

# MODALITÀ DI FRUIZIONE DELLO SPAZIO MUSEALE

Schema di lavoro

*Valentina Lusini*

## A. PRIMO LIVELLO: IL LINGUAGGIO DELLA MUSEOGRAFIA

### 1) OGGETTI-DOCUMENTI ESPOSTI:

### 2) ALLESTIMENTO (SERVIZI DI BASE):

- **Struttura** (Oggetti isolati – Serie tecnico-morfologiche – Serie funzionali – Serie tematiche – Serie tipologiche – Serie di inquadramento storico-contestuale)
- **Funzione** (Identificazione – Attivazione – Espressione)
- **Significato** (Metafore – Assonanze – Contrasti – Comparazioni)

### 3) INFORMAZIONE ED ANALISI:

- **Supporti** (Multimediali – Cartacei – Audiovisivi)
- **Contenuti:**
  - Descrizione (Provenienza – Materiale – Formale)
  - Speculazione (Sociale – Storica – Religiosa – Economica)
  - Giudizio (Valore)

### 4) SERVIZI AGGIUNTIVI PERIFERICI:

Spazio di accoglienza – Servizi multimediali accessori – Bibliografie selezionate – Animazione – Laboratori – Visite guidate – Bookshop – Commercializzazione di prodotti collegati alle collezioni – Spettacoli

## B. SECONDO LIVELLO: IL LINGUAGGIO DELL'OSSERVATORE

### 1) CIÒ CHE SI È VISTO (PRIMO LIVELLO: PERCETTIVO)

### 2) CIÒ CHE SI È INTUITO (SECONDO LIVELLO: EMOZIONALE-SOGGETTIVO)

### 3) CIÒ CHE SI È CAPITO (TERZO LIVELLO: INTELLETTUALE)

### 4) COME SI VALUTA (QUARTO LIVELLO: CRITICO)

## C. TERZO LIVELLO: CORRISPONDENZE

Partendo dal principio che ogni osservatore si costruisce della mostra un'esperienza unica, il grado di personalizzazione deriva dal rapporto che questo riesce ad instaurare con la propria esperienza durante una visita.

Questo progetto intende verificare in che misura il contesto di un'esposizione o di un allestimento museale si possa concepire come "occasione sociale" che coinvolge, a diversi livelli, una molteplicità di intenzioni e valori differenti (quelli della tipologia di museo, quelli dell'architetto, quelli dell'oggetto esposto, quelli del/i curatore/i, quelli dell'osservatore). L'analisi servirà non solo a valutare la risposta del pubblico alle serie di stimoli, visivi e non-visivi, di cui è fatta una mostra, ma anche ad abbozzare una prima interpretazione della dinamica tra le diverse intenzioni dei soggetti implicati, vale a dire del complesso dialogo attivato tra gli "attori", ognuno portatore di una serie di specificità, che costituiscono il contesto globale di un'esposizione.

Il progetto prevede quattro fasi operative:

1) osservazione-analisi di A (PRIMO LIVELLO - il linguaggio della museografia), che verrà condotta sul campo ed in collaborazione con i curatori dell'esposizione.

- 2) raccolta di dati su B (SECONDO LIVELLO – il linguaggio dell'osservatore). Questa seconda fase del progetto prevede due momenti, che corrispondono ai due livelli di profondità della documentazione da raccogliere: raccolta di dati qualitativi e raccolta di dati quantitativi. I dati qualitativi saranno raccolti attraverso le interviste, le riprese in video, l'analisi dei percorsi fatti e del comportamento di visitatori selezionati *ad hoc* (in base all'età, alla provenienza, alla professione, al titolo di studio, alla condizione sociale, eventualmente alla storia familiare, ecc.) in un periodo dato. I dati quantitativi riguarderanno il numero di visitatori in un periodo dato, gli orari di frequentazione al museo, la durata della visita, ecc. Questi dati saranno riportati in grafici e tabelle.
- 3) analisi dei dati del SECONDO LIVELLO (B), che sarà condotta attraverso l'integrazione e l'attenta valutazione dei dati quantitativi e qualitativi.
- 4) sintesi interpretativa, che consisterà nel verificare l'efficacia di A (PRIMO LIVELLO - il linguaggio della museografia), attraverso il confronto con B (SECONDO LIVELLO – il linguaggio dell'osservatore).

#### RISORSE BIBLIOGRAFICHE DI BASE:

- Ames M. M., *Museums, the Public and Anthropology: a Study in the Anthropology of Anthropology*, University of British Columbia Press, Vancouver, 1986.
- Andreas Bassi P., *Il museo nel processo della comunicazione*, in AA. VV., *L'invenzione dell'identità e la didattica delle differenze*, Atti della sessione "Antropologia Museale" al II° Congresso nazionale dell'Associazione Italiana di Scienze Etno-Antropologiche, Edizioni Et, Milano, 1996, pp. 53-58.
- Angela A., *Musei a misura d'uomo: come comunicare attraverso gli oggetti*, Armando, Roma, 1988 (COLL. Bibl.Raccolte speciali Centro Tut.pat.scient. C-40).
- Bagdadli S., *Il museo come azienda. Management e organizzazione al servizio della cultura*, Etas Libri, Milano, 1997.
- Ballé C. – Poulot D., *Les politiques du public dans les musées européens*, Centre National de la Recherche Scientifique, Paris, 1996.
- Bodo S. (a cura di), *Il museo relazionale: riflessioni ed esperienze europee*, Edizioni Fondazione G. Agnelli, Torino, 2000 (COLL. BLF 13.14.163).
- Bourdieu P. – Darbel A. – Schnapper D., *L'amore dell'arte. I musei d'arte europei e il loro pubblico*, Guaraldi, Rimini, 1972.
- Bourdieu P., *La responsabilità degli intellettuali*, Laterza, Roma-Bari, 1991.
- Bourdieu P., *La trasmissione dell'eredità culturale*, in Barbagli M. (a cura di), *Istruzione, legittimazione e conflitto*, Il Mulino, Bologna, 1983, pp. 283-313 (COLL. BCG W3212).
- Caillet E. (avec la collaboration de E. Lehalle), *A l'approche du musée, la médiation culturelle*, Presses Universitaires de Lyon, Lyon, 1995.
- Caune J., *Esthétique de la communication*, Presses Universitaires de France, Paris, 1997.
- Ceschi F., *Un museo centrato sull'utente*, in «Economia della Cultura», 10 (3), 2000, pp. 381-384 (COLL. BLF 050 E 11).
- Clifford J., *Le musée comme zone de contact*, in «Dédale», n. 5-6, 1997, pp. 246-267.
- Clifford J., *Strade. Viaggio e traduzione alla fine del XX secolo*, Bollati Boringhieri, Torino, 1999.
- Cruikshank J., *Oral Tradition and Material Culture: Multiplying Meanings of "Words" and "Things"*, in «Anthropology Today», vol. 8, n. 3, June 1992, pp. 5-9.
- Davallon J., *L'Exposition à l'œuvre. Stratégies de communication et médiation symbolique*, Harmattan, Paris, 2000 (ufficio catalogazione).

- Didi-Huberman G., *Ciò che vediamo, ciò che ci guarda*, in «Ipsa Facto», n. 4, maggio-agosto 1999, pp. 35-68.
- Duncan C., *Civilizing Rituals Inside Public Art Museum*, Routledge, London, 1995 (COLL. BLF 7.8.1560).
- Durant J. (a cura di), *Scienza in pubblico. Musei e divulgazione del sapere*, Clueb, Bologna, 1998.
- Eco U., *Opera aperta. Forma e indeterminazione nelle poetiche contemporanee*, Bompiani, Milano, 1962.
- Falk J. H. – Dierking L D., *The Museum Experience*, Whalesback Books, Washington, 1992.
- Hooper-Greenhill E., *Museums and the Shaping of Knowledge*, Routledge, London, 1992.
- Hooper-Greenhill E., *Museums and Their Visitors*, Routledge, London, 1994.
- Hudson K., *A Social History of Museums: What the Visitors Thought*, Atlantic Highlands, NJ., 1975.
- Jeudy H. P. (ed.), *Exposer, exhiber*, Éditions de la Villette, Paris, 1995.
- Kaplan F. E. S. (ed.), *Museums and the making of ourselves*, London & New York, 1994.
- Kirshenblatt-Gimblett B., *Destination Culture. Tourism, Museums, and Heritage*, University of California Press, Berkeley, Los Angeles, 1998.
- Mucci E. – Tazzi P. L., *Il pubblico dell'arte*, Rizzoli, Milano, 1982.
- Noble J. V., *Museum Manifesto*, in «Museum News», april 1970, pp. 27-32.
- Nora P. (ed.), *Science et conscience du patrimoine. Entretiens du patrimoine*, Actes du colloque, Théâtre national de Chaillot, Paris, 28-30 novembre 1994, Fayard, Éd. du patrimoine, Paris, 1997 (COLL. BLF 7.8.1680).
- Pearce S., *Objects of Knowledge: New Research in Museum Studies, an International Series*, 1, Athlone Press, London & Atlantic Highlands, 1990.
- Poulot D., *Patrimoine et musées. L'institution de la culture*, Hachette Supérieur, Paris, 2001.
- Prete C., *Aperto al pubblico. Comunicazione e servizi educativi nei musei*, Edifir, Firenze, 1998.
- Ruggieri Tricoli M. C., *I fantasmi e le cose. La messa in scena della storia nella comunicazione museale*, Edizioni Lybra Immagine, Milano, 2000.
- Sherman D. – Rogoff I. (ed.), *Museums culture*, Routledge, London & New York, 1994.
- Vercelloni V., *Musei e comunicazione culturale*, Jaca Book, Milano, 1994.