'interazione tra ambiente fisico in cui si snoda l'esposizione museale e contesto personale e sociale del visitatore. L'esperienza del visitatore, quindi, non avrebbe su di

lui un'influenza di tipo statico, bensì si esprimerebbe in modo dinamico e si tradurrebbe in un processo che accompagna il visitatore prima, durante e dopo la visita al Museo. Tali considerazioni implicano che, per valutare un progetto culturale museale dopo la visita alle esposizioni e la partecipazione alle attività programmate, è indispensabile conoscere quali fossero le aspettative del visitatore prima di accedere ad una tale offerta culturale. Solo in questo modo potrebbe essere adeguatamente interpretata la soddisfazione del visitatore, attraverso le sue opinioni sul progetto culturale.

Il Museo deve, quindi, sapersi confrontare con differenti tipologie di visitatori (Falk & Dierking, 1992; Hooper-Greenhill, 2006) che non sono esclusivamente limitate alle differenze riscontrabili tra pubblico infrasettimanale (ad esempio costituito da studenti) e pubblico dei finesettimana (che potrebbe essere costituito da piccoli gruppi, turisti o famiglie). A tale riguardo, Sheng and Chen (2011), analizzando le aspettative dei visitatori, evidenziarono come questi potessero essere ricondotti a cinque differenti tipologie basate sulla propria motivazione a visitare un museo. I fattori determinanti la visita erano: divertimento e piacere, intrattenimento culturale, identificazione personale, ricordi, evasione dalle abitudini.

Il Museo di Biologia Marina dell'Università del Salento, che riceve ogni anno circa 12.000 visitatori equamente suddivisi tra studenti e turisti, ha da tempo avviato una "politica del pubblico" basata sulla valutazione degli allestimenti e delle attività educative (Miglietta et al., 2005; Miglietta et al., 2008; Posi et al., 2010), della comunicazione attraverso contri-

buti testuali e pannelli didattici (Pace et al., 2008; Miglietta, 2011a,b; Miglietta et al., 2011b), delle aspettative, delle opinioni e delle proposte che i visitatori esprimono (Miglietta et al., 2012a,b). Il lavoro qui proposto si contestualizza in questa collaudata strategia museale e rappresenta una indagine multidisciplinare sulle impressioni post-visita. Nello specifico, così come Falk and Dierking (1992) immaginarono una pre-attitudine alla visita ad un Museo influenzata dalle aspettative del visitatore e dal contesto personale in cui questi vive, si è cercato di indagare su come visitatori spinti al Museo da differenti motivazioni siano influenzati da questo particolare vissuto e di conseguenza possano o no descrivere in modo diverso l'offerta culturale a cui hanno aderito. Il presente lavoro pone le sue basi su un'indagine conoscitiva delle aspettative dei visitatori che, nello stesso periodo, venivano intervistati prima dell'accesso all'offerta culturale del Museo (Miglietta et al., 2012b).

METODI

Da Febbraio a Maggio 2012, all'uscita dal Museo, ai visitatori che si sono dimostrati disponibili a partecipare alla ricerca è stato somministrato un questionario costituito da domande a risposta libera. Per l'esattezza, non si tratta di domande, ma di frasi da completare del tipo "sono soddisfatto perché..." o "mi sono annoiato perché...". Le categorie in cui sono state incasellate le risposte sono state costruite in base alle risposte stesse, raggruppando quelle simili. Lo studio che ne è risultato è dunque di tipo qualitativo. Hanno risposto alle domande del questionario 227 visitatori.

Si è messa a disposizione dei bambini che visitavano il Museo, nel periodo in cui si è svolta la raccolta dei dati, una scheda con l'invito a disegnare cosa nel Museo fosse loro piaciuto di più. I bambini in età scolare, quindi in grado di scrivere, potevano anche dare una motivazione per la loro scelta. I disegni raccolti sono stati 102.

RISULTATI

Soddisfazione/insoddisfazione

Alla domanda "sono soddisfatto per..." sono state registrate 224 risposte (alcuni visitatori hanno indicato più di una motivazione) che adducono come ragione di soddisfazione: gli oggetti, i contenuti, l'allestimento, la guida, le aspettative soddisfatte, l'esperienza vissuta ed altro. Sulla totalità delle risposte, la metà (50%) dichiarano soddisfazione per i reperti del Museo, il 21% per i contenuti, il 12% per gli allestimenti e meno del 20% restante si riferisce alle altre categorie (fig. 1).

Differenziando per età si nota che, mentre per i visitatori che hanno più di 15 anni le ragioni della soddisfazione sono varie (con una predominanza di oggetti 37% e contenuti 26%), ben l'87% dei ragazzi dai 15 anni in giù dichiara soddisfazione per i reperti esposti e solo il 13% per le restanti categorie (fig. 2). In relazione al titolo di studio, la soddisfazione relativa ai reperti diminuisce dai visitatori con licenza elementare (87%) a quelli con licenza media (73%) fino a quelli con il diploma (27%), per poi risalire leggermente (31%) per i visitatori laureati. Sempre procedendo dal titolo di studio minore a quello maggiore, aumenta invece la percentuale di coloro che hanno manifestato soddisfazione per i contenuti (3%, 17%, 32%) per poi abbassarsi (23%) in relazione ai visitatori laureati (fig. 2).

Ci sono anche delle differenze di genere: il 57% dei maschi, contro il 45% delle femmine esprimono soddisfazione per i reperti osservati. La soddisfazione per i contenuti invece è praticamente uguale (20% per i maschi e 21% per le femmine). Per il resto delle categorie indicate, le femmine esprimono più soddisfazione dei maschi in relazione a esperienza, aspettative e guida (fig. 3).

I visitatori censiti nello studio visitavano il Museo in qualità di studenti, insegnanti che accompagnano gli studenti e singoli visitatori che entravano al Museo per proprio conto.

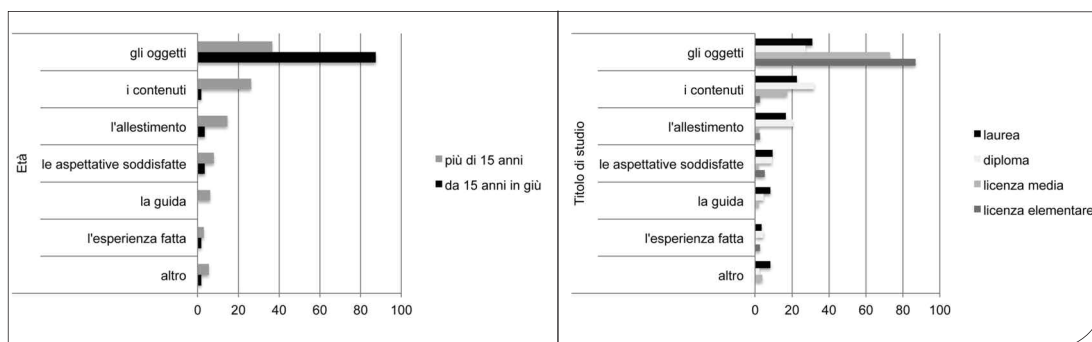


Fig. 2. Risposte relative alla soddisfazione (%) correlate ad età e titolo di studio

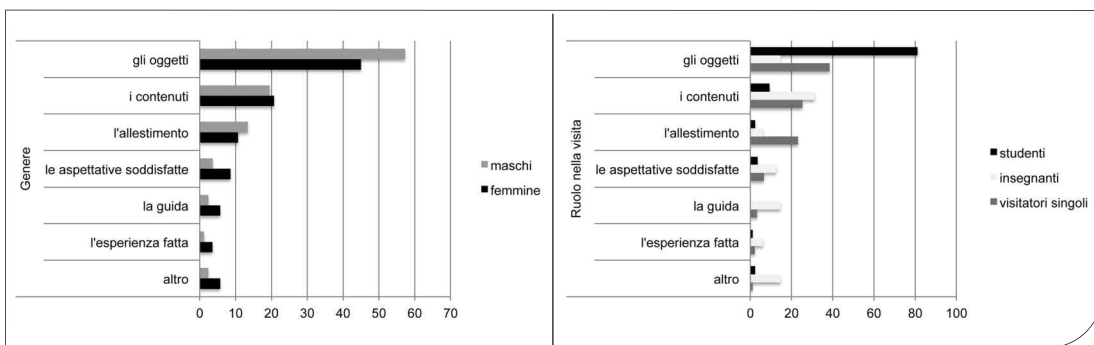


Fig. 3. Risposte relative alla soddisfazione (%) correlate al genere e al ruolo del visitatore.

Mentre gli insegnanti esprimono soddisfazione per tutte le categorie rappresentate in misura comparabile con la sola eccezione degli oggetti che raggiungono un 31% di preferenza, gli studenti dimostrano di badare in modo particolare agli oggetti esposti con ben l'81% di preferenze, poca attenzione viene da loro posta ai contenuti (10%) e alle restanti categorie (dal 7% all'1%) (fig. 3).

I visitatori che hanno visitato il Museo al di fuori di viaggi organizzati e per propria iniziativa hanno dimostrato soddisfazione soprattutto per oggetti (39%), contenuti (25%) e allestimento (23%) (fig. 3). Alla domanda "sono insoddisfatto per..." sono state registrate 34 risposte che fanno riferimento alla mancanza di animali vivi, al desiderio di vedere e imparare di più e alle piccole dimensioni del Museo (fig. 1).

Divertimento/Noia

Alla domanda "mi sono divertito perché..." sono state registrate 131 risposte che indicano come fonte di divertimento gli oggetti, aspetti cognitivi e sociali, atmosfera, organizzazione del percorso, guida, aspettative soddisfatte. Nessuno ha risposto alla domanda "mi sono annoiato perché" (fig. 4).

Agio/disagio

128 sono state le risposte alla domanda "Sono stato a mio agio perché". I visitatori citano in questo caso

il personale e l'accoglienza, aspetti cognitivi, ambiente ben organizzato, oggetti, aspetti sociali e amore per la natura (fig. 4).

La ragione del disagio invece viene identificata in 16 risposte riconducibili alla visione di animali morti (9) e a problemi organizzativi (8).

Cambiamento d'opinione

161 risposte si sono raccolte in relazione al cambiamento d'opinione. Il cambiamento si registra su alcune specie animali presenti nel Museo, sui Musei in generale e sull'ambiente (in particolare il mare). Le massime percentuali di cambiamento si sono registrate fra i giovani e i visitatori in possesso di licenza elementare e media (fig. 5).

In particolare mi ha colpito

I motivi di stupore raccolti sono stati 157 e si riferiscono alle specie esposte, ad aspetti allestitivi e all'ambiente in generale con precisi riferimenti all'accoglienza e alla professionalità degli operatori (fig. 6).

In questo Museo ho imparato...

117 risposte si riferiscono agli aspetti cognitivi. I visitatori dichiarano di aver imparato nozioni relative alla biologia marina, anche in relazione ad alcune specie in particolare, ma anche alla necessità della salvaguardia ambientale (fig.7).

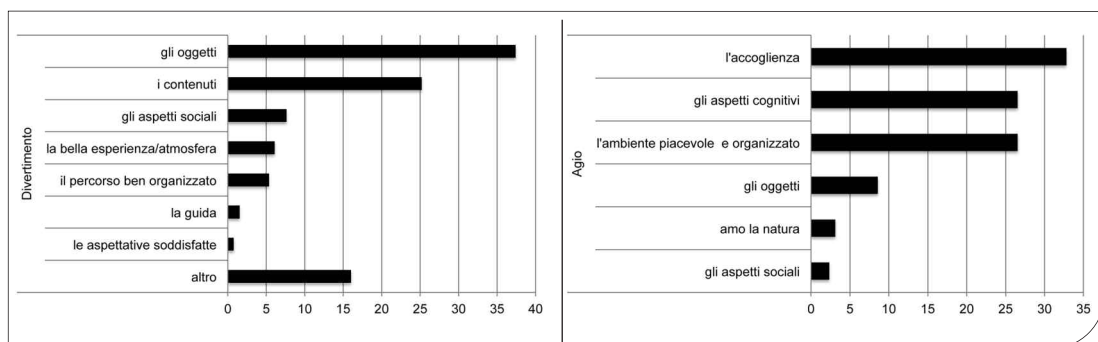


Fig. 4. Risposte alla domanda "Mi sono divertito per" e "Sono stato a mio agio per" (%).

Hanno cambiato idea	n°	%
da 15 anni in giù	61	86%
più di 15 anni	99	49%
con licenza elementare	38	79%
con licenza media	65	89%
con diploma	21	40%
con laurea	35	38%
maschi	56	55%
femmine	105	61%
visitatori singoli	45	42%
insegnanti	17	30%
studenti	99	88%

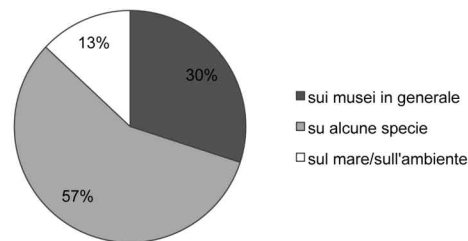


Fig. 5. Risposte alla domanda "Ho cambiato idea su" (numero e %) in relazione alla tipologia di visitatore (tabella) e all'oggetto del cambiamento (torta).

Secondo me questo museo serve a...

Il parere dei visitatori in merito alla ragion d'essere del Museo nel territorio è stato esplicitato in 178 risposte (fig. 8).

In ultimo, 180 visitatori (l'85%) si propongono di rivisitare il Museo in futuro, 22 visitatori (il 10%) non desiderano farlo e 10 visitatori (il 5%) dichiarano di volerlo fare se si verificheranno determinate condizioni (ad esempio, se capiteranno di nuovo in zona).

Alcune risposte sono state eliminate perché ritenute non pertinenti, probabilmente sono state apposte nella casella sbagliata come ad esempio "ho visto cose interessanti" nella casella relativa al disagio. Piuttosto che spostare arbitrariamente le risposte da una categoria all'altra, si è preferito eliminare quelle che sembravano non pertinenti alla domanda. Per quanto concerne l'elaborazione dei dati raccolti, laddove le risposte sono numerose si è scelto di presentarle il dato in percentuale, viceversa laddove scarse si è preferito presentarle in numero.

Disegni

102 bambini di età compresa tra i 2 e i 12 anni hanno disegnato i reperti che più degli altri li hanno colpiti. Gli animali più disegnati sono stati: lo squalo elefante (35 volte) e il delfino (19 volte) seguiti dalla medusa (16 volte) e dalla tartaruga (9 volte) (fig. 9).

DISCUSSIONE E CONCLUSIONI

Il presente lavoro ha l'unico scopo di monitorare il rapporto tra il Museo di Biologia Marina "Pietro Parenzan" e il suo pubblico in relazione ai molteplici aspetti ritenuti importanti per una equilibrata fruizione museale e suggeriti dagli stessi visitatori invitati a scrivere liberamente la loro opinione. Questa tipologia d'intervento tanto più è efficace quanto più è reiterata nel tempo allo scopo di cogliere i mutamenti che in questo rapporto si vengono inevitabilmente e giustamente a creare nel tempo e, inoltre, si

inquadra in una politica di condivisione e sostenibilità ritenuta oggi indispensabile per la presenza di un Museo nel territorio.

Sulla soddisfazione in generale i visitatori rispondono positivamente e solo una piccola parte manifesta motivi d'insoddisfazione. L'età gioca un ruolo importante in questo aspetto: se per i "grandi" la soddisfazione per reperti e contenuti è pari a 37% e 26%, per i "piccoli" questo andamento appare estremizzato, ben l'87% di essi esprime soddisfazione per i reperti e solo un 2% per i contenuti. La soddisfazione maggiormente espressa per i reperti è anche propria di coloro che hanno un titolo di studio basso (licenza elementare e media inferiore), che naturalmente sono anche i più giovani d'età. I dati fino ad ora esposti sulla soddisfazione sono in pieno accordo con le aspettative che molti visitatori esprimono in entrata (Miglietta et al., 2012b).

Un aspetto interessante è la valutazione della soddisfazione in relazione agli allestimenti e quindi agli aspetti museografici. Solo coloro che hanno titolo di studio elevato (diploma e laurea) esprimono soddisfazione per questo aspetto, gli altri quasi lo ignorano. Una spiegazione potrebbe essere che si tratta di persone adulte e più avvezze a visitare Musei, tanto da riuscire a percepirne oltre che i contenuti anche la forma espositiva. Nel precedente lavoro, in cui si sono indagate le aspettative (Miglietta et al., 2012b), solo l'8% dei visitatori avevano fatto riferimento ad aspetti dell'allestimento.

In generale, altri aspetti di soddisfazione (esperienza fatta, aspettative soddisfatte o guida, che nel lavoro sulle aspettative sono stati pressochè irrilevanti), registrati dalle risposte dei visitatori, compaiono quasi esclusivamente in relazione ad età adulta, titolo di studio elevato e genere femminile. Le visitatrici, infatti, dimostrano di avere una visione più completa dell'esperienza museale e di prestare attenzione anche ad aspetti ignorati dai visitatori. Nello studio precedente che ha rilevato le aspettative non erano risultate significative differenze legate al genere. Un

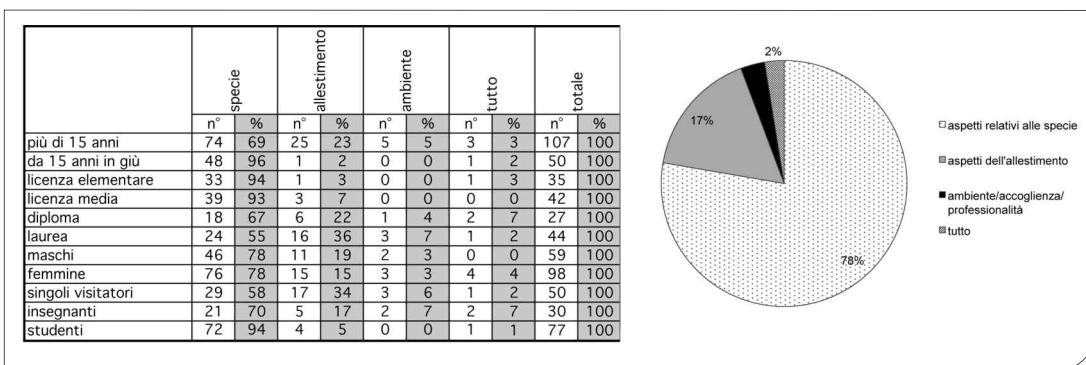


Fig. 6. Risposte alla domanda "In particolare mi ha colpito" (numero e %) in relazione alla tipologia di visitatore (tabella) e in totale (torta).

discorso a parte meritano gli insegnanti che visitano il Museo accompagnando le classi di alunni, le loro risposte sono in controtendenza rispetto a tutte le altre. Intanto costituiscono l'unico caso in cui l'attenzione (e quindi la soddisfazione) per i contenuti supera quella per gli oggetti; poi, per il resto, la soddisfazione è espressa quasi in ugual misura per ciascun aspetto della fruizione museale, anche questo aspetto è molto differente rispetto alle altre categorie di visitatori. Nello studio delle aspettative, invece, gli insegnanti esprimevano maggiore attenzione per gli oggetti che per i contenuti. Un insegnante che visita il Museo con i suoi alunni, nella maggior parte dei casi non lo fa per piacere personale o per curiosità, bensì per precisi scopi didattico-educativi, cosciente dell'importanza che la visita ha nel curriculum dei suoi studenti e nella loro formazione. Da qui un'attenta valutazione di tutti gli aspetti del Museo, da fruire tutti con il massimo rendimento e soprattutto attenzione e soddisfazione per i contenuti. Anche stando a quanto gli insegnanti riferiscono, è difficile trovare contenuti specifici ma anche rigorosi dal punto di vista scientifico, aggiornati e completi su alcune discipline, questa è una delle ragioni per cui portano i loro alunni al Museo, usufruendo così di notizie derivanti direttamente dai risultati delle ricerche sul campo operate dai ricercatori di Zoologia e Biologia Marina.

La soddisfazione espressa dai visitatori del Museo di Biologia Marina "Pietro Parenzan", quindi, ha tante facce e tanti pesi, a seconda di età, ruolo, genere e titolo di studio.

Le 34 osservazioni che invece accusano insoddisfazione si riferiscono *in primis* al fatto che nel Museo non si trovano organismi viventi. Questa osservazione si trova spesso anche nel Visitors Book del Museo (Miglietta et al, 2012). Il Museo si trova in prossimità di un tratto di mare che è un'Area Marina Protetta, nella quale è possibile recarsi a bordo di barche con il fondo trasparente, o fare snorkeling, inoltre il Museo è da sempre impegnato in progetti

(ma anche nel quotidiano) per la salvaguardia ambientale, pertanto sarebbe eticamente inaccettabile che ospitasse animali in cattività. Una minima parte di "insoddisfazioni" si riferiscono al fatto che il Museo è piccolo o all'esigenza di vedere (oggetti) e di imparare (contenuti) di più. Anche nelle note di insoddisfazione emerge sempre questa dualità come prioritaria.

Un aspetto importante della visita al Museo è l'atmosfera che il visitatore percepisce e che potrebbe anche influenzarne significativamente la fruizione. A questo scopo è stato inserito nel questionario l'invito a comunicare se ci si sente a proprio agio o meno. I visitatori che si sono sentiti a proprio agio scrivono che l'ambiente era accogliente, piacevole e organizzato, ma, inaspettatamente, si riferiscono anche ad aspetti cognitivi. Lo stesso avviene per il divertimento: nel Museo non ci sono giochi e ci si aspettava che la casella relativa al divertimento restasse in bianco o poco sfruttata. Viceversa, un notevole gruppo di visitatori scrive di essersi divertito adducendo come causa *in primis* i reperti visti, ma anche (inaspettatamente) i contenuti. Altri aspetti a supporto del divertimento sono stati l'esperienza fatta, l'atmosfera, il percorso. Per i visitatori, dunque, il divertimento non è esclusivamente legato al gioco.

Nessuno dichiara di essersi annoiato nel Museo, e questo è molto consolante, riteniamo infatti che la noia sia l'ostacolo più insidioso e pericoloso nell'ambito dell'esperienza museale.

Anche l'essere a proprio agio è stato motivato in maniera abbastanza inaspettata. Oltre a motivazioni prevedibili come l'accoglienza, l'ambiente piacevole e ben organizzato, gli aspetti sociali, ben il 36% dei visitatori che hanno risposto indicando come motivo dell'essere a proprio agio aspetti cognitivi (27%) e oggetti (9%). Evidentemente il "divertirsi" o il "sentirsi bene" dipendono anche dalla misura in cui vengono soddisfatte le aspettative che, per l'appunto, si concentravano su oggetti e informazioni (Miglietta et al, 2012b).

	"tante cose" (in generale)		concetti di biologia marina		nozioni su particolari specie		che è necessario rispettare l'ambiente		altro		totale	
	n°	%	n°	%	n°	%	n°	%	n°	%	n°	%
più di 15 anni	15	21	7	10	27	37	15	21	9	12	73	100
da 15 anni in giù	13	30	2	5	27	61	1	2	1	2	44	100
licenza elementare	8	30	2	7	16	59	1	4	0	0	27	100
licenza media	8	19	7	17	23	55	3	7	1	2	42	100
diploma	3	16	0	0	5	26	6	32	5	26	19	100
laurea	8	31	0	0	8	31	6	23	4	15	26	100
maschi	11	26	2	5	25	60	3	7	1	2	42	100
femmine	17	23	7	9	29	39	13	17	9	12	75	100
singoli visitatori	11	32	0	0	12	35	8	24	3	9	34	100
insegnanti	2	12	0	0	4	24	5	29	6	35	17	100
studenti	15	23	9	14	38	58	3	5	1	2	66	100

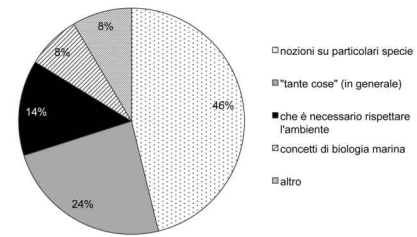


Fig. 7. Risposte alla domanda "In questo Museo ho imparato" (numero e %) in relazione alla tipologia di visitatore (tabella) e in totale (torta).

Dal punto di vista cognitivo, molto più delle nozioni acquisite (ci sono studi che ne provano la labilità nel tempo) ha valore il cambiamento di opinione su concetti inerenti all'esposizione. Ponendo che ogni visitatore abbia espresso un solo cambiamento (ma ci sono pochi casi in cui una persona riferisce di più cambiamenti), il numero di coloro che hanno cambiato idea su qualcosa corrisponderebbe al 69% dei visitatori. Tale cambiamento presuppone l'esistenza di un'idea che viene integralmente mutata o in parte modificata dalla visita al museo. Dal punto di vista squisitamente mnemonico (la persistenza nel tempo della nozione), il fatto di "cambiare" qualcosa di acquisito che si rivela errato o improprio è molto più efficace dell'imparare ex novo qualcosa perché richiede una revisione e l'accettazione del cambiamento di un'idea spesso radicata, il più delle volte nella tradizione orale. Le femmine che hanno cambiato opinione sono il doppio rispetto ai maschi che lo hanno fatto. E' stato molto interessante analizzare le risposte relative all'aspetto del cambiamento. Ad esempio un ragazzo (17 anni) riferisce che si era fatto un concetto negativo di "museo" e che questo è cambiato dopo la visita, anche un bambino (11 anni)

pensava che i musei fossero noiosi ed ha cambiato idea. Ma c'è anche chi si riferisce alla biologia marina in generale (femmina, 16 anni) scrivendo "non pensavo che fosse così interessante!". Moltissimo i visitatori hanno scritto riferendosi al cambiamento d'opinione su alcune specie in particolare. Un uomo (28 anni) dichiara di aver appreso che il riccio commestibile è solo una delle due specie più comuni (che solitamente sono considerate il maschio e la femmina di una stessa specie) e che c'è una differenza tra "polpo" e "polipo". Una donna (35 anni) non pensava che il cavalluccio di mare fosse un pesce, mentre un'altra donna (34 anni) non pensava che nei nostri mari esistessero squali e tartarughe così grandi. Ci sono molti riferimenti agli squali negli scritti dei giovani e alcuni esprimono sorpresa nell'apprendere che non sono poi così "cattivi" come nell'immaginario collettivo. Una ragazza (16 anni) non pensava che esistesse una specie di medusa "immortale". Altri riferimenti sono al mare antistante al Museo, Area Marina Protetta, il 13 % dei visitatori che rispondono, scrivono che ne avevano un'idea diversa, ad esempio non pensavano che fosse così ricco di specie e che si potesse definire di tipo subtropicale.

	conoscere capire imparare		salvare l'ambiente		vedere cose nuove		divertire appassionar e incuriosire		valorizzare il territorio		totale	
	n°	%	n°	%	n°	%	n°	%	n°	%	n°	%
più di 15 anni	79	61	24	18	10	8	10	8	7	5	130	100
da 15 anni in giù	44	92	2	4	2	4	0	0	0	0	48	100
licenza elementare	28	97	0	0	1	3	0	0	0	0	29	100
licenza media	40	83	2	4	3	6	3	6	0	0	48	100
diploma	17	55	7	23	4	13	1	3	2	6	31	100
laurea	33	52	17	27	4	6	6	9	4	6	64	100
maschi	40	71	9	16	1	2	3	5	3	5	56	100
femmine	83	68	17	14	11	9	7	6	4	3	122	100
singoli visitatori	36	55	18	28	2	3	5	8	4	6	65	100
insegnanti	23	56	7	17	6	15	2	5	3	7	41	100
studenti	64	89	1	1	4	6	3	4	0	0	72	100

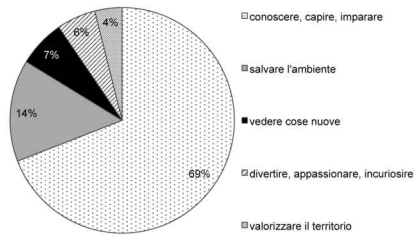


Fig. 8. Risposte alla domanda "Questo Museo serve a" (numero e %) in relazione alla tipologia di visitatore (tabella) e in totale (torta).

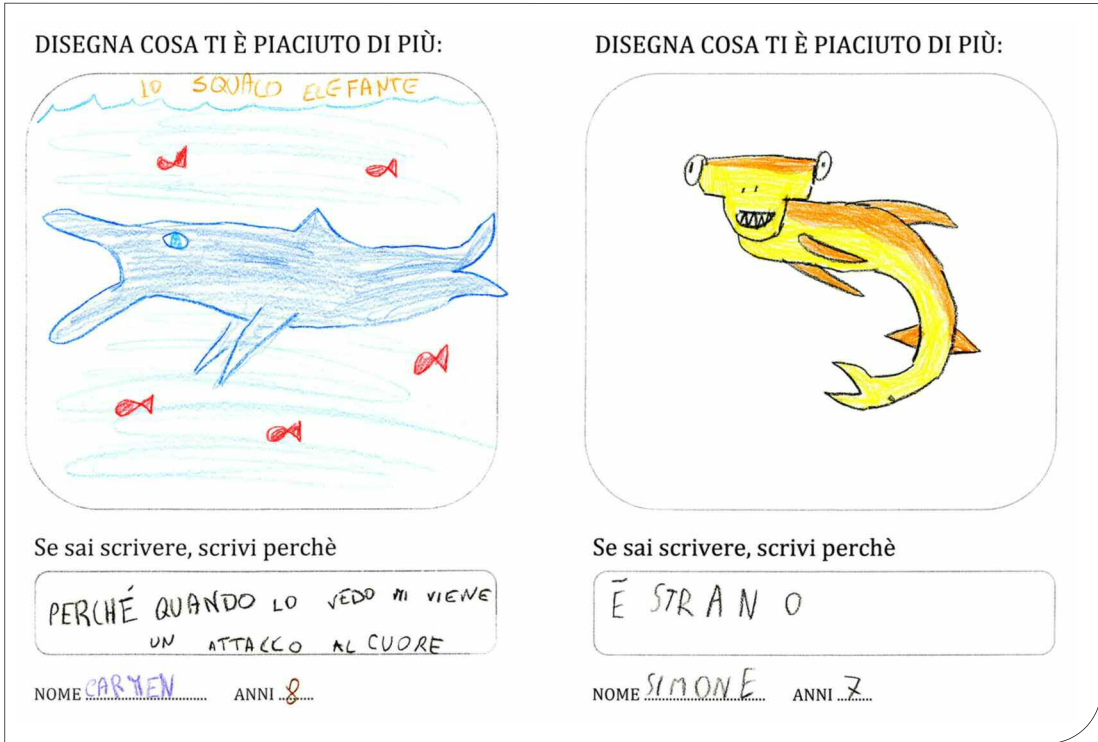


Fig. 9. Due dei disegni dei bambini.

Si è anche voluto indagare sui motivi di stupore che il Museo potesse eventualmente suscitare nel visitatore perché riteniamo anche questo possa essere un mezzo efficace per attirare l'attenzione. Molti visitatori (quasi l'80%), fra quelli che hanno risposto, riferiscono di essere stati colpiti da aspetti relativi alle specie esposte: le grandi dimensioni, la varietà, gli aspetti teratologici di alcuni, la bellezza delle conchiglie, in particolare gli squali. Altri hanno fatto riferimento a concetti espositivi esprimendo stupore e apprezzamento per le sale che affiancano quella centrale con la collezione di biologia marina del Parenzan: la Sala della Pesca e la Sala dello Squalo elefante, concepite e realizzate con un criterio immersivo e non didascalico.

E' stato poi indagato anche l'aspetto puramente cognitivo invitando i visitatori a scrivere cosa hanno imparato nel museo. Vengono riferiti aspetti inerenti le specie esposte (soprattutto riconoscere e distinguere più facilmente le specie edibili, ma anche aspetti della vita degli squali) e la biologia marina, ma ci piace notare che una parte di visitatori scrive di aver imparato come si può salvaguardare l'ambiente marino, forse il messaggio più importante che un Museo possa mandare.

Da quanto già esposto, si desume chiaramente il compito che il Museo assume sul territorio, ma anche per questo abbiamo voluto che il visitatore esprimesse la sua libera opinione scrivendo il senso che ha per lui il

Museo. Quasi il 70% di coloro che hanno risposto riconosce al Museo un compito di informazione e di mediazione di conoscenza, ma un 14% lo riconosce come guida e indirizzo per la salvaguardia dell'ambiente marino. Altri (nel complesso il 17%) vedono il Museo come luogo in cui vedere cose nuove, divertirsi e imparare a valorizzare il territorio.

Il desiderio espresso di tornare a visitare il Museo è espresso da un elevato numero di visitatori.

La maggior parte dei bambini dai 3 ai 12 anni, che hanno fatto dei disegni, ha indicato come preferiti animali grandi come lo squalo elefante, la tartaruga liuto, i delfini. Molte motivazioni alla scelta riguardano infatti la grandezza, ma altre invece si riferiscono all'amore per gli animali del mare e quello disegnato in particolare. L'attenzione ai bambini negli ultimi tempi, dopo lo studio del visitors book e la proposta di incasellamento dei messaggi ivi contenuti (Miglietta et al., 2012), ha preso corpo nell'allestimento di un angolo ad essi dedicato. In una sala del Museo essi possono ora giocare, leggere e disegnare, possono anche riconoscere gli animali esposti grazie ad una baby guida che possono poi portare con sé gratuitamente a casa.

I visitatori del Museo di Biologia Marina "Pietro Parenzan" portano con sé uscendo dal Museo l'impressione di un luogo accogliente e ben organizzato, pur nella sua piccolezza, un posto in cui informarsi ma anche divertirsi, pur in assenza di giochi e appa-

rati interattivi, un posto in cui c'è ancora spazio per lo stupore, ma anche per imparare a salvaguardare l'ambiente marino.

BIBLIOGRAFIA

BOLLO A., 2004. *Il museo e la conoscenza del pubblico: gli studi sui visitatori*. Istituto per i Beni artistici, culturali e naturali, Bologna, 88 pp.

EVANS K.L., 1997. Aquaria and marine environmental education. *Aquarium Science and Conservation*, 1: 239-250.

FALK, J.H., DIERKING, L.D., 1992. *The museum experience*. Whalesback Books, Washington, D.C., 205 pp.

HOOPER-GREENHILL E., 2006. *Studying visitors*. In S. MacDonald (Ed.), *A companion to museum studies*. London, Blackwell Publishing, pp. 362-376.

HENRIKSEN K.E., FRØYLAND M., 2000. The contribution of museum to scientific literacy: views from audience and museum professionals. *Public Understand. Sci.*, 9: 393-415.

MACDONALD S., 1992. Cultural imagining among museum visitors: a case study. *The International Journal of Museum Management and Curatorship*, 11(4): 401-409.

MAZZOLINI R.G. (ed.), 2002. *Andare al museo: motivazioni, comportamenti e impatto cognitivo*. Quaderni Trentino Cultura, Trento, 251 pp.

MERZAGORA M., RODARI P., 2007. La scienza in mostra: Musei, science center e comunicazione. Mondadori, Milano, 131 pp.

MIGLIETTA A.M., BOERO F., BELMONTE G., 2012. Museum management and visitors book: there might be a link? *Museologia Scientifica*, 6(1-2): 91-98.

MIGLIETTA A.M., POSI M.E., BOERO F., 2012. Objects vs Informations in the expectations of the visitors of a museum. *Museologia Scientifica*, 6(1-2): 85-90.

MIGLIETTA A.M., BELMONTE G., BOERO F., 2005. Conoscere il pubblico potenziale per allestire una sala museale. *Museologia Scientifica*, 20(2): 217-234.

MIGLIETTA A.M., BELMONTE G., BOERO F., 2008. A summative Evaluation of Science Learning: a case Study of the Marine Biology Museum "Pietro Parenzan" (South East Italy). *Visitors Studies*, 11(2): 213-219.

MIGLIETTA A.M., PACE R., BOERO F., 2011a. Evaluating students' comprehension of messages on panels. *Visitor studies*, 14(2): 209-218.

MIGLIETTA A.M., PACE R., BOERO F., 2011b. I pannelli nei musei. Il punto di vista dei ragazzi. *Museologia Scientifica*, 5(1-2): 136-141.

MIGLIETTA A.M., BOERO F., BELMONTE G., 2012a. Visitors book and Museum management: there might be a link? *Museologia Scientifica*, 6(1-2): 91-98.

MIGLIETTA A.M., POSI M.E., BOERO F., 2012b. Objects Vs informations in the expectations of the visitors of a museum. *Museologia Scientifica*, n. 6(1-2): 85 - 90.

MILLER B., CONWAY W., READING R. P., WEMMER C., WILDT D., KLEIMAN D., MONFORT S., RABINOWITZ A., ARMSTRONG B., HUTCHING M., 2004. Evaluating the Conservation Mission of Zoos, Aquariums, Botanical Gardens, and Natural History Museums. *Conservation Biology*, 18(1): 86-93.

PACE M.R., MIGLIETTA A.M., BOERO F., 2008. Comunicare nel Museo: i pannelli esplicativi come strumento di mediazione culturale. *Museologia Scientifica*, 2(1-2): 118-126.

POSI M.E., BELMONTE G., BOERO F., MIGLIETTA A.M., 2010. Una sala come piace a te. Front-end evaluation per la realizzazione di una nuova proposta espositiva. *Museologia Scientifica*, 4(1-2): 152-159.

SHENG, C.W., CHEN M.C., 2011. A study of experience expectations of museum visitors. *Tourism Management*, 33: 53-60.

WEIL W.E., 2000. *Transformed from a cemetery of bric-a-brac*. In: B. Sheppard (ed.), *Perspectives on outcome based evaluation for libraries and museums*. Washington, D.C.: Institute of Museum and Library Services, pp. 4-12.