

Musei universitari e terza missione: azioni concrete

University museums and the third mission: concrete actions

Anna Maria Miglietta

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

RIASSUNTO

La valutazione dell'azione dei musei universitari da parte dell'ANVUR porta alla ribalta, nella vita degli atenei, queste strutture finora ben poco considerate. I musei universitari hanno una forte valenza educativa e, grazie ai contenuti della ricerca accademica, possono svolgere una efficace azione sul territorio, veicolando messaggi sempre nuovi e accattivanti.

I musei dovranno trovare il modo di far sentire la loro voce nella scelta dei criteri valutativi che determineranno la loro valutazione e che, finora, sono insufficienti, lacunosi e meramente quantitativi.

Nella presente nota si discutono alcuni aspetti di miglioramento e potenziamento dell'azione educativa dei musei universitari sul territorio.

Parole chiave:

musei universitari, comunicazione, valutazione, gestione condivisa.

ABSTRACT

Assessment of the operation of university museums by ANVUR brings these structures, thus far rather neglected, to the fore in the life of universities. University museums have a strong educational value and, thanks to the results of academic research, can play an effective role within the local community, conveying increasingly novel and captivating messages.

However, these museums will have to find ways to make their voice heard in the choice of the criteria that will determine their assessment, which thus far are insufficient, incomplete and purely quantitative.

In this note we discuss some aspects to improve and strengthen the educational activities of university museums within local communities.

Key words:

university museums, communication, assessment, shared management.

I Musei universitari, pur nella loro estrema diversità, svolgono già da decenni un'azione educativa sul territorio (Capanna et al., 2011). Le finalità dei Musei universitari sono molteplici: alcuni svolgono prevalentemente attività didattiche rivolte all'interno del sistema universitario, altri sono aperti al territorio, altri ancora pongono maggiore attenzione agli aspetti di conservazione. Molti Musei universitari riescono a proporre attività educative intense, altri hanno ricche esposizioni ma scarsa attività rivolta al pubblico, molti hanno orari di apertura che limitano l'affluenza dei visitatori, alcuni hanno ricche e preziose collezioni, altri ne hanno di modeste, con dimensioni che vanno da pochi metri quadrati, a grandi spazi con esposizioni ben allestite. La carenza di personale specializzato e la cronica esiguità di fondi adeguati alle enormi potenzialità educative che la grande maggioranza di essi possiede sono praticamente la regola.

Despite their extreme diversity, university museums have engaged in educational activities within local communities for many decades (Capanna et al., 2011). The objectives of university museums are many and varied: some perform mainly educational activities within the university system, others are open to the local community, while others put more emphasis on conservation aspects. Many university museums manage to propose intensive educational programmes, others have rich exhibits but few activities aimed at the general public, many have opening hours that limit the number of visitors, some have rich and prestigious collections while others have modest ones, with sizes ranging from a few square metres to large spaces with well-arranged displays. The shortage of skilled personnel and the chronic scarcity of funds proportionate to the enormous educational potential of the vast majority of university museums are pretty much the rule.

La Terza Missione promuove l'interazione culturale tra le Università e la società, e mira alla qualificazione e allo sviluppo del territorio che ospita l'ateneo, con il passaggio di contenuti utili alla vita del cittadino e derivanti dall'attività di ricerca che l'Ateneo svolge (Capogna, 2012; Esko, 2012; Larédo, 2007; Novelli e Talamo, 2012; v. anche Siti web 1, 2, 3). Con la Terza Missione si dovrebbe facilitare l'accesso alla cultura prodotta nelle Università mediante l'abbandono di atteggiamenti autoreferenziali in favore di un adeguamento alle esigenze culturali, sempre in evoluzione, della società.

Pur considerando azioni educative già avviate e consolidate da tempo, un impulso nuovo, tuttavia, potrebbe venire ai musei con l'istituzione e il riconoscimento della terza missione delle università, uno stimolo al miglioramento e al potenziamento delle attività volte alla fruizione da parte dei visitatori.

Quest'azione di miglioramento si può concretizzare almeno su tre fronti: un processo di facilitazione per la comprensione da parte del pubblico del significato delle collezioni e, soprattutto, della missione del museo; l'autovalutazione di tutte le attività educative ed espositive che si conducono nel museo; la gestione "condivisa", vale a dire la partecipazione del pubblico nella progettazione e nella gestione delle attività museali.

COLLEZIONI E MISSIONE COMPRESIBILI AL VISITATORE

Il museo si racconta attraverso i reperti che, a loro volta, soprattutto nei musei scientifici, devono essere spiegati per essere compresi, per motivarne la presenza nel museo. Con la collezione, quindi, il museo comunica con l'esterno attraverso molti strumenti: pannelli, finestre tematiche, brochure, video, audio, apparati multimediali, diorami, guide in persona. Gran parte della comunicazione è affidata al linguaggio, parlato o scritto che sia.

I testi scritti sono ubiquitari nei musei, e le osservazioni sull'opportunità di corredare con testi le esposizioni riempiono la bibliografia di settore (Andreini, 2009; Miglietta, 2011; Miglietta et al., 2011a; Miglietta et al., 2011b; Pace et al., 2008). I testi scritti in un museo universitario spesso risentono di tecnicismi e, soprattutto nei musei piccoli, non esiste uno staff che curi la comunicazione, all'interno di una sezione didattica che si occupi di questi aspetti. La comunicazione orale è più facilmente gestibile di quella scritta, perché può essere adattata volta per volta a seconda di chi si ha di fronte, con capacità che si affinano con l'esperienza. Nei musei universitari spesso gli stessi studenti o i neolaureati nella materia delle collezioni collaborano alle attività didattiche, in alcuni casi addirittura, per mancanza di appropriati fondi, a essi si affidano i rapporti con il pubblico. Questi giovani, pur essendo padroni del-

The Third Mission promotes cultural interactions between universities and society. Its aim is the improvement and development of the local community that hosts the university, with the passage of knowledge useful to the life of the citizen and deriving from the university's research activities (Capogna, 2012; Esko, 2012; Laredo, 2007; Novelli & Talamo, 2012; also see web sites 1, 2, 3). With the Third Mission, access to knowledge produced in universities should be facilitated through the abandonment of self-referential attitudes in favour of an adaptation to the ever changing cultural needs of society.

Although educational activities have been undertaken and consolidated for some time, museums could acquire a new impulse with the establishment and recognition of the third mission of universities, a stimulus to the improvement and strengthening of activities aimed at museum visitors. This improvement can take place on at least three fronts: facilitation of the public's understanding of the significance of the collections and, above all, of the museum's mission; self-assessment of all the educational and exhibition activities conducted in the museum; "shared" management, i.e. public participation in the planning and management of museum activities.

COLLEZIONI AND A MISSION UNDERSTANDABLE TO THE VISITOR

The museum recounts to the visitor by means of its specimens, which in turn (and especially in scientific museums) must be explained so as to be understood, so as to justify their presence in the museum. With its collections, the museum communicates with the outside by means of many tools: panels, thematic windows, brochures, video, audio, multimedia equipment, dioramas, guided tours. Much of the communication is entrusted to language, be it spoken or written.

Written texts are ubiquitous in museums, and observations on the appropriateness of accompanying exhibits with texts fill the museological literature (Andreini, 2009; Miglietta, 2011; Miglietta et al., 2011a; Miglietta et al., 2011b; Pace et al., 2008). Texts written in a university museum often suffer from technical language and, especially in small museums, there is no staff to deal with communication within an educational section that deals with these aspects.

Oral communication is more manageable than written communication because it can be adapted to different audiences, with skills that are improved through experience. In university museums it is often the students or recent graduates in the field of the collections who collaborate in educational activities; in some cases, due to insufficient funds, they are the ones tasked with relations with the public. However, despite being fresh from their studies and masters of the relevant topics, these young people do not have enough experience in the field of communication.

la materia e freschi di studi, non hanno abbastanza esperienza nell'ambito della comunicazione e capita spesso, purtroppo, che dopo qualche tempo (magari quando stanno affinando le loro capacità di comunicazione) siano sostituiti da colleghi più giovani e meno esperti. Questo eccessivo ricambio, senz'altro dovuto alla carenza di personale dedicato e di fondi strutturali, è un danno per le attività educative, per motivi facilmente intuibili.

La cura delle tecniche di comunicazione rende un museo più o meno inclusivo ed è un importante contributo alla terza missione delle università.

VALUTAZIONE DELLE ATTIVITÀ MUSEALI

Tutte le attività museali dovrebbero essere valutate, soprattutto per consentirne l'adattamento ai diversi fruitori. È importante conoscere, ad esempio, le aspettative del visitatore che si appresta a visitare il museo e il suo grado di soddisfazione dopo la visita, come ha vissuto l'esperienza di visita, le sue impressioni. Anche le scelte espositive dovrebbero essere valutate in fase di progettazione, ma soprattutto è importante valutare gli interventi educativi perché attraverso essi si esplicita il compito di disseminazione dei risultati della ricerca. Nel caso dei musei naturalistici, spesso l'educazione alla salvaguardia dell'ambiente è uno dei temi principali, e questo assegna una responsabilità pesante a chi fa attività educative (Miglietta & Boero, 2005). Verificare che questi contenuti siano effettivamente compresi dal visitatore è cruciale, soprattutto se si tratta di giovanissimi visitatori (Miglietta et al., 2008). I metodi di valutazione sono molto vari e declinabili a seconda dei casi: questionari, gruppi focalizzati, interviste, e anche disegni per i visitatori più piccoli.

GESTIONE CONDIVISA

Anche e soprattutto in un'ottica di sostenibilità (Falchetti & Utzeri, 2013), i destinatari finali delle attività museali vanno coinvolti nelle fasi preparatorie e progettuali. La cultura del luogo, le tradizioni, spesso tramandate oralmente, il sapere popolare sono un ottimo corredo ai risultati della ricerca scientifica, soprattutto se condotta sul territorio in cui il museo opera. Il tessuto culturale del territorio, con le sue storie e le sue tradizioni, è lo scenario in cui la ricerca si inserisce per spiegare, in accordo, o in disaccordo con le credenze del posto, spesso molto radicate, in modo da correggere abitudini consolidate e magari dannose per l'ambiente o, ancora, per avvalorare concetti popolari già esistenti ma mai spiegati (Miglietta, 2010). La razionalità della ricerca scientifica e il fascino delle tradizioni popolari sono un connubio potente ed efficace che i musei universitari devono sfruttare per migliorare la loro azione sul territorio.

After a certain time (perhaps just when they are honing their communication skills), they are replaced by younger, less experienced colleagues. This excessive turnover, certainly due to the lack of dedicated personnel and structural funds, is harmful to the museum's educational activities, for reasons that are easy to understand.

The care given to communication techniques makes a museum more or less inclusive and is an important contribution to the third mission of universities.

ASSESSMENT OF MUSEUM ACTIVITIES

All museum activities should be evaluated, especially to allow their adaptation to different users. For example, it is important to know the expectations of the visitor before the museum visit and his degree of satisfaction afterward, what was his experience of the visit and his impressions. The exhibition choices should also be evaluated in the planning stage, but it is especially important to assess the educational interventions because they are the means of dissemination of research results. In the case of naturalistic museums, education toward protecting the environment is often one of the main topics, and this is a serious responsibility for those who carry out educational activities (Miglietta & Boero, 2005). Making sure that these contents are truly understood by the visitor is crucial, especially with young visitors (Miglietta et al., 2008). The assessment methods are quite varied and differ case by case: questionnaires, focus groups, interviews, and even drawings for young visitors.

SHARED MANAGEMENT

Especially in terms of sustainability (Falchetti & Utzeri, 2013), the final users of museum activities should be involved in the preparatory and planning stages. The local culture, traditions (often passed down orally) and popular knowledge are an excellent accompaniment to the results of scientific research, especially if the studies have been conducted in the territory that hosts the museum. The local cultural fabric, with its history and its traditions, is the scenario into which the research is inserted in order to counter false, albeit often deep-rooted, local beliefs, so as to correct established habits that may be harmful to the environment, or to validate existing but never properly explained popular concepts (Miglietta, 2010). The rationality of scientific research and the charm of popular traditions are a powerful and effective combination that university museums must exploit to improve their influence with the local community. Public involvement can take place in the planning of new permanent or temporary exhibits by means of pre-assessment studies aimed at understanding public needs and expectations before undertaking the actual planning phases (Miglietta, 2012; Miglietta et al.,

Il coinvolgimento del pubblico può avvenire nella progettazione di nuovi allestimenti, permanenti o temporanei, attraverso studi di pre-valutazione volti a comprendere le esigenze e le aspettative prima di intraprendere le fasi di progettazione vera e propria (Miglietta, 2012; Miglietta et al., 2005; Miglietta et al., 2012a; Posi et al., 2010). La correttezza di questo approccio evita sprechi di denaro nella realizzazione di prodotti poco comprensibili, poco apprezzabili o semplicemente poco interessanti per il pubblico. Ma anche le valutazioni fatte dopo la visita sono utili per le future progettazioni (Miglietta et al., 2014). I visitatori sono disponibili a partecipare a questi studi preliminari e apprezzano le scelte del museo verso la condivisione. Il libro dove i visitatori lasciano pensieri, consigli, considerazioni in totale libertà è ubiquitario nei musei ma è poco considerato (Miglietta et al., 2012b). Questo spazio gestito è fonte di informazioni che possono contribuire ad una corretta e meglio mirata gestione del museo, coinvolgendo i visitatori nelle decisioni.

Le attività educative permettono ampia condivisione nella progettazione. Per quelle rivolte alle scuole, già da tempo è in atto un radicale cambiamento nei rapporti scuola-museo. Le visite delle scuole al museo, da fugaci e frettolosi passaggi, inseriti in più ampi percorsi sul territorio, si stanno pian piano trasformando in efficaci e soddisfacenti momenti di crescita culturale. L'intensificarsi dei rapporti fra il personale del museo e gli insegnanti che inseriscono attività museali nel curriculum scolastico rende possibile questo cambiamento. La condivisione e la coerenza dei temi trattati con il curriculum scolastico delle classi che visitano il museo, l'intensificarsi di attività laboratoriali, molto gradite agli studenti, permettono di raggiungere una elevata sintonia scuola-museo, alla base per una proficua collaborazione. Le risorse economiche delle scuole hanno subito un drastico calo, ma anche una semplice visita guidata, meno costosa di un laboratorio, se ben programmata e centrata su argomenti condivisi con gli insegnanti, può essere uno strumento ottimo e proficuo.

I musei universitari saranno valutati per la loro azione educativa sul territorio, pertanto dovranno impegnarsi a migliorare le proprie prestazioni, e a far sentire la loro voce per individuare criteri valutativi consoni all'importanza e alla complessità della loro prestazione.

2005; Miglietta et al., 2012a; Posi et al., 2010). *The correct use of this approach avoids a waste of money in the realization of products that are poorly understood, little appreciated or simply uninteresting to the public. However, assessments carried out after the visit are also useful for future planning (Miglietta et al., 2014). Visitors are willing to participate in these preliminary studies and appreciate the museum's choice to share its planning process. The book in which visitors leave their thoughts, tips and considerations in total freedom is ubiquitous in museums but is not sufficiently appreciated (Miglietta et al., 2012b). This managed space is a source of information that can contribute to a correct and better-targeted management of the museum by involving the visitors in its decisions.*

Educational activities allow broad sharing in the planning phases. For those aimed at schools, a radical change in the school-museum relationship has been in progress for a long time. School visits to the museum are being transformed from fleeting and hasty passages included in broader programmes within the territory to effective and satisfying moments of cultural growth. The intensification of the relationships between museum staff and teachers who include museum activities in the school curriculum makes this transformation possible. The sharing and continuity of the topics with the school curriculum of the classes visiting the museum, plus the intensification of laboratory activities (much appreciated by students), lead to strong school-museum harmony, the basis of successful collaboration. The economic resources of schools have suffered a dramatic decline, but even a simple guided tour, cheaper than a laboratory session, can be an excellent tool if well planned and focused on topics shared with the teachers.

University museums will be assessed in terms of their educational activities within the local community. Therefore, they must make an effort to improve their performances and to make their voices heard to identify assessment criteria consonant with the importance and complexity of their services.

BIBLIOGRAFIA / REFERENCES

- ANDREINI A. (ed.), 2009. *La parola scritta nel museo, lingua, accesso e democrazia*. Atti del convegno Regione Toscana, 17 Ottobre 2008.
- CAPANNA E., MALERBA G., VOMERO V. (eds.), 2011. Musei Scientifici Universitari, una grande risorsa culturale da valorizzare. *Museologia Scientifica, Memorie*, 7: 119 pp.
- CAPOGNA S., 2012. Scientific research and "third University mission" what role for the University. *Italian Sociological Review*, 2(1): 33-42.
- ESKO T., TUUNAINEN J., MIETTINEN R., 2012. Social impact and forms of interaction between university research and society in humanities and social sciences. *International Journal of Contemporary Sociology*, 49(1): 1-30.
- FALCHETTI E., UTZERI B. (ed.), 2013. I linguaggi della sostenibilità. Nuove forme di dialogo nel museo scientifico. E-book ANMS.
- LARÉDO P., 2007. Revisiting the Third Mission of Universities: Toward a Renewed Categorization of University Activities? *Higher Education Policy*, 20: 441-456.
- MIGLIETTA A.M., 2010. La sala della pesca nel Museo di Biologia Marina "Pietro Parenzan" Un esempio di contestualizzazione del museo nel contesto socio-culturale. *Museologia Scientifica, Memorie*, 6: 272-274.
- MIGLIETTA A.M., 2011. I pannelli esplicativi nei Musei Scientifici. Alcuni spunti di riflessione. *Museologia Scientifica, Memorie*, 8: 107-110.
- MIGLIETTA A.M., 2012. Pensare e fare in modo nuovo: il Museo "partecipato". *Il Bollettino. Mensile di cultura dell'Università del Salento*, 10/11: 41-43.
- MIGLIETTA A.M., BOERO F., 2005. The role of natural History museums. *Marine Biodiversity and Ecosystem Functioning Newsletter*, 3: 26-27.
- 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). *Visitor 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 n.s.*, 8: 107-110.
- MIGLIETTA A.M., POSI M.E., BOERO F., 2012a. Objects vs Informations in the expectations of the visitors of a museum. *Museologia Scientifica n.s.*, 6(1-2): 85-90.
- MIGLIETTA A.M., BOERO F., BELMONTE G., 2012b. Museum management and visitors book: there might be a link? *Museologia Scientifica n.s.*, 6(1-2): 91-98.
- MIGLIETTA A.M., POSI M.E., BOERO F., 2014. Dopo la visita. Indagine sul pubblico del Museo di Biologia Marina "Pietro Parenzan". *Museologia Scientifica n.s.*, 8: 86-94.
- NOVELLI G., TALAMO M., 2012. La Terza missione per l'Università Italiana. Una nuova occasione per crescere? *Med. Chir.*, 61: 2739-2746.
- PACE M.R., MIGLIETTA A.M., BOERO F., 2008. Comunicare nel Museo: i pannelli esplicativi come strumento di mediazione culturale. *Museologia Scientifica n.s.*, 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 n.s.*, 4(1-2): 152-159.

Web sites (accessed 27.10.2016)

- 1- SCHOEN A., LAREDO P., BELLON B., SANCHEZ P., 2007. "Observatory of European University" Prime Project Pisa (Italy). <http://www.prime-noe.org/conference-presentations,92.html>
- 2- E3M Project "Green paper. Fostering and measuring 'Third mission' in Higher Education Institution". <http://www.e3mproject.eu/docs/Green%20paper-p.pdf>
- 3- ANVUR, 2013. La Terza missione nelle Università e negli Enti di Ricerca italiani. Documento di lavoro sugli indicatori. Workshop 12 Aprile 2013. http://www.anvur.org/index.php?option=com_content&view=article&id=341:news-save-the-date-la-terza-missione-delle-universita%E2%80%99-e-degli-enti-di-ricerca-esperienze-dati-indicatori-workshop-roma-12-aprile-2013-it&catid=48:news-altro-it&lang=it&Itemid=363